Somos trasparentes y le cumplimos a Colombia

Cumplir y ser transparentes; deben ser actos inherentes a toda práctica democrática, pues estos, dan muestra de ética y de los más altos valores.

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN RENDICIÓN DE CUENTAS: “LE CUMPLIMOS A COLOMBIA” CÁMARA DE REPRESENTANTES JULIO 2020-JULIO 2021.**

**INTRODUCCIÓN**

Reconociendo el derecho a la información pública que tiene la ciudadanía y la obligación de una gestión transparente de cara a la sociedad por parte de las entidades que administran recursos del Estado, se hace necesario el diseño de una estrategia para comunicar el accionar de la Corporación.

La estrategia de comunicaciones para una rendición de cuentas de la Cámara de Representantes, debe caracterizarse por una contundente y amplia exposición mediática de todos los recursos institucionales a disposición: Canal Congreso, productos de televisión, redes sociales, revista, comunicados, comunicación relacional con otras entidades y medios de comunicación.

Siempre tener en cuenta la misión, visión y los valores institucionales, se plantea una estrategia comunicativa alineada con la naturaleza de la Corporación.

**OBJETIVO GENERAL**

Realizar una Rendición de Cuentas institucional, con todos los recursos mediáticos a disposición.

**Objetivos específicos.**

* Tener una cobertura amplia y sucesiva desde los medios de comunicación propios y externos.
* Lograr la atención e informar a los públicos internos y externos de la Cámara de Representantes, con los medios disponibles.
* Lograr impacto generando institucionalidad.
* Mostrar orden, claridad y pulcritud, en el desarrollo del evento de rendición de cuentas.

**Frentes de apoyo comunicacional**

* Canal Congreso
* Noticiero de la Cámara
* Revista Poder Legislativo
* Página Web
* Programa Radial
* Carteleras digitales
* Redes sociales.

**Estrategia**

**La Rendición de Cuentas tendrá un nuevo que la identifique y diferencie de otros ejercicios anteriores, se sugiere: “Le cumplimos a Colombia”**

**La rendición de cuentas de acuerdo a la presente estrategia, debe estar enmarcada en un alto nivel de exposición mediática, sin antecedentes en la Corporación**

Se proponen las siguientes actividades estratégicas:

1. Web temática, el día de la rendición de cuentas, todo el contenido de la página web se colgarán contenidos únicamente dedicados a este evento.
2. Videos recopilatorios de los momentos más importantes del año legislativo, que contengan aprobación de reformas, proyectos, debates, entre otros, para rotarlos a manera de cápsulas informativas en el Canal Congreso, al menos cada hora.
3. Análisis periodístico, realizar un especial con los presentadores y periodistas de mayor experiencia de la Corporación, con una duración de una hora y programarlo en un horario de gran audiencia en el Canal Congreso.
4. Impulsar vallas digitales con mensajes alusivos a la rendición de cuentas y que sean movidos por nuestras redes sociales y también la de los representantes, para la más amplia difusión.
5. Entrevistas a ciudadanos, su percepción de aquellas leyes de mayor impacto social, ejemplo: gratuidad de las vacunas. Rotar en cápsulas a través del Canal Congreso.
6. Infografías animadas de la rendición de cuentas, que contribuirán a un mecanismo novedoso para la estrategia.
7. Establecer un ranking de los 10 mejores proyectos de ley. Ayudará a la recordación ciudadana.
8. Galería fotográfica. Será otra herramienta llamativa desde el punto vista visual, de los mejores eventos, plenarias, entre otros.
9. Terminar como se comenzó. Recordemos que antes de su posesión el presidente de la Cámara Germán Blanco recibió la bendición de sus padres, sería interesante hacer un ejercicio similar, como mensaje simbólico y familiar, tras el deber cumplido. Convertirlo en crónica periodística.

**Tareas previas**

* Mapeo de públicos.
* Comunicación interna (no debe estar supeditada al flujo de información estadístico de cada área, sino a la integralidad, interacción, socialización y comprensión de todas las áreas).
* Comunicación externa (Relacionar y facilitar información a medios propios y externos, diseñar espacios que promuevan esta Rendición de Cuentas.
* Página web.
* Videos institucionales (promoción de informe de gestión de la Rendición de Cuentas).
* Canal tv (engranar la programación y generar espacios diferentes al noticiero de la Cámara donde se promueva y se explique la Rendición de Cuentas).
* Radio (promover notas periodísticas entorno a la Rendición de Cuentas).
* Free press.
* Streaming.
* Interacción entra la ciudadanía y el proceso de rendición de cuentas.
* Utilización de las redes sociales como soporte de la estrategia de interacción con la ciudadanía.

**Evento central**

El acto central de la rendición de cuentas, debe contar con la invitación de miembros de los organismos de control, quienes serán convocados por la Presidencia de la Cámara de Representantes y estará precedido de una campaña de expectativa durante un mes que involucrará los medios de difusión con que cuenta la Corporación.

La campaña de expectativa estará centrada en las diferentes redes sociales, información que será replicada en los demás medios de comunicación de la Entidad.

El fundamento es adelantar una campaña de cultura política, a través de videoclips que tendrán una duración máxima de dos minutos tomando como insumo actividad legislativa que desarrollen las Comisiones Constitucionales y Legales.

La idea es hacer un video por Comisión, es decir, 7 en total, que serán promocionados durante el mes de expectativa, para que la comunidad conozca las funciones y naturaleza de cada una de ellas. “En lo posible, se buscará la participación ciudadana, para evidenciar la interacción comunidad – entidad, objetivo central de la rendición de cuentas”.

Como segunda estrategia, se grabarán comerciales de los diferentes Representantes a la Cámara, invitando a la ciudadanía a conectarse a la audiencias pública de rendición de cuentas, a comunicarse con la Entidad a través de los canales de comunicación habilitados para tal fin y en general, hacer seguimiento de la actividad legislativa que cada uno de ellos desarrolla, a través de la página Web y las redes sociales.

Las estrategias se aplicarán también con la Dirección Administrativa, teniendo como criterio rector poner en evidencia como los gastos e inversiones en que incurrió la administración, fueron indispensables para el cumplimiento de la actividad misional de la Corporación e hicieron posible el encuentro de la comunidad con sus elegidos y permitieron el desarrollo de la labor legislativa y el fortalecimiento de la democracia.

Las preguntas, quejas, reclamos y sugerencias más solicitadas por la comunidad a través de la Oficina de atención al ciudadano, se tendrán en cuenta y resueltas en el evento de rendición de cuentas final.

Para todas las estrategias promocionales, se hará, en lo posible, traducción en lenguaje de señas.

**Campaña de expectativa**

* Treinta (30) días previos, se promocionará el evento a través de comerciales televisión que serán emitidos en la parrilla del Canal del Congreso y en el noticiero de televisión, además de comerciales radiales, en el programa institucional de sábados y domingos.
* Comerciales dirigidos a plataformas digitales, con graficación, video y audio, con contenido de expectativa del evento.
* Comerciales instructivos para la participación presencial del evento.
* Los textos irán en el siguiente sentido:

“Le cumplimos a Colombia” Rendición de Cuentas Cámara de Representantes 2020 - 2021