



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

Protocolo de Comunicaciones



Colombia
Versión I, mayo 2014

Presentación

Una buena reputación es un valioso activo que una organización posee, y se construye a partir de la excelencia en el desempeño de las actividades que desarrolla. El rol transversal de la comunicación contribuye a la divulgación de los avances y logros de la institución entre diferentes sectores de la opinión pública, la comunidad y las contrapartes, fortaleciendo la imagen de la Organización. La comunicación además, al difundir los éxitos y buenas prácticas, propicia un mejor clima organizacional entre colegas a nivel interno.

La comunicación en UNODC juega un papel fundamental no sólo en la difusión de su mandato y actividades desarrolladas, sino también en la construcción de relaciones sólidas con los colaboradores. Asimismo, la confianza de esos colaboradores en la organización se transmite a la relación con otras instituciones tales como entidades gubernamentales, ONG, donantes, etc.

El personal de UNODC representa la labor que la organización lleva a cabo en el país. Por consiguiente, se hace necesario que todo el equipo comunique un mensaje unificado y claro que consolide la imagen de UNODC como un organismo de derecho internacional de cooperación técnica que brinda apoyo a diferentes instituciones y entidades del gobierno colombiano, así como a organizaciones de la sociedad civil.

En aras de promover el uso de un solo lenguaje, el Área de Comunicaciones ha elaborado esta guía que le facilitará a todo el equipo el manejo de un mismo mensaje y le brindará información importante sobre las estrategias de comunicación efectiva a nivel interno y externo.

Este material de consulta abarca temas que van desde el control de situaciones frente a los medios de comunicación, hasta una guía práctica para el correcto uso del logo institucional.

Finalmente, se busca que este manual sea de gran ayuda para el personal en el día a día, para promover aún más el respeto y confianza en el trabajo de UNODC en Colombia y para darle mayor visibilidad a los esfuerzos y logros de la organización.

El Mandato de UNODC

La Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC- trabaja con los Estados y la sociedad civil para prevenir que las drogas y el delito amenacen la seguridad, la paz y las oportunidades de desarrollo de los ciudadanos. Fomentando la actualización de mejores prácticas internacionales, los aportes consisten en:

- Generar conocimiento sobre la naturaleza, el alcance y las tendencias de la problemática de las drogas y el delito.
- Apoyar la implementación de las convenciones internacionales sobre la materia.
- Orientar políticas y estrategias nacionales de lucha contra las drogas y el delito.
- Desarrollar capacidades nacionales para enfrentar y prevenir la producción, el tráfico, el abuso de drogas y otras manifestaciones del crimen organizado.

Estrategia de comunicaciones

Tiene como objetivo principal contribuir al posicionamiento y recordación de UNODC mediante la difusión de su mandato, principios, valores y logros en sus diferentes áreas y proyectos. Asimismo, resaltar su compromiso con el desarrollo del país visibilizando el trabajo conjunto con el Gobierno Nacional, la sociedad civil y sus diferentes contrapartes.

Otros objetivos de la estrategia son:

- Informar de manera interesante, clara y precisa a la opinión pública nacional e internacional sobre actividades ejecutadas y logros alcanzados.
- Elaborar y distribuir de forma pertinente material de apoyo como impresos, boletines virtuales, etc.
- Implementar una estrategia de comunicación interna que contribuya a mantener un clima laboral agradable que aporte al desarrollo profesional y personal del equipo de trabajo.

El papel del Área de Comunicaciones en UNODC

Esta área de apoyo se convierte en el soporte para hacer visibles las acciones misionales de UNODC. En este sentido, los medios o plataformas para la divulgación (página web, comunicados de prensa, entre otros) son las herramientas para que los diferentes públicos objetivo (Gobierno, sociedad civil, agencias del Sistema de Naciones Unidas, contrapartes, opinión pública) tengan información de primera mano sobre las actividades de la organización.

Asimismo, el área posibilita dar visibilidad a las acciones puntuales desarrolladas por las diferentes áreas temáticas de UNODC: Desarrollo Alternativo, PROJUST, Reducción del Consumo y SIMCI, desde un lenguaje unificado y común.

La comunicación, es uno de los medios para posicionar ante la sociedad en general a la organización a partir de la visibilización de sus resultados.

Para lograr este objetivo cada una de las personas vinculadas a UNODC deberá tener presente los siguientes aspectos:

- Contar con el apoyo directo del Área de Comunicaciones en lo relacionado en términos de opinión pública, con temas de divulgación, es decir, documentos, artículos, u opiniones en nombre de la organización.
- Durante el trabajo con las contrapartes es necesario asegurarse de generar visibilidad de las entidades involucradas sin perder el posicionamiento de UNODC desde su mandato.
- Las piezas de comunicación de la organización deben contar con la aprobación del Área de Comunicaciones antes de su producción y divulgación.



Comunicación Externa

UNODC por medio de la comunicación externa posibilita mantener informados a los diferentes públicos de interés, con el propósito de divulgar su mandato y mostrar los avances de sus actividades.

Sin embargo, ésta no es una función exclusiva del Área de Comunicaciones ya que todo el personal de UNODC, a través de su forma de actuar en público, envía mensajes, favorables o desfavorables, que inciden en la imagen de la organización. En resumen, todos sus miembros son responsables, con sus actitudes, de la reputación de UNODC

Vocería

Está a cargo del Representante de UNODC o la persona a quien él designe para esta tarea. Asimismo, el portavoz o vocero debe ser el único miembro que hable sobre temas sensibles de la organización.

¿Qué hacer cuando un medio de comunicación solicita información?

- Si un medio de comunicación solicita información relacionada con las actividades o temáticas de la organización, se debe realizar un acompañamiento permanente desde el Área de Comunicaciones, quien se encargará de buscar la mejor fuente de información y la manera de suministrarla.
- Mantener una actitud amable y segura y no responder a la presión.
- Abstenerse de suministrar información o puntos de vista personales sobre el tema en cuestión. Cualquier opinión que se exponga al periodista puede ser utilizada como material para el reportaje.

Si usted es designado por el Representante como vocero, tenga en cuenta

- Hablar sólo de su ámbito de competencia y responsabilidad.
- Dar a conocer el hecho, nunca opiniones o comentarios acerca de algún tema.
- Dejar los temas sensibles exclusivamente al Representante o al vocero preparado y designado para hablar al respecto.

Otros casos

Si usted es cofenrencista en un evento, puede responder preguntas a los medios de comunicación sobre el tema que está desarrollando. Para ello tenga en cuenta las recomendaciones de apartado anterior.

Recuerde también

- Nunca mentir.
- Jamás responder: “sin comentarios”.
- No improvisar, no especular ni adivinar.
- No tratar de hacer que un comentario se considere extra oficial después de hacerlo.
- No dar noticias ni hacer anuncios sin preparar un mecanismo de divulgación con el Área de Comunicaciones.

Apoyo del personal a la imagen de UNODC

El personal tiene el compromiso de garantizar la buena imagen de la organización en todo momento. Para el logro de este objetivo se debe tener en cuenta:

- Representar el mandato de la organización. Al interactuar con las contrapartes y públicos de interés durante el desempeño de sus funciones como miembro de UNODC, se está representando a la organización y no las convicciones personales.
- Seguir normas de conducta acordes con los valores de UNODC al portar prendas de vestir oficiales con el logo tales como chalecos, gorras, entre otros artículos.
- Mantener al tanto al Área de Comunicaciones de las actividades que se adelantan y que son de interés público.
- Constatar que en todos los eventos públicos se utilice adecuadamente la imagen de la organización conforme a lo establecido en la sección de Imagen Corporativa, incluida en este Protocolo de Comunicaciones.
- Garantizar que los aliados estratégicos y las entidades que en algún momento sean ejecutores de los proyectos de UNODC, cumplan a cabalidad los estándares de imagen corporativa.
- Asegurar que cualquier pieza de comunicación que se utilice esté previamente aprobada por el Área de Comunicaciones.

El sitio en Internet

Es un canal esencial de comunicación para la divulgación de la actualidad, actividades y mandato de UNODC al público general. Todos los cambios y ajustes a los contenidos Web deben ser revisados y publicados por el Área de Comunicaciones.

Se debe tener en cuenta:

- Los contenidos enviados al Área de Comunicaciones serán revisados en su forma y estilo.
- Cada área contará con un punto focal para suministrar información al Área de Comunicaciones.
- Los ajustes técnicos del sitio en Internet están a cargo del Área de Sistemas de UNODC.



Comunicación Interna

La comunicación entre los miembros de la organización es fundamental para el buen desarrollo de las labores cotidianas. Son considerados personal interno de UNODC, para este protocolo, funcionarios (fix term), contratistas (SC).

Las principales herramientas de comunicación interna en UNODC son: la Intranet, el correo institucional, las publicaciones internas y el boletín virtual Somos Uno.

La importancia de la Comunicación Interna

A través de la comunicación interna se busca fortalecer la interacción entre los miembros del equipo UNODC a nivel central y en las oficinas regionales con el fin de propiciar una cultura organizacional dinámica e informada.

En UNODC la comunicación interna está orientada a:

- Apoyar en la difusión de las actividades y campañas de las diferentes Áreas de la Organización.
- Apoyar eventos internos y actividades de integración, entre otros.

Medios de Comunicación Interna

Correo electrónico institucional

Es una herramienta que se brinda a los usuarios para que realicen todos sus procesos de comunicación interna y externa referentes a sus tareas y labores dentro de la organización. Por consiguiente, se deben tener en cuenta las siguientes prácticas:

- Evitar participar en el reenvío de correo no solicitado (cadenas de mensajes, rumores, publicidad, etc.).
- No utilizar el correo corporativo para la inscripción en listas de correo, rifas, etc.
- Respetar la privacidad de los mensajes y el destinatario. No reenvíe mensajes destinados a usted sin el permiso del remitente.
- No envíe archivos anexos de gran tamaño, si le es posible compartirlos por red.

Mailing list

Es una lista de distribución preconfigurada en el directorio del servidor de correo de UNODC, la cual contiene todos los usuarios activos de UNODC Colombia. Adicionalmente existe una mailing list para cada oficina de país, así como otras para todos los usuarios de la organización en todo el mundo y para grupos específicos a nivel global.

Para darle un correcto uso a esta herramienta se recomienda:

- Utilizarla sólo para asuntos de interés general de todos los usuarios. Si el mensaje va dirigido a un grupo específico, es aconsejable crear una lista con los usuarios a quienes quiere enviar el correo.
- No usarla para asuntos personales. Es para fines estrictamente informativos y relacionados con UNODC.
- Al momento de responder un correo enviado a través de la mailing list, asegurarse de seleccionar los destinatarios a los que desee responder, ya sea a todos los usuarios de la lista o sólo a personas específicas.

Intranet

Esta herramienta interna tiene como propósito brindar al personal de UNODC:

- Información sobre actualidad y actividades de la organización.
- Un directorio interno con datos de contacto de los miembros de la organización.
- Una serie de documentos que facilitan el trabajo en la oficina tales como manuales, formatos, plantillas, circulares, entre otros.

Boletín virtual Somos Uno

Esta publicación de entrega quincenal vía correo electrónico recopila la actualidad de UNODC en temas que van desde el registro de las actividades de la organización a nivel nacional y regional, hasta información para el bienestar del equipo.

Plasma

Es una pantalla de gran formato localizada en el primer piso de la oficina principal de UNODC frente al ascensor. En este medio se publica semanalmente información y registro fotográfico de las actividades y proyectos recientes de la Oficina.

Ascensor

Es una pieza comunicativa ubicada en el ascensor de la sede principal de UNODC donde cada semana se publica una noticia destacada de la oficina.

Campañas internas

Estas actividades tienen como objetivo sensibilizar al personal en temas relacionados con comportamientos y valores sobre diversos temas (cuidado de los equipos de trabajo, horario flexible, etc.), los cuales aportan un mejor clima organizacional.

Servicios de Comunicaciones a nivel interno

El Área de Comunicaciones brinda apoyo en los siguientes aspectos:

- Diseño conceptual e implementación tanto de estrategias de comunicación como de campañas que lidere UNODC y sus proyectos.
- Interlocución con otras agencias del Sistema de Naciones Unidas en sus temas de competencia.
- Interacción con medios de comunicación, nacionales e internacionales, para difundir los proyectos de UNODC mediante la redacción y/o edición de comunicados de prensa y relación con los periodistas.
- Apoyo en el diseño de piezas de comunicación gráfica, multimedia y Web, para uso promocional, informativo, virtual y en eventos, de acuerdo a las necesidades de los diferentes proyectos de UNODC.
- Registro fotográfico de eventos en los que la Oficina participe.
- Acompañamiento logístico, manejo de imagen e instalación de piezas gráficas en los eventos de UNODC o en iniciativas de las que participe la Oficina.
- Convocatoria a medios de comunicación para el cubrimiento de los eventos que UNODC lidere.
- Asesoría en protocolo para eventos de UNODC.
- Seguimiento y consolidación de la información de actualidad sobre temas relacionados con el mandato de UNODC en diferentes medios de comunicación nacionales e internacionales.
- La disponibilidad para la prestación de los mencionados servicios y los tiempos de entrega de productos pueden variar de acuerdo al volumen de solicitudes recibidas.



Imagen Corporativa

En el Manual de Imagen Corporativa de UNODC se establecen las normas de aplicación que logran en su conjunto proyectar una imagen institucional sólida.

A continuación se presentan las opciones para el uso correcto de los elementos que componen la identidad visual de UNODC, como el logotipo y sus colores, para ser tenidas en cuenta en eventos y al momento de elaborar cualquier pieza de comunicación visual.

Logo

Está conformado por el emblema y el logotipo (sigla y nombre completo).



Uso

- Siempre debe ser reproducido al 100% (azul UNODC, negro o blanco). No se debe usar otro color diferente.
- Siempre debe utilizarse incluyendo sus tres componentes (emblema, sigla y nombre completo). Es incorrecto el uso de cualquiera de los elementos por separado. Cualquier uso indebido constituye una imagen institucional no representativa que carece de validez.
- No debe usarse como elemento decorativo de fondo. No debe ser modificado o manipulado (escalarsse) de ninguna forma.
- Siempre use el logo como lo envían desde el Área de Comunicaciones de UNODC.
- La resolución debe optimizarse de acuerdo al formato del soporte de manera que el logo y sus componentes no se alteren o pierdan definición.
- Su uso es únicamente de forma horizontal y nunca debe rotarse.
- No debe ser modificado o redibujado.
- Se debe solicitar el archivo con el logo al Área de Comunicaciones.
- El uso de sellos o elementos mecánicos que plasmen la imagen institucional de UNODC deben ser autorizados expresamente por el Representante.

Espaciado

Se debe respetar un espacio de protección, alrededor del logo.

En el ejemplo, x representa ese espacio de protección. x es igual a la mitad de la altura del emblema.



Colores

El logo de UNODC debe reproducirse en el azul institucional (75 Cyan / 15 Magenta). Esto para reforzar la identidad corporativa.

Dependiendo de las necesidades, se pueden utilizar las versiones en negro y blanco. Sin embargo, el área de imagen del logo y del logotipo siempre debe tener alto contraste en relación con el color del fondo utilizado.



UNODC tiene versiones específicas del logo en azul, negro y blanco.

Tamaño

- Asegúrese de que todos los elementos del logo sean claramente legibles en todo momento.
- En cualquier caso, el tamaño del logo no debe ser menor de 65 mm de longitud.
- El logo de UNODC debe tener igual relevancia cuando sea usado en conjunto con logos de otras organizaciones, instituciones o empresas.
- El logo de UNODC debe estar claramente separado y/o diferenciado de otros logos y nombres de empresas.

Inadecuada utilización del logo

No se debe alterar ni la composición del logo de UNODC ni la representación de sus componentes. Algunos ejemplos de modificaciones inaceptables y usos incorrectos del logo de UNODC se muestran a continuación.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

No superponga el logo de UNODC sobre una imagen que oscurezca el logo o que dificulte su legibilidad y/o identificación.



No re-diseñe o añada elementos al logo. Por ejemplo, nombre de región o país.



No lo distorsione.



A partir de 2009 sólo se utiliza la versión actual.



Material impreso

Para el diseño de piezas impresas como escarapelas, certificados de asistencia, habladores, entre otras, se utilizará un solo formato aprobado por las partes para los eventos que lo requieran. Este formato deberá guardar el mismo orden de los logos.

En las piezas impresas el logo de UNODC debe estar ubicado en el costado superior izquierdo. Sólo si la contraparte lo requiere podría cambiar de posición al costado derecho.

El diseño de estas piezas debe contar con la aprobación del Área de Comunicaciones antes de realizar los artes finales para impresión.

Publicaciones

Todo tipo de material informativo, tanto en su contenido como en diseño y diagramación, debe contar con la aprobación del Área de Comunicaciones antes de la publicación de su versión final.

Prendas de vestir

Las prendas de vestir que sólo incluyan el logo de UNODC deben portarse únicamente por el personal de la oficina.

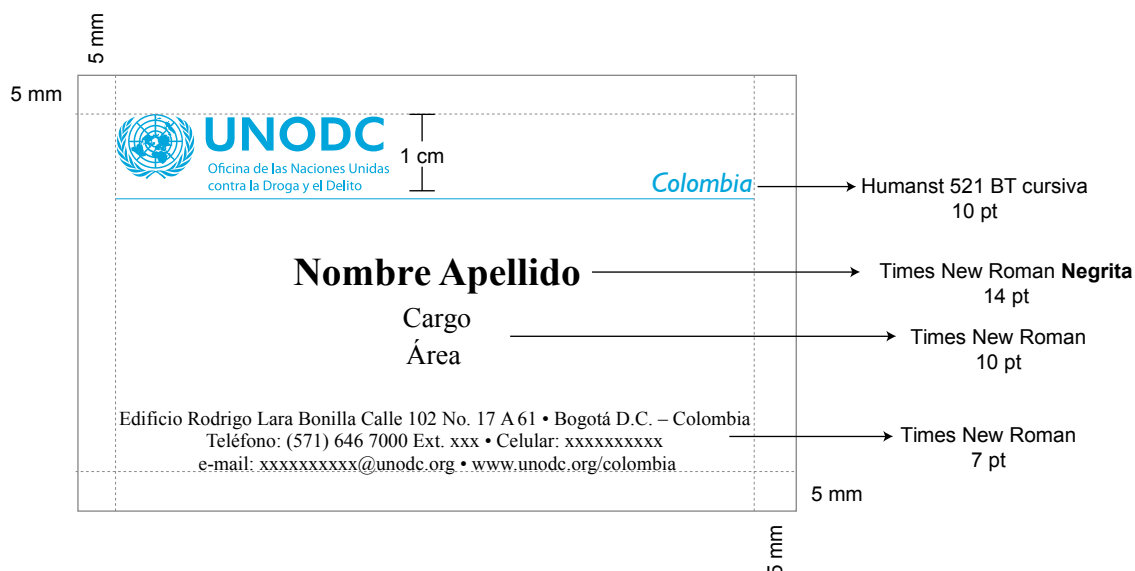
En el caso de la selección del color azul UNODC en telas y materiales para la confección de camisetas, chalecos, gorras, etc., se deben solicitar muestras físicas a los proveedores para la elección del tono más parecido al azul institucional.

Papelería, firma personal y otros

En la Intranet todos los miembros de UNODC tienen acceso a modelos de firma electrónica, papel membrete, plantillas de cartas, presentaciones PowerPoint en español e inglés, entre otros recursos comunicacionales de interés.

Tarjeta de presentación

Las tarjetas de presentación las solicita cada Jefe de Área al Representante, quien aprueba o no su elaboración.



Sitios de Internet

Son una herramienta básica para la comunicación efectiva con determinados públicos; sin embargo, la creación de páginas Web sólo para un proyecto no es siempre necesaria puesto que la información puede estar disponible a través del sitio de UNODC o de la contraparte.

Cuando un proyecto está concebido para tener larga vida y va a generar un alto volumen de material de importancia que puede ser divulgado y promocionado en un sitio de internet (fotografías de evolución de las actividades de un proyecto, entrevistas, material de prensa, convocatorias, etc.), entonces se puede acordar dentro del plan de comunicación, diseñar un sitio de internet independiente. Debe ser administrado de forma correcta y oportuna por una persona o equipo responsable de actualizar la información y responder a comentarios (si aplica).

Los sitios de internet deben ser creados en estrecha cooperación con UNODC y las organizaciones involucradas con el fin de mantener la unidad en la información, mantenimiento y actualización. El Área de Comunicaciones brinda asesoría sobre la pertinencia de una acción a través de un sitio de internet y/o redes sociales.

Artículos promocionales

Estos materiales de apoyo y promoción, para su distribución, deben estar vinculados a las iniciativas de comunicación e información en el marco de una actividad o proyecto. El diseño de todo tipo de material promocional (camisetas, camisas, gorras, lapiceros, libretas, tazas, etc.) debe ser previamente aprobado por el Área de Comunicaciones antes de su producción. El material promocional producido debe incluir claramente el logotipo de UNODC.



El Emblema de Naciones Unidas



El uso del Emblema, nombre y siglas del nombre de Naciones Unidas está reservado para fines oficiales de la Organización de las Naciones Unidas.

El Emblema podrá ser usado para propósitos educativos e informativos por los Programas, las Oficinas, los Fondos y las Agencias de la ONU.

Para mayor información sobre usos y restricciones del logo de Naciones Unidas, descargue esta guía práctica [aquí](#)

Nota: En el caso de UNODC el emblema hace parte integral del logo.

Eventos y protocolo

Normas básicas a seguir para asumir apropiadamente el rol que corresponde según los eventos y situaciones que a continuación se describen.

En caso de requerir mayor información y/o asesoría en este tema, póngase en contacto con el Área de Comunicaciones.

- **La exposición del nombre**

UNODC debe ser nombrada en eventos oficiales, discursos, comunicados, entre otros, como un organismo internacional de cooperación técnica que brinda apoyo a diferentes instituciones y entidades del gobierno colombiano, así como a organizaciones de la sociedad civil.

- **Precedencia o saludo protocolario**

Este saludo varía según la locación en donde se está realizando el evento, debido a que el anfitrión da la bienvenida a las principales contrapartes y asistentes al evento, teniendo en cuenta el orden de precedencia manifestado en el manual de protocolo de la Presidencia de la República.

Puede descargarlo en este [enlace](#)

- **Discursos**

Con respecto a las intervenciones, el anfitrión del evento pronunciará su discurso en primer lugar, cerrando el invitado de honor, si lo hubiera. Las intervenciones seguirán el orden protocolario establecido, de menor a mayor rango.

- **La bandera de Naciones Unidas**

Con el fin de posicionar la imagen de la Organización, la bandera de Naciones Unidas debe estar presente, en la medida de lo posible, en todos los eventos en los que UNODC participe.

En el caso de la ubicación de banderas en los eventos, la bandera nacional siempre debe ocupar el lugar de mayor honor, es decir, el de máxima preeminencia. El resto de las banderas se ubican de mayor a menor importancia.

Es decir, en el centro la bandera de Colombia y a continuación el resto de banderas alternando las posiciones derecha e izquierda (partiendo de su derechavista de frente al auditorio).



Protocolos de comunicación conjuntos

UNODC, a través de su Área de Comunicaciones y sus contrapartes, tienen la opción de crear protocolos de comunicación conjuntos con el fin de definir en un documento las pautas a seguir en el manejo de imagen para cada iniciativa realizada en asocio.

Ambas partes deben establecer los términos en materia de comunicaciones, donde se contemplen temas como la imagen corporativa, el estilo de redacción y la visibilidad de cada parte. Asimismo, se debe especificar la vigencia y el alcance de la estrategia de comunicación.



Mayor información
Área de Comunicaciones UNODC
comunicaciones.co@unodc.org
Teléfono: 646-7000 ext.: 234