



MANUAL DE COMUNICACIONES DEL INSTITUTO DISTRITAL DE RECREACIÓN Y DEPORTE – IDRD

Tabla de contenido

1.	OBJETIVO.....	3
2.	DEFINICIONES.....	3
3.	CONTENIDO	6
3.1	Política de Comunicaciones	6
3.1.1	Política General	6
3.1.2	Políticas de Comunicación Organizacional o Interna.....	6
3.1.3	Políticas de Comunicación Informativa o Externa.....	7
3.2	Vocero Oficial	8
3.3	Comunicación Interna.....	8
3.3.1	Públicos de interés comunicacional interno.....	8
3.3.2	Responsables del suministro de la información	8
3.3.3	Información que se debe o requiere comunicar	8
3.3.4	Características del contenido a divulgar.....	8
3.3.5	Medios de Comunicación.....	9
3.4	Comunicación Externa.....	9
3.4.1	Responsables del suministro de la comunicación	9
3.4.2	Requerimientos de los medios	9
3.4.3	Aspectos a tener en cuenta para la comunicación	10
3.4.4	Medios de Comunicación.....	10
3.4.5	Información que debe ser publicada en la página web institucional.....	12
3.4.6	Comunicación por redes.....	12
3.5	Comunicación en caso de crisis	13
3.5.1	Definición de crisis en el IDRD.....	13
3.5.2	Fuentes que generan una crisis en el IDRD	13
3.5.3	Pasos que deben seguirse, en caso de crisis, por parte de la OAC.....	14
3.5.4	Pasos que debe seguir el vocero oficial del IDRD	16
3.5.5	¿Qué no debe hacer el vocero oficial del IDRD durante una crisis?.....	17
3.6	Comunicación y lenguaje incluyente.....	18

3.7	Planes de comunicaciones	18
3.7.1	Definición.....	18
3.8	Medición, retroalimentación y mejora del Proceso Gestión de Comunicaciones.....	18
4.	APROBACIÓN	19

COPIA IMPRESA NO CONTROLADA

1. OBJETIVO

El presente documento tiene por objeto establecer las directrices para:

- la comunicación de la Alta Dirección con los niveles organizacionales del IDRD.
- definir los mecanismos de comunicación interna y externa en el IDRD.
- dar a conocer, entre los funcionarios y contratistas adscritos al Instituto, la metodología a seguir y el responsable de la comunicación oficial en caso de presentarse una crisis donde se vea comprometido el IDRD.

2. DEFINICIONES

- **Canal de comunicación:** [...]Medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo; es decir, el canal sirve para el intercambio de información entre un emisor y un receptor[...]. **Fuente:** CONCEPTO.DE. Sin fecha. *Canal de Comunicación*. <https://concepto.de/canal-de-comunicacion/#ixzz680SEg0wv>

- **Comunicación externa:** [...]Conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos[...]. **Fuente:** Domínguez Sotelo, Clara. 2017. *La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo*. <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>

Los canales externos con los que cuenta el IDRD son: a. Página web; b. Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok y X); c. APP agenda; y, d. Pantallas en escenarios.

- **Comunicación interna:** “[...]Negociación social de significados, enmarcada en una perspectiva relacional e interactiva, donde la comunicación y la organización son inseparables e interdependientes para la construcción y reconstrucción de los procesos organizacionales[...].” **Fuente:** Marchiori, Marlene. 2011. [Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones](#)

En el IDRD la comunicación interna se encuentra dirigida a los funcionarios y contratistas que se encuentran adscritos al Instituto; al respecto, los canales internos utilizados para esta actividad son los siguientes: a. Correo Comunidad; b. Chats de equipos a través de la plataforma WhatsApp; c. Intranet; d. Escritorios de computadores; e. Carteleras informativas; y, f. Carteleras digitales.

- **Comunicado de prensa:** [...]Texto oficial redactado por una organización, empresa, institución o incluso a título personal, que se envía directamente a los medios de comunicación. Su propósito es informar sobre un hecho, evento, lanzamiento o noticia que se desea hacer pública. Debe ser claro, objetivo y estructurado, sin opiniones personales ni publicidad encubierta[...]. **Fuente:** VH, Nell. 2025. *¿Qué es un comunicado de prensa y por qué es clave para tu comunicación?* [Qué es](#)

[un comunicado de prensa y por qué es clave para tu comunicación - NewswireJet](#)

- **Comunidad IDRD:** publicación virtual interna, sin periodicidad definida, que profundiza un hecho o acontecimiento de carácter institucional de pronta o inmediata realización; en esta se comparte información institucional de interés general la cual, a criterio del(la) Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC), debe ser enviada a los funcionarios y contratistas adscritos al Instituto a través de sus correos electrónicos. **Fuente:** definición propia.
- **Correo electrónico:** [...]sistema que permite enviar y recibir mensajes a través de redes de comunicación electrónicas, como Internet. Utiliza dispositivos electrónicos para entregar mensajes entre usuarios y es una herramienta fundamental en la comunicación personal, académica y profesional[...]. **Fuente:** CLOUDFLARE. Sin fecha. *¿Qué es el correo electrónico?* <https://www.cloudflare.com/es-es/learning/email-security/what-is-email/>
- **Crisis:** situación inesperada o de alto impacto que afecta la reputación, imagen institucional o la confianza pública en el IDRD y que, en consecuencia, requiere una respuesta comunicacional estratégica, clara y oportuna. Estas crisis pueden ser de tipo operativo, legal, ambiental, organizacional o relacionadas con el orden público y deben ser gestionadas por la OAC mediante protocolos establecidos, vocerías oficiales y canales adecuados para minimizar el riesgo reputacional. **Fuente:** definición propia.
- **Fuentes de información:** [...]Recursos que permiten acceder al conocimiento, ya sea en formato físico o digital. Incluyen libros, artículos, informes, publicaciones periódicas, monografías y hasta expertos en un tema. Su uso es clave en ámbitos académicos y profesionales, donde la confiabilidad y actualización de la información son esenciales[...]. **Fuente:** Bossi, Cecilia. 2025. *Fuentes de Información Confiables*. [¡Espera! Regresa para mejorar tu tesis](#)
- **Intranet:** [...]Plataforma de comunicación interna y de colaboración utilizada por empresas de todos los tamaños e industrias. Es una red privada y segura accesible solo para empleados y socios de confianza que permite compartir información, comunicarse eficazmente y trabajar en conjunto. Actúa como la sede digital de una empresa y el recurso principal para que los empleados se mantengan informados[...]. **Fuente:** GETGURU. 2025. *¿Qué es una intranet?* [¿Qué es una intranet? Definición, usos y todo lo que necesitas saber. | Guru](#)
- **Manual de Imagen:** [...]Guía que permite unificar criterios y normalizar el manejo de la imagen gráfica y corporativa de la misma. Es un documento sencillo que orienta a los miembros de la empresa, colaboradores y proveedores en la forma de hacer un buen uso de los lemas y signos institucionales. El seguimiento de las normas o directrices de este manual suele ser de carácter obligatorio y solo podrán hacer uso de él quienes estén autorizados, ya que dicha coherencia en la imagen visual ayuda al reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado[...]. **Fuente:** Bilnea. Sin fecha. *¿Qué es un manual de Imagen Corporativa?* (<https://bilnea.com/que-es-manual-imagen-corporativa/>)
- **Medios de comunicación:** [...]Son los diferentes canales, herramientas y plataformas utilizados

para comunicar información; transmitir mensajes; y, también, compartir contenido con una audiencia específica. Estos incluyen tanto medios tradicionales tales como prensa, radio y televisión como medios digitales tales como sitios web, redes sociales y plataformas de *streaming*[...]. **Fuente:** CONCEPTO.ES. Sin fecha. *Medios.* [Medios: Información Completa, Definición, Ejemplos y Más](#)

- **Multimedia:** [...]Combinación de diferentes mecanismos de comunicación tales como audio, video, texto escrito e imagen que son utilizados, de manera conjunta y simultánea, para transmitir información. Este término se emplea especialmente en el ámbito de la informática para describir tecnologías que integran múltiples formatos de contenido[...]. **Fuente:** CONCEPTO.DE. Sin fecha. *Multimedia.* [Multimedia - Qué es, recursos y ejemplos](#)
- **Noticia:** [...]Relato breve y conciso de un acontecimiento actual y relevante que se presenta con el propósito de informar al público. Se caracteriza por su objetividad ya que debe presentar los hechos de manera imparcial y sin opiniones personales[...]. **Fuente:** Nueva Escuela MEXICANA. Sin fecha. ¿Qué es una noticia informativa y cómo te mantiene al tanto? [► Qué es una noticia informativa y cómo te mantiene al tanto](#)
- **Pieza de comunicación:** cualquier contenido visual, textual o audiovisual diseñado con el propósito de transmitir un mensaje específico a una audiencia determinada. Estas piezas pueden incluir afiches, folletos, anuncios, videos, publicaciones en redes sociales y boletines, entre otros; las piezas, además, forman parte de una estrategia de comunicación institucional o publicitaria. **Fuente:** definición propia.
- **Portal Web:** sitio electrónico en línea que actúa como punto de acceso centralizado a una variedad de recursos, servicios y contenidos organizados de manera estructurada para facilitar la navegación y el acceso a la información. Suele ofrecer funciones como búsqueda, personalización, acceso a bases de datos, noticias, foros y otros servicios interactivos. **Fuente:** definición propia.
- **Publicación:** acto de producir y difundir contenido tales como libros, artículos, revistas, informes o materiales digitales con el fin, primordial, de ponerlo a disposición del público. Puede realizarse en formato impreso o digital y su objetivo principal es comunicar información, ideas o conocimientos a una audiencia específica. **Fuente:** definición propia.
- **Red Social:** [...]plataforma digital formada por comunidades de individuos con intereses, actividades o relaciones en común tales como amistad, parentesco o trabajo). Adicionalmente, permiten el contacto entre personas y funcionan como un medio para comunicarse e intercambiar información, incluso sin que los usuarios se conozcan previamente[...]. **Fuente:** CONCEPTO.DE. Sin fecha. *Redes sociales.* [Redes sociales - Qué son, tipos, ventajas y desventajas](#)
- **Rueda de prensa:** [...]Convocatoria que realiza una entidad, organización o personalidad para reunir a periodistas con el fin de brindarles información relevante y responder sus preguntas. Es una herramienta informativa que permite comunicar anuncios importantes y facilitar la cobertura

mediática de un tema específico[...]. **Fuente:** DEFINICION.DE. Sin fecha. *Definición de Rueda de Prensa.* [Rueda de prensa - Qué es, definición y concepto](#)

- **Solicitud de servicio:** petición formal realizada por una dependencia del IDRD para requerir el apoyo de la OAC en la producción, diseño, difusión o publicación de contenidos comunicacionales. Estas solicitudes pueden incluir la creación de piezas gráficas; redacción de boletines; cobertura de eventos; publicaciones en redes sociales; o, publicaciones en el Correo Comunidad entre otros servicios previamente definidos por la Oficina.

Este tipo de solicitudes siguen un proceso estructurado que incluye el diligenciamiento de un formulario; la aprobación por parte de responsables y la asignación de tiempos de entrega, todo con el fin de garantizar una comunicación institucional coherente y eficiente. **Fuente:** definición propia.

3. CONTENIDO

3.1 Política de Comunicaciones

3.1.1 Política General

La identificación de la información interna y externa que llega a la OAC se realizará mediante el diligenciamiento del formato de solicitud de servicios que se encuentra alojado haciendo clic en el siguiente vínculo: https://intranet.idrd.gov.co/webform/formulario_solicitudes_2025. Para ello, se tendrán en cuenta criterios tales como: a. Importancia e impacto estratégico; b. Afectación en el desarrollo de las actividades de competencia del Instituto; c. Generación de visión compartida; d. Trabajo colaborativo; y, e. Sentido de pertenencia.

3.1.2 Políticas de Comunicación Organizacional o Interna

Las dependencias que desean comunicar información a los funcionarios y contratistas de la Entidad enviarán los datos correspondientes a través del aplicativo dispuesto para tal fin. Esta información debe ser escrita en lenguaje claro; debe ser veraz; y, también, debe contar con el aval, a través de firma, por parte del directivo jefe de la dependencia solicitante.

En el mismo orden de ideas la OAC, a través de sus diversos canales informativos, contribuirá a la difusión de los proyectos, planes, programas y eventos dirigidos a la comunidad usuaria de sus servicios, así como a todos los funcionarios y contratistas adscritos a la Entidad.

Por su parte, los funcionarios y contratistas adscritos al Instituto, apoyarán al IDRD como multiplicadores de la información institucional recibida internamente a través de los medios con los que cuenta la OAC con el fin, primordial, de que llegue a la mayor cantidad de personas habitantes o visitantes de Bogotá D.C.

Finalmente, el diseño de piezas comunicacionales para la divulgación de información de interés dirigida a los clientes del Instituto corresponde a la OAC; no obstante, la responsabilidad por la

veracidad, oportunidad e integridad de la información que requiere ser divulgada es de los solicitantes.

3.1.3 Políticas de Comunicación Informativa o Externa

La única dependencia encargada de preparar, suministrar y enviar información escrita, oral o audiovisual a los medios masivos; medios comunitarios; y, periodistas independientes es la OAC; la relación con estos medios tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad, claridad, confianza, y oportunidad. Ningún funcionario o contratista del Instituto puede asumir labores inherentes al trabajo de prensa de la Entidad sin previa autorización.

La información que las dependencias del Instituto consideren importante, para su divulgación externa, debe remitirse por escrito y de manera detallada en el aplicativo destinado para tal fin (https://intranet.idrd.gov.co/webform/formulario_solicitudes_2025). Posteriormente, la OAC, revisará las solicitudes elevadas con el fin de analizar la forma más adecuada para su divulgación.

Igualmente, es función exclusiva de la OAC, el adelantar contactos y aprobar la programación de transmisiones, en directo o diferidas, a través de los canales de televisión públicos o privados u otros medios masivos, así como el efectuar los cubrimientos de eventos organizados o apoyados por el Instituto.

Todo material gráfico y de diseño relacionado con la promoción y divulgación de eventos y programas del IDRD tales como afiches, volantes, plegables, pancartas, pendones, pasacalles, invitaciones, escarapelas, libros, memorias, carpetas, boletines, calendarios, avisos de prensa, botones, esferos, libretas, mobiliario urbano, *dummies*, tarimas, *backing*, y globos, entre otros, deben ser diseñados, revisados y aprobados por la OAC.

Para la elaboración de uniformes, camisetas, pantalonetas, chaquetas, sudaderas, cachuchas, maletines y canguros relacionados con eventos deportivos y recreativos propios del Instituto, así como los elementos distintivos de las ligas deportivas que tengan el aval del IDRD, es obligatorio solicitar a la OAC su respectivo visto bueno y/o aprobación del diseño antes de su producción.

Las solicitudes de publicación de información en la página web del IDRD deben estar autorizadas y su contenido remitido a través del aplicativo por el responsable de la dependencia y/o área.

Para la elaboración de publicidad exterior tales como vallas de obras, remodelación, ampliación y construcción, vallas móviles de obra y todo lo relacionado con la señalización de parques y escenarios, se debe solicitar a la OAC la entrega de logotipos y diseños de acuerdo con lo establecido en el Manual de Identidad Visual de la Alcaldía Mayor de Bogotá y el Manual de Marca Ciudad “Bogotá”.

3.2 Vocero Oficial

El vocero oficial del IDRD ante los medios de comunicación es el(la) Director(a) General o el funcionario que este(a) delegue quienes, en consenso con la OAC, designarán al(las/los) funcionario(s/as) que pueden responder a las preguntas presentadas por los periodistas de los medios masivos de comunicación y/o de medios comunitarios y/o de medios alternativos.

3.3 Comunicación Interna

3.3.1 Públicos de interés comunicacional interno

Los mencionados públicos son los siguientes:

- Miembros de la Junta Directiva del IDRD.
- Directivos.
- Funcionarios.
- Contratistas.
- Visitantes.

Estos públicos se convertirán, a su vez, en los receptores activos de la estrategia de comunicación definida por la OAC.

3.3.2 Responsables del suministro de la información

- Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Líderes o jefes de dependencia y/o áreas.

3.3.3 Información que se debe o requiere comunicar

- Valores institucionales.
- Elementos de significación para la cultura organizacional del Instituto (legado, personajes e historia).
- Eventos institucionales de interés directo para los grupos de interés interno.
- Campañas de sensibilización sobre temas relevantes para los grupos de interés interno.
- Campañas que promuevan el bienestar de los funcionarios y contratistas adscritos al IDRD.
- Novedades relacionadas con la gestión interna de los procesos.

3.3.4 Características del contenido a divulgar

- Actualizado.
- Proveniente de fuentes oficiales.
- Oportuno.
- Relevante.

3.3.5 Medios de Comunicación

Los medios utilizados para la comunicación interna en el IDRD son los siguientes:

PARTES INTERESADAS	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Interno	Intranet Institucional Canal "Comunidad Interna IDRD"	Redes en la que se aloja contenido de interés para funcionarios(as) y contratistas adscritos(as) al IDRD que puede ser consultada en cualquier momento. Su actualización está a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.	Virtual	Funcionarios(as) y Contratistas del IDRD	Permanente
Interno	Pantalla Recepción	Espacio audiovisual usado para la divulgación y resumen de actividades institucionales, a través de videos y afiches digitales.	Audiovisual	Funcionarios(as); Contratistas y visitantes al IDRD	Permanente
Interno	Correo Masivo comunidad.idrd@idrd.gov.co	Cuenta electrónica institucional a través de la cual se difunde información concreta, prioritaria e inmediata sobre actividades, cambios, notificaciones y eventos que interesan a los adscritos al IDRD.	Virtual	Funcionarios(as) y Contratistas del IDRD	Permanente
Interno	Carteleras	La OAC tiene a su cargo, únicamente, las ubicadas en diferentes sectores de la sede administrativa. En las mismas se promocionan las actividades institucionales a través de comunicados; afiches y plegables, entre otros.	Impreso	Funcionarios(as) y Contratistas del IDRD	Permanente
Interno	Página Web	Medio interactivo en Internet que incluye la información escrita y gráfica del IDRD para consulta del público interesado en conocer sus ofertas en materia de recreación, deporte, parques y actividad física. Igualmente, en la página, se puede encontrar una descripción del Instituto; sus programas y servicios; el formato para préstamo de Parques y Escenarios; la consulta web de Peticiones, Quejas, Reclamos y Soluciones (PQRS); y el mapa junto con el listado de parques y escenarios, entre otros temas de interés.	Virtual	Todos	Permanente

3.4 Comunicación Externa

3.4.1 Responsables del suministro de la comunicación

- Oficina Asesora de Comunicaciones
- Director(a) General o quien este delegue.

3.4.2 Requerimientos de los medios

Frente a los requerimientos de los medios, los funcionarios(as) y contratistas adscritos al Instituto

deben proceder de la siguiente manera:

- Informar directamente al(la) Jefe de la OAC acerca de la solicitud que reciben.
- Antes de que un funcionario(a) adscrito al IDRD hable con el periodista que solicita información, se debe esperar a que la OAC investigue más acerca de las causales de dicha entrevista; igualmente, es preciso solicitar al periodista el cuestionario de preguntas que va a realizar para que, el personal de la OAC, asesore al entrevistado respecto de la forma más adecuada de abordar las respuestas y el entorno de la entrevista.
- Cuando se trate de derechos de petición que son elevados por periodistas o medios de comunicación, se sugiere comenzar la construcción de la respuesta con el tiempo suficiente y, antes de enviarla al peticionario, verificar toda la información para evitar posibles omisiones o errores.

3.4.3 Aspectos para tener en cuenta para la comunicación

El responsable de la dependencia y/o área debe:

- Mantener informada, en tiempo real, a la OAC en lo relacionado con las actividades que adelantan y que son de interés público.
- Confirmar que las actividades programadas e informadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones se encuentren debidamente comunicadas a la ciudadanía.
- Constatar que, en todos los eventos, se utilice adecuadamente la imagen institucional y conforme a lo establecido por la administración distrital.
- Asegurar que cualquier pieza de comunicación que se utilice esté previamente diseñada y aprobada por la OAC.

3.4.4 Medios de Comunicación

Los medios utilizados para la comunicación externa producida por el IDRD son los siguientes:

PARTES INTERESADAS	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	TIPO	PÚBLICO	FRECUENCIA
Externo	Página Web	Medio interactivo en Internet que incluye la información escrita y gráfica del IDRD para consulta del público interesado en conocer sus ofertas en materia de recreación, deporte, parques y actividad física. Igualmente, en la página, se puede encontrar una descripción del Instituto; sus programas y servicios; el formato para préstamo de Parques y Escenarios; la consulta web de Peticiones, Quejas, Reclamos y Soluciones (PQRS); y el mapa junto con el listado de parques y escenarios, entre otros temas de interés.	Virtual	Todos	Permanente
Externo	Comunicado de prensa	Canal divulgativo oficial de las actividades del IDRD que se ocupa, por lo general, de un solo tema institucional o de varios ocasionalmente. Son numerados progresivamente y se remiten a los correos electrónicos de periodistas de medios de comunicación acompañados, según la necesidad, de fotografías.	Virtual	Todos	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Rueda de prensa	Convocatoria enviada a medios de comunicación masivos y comunitarios para ofrecerles información, a través del vocero oficial del IDRD o su designado, de un suceso de gran importancia para la comunidad capitalina. Terminada su intervención, el funcionario, es interrogado por los periodistas para ampliar parte de sus intervenciones.	Presencial	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Difusión en tarima	Promoción de las actividades masivas que efectúan los presentadores en cada uno de los eventos que lleva a cabo el Instituto. En ocasiones, se acompaña con videos promocionales presentados en pantallas gigantes ubicadas en los costados de la tarima.	Presencial Masivo	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Campañas informativas	La OAC se encuentra capacitada para desarrollar campañas informativas que incluyen estrategia; diseño de piezas; plan de medios y demás factores inherentes a las mismas. Para tal fin, es importante contar con el presupuesto institucional para llevarlo a cabo o la consecución de un patrocinio externo.	Impreso y digital	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Pantallas Estadio Nemesio Camacho "El Campín"	Pantallas utilizadas para promocionar tanto las actividades propias del IDRD como las de la Alcaldía Mayor y demás instituciones distritales. Su empleo requiere de ciertas	Visual	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran

		especificaciones técnicas, por lo que es necesaria la aprobación de la OAC.			
Externo	Pancartas / Pendones en parques y escenarios del IDRD	Cada evento realizado por el Instituto debe estar acompañado visualmente con estas piezas; las mismas deben ubicarse estratégicamente en todos y cada uno de los escenarios donde se llevan a cabo.	Visual	Ciudadanía en general	Cada vez que las actividades lo requieran
Externo	Redes sociales	Empleadas para la divulgación y promoción de los eventos institucionales; estas deben ser realizadas con inmediatez e interacción con los usuarios de las mismas. Desde la OAC se desarrollan estrategias digitales que permitan posicionar al IDRD; aumentar el tráfico de visitas a la Página Web; y, también, proponer la mejor forma de respuesta para los ciudadanos que siguen las cuentas del Instituto en las redes sociales.	Digital	Ciudadanía en general	Permanente

3.4.5 Información que debe ser publicada en la página web institucional

La información mínima para publicar en la página web acata lo establecido en la Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional) misma que contempla, entre otros aspectos, los mecanismos para la atención al ciudadano; horarios y días de atención al público; preguntas y respuestas frecuentes; noticias; programación de actividades locales; directorio de servidores públicos y contratistas; normatividad vigente; y, presupuesto general, entre otros temas.

Dicha información se encuentra divulgada en la Página Web del IDRD, específicamente, en el icono Ley de Transparencia.

3.4.6 Comunicación por redes

Con el fin de promover la desconcentración de la comunicación, la Alcaldía Mayor, generará diálogos con la ciudadanía y partes interesadas para que, de esta forma, el proceso comunicativo esté al alcance de todos. Así las cosas, no sólo se asegurará la democratización; el acceso; y, la ampliación de cobertura en el intercambio de información sino que, además, se facilitará su control pues impartirá responsabilidades directas a los involucrados en el proceso de divulgación.

Así las cosas, el IDRD, formará parte de la red de información pública distrital aunque mantendrá, en cabeza del director(a) general, el control de los mensajes que se compartirán manteniendo, adicionalmente, la unidad de criterios y conceptos que la Alcaldía Mayor quiere compartir y hacer conocer a la ciudadanía.

Esta red está conformada por las Oficinas Asesoras de Comunicaciones de las entidades adscritas a la administración de Bogotá. Las funciones de esta Red son las siguientes:

- Fijar estrategias para el desarrollo conjunto de acciones, productos y campañas internas.
- Articular esfuerzos en materia de estrategias y requerimientos comunicacionales.
- Orientar la implementación de estrategias de divulgación de los diferentes ejes del Plan Distrital de Desarrollo.
- Socializar experiencias distritales exitosas en materia de comunicación organizacional.
- Presentar planes, proyectos, estrategias y avances sectoriales en materia comunicacional.
- Crear mecanismos de comunicación para los miembros de la red, a través de los cuales se divulguen los logros, avances, lineamientos, políticas y estrategias acordados y adoptados por las entidades adscritas a esta.

3.5 Comunicación en caso de crisis

En caso de crisis se generará un equipo compuesto por: a. El vocero de la entidad; b. El(la) Jefe de la OAC; c. Los directivos seleccionados por el vocero de la entidad y, d. Expertos consultores (solamente en caso de ser necesario).

Esta vocería se realizará una vez se cuente con toda la información relacionada con la crisis y previa preparación del vocero para su presentación frente a la opinión pública.

3.5.1 Definición de crisis en el IDRD

Situación imprevisible que se puede llegar a presentar en la sede del IDRD, así como en los parques, escenarios y demás lugares de trabajo donde el IDRD tiene presencia con actividades recreo deportivas, que se convierte en un riesgo de opinión pública y que puede afectar la reputación del Instituto, su imagen e incluso tener repercusiones financieras o legales.

3.5.2 Fuentes que generan una crisis en el IDRD

Las principales son las siguientes:

- **Fallas en la prestación de servicios deportivos y recreativos**
 - Suspensión o cancelación de eventos masivos (carreras, festivales, torneos, etc.) por mala planeación o logística.
 - Accidentes en escenarios deportivos o parques administrados por el IDRD (derrumbes, fallas estructurales, lesiones graves).
 - Deficiencias en el mantenimiento de parques, ciclovías o escenarios que generan quejas ciudadanas.
- **Conflictos sociales y comunitarios**

- Protestas de usuarios, clubes deportivos o comunidades por decisiones del IDRD (ej. reasignación de espacios, cobros, cierres de escenarios).
- Bloqueos o disturbios durante eventos organizados por la Entidad.
- Percepción de exclusión o falta de participación ciudadana en proyectos recreativos.

- **Crisis reputacionales y comunicacionales**

- Denuncias de corrupción en contratación de obras, servicios o eventos.
- Filtración de información sensible sobre directivos o procesos internos.
- Manejo inadecuado de comunicación en emergencias que generan rumores, desinformación o pánico.
- Vocerías contradictorias entre directivos y funcionarios que afectan la credibilidad institucional.

- **Emergencias externas que impactan la operación del IDRD**

- Desastres naturales (inundaciones, sismos, incendios) que afectan parques y escenarios deportivos.
- Emergencias sanitarias (brotes epidémicos, pandemias) que obligan a suspender actividades masivas.
- Fallas en servicios de terceros (energía, agua, transporte) que afectan eventos.

- **Crisis legales y regulatorias**

- Demandas colectivas por accidentes en escenarios administrados por el IDRD.
- Fallos judiciales que paralizan proyectos o actividades recreativas.
- Investigaciones disciplinarias contra directivos que afectan la confianza ciudadana.

3.5.3 Pasos que deben seguirse, en caso de crisis, por parte de la OAC

La Oficina debe actuar como escudo reputacional en caso de presentarse una crisis en el IDRD; al respecto debe detectar, verificar, comunicar con transparencia, coordinar vocerías y sostener la confianza ciudadana. Su rol siempre será el de garantizar que la narrativa institucional sea coherente, empática y orientada a la solución de la crisis protegiendo, principalmente, la imagen del Instituto como la de sus directivos; en este sentido las tareas a realizar son las siguientes:

- **Detección y evaluación inmediata**

- Identificar el origen de la crisis (operativa, social, reputacional, legal, externa).
- Evaluar el nivel de impacto en la imagen institucional y en los directivos.
- Informar de manera inmediata al Comité de Crisis para activar protocolos.

- **Recolección y verificación de información**
 - Recopilar datos oficiales y contrastarlos con fuentes internas confiables.
 - Evitar difundir información sin confirmar para no agravar la crisis.
 - Preparar un informe preliminar para la Dirección General y el Comité de Crisis.
- **Preparar al vocero oficial del Instituto para los requerimientos de medios y ciudadanía**
 - Preparar mensajes clave y líneas de respuesta para medios y ciudadanía.
 - Asegurar coherencia entre todas las declaraciones institucionales que se ofrezcan.
- **Diseño de mensajes institucionales**
 - Elaborar comunicados claros, transparentes y empáticos.
 - Reconocer la situación sin ocultar información y mostrando, al mismo tiempo, capacidad de respuesta y reacción.
 - Enfatizar las acciones inmediatas que el Instituto está tomando para resolver el problema.
 - Los comunicados deben contener, de acuerdo con cada caso, la siguiente información: a. ¿Qué pasó?; b. ¿Dónde pasó? c. ¿Cuándo pasó?; d. ¿Cómo pasó?; e. ¿Por qué pasó?; f. Área o personas involucradas; g. Agradecimientos; h. Reconocimientos; i. Condolencias (en caso de requerirse).
- **Gestión de medios y redes sociales**
 - Emitir comunicados oficiales en canales institucionales (web, redes, boletines).
 - Monitorear medios y redes para detectar rumores, percepciones y narrativas adversas.
 - Responder de manera ágil y consistente, evitando contradicciones.
- **Coordinación interna**
 - Informar a funcionarios y contratistas adscritos al Instituto sobre la postura oficial para evitar mensajes contradictorios.
 - Mantener comunicación constante con el Comité de Crisis y las áreas técnicas.
 - Garantizar que todos los niveles del IDRD transmitan la misma narrativa y no dejen espacio a dudas.
- **Seguimiento y recuperación de imagen**
 - Evaluar el impacto mediático y ciudadano después de la crisis.
 - Implementar campañas de reputación y confianza (ej. transparencia, resultados, cercanía con la comunidad).
 - Documentar el caso para fortalecer protocolos futuros y capacitar al personal en caso de presentarse situaciones de crisis parecidas.

3.5.4 Pasos que debe seguir el vocero oficial del IDRD

El vocero debe ser la voz institucional que transmita confianza, transparencia y liderazgo al momento de presentarse una crisis. Sus actividades van más allá de ser imagen y emitir información, pues debe prepararse estratégicamente; conducir la coordinación interna; mantener sensibilidad comunicacional; y, poseer capacidad de respuesta al momento de hacer frente a la ciudadanía y los medios. Teniendo en cuenta lo anterior debe cumplir con las siguientes acciones

- **Recepción y alineación inicial**

- Reunirse inmediatamente con el Comité de Crisis.
- Solicitar información verificada y actualizada sobre la crisis presentada.
- Asegurarse de conocer la postura oficial de la Entidad antes de hablar públicamente.

- **Definición de mensajes clave**

- Solicitar a la OAC la preparación de un guion con al menos, tres (3) ideas centrales donde se deje en claro: a. ¿Qué pasó; b. ¿Qué se está haciendo para solucionar la situación presentada?; y, c. ¿Cómo se protegerá la imagen institucional y al cuerpo directivo del Instituto?
- Evitar tecnicismos excesivos y usar un lenguaje claro, empático y directo.
- Incluir compromisos de acción y transparencia para reforzar su credibilidad.

- **Coherencia y disciplina comunicacional**

- Mantenerse fiel al mensaje acordado; no debe improvisar ni compartir información no confirmada.
- Evitar contradicciones con otros directivos o áreas de la Entidad.
- Repetir los mensajes clave en cada intervención para fijar la narrativa institucional.

- **Gestión de medios y ciudadanía**

- Atender ruedas de prensa, entrevistas y lectura de comunicados oficiales con serenidad y seguridad y, también, manteniendo un correcto manejo verbal y gestual.
- Mostrar paciencia y disposición cuando se le hagan preguntas, pero responder solo dentro del marco de la información validada.
- Transmitir empatía hacia los afectados o firmeza contra los implicados reforzando, de esta manera, la idea de responsabilidad institucional.

- **Monitoreo y retroalimentación**

- Solicitar informes de la revisión a la cobertura mediática y las reacciones en redes sociales

- a la OAC.
- Ajustar el discurso si aparecen rumores o percepciones negativas.

- **Cierre y recuperación de imagen**

- Comunicar los resultados de las acciones tomadas para resolver la crisis.
- Reforzar la confianza ciudadana con mensajes de transparencia y mejora continua.
- Participar en campañas posteriores que muestren la capacidad de respuesta y aprendizaje del IDRD.

3.5.5 ¿Qué no debe hacer el vocero oficial del IDRD durante una crisis?

El vocero oficial del IDRD no debe improvisar, mentir, culpar sin pruebas, ni evadir su responsabilidad comunicacional. Su rol exige disciplina, transparencia y coordinación para proteger la imagen institucional y la reputación de sus directivos; teniendo en cuenta lo anterior, debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Improvisar declaraciones**

- Hablar sin coordinación previa con el Comité de Crisis o la OAC.
- Emitir mensajes sin verificar la información o sin conocer la postura oficial.

- **Negar, ocultar o mentir**

- Minimizar la gravedad de la crisis o negar hechos comprobados.
- Ocultar información relevante que luego pueda salir a la luz.
- Dar versiones falsas o contradictorias que afecten la credibilidad institucional.

- **Asignar culpas sin evidencia**

- Culpar a funcionarios, contratistas o ciudadanos sin pruebas claras.
- Adoptar un tono defensivo o de confrontación que genere rechazo público.

- **Transmitir nerviosismo o inseguridad**

- Titubear, usar lenguaje ambiguo o mostrar desconocimiento de los hechos.
- Denotar que no está preparado o que no domina el tema.

- **Emitir creencias personales u opiniones subjetivas**

- Defender a directivos o funcionarios desde lo emocional en lugar de lo institucional.
- Hacer juicios de valor que puedan comprometer la imagen del IDRD.

- **Evadir a los medios o a la ciudadanía**
 - Negarse a responder preguntas legítimas o evitar comparecer públicamente.
 - Ignorar solicitudes de información o dejar espacios vacíos de información que alimenten rumores.
- **Dejar que otros controlen la narrativa**
 - No intervenir ante desinformación publicada en medios o redes sociales.
 - Permitir que voceros no autorizados hablen en nombre del Instituto.
- **Ignorar el entorno digital**
 - No monitorear redes sociales ni responder a crisis reputacionales en tiempo real.
 - Permitir que se viralicen versiones erróneas de información en línea sin respuesta oficial.

3.6 Comunicación y lenguaje incluyente

El IDRD acoge lo dispuesto en el Acuerdo 381 de 2009, documento que promueve el uso del lenguaje incluyente; teniendo en cuenta lo anterior, empleará en sus productos comunicacionales expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos.

3.7 Planes de comunicaciones

3.7.1 Definición

Según los lineamientos establecidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., y de obligatorio cumplimiento por todas las entidades que conforman al Distrito Capital, el plan de comunicaciones es una herramienta que sirve para planificar las acciones y estrategias de comunicación que permitirán, a lo largo del tiempo, el cumplir con el objetivo de dar a conocer a la comunidad la información de las actividades misionales del IDRD.

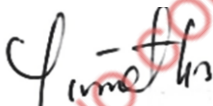
Los planes de comunicaciones se actualizarán o revisarán, eventualmente, al interior de los equipos de trabajo que conforman a la OAC de acuerdo con las necesidades y requerimientos de comunicación en lo referente a eventos y actividades de alto impacto a informar, en concordancia con el Manual de Comunicaciones.

3.8 Medición, retroalimentación y mejora del Proceso Gestión de Comunicaciones

Este Proceso será evaluado anualmente con el fin de comprobar avances, aciertos y detectar errores o mejoras en las acciones en el marco del cumplimiento de los objetivos e impactos

esperados. Para ello se escogerán instrumentos de medición como encuestas, entrevistas, grupos focales, entre otros y de acuerdo con las instrucciones impartidas por el(la) Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

4. APROBACIÓN

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
 ENRIQUE FERNÁNDEZ MONSALVE Contratista Oficina Asesora de comunicaciones	 BLANCA YINETH BEDOYA BULLA Contratista de la Oficina Asesora de Comunicaciones  MARTHA RODRÍGUEZ MARTÍNEZ Jefe Oficina Asesora de Planeación	 NATALIA ISABEL GALLO JARAMILLO Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
		Fecha de Aprobación: 27/11/2025