



**El futuro
es de todos**


DNP
Departamento
Nacional de Planeación

GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS

**DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN
BOGOTÁ 2017**



1. OBJETO	3
2. ALCANCE.....	3
3. REFERENCIAS NORMATIVAS	3
4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS.....	3
5. CUERPO DE LA GUÍA	3
5.1 Presentación	3
5.2 Objetivos específicos	4
5.3 Instancias que intervienen en la realización de contenidos periodísticos	4
5.3.1 Consejo de Redacción	4
5.3.2 Áreas técnicas	4
5.4 Medios de comunicación.....	6
5.4.1 Programa institucional de televisión.....	6
5.4.1.1 Realización y producción	6
5.4.1.2 ¿Cómo se produce?.....	7
5.4.1.3 Preproducción, producción y emisión	7
5.4.2 Comunicación digital del DNP en redes sociales.....	8
5.4.2.1 Twitter	8
5.4.2.2 Facebook	10
5.4.2.3 Instagram	11
5.4.2.4 YouTube.....	12
5.4.2.5 Página web	12

 <p data-bbox="219 149 321 184">El futuro es de todos</p> <p data-bbox="349 149 493 191">DNP Departamento Nacional de Planeación</p>	<h2 data-bbox="618 128 1118 163">GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS</h2>	<p data-bbox="1224 113 1414 144">CÓDIGO: DI-G01</p> <p data-bbox="1224 170 1390 233">Página 3 de 13 Versión: 0</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1. OBJETO

Trazar las pautas generales sobre la manera de realizar los contenidos periodísticos que produce el Grupo de Comunicaciones y Relaciones Públicas (GCRP) del Departamento Nacional de Planeación (DNP) relacionados con información oficial de la entidad.

2. ALCANCE

El documento contempla los procesos de generación de contenidos periodísticos para ser difundidos por los canales con los que cuenta el Departamento Nacional de Planeación (DNP), tales como el programa institucional de televisión, la página web y redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram y que, además, se envían a los medios de comunicación —prensa, radio televisión, Internet— de todo el país, para lograr una difusión masiva a los públicos de interés de la entidad.

3. REFERENCIAS NORMATIVAS

Ver Normograma y otros documentos de origen externo"(Anexo 6. MC)

4. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

Ver "Glosario de Términos y Definiciones" (Anexo 2. MC)

5. CUERPO DE LA GUÍA


5.1 Presentación

El Grupo de Comunicaciones y Relaciones Públicas (GCRP) del Departamento Nacional de Planeación (DNP) ha diseñado la presente *Guía de Contenidos Periodísticos* con la cual divulga sus actividades misionales al público en general.

Dado que la divulgación de los contenidos se hace mediante comunicados de prensa; mensajes por redes sociales: Twitter, Facebook, entre otras, y mediante el programa institucional de televisión que se emite por el Canal Institucional de RTVC Sistema de Medios Públicos, es necesaria una guía que oriente su producción y contribuya a fortalecer la imagen institucional.

El GCRP del DNP está conformado por profesionales de comunicación social —periodistas, correctores de estilo, camarógrafos, fotógrafos, especialistas en redes sociales— que tienen como objetivo fundamental informar a los ciudadanos sobre las tareas que desempeñan las distintas áreas de trabajo de la entidad, lideradas por el Director General y los subdirectores General Sectorial y General Territorial.

Cada periodista del GCRP tiene responsabilidades generales y específicas en el manejo de la información que producen las distintas áreas del DNP y en la forma como se debe remitir cada contenido a los medios de comunicación; igualmente, cada miembro del equipo desarrolla una función directa o indirecta en la función

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01 Página 4 de 13 Versión: 0
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	------------------------------------------------

comunicativa que cumplen los canales propios de la entidad: las redes sociales y el programa institucional de televisión.

5.2 Objetivos específicos

- Orientar a los integrantes del GCRP sobre la manera como se debe realizar la emisión de los mensajes producidos por el DNP para los ciudadanos.
- Establecer un orden general para realizar contenidos periodísticos destinados a los medios masivos de comunicación o a las cuentas de las redes sociales de la entidad.
- Fijar un paso a paso de la producción de comunicados de prensa, informes de televisión y mensajes de redes sociales sobre las noticias del DNP.

5.3 Instancias que intervienen en la realización de contenidos periodísticos

La construcción de contenidos periodísticos cumple varias fases antes de su divulgación a los medios de comunicación o de su emisión en los canales propios del DNP.

5.3.1 Consejo de Redacción

El GCRP dispone de un Consejo de Redacción semanal, en el que se proponen temas para ser desarrollados y se evalúa y decide la estrategia que se seguirá en el proceso de divulgación de los mismos.

El consejo lo encabeza el coordinador del grupo y a la reunión asisten todos los integrantes del Grupo de Comunicaciones, quienes plantean tanto temas como tareas que se deben desarrollar en los plazos acordados. Una vez definidos y asignados los temas, se procede a la realización en las etapas de “reportería”, redacción, edición y difusión.


Hay dos maneras de realizar los informes de prensa.

- A. Por demanda:** el GCRP recibe de las distintas dependencias del DNP solicitudes de apoyo en la divulgación de información considerada de interés público.
- B. Por oferta:** el GCRP propone a otras dependencias del DNP temas para ser desarrollados por el equipo, y les pide apoyo para que suministren la información necesaria que permita la realización de las notas periodísticas. El GCRP también puede acudir a fuentes distintas al DNP para conseguir información que la entidad no tenga disponible y que le dé valor agregado al informe final.

5.3.2 Áreas técnicas

Todas las notas periodísticas que realice el GCRP sobre los temas del DNP se hacen en coordinación con el área o las áreas responsables de cada tema:

- Dirección General

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01 Página 5 de 13 Versión: 0
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	------------------------------------------------

- Subdirección General Sectorial
- Subdirección General Territorial.
- Directores técnicos
- Subdirectores técnicos
- Coordinadores de grupos

La labor de “reportería” comienza con la definición del tema, el cual surge como propuesta del GCRP o por solicitud de las distintas dependencias del DNP.

En cualquier caso, el paso siguiente es reunir toda la información necesaria con los técnicos de cada tema y hacer las consultas pertinentes con el director o con los subdirectores para definir el enfoque del escrito, el cual servirá de base para realizar otras piezas periodísticas para televisión y redes sociales.

Siempre se deberá pedir el apoyo de las áreas técnicas del DNP para resolver dudas que permitan tener claridad sobre el tema que se va a tratar.

La “reportería” deberá basarse siempre en documentos o presentaciones de los técnicos responsables de cada tema en el DNP con el fin que la información que se vaya a publicar tenga todo el respaldo e idoneidad del caso.

Una vez se ha cumplido con la tarea de “reportería”, el responsable procede a redactar la nota periodística con la extensión que considere necesaria.

Posteriormente, el escrito pasa a revisión del editor que realiza las tareas propias de su cargo y aprueba la nota.


El siguiente paso es compartir la nota periodística con el área técnica del DNP responsable del tema para recibir retroalimentación sobre el contenido del texto y corregir posibles errores de cifras y conceptos expresados en el borrador del escrito.

Si el área técnica solicita ajustes, estos se insertan y, de común acuerdo entre el GCRP, se da la aprobación para la divulgación de la nota periodística siguiendo la estrategia definida en el Consejo de Redacción.

Todos los escritos deberán tener la aprobación del área técnica correspondiente antes de publicarlos.

La estrategia de difusión de temas concernientes al DNP puede incluir la programación de ruedas de prensa, así como la realización de notas para prensa, radio, televisión y redes sociales que garanticen que la información llegue a toda clase de público.

Se prestará todo el apoyo necesario al público en general y a las personas vinculadas a los medios de comunicación que requieran ampliar la información sobre el tema en particular.

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01
		Página 6 de 13 Versión: 0

El equipo del GCRP realizará una labor constante de contacto con los medios de comunicación para garantizar la difusión de las informaciones que difundan el director y las distintas dependencias del DNP.

Para garantizar el contacto con los medios de comunicación, el GCRP cuenta con una amplia base de datos, organizada con nombres, teléfonos y correos electrónicos de personas vinculadas a los medios de comunicación, a quienes se les enviará la información que deberá ser divulgada.

La base de datos incluye otros públicos de interés como la academia, los gremios especializados, los columnistas, a quienes también se les enviará información del DNP.

La base de datos debe ser actualizada y ampliada permanentemente por el equipo del GCRP.

5.4 Medios de comunicación

5.4.1 Programa institucional de televisión

Uno de los productos en comunicaciones que tiene el DNP es el programa de televisión que se realiza y se produce como una de las piezas audiovisuales del GCRP de la entidad.

El espacio constituye un canal de divulgación de la gestión del DNP y de las actividades que se realizan en cumplimiento de su misión por parte del director general, los subdirectores y los responsables de cada una de las direcciones y oficinas de la entidad.


En las democracias modernas, la participación ciudadana se concibe como un derecho fundamental asociado al derecho a la información oportuna, imparcial y veraz, condiciones que cumple el programa institucional por tratarse de un producto audiovisual realizado y producido para la televisión pública.

5.4.1.1 Realización y producción

El Consejo de Redacción es el punto de partida para la producción de los contenidos periodísticos que se difunden en el espacio televisivo y que se ponen en escena mediante notas elaboradas por los periodistas del GCRP. En esta reunión se definen el tema central y las demás noticias que se van a desarrollar en cada programa.

Los temas se escogen teniendo en cuenta el impacto, el interés general y la relevancia pública para mostrar la gestión de la entidad en beneficio del desarrollo del país y del mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos.

De acuerdo con las fuentes que se cubren en el DNP, los temas son asignados a los periodistas y a continuación se definen los funcionarios, los directivos, los validadores y las personas externas que será necesario entrevistar para sustentar la información.

 <p data-bbox="219 149 321 186">El futuro es de todos</p> <p data-bbox="349 149 493 191">DNP Departamento Nacional de Planeación</p>	<p data-bbox="615 128 1120 163">GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS</p>	<p data-bbox="1222 113 1414 144">CÓDIGO: DI-G01</p> <hr/> <p data-bbox="1222 170 1390 235">Página 7 de 13 Versión: 0</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5.4.1.2 ¿Cómo se produce?

A. Continuidad temática

Es la guía para dar orden a la información y a la duración de cada una de las notas que se van a emitir en el programa.

B. Imágenes de apoyo

De acuerdo con los temas, se hace un trabajo de campo previo de grabación de imágenes de apoyo en diferentes lugares y escenarios para ilustrar el texto periodístico.

C. Personas involucradas

- Editor periodístico: da la línea editorial para desarrollar las notas.
- Coordinador: orienta y sugiere a los periodistas cómo construir las notas desde lo periodístico y desde lo visual.
- Periodista: hace la investigación del tema asignado mediante “reportería” y entrevistas a los funcionarios del DNP o a las personas invitadas que darán valor agregado a las notas.
- Camarógrafo: se encarga de las grabaciones de las imágenes de apoyo y de las personas entrevistadas.
- Editor audiovisual: hace la producción y la posproducción visual de las notas y de los informes periodísticos.
- Apoyo técnico: se encarga de las grabaciones de los INNES (introducciones) de los presentadores y periodistas del programa, de la iluminación y de ilustraciones.

D. Libreto


Es el guion que establece tanto el orden de la puesta al aire de las notas sobre los diferentes temas tratados en el programa como el de los apoyos audiovisuales requeridos (VTR).

E. Presentador

Las personas que hacen las veces de presentadoras son las encargadas de hacer la introducción de las noticias (INN) que se van a desarrollar en el espacio televisivo. En un lenguaje sencillo y directo les cuentan a los televidentes de qué trata cada nota que se va emitir al aire.

5.4.1.3 *Preproducción, producción y emisión*

A. Grabación en campo: imágenes y entrevistas.

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01
		Página 8 de 13 Versión: 0

- B. Redacción de textos: notas de los periodistas.
- C. Edición: en sala de edición los periodistas graban los audios; además, se insertan las imágenes y se musicalizan los informes.
- D. Posproducción: se ensamblan las notas de acuerdo con el orden establecido y con el libreto de los presentadores.
- E. Exportar: el programa se pasa al formato de video exigido para su emisión por RTVC.
- F. Emisión: el programa se pone al aire por el Canal Institucional.

5.4.2 Comunicación digital del DNP en redes sociales

El equipo digital del GCRP del DNP tiene como responsabilidad la administración y la actualización de las redes sociales oficiales del DNP, así como la publicación y la coordinación de los contenidos en la página web de la entidad.

Por ende, la inmersión del DNP en las redes sociales y en las plataformas digitales está encaminada a ampliar los canales de comunicación por medio de los cuales se difunden las estrategias creadas por el GCRP.

La naturaleza interactiva de las redes sociales (RS) genera cercanía entre la entidad y los ciudadanos. Por ende, las RS constituyen un canal de doble vía: informan y sirven para interactuar con las comunidades mediante el intercambio de mensajes en tiempo real o cuando ellos lo consideren pertinente.

En esencia, estos canales se usan para poner a disposición de los usuarios la información de carácter público de una manera oportuna, veraz y mediante un lenguaje claro con el que se fomenta la retroalimentación y el diálogo permanente.


El DNP tiene 4 cuentas oficiales y verificadas: Twitter, Facebook, Instagram y YouTube e irá agregando otras de acuerdo a las necesidades.

El principal objetivo de estas redes sociales es informar y visibilizar públicamente la gestión del Departamento Nacional de Planeación y de sus distintas áreas, lo que las convierte en nuevos canales de comunicación y de interacción con la ciudadanía.

Cada red social tiene una dinámica distinta, definida por la identidad que cada una maneja en cuanto a los contenidos, la periodicidad y la estrategia de publicación.

5.4.2.1 Twitter

Esta es una red social que funciona como un *microblog* con mensajes instantáneos de hasta 140 caracteres, en ellos es posible incluir fotografías, videos, gif, enlaces web o transmisiones de video en directo.

 <p>El futuro es de todos</p> <p>DNP Departamento Nacional de Planeación</p>	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01
		Página 9 de 13 Versión: 0

La cuenta oficial en Twitter del Departamento Nacional de Planeación es @DNP_Colombia, se creó en abril de 2011 y desde entonces ha venido ajustándose y actualizándose con las nuevas herramientas que ha implementado esta red social.

La función del equipo digital del GCRP en la cuenta de Twitter es diseñar estrategias de comunicación digital sobre los temas y las noticias del DNP que sean de interés general o de coyuntura especial.

A. Actividades específicas

- Definir una etiqueta que identifique la campaña o estrategia digital y que además permita medir el impacto, la recepción e interacción con los usuarios.
- Definir y coordinar la producción de piezas gráficas: fotografías, memes, gráficos, videos, gif, que acompañarán los mensajes de Twitter.
- Identificar perfiles influenciadores que puedan replicar los contenidos de la campaña en sus cuentas y que se sumen con mensajes propios.
- Realizar la guía de trinos sobre la estrategia o noticia de impacto que se quiera “viralizar”, con mensajes de hasta 140 caracteres, incluye y especifica las piezas gráficas de cada trino. Cada mensaje debe redactarse como un mensaje individual, sujeto a la campaña global.
- Finalmente, publicar los mensajes de la guía de trinos en directo o programados mediante herramientas como TweetDeck o Hootsuite.
- Actualizar de manera constante la cuenta de Twitter con información relevante del DNP y de interés general para la ciudadanía: noticias, campañas informativas o pedagógicas, anuncios, eventos, convocatorias, entre otros.
- Construir mensajes con preguntas o encuestas para generar conversación con los internautas.
- Realizar el cubrimiento en tiempo real por Twitter de los eventos públicos del director del DNP o de los subdirectores, cuando así se requiera.


B. Funciones específicas

Antes:

- Realizar trinos de expectativa con información precisa del evento, con fotografías o imagen final del mismo.

Durante:

- Relatoría del “minuto a minuto” usando el HT del evento y el @ del director y de las personas involucradas en la actividad que se está cubriendo. Identificar los mensajes estratégicos que se publicarán.

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01
		Página 10 de 13 Versión: 0

Actividades adicionales:

- Tomar las fotografías del evento para los mensajes que se emitirán en tiempo real.
- Producir videos cortos para adjuntar en algunos mensajes.
- Realizar la transmisión de video en directo cuando sea pertinente y cuando el evento lo amerite. Por lo general, las ruedas de prensa se transmiten por Twitter mediante la aplicación Periscope.

Después:

- Publicar trinos de las principales conclusiones del evento.
- Enlazar desde Twitter el comunicado del evento que estará alojado en la página web.
- Responder a las inquietudes que los ciudadanos hacen llegar a la cuenta del DNP en Twitter. Cuando la información esté en manos del GCRP se procede a responder de manera inmediata luego de un consenso en la respuesta. Si la pregunta está relacionada con otras áreas de las que no se tiene la información requerida, se procede a registrar la solicitud en el sistema de PQR —peticiones, quejas, reclamos, consultas, solicitudes, sugerencias, y/o trámites— sobre los temas de competencia del DNP, <https://www.dnp.gov.co/atencion-al-ciudadano/consultas-quejas-y-reclamos/Paginas/registro-de-solicitudes.aspx>

Métricas.

- Realizar el monitoreo constante y las mediciones mensuales de crecimiento, alcance e interacción de la cuenta. Analizar y evaluar los resultados fijando metas a corto, mediano y largo plazo. Las métricas son herramientas para implementar acciones de mejora y estrategias de choque.


5.4.2.2 Facebook

Esta red social es hoy la más popular del mundo. Por ello, indiscutiblemente, las entidades deben abrir un espacio en esta cuenta para acercar al ciudadano a los temas de la gestión pública.

La página oficial en Facebook del Departamento Nacional de Planeación es [facebook.com/departamentonacionaldeplaneacion](https://www.facebook.com/departamentonacionaldeplaneacion).

En la actualidad esta red social permite publicar mensajes con fotografías, hipervínculos, videos, gif, crear eventos y hacer transmisiones de video en vivo. En esta red, la imagen y el video son los protagonistas.

A. Funciones del equipo digital del GCRP en la cuenta de Twitter:

 <p>El futuro es de todos</p> <p>DNP Departamento Nacional de Planeación</p>	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	<p>CÓDIGO: DI-G01</p> <hr/> <p>Página 11 de 13 Versión: 0</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------


- Publicar información de carácter público del DNP, actualizada y en un lenguaje claro, preciso y veraz.
- Informar oportunamente a la ciudadanía sobre las políticas públicas, los anuncios, las noticias o las convocatorias que lidere la entidad y que son de carácter público.
- Publicar álbumes fotográficos o imágenes de registro con la información más relevante de los principales eventos realizados por la entidad y que son de interés general para la ciudadanía.
- Realizar estrategias digitales para Facebook con campañas de la entidad o con temas coyunturales que ameriten despliegue informativo a fin de lograr mayor interacción y participación ciudadana.

B. Funciones específicas:

- Definir la etiqueta que identificará y acompañará los mensajes de la campaña digital.
- Coordinar la realización de memes o piezas gráficas que identificarán las campañas digitales en esta red social.
- Realizar, de manera coordinada, los mensajes estratégicos que harán parte de las campañas digitales institucionales del DNP, de cara a la ciudadanía.
- Publicar mensajes con fotografías, videos, gif o enlaces definidos en la parrilla de programación de las publicaciones.
- Realizar transmisiones en vivo con la herramienta “Live” de ruedas de prensa, intervenciones del director, entrevistas o videochats con funcionarios en interacción con la ciudadanía.
- Mantener actualizadas las imágenes de perfil y portadas, respetando siempre la identidad y la misión de la entidad.
- Responder las preguntas que los ciudadanos hacen llegar a la página de Facebook del DNP.
- Métricas: realizar el monitoreo constante y las mediciones mensuales de crecimiento, alcance orgánico e interacción de la cuenta. Analizar los resultados fijando metas a corto, mediano y largo plazo. Las métricas son herramientas para evaluar e implementar acciones continuas de mejora.

5.4.2.3 Instagram

Esta es una red social 100 % móvil y se ha convertido en el principal referente de social media para fotografías. La cuenta en Instagram del DNP es @DNP_Colombia y fue creada a finales del año 2015 para tener otro canal de contacto directo con la ciudadanía en un tono más cercano y familiar.

	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01 Página 12 de 13 Versión: 0
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------	-------------------------------------------------

La función del equipo digital del GCRP en la cuenta de Instagram es publicar fotografías, piezas gráficas y videos de las campañas, noticias y eventos del DNP, con mensajes claros, precisos y amables.

5.4.2.4 YouTube

El DNP tiene una cuenta oficial en el canal de YouTube —100 % video— en la que se publican los videos con las intervenciones del director, las campañas de la entidad y las notas del programa institucional de televisión.

Con Google + podemos realizar transmisiones de video en directo —más conocidas como “Hangouts”— de conferencias, entrevistas o debates con funcionarios, lo que nos permite la participación de los ciudadanos con aportes o inquietudes sobre el tema que se esté tratando. Este video se publica de manera automática en el canal de YouTube y es una herramienta que promueve la transparencia de los procesos de la gestión pública y de la rendición de cuentas.


5.4.2.5 Página web

El equipo digital del GCRP del DNP también tiene como función la coordinación y el apoyo en la actualización de la información de carácter público en la página web del DNP: www.dnp.gov.co

Funciones del equipo digital del GCRP en la página web:

- Apoyar al grupo en la publicación de comunicados oficiales acompañados de fotografías, documentos o enlaces multimedia.
- Gestionar la publicación de botones o módulos especiales en el *home* —encuestas, *streaming*— cuando se requieran para dar mayor despliegue o visibilidad a un tema de interés general para la ciudadanía.
- Apoyar al GCRP en lo relacionado con el análisis y evaluación de la navegabilidad y calidad de la información publicada en el portal del DNP, así como elaborar esquema de seguimiento y verificación periódica de la funcionalidad y actualización del portal.
- Apoyar al GCRP del DNP en lo relacionado con la actualización y el seguimiento permanente del esquema de publicación de la información que se encuentra en el portal del DNP, de acuerdo a lo ordenado en la Ley de Transparencia.

Fecha de aprobación: 27 de marzo de 2017

 El futuro es de todos DNP Departamento Nacional de Planeación	GUÍA DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS	CÓDIGO: DI-G01
		Página 13 de 13 Versión: 0

Revisó:

Carlos Fernando González Pacheco
Asesor Grupo de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Aprobó:

Wiston Manuel González del Río
Coordinador Grupo de Comunicaciones y Relaciones Públicas