

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE Instituto Distrital de Patrimonio Cultural</p>	Proceso	Gestión de Comunicaciones	Código	DE-GC-01
	Nombre del Documento	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS	Versión	2
			Página	1 de 18

## Contenido

Introducción .....	3
Objetivo de la Política .....	4
Objetivos específicos de la Política .....	4
Modo de operación del equipo humano de comunicación y contenidos del IDPC .....	5
Planes estratégicos de comunicación y contenidos .....	6
Conformación del equipo de Comunicación y Contenidos del IDPC .....	6
Procedimiento de comunicación informativa interna .....	7
Canales de comunicación Interna .....	7
Procedimiento de comunicación informativa externa.....	7
Canales de Comunicación Externa .....	8
Normatividad aplicada .....	9
Uso de la Imagen corporativa .....	12
Orientación para la elaboración de piezas comunicativas.....	13
Para la elaboración de piezas audiovisuales .....	13
Para la elaboración de impresos .....	13
Para la elaboración de cuñas .....	14
Para la elaboración de avisos de prensa.....	14
Para la transmisión de eventos por el canal Institucional .....	14
Para el manejo de Bases de Datos .....	14
Instructivo de manejo de medios internos .....	14
Instructivo para el manejo de la página web y la intranet .....	14
Contenidos noticiosos .....	14
Contenidos de documentación y consulta .....	15
Uso y alcance de los contenidos de la página Web .....	15
Manejo de herramientas multimedia .....	15
Manejo de Redes Sociales .....	15

Medición de la política de comunicación y contenidos.....	16
ANEXO MANUAL DEL VOCERO.....	16

## Introducción

El Proceso de Gestión de Comunicaciones busca definir los procedimientos de comunicación, divulgación y producción de contenidos del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural - IDPC, de manera eficiente y veraz, para alcanzar los mayores impactos en los resultados de la gestión de la entidad, así como su visibilización ante la opinión pública y la ciudadanía en general. Este documento hace parte integral Proceso Gestión de Comunicaciones y define los lineamientos que orientan las acciones sobre esta materia, buscando además garantizar la integridad y coherencia en la comunicación de los mensajes y contenidos que de la entidad se transmiten.

Estos parámetros además de ser de referentes para el planteamiento de acciones de comunicación, divulgación y generación de contenidos, plantean además las estrategias para fortalecer los medios de comunicación institucionales, en alineación con los objetivos de la entidad y los parámetros de acción del IDPC. Asimismo, nutre la interacción de los miembros de la organización de una forma dinámica, teniendo como referencia central la ciudadanía.

Para ello es pertinente aclarar las nociones que el Instituto maneja sobre el Patrimonio Cultural, que tienen directa relación con la noción definida en la Ley General de Cultura 397 de 1997, sobre la (...) **Integración del Patrimonio Cultural de la Nación**. *El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y cróeles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico*".

De esta forma el Instituto trabaja sobre todos los aspectos que integran el Patrimonio Cultural del Distrito Capital, representado en bienes y manifestaciones culturales con valores distintivos y representativos para los habitantes de Bogotá expresados en distintas tipologías de Patrimonio, frente a las que, la entidad orienta y ejerce acciones de valoración, conservación, protección, gestión, recuperación y divulgación. Este trabajo se realiza, así:

- El Patrimonio Material, integrado por el patrimonio *Mueble* que comprende objetos y colecciones y el *Inmueble*: lo constituyen edificaciones y sectores urbanos.
- El Patrimonio inmaterial, conformado por la *Manifestaciones* de carácter cultural tales como prácticas, usos, expresiones, técnicas, espacios culturales y conocimientos.
- El Patrimonio *Natural*, representado en el territorio, los cerros orientales, la sabana y los cuerpos de agua, entre otros.

Esta Política entonces, tiene como punto de partida el trabajo que el IDPC adelanta por el patrimonio de Bogotá y de los derechos patrimoniales y culturales de sus

habitantes. Para ello, este documento determina prácticas adecuadas para el desarrollo de los contenidos comunicativos de la entidad y su divulgación, en alineación con los objetivos misionales de la entidad y permite a los funcionarios y contratistas del Instituto, conocer las directrices, en materia de comunicación informativa interna y externa para garantizar que el proceso de desarrolle de manera eficiente, efectiva y eficaz, con respeto por la diversidad y con un lenguaje incluyente.

Así mismo, cabe señalar que la Política guarda coherencia con los valores propios y fundamentales de la entidad como son la solidaridad, la equidad, el respeto, la vocación de servicios, la probidad, el trabajo en equipo y la responsabilidad; al igual que invoca los principios rectores de la gestión ética institucional: la participación, la integralidad y la transversalidad.

En ese sentido la comunicación de los mensajes del IDPC estarán sustentados en la plataforma estratégica de la entidad y sus resultados de la medición del cumplimiento. Se tendrán en cuenta además las metas institucionales, los resultados de los diagnósticos institucionales existentes, la Gestión del Riesgo Institucional, los informes de entes de control y los informes del avance de implementación del Sistema Integrado de Gestión.

Estos servirán de insumos para identificar los actores más relacionados a la comunicación dentro de la institución, analizar las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución y evaluar las diversas situaciones de comunicación como son los espacios y los momentos comunicacionales para definir los mensajes que produce la institución en su contenido y forma.

Esta Política deberá ser socializada al interior de la Institución, con el propósito de promover escenarios de reflexión sobre la importancia del proceso de Gestión de la comunicación y el cumplimiento de los lineamientos que acá se definen. Su consulta es indispensable para entender la forma como se manejan los canales de difusión del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural tales como, la intranet, la página web, las redes sociales, el manejo de medios de comunicación, así como los procedimientos que se deben seguir para elaborar diferentes contenidos, como comunicados de prensa, boletines virtuales, videos, podcast, audios, programas de televisión y documentales, entre otros.

## **Objetivo de la Política**

Informar a los diferentes públicos de interés tanto internos como externos a través de diferentes canales y medios de comunicación, las acciones y resultados de los procesos propios de la misionalidad de la entidad, tales como la ejecución de políticas, planes y proyectos, buscando generar sentido de pertenencia y corresponsabilidad para la sostenibilidad de los mismos.

## **Objetivos específicos de la Política**

1. Difundir y comunicar de manera clara y contundente el enfoque de la entidad, sus objetivos principales, su misión y visión, y los resultados de su gestión.
2. Posicionar la entidad ante la opinión pública.

3. Fortalecer los procesos de comunicación que se dan al interior de la entidad con el fin de potenciar la gestión administrativa y misional.
4. Estimular la participación y el reconocimiento de la ciudadanía en general, a través de la información, garantizando la transparencia y generando confianza en la Institución. Este objetivo se alinea [MN-AU-01 Manual de Atención a la Ciudadanía](#)
5. Garantizar que la comunicación sea veraz, eficaz, efectiva y oportuna.
6. Fomentar el sentido de pertenencia y reconocimiento institucional por parte de los servidores públicos, los diferentes canales de comunicación y los públicos de interés.

- **Usos y alcances**

Se debe aplicar en discursos, entrevistas, cartas, planes, programas, proyectos, presentaciones, comunicados de prensa, materiales promocionales, entre otros. Todos los voceros autorizados de la entidad deben conocer el mensaje del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y aplicarlo en sus diferentes intervenciones.

- **Usos y alcances del mensaje del IDPC**

Se comunicará el impacto cuantificado de las acciones lideradas por el IDPC, donde además de registrar la agenda de la institución, se muestren los resultados de los programas y sus avances. Se recomienda el trabajo conjunto y constante con las diferentes áreas y las Subdirecciones para que la difusión de las acciones del Instituto sea constante en los diferentes ámbitos de su accionar. Todos los voceros deben hablar en cifras y resultados concretos.

## **Modo de operación del equipo humano de comunicación y contenidos del IDPC**

Para lograr los objetivos planteados en esta política, se ha consolidado un equipo multidisciplinario, que cuenta con realizadores, periodistas, webmaster, diseñadores, fotógrafos, para comunicar, divulgar, crear contenidos y desarrollar acciones a través de distintos medios.

Como parte integral del ciclo “Planear – Hacer – Verificar – Actuar”, este equipo realiza la evaluación en los flujos y recursos comunicacionales de la institución, la efectividad de los medios usados, los niveles de recepción y entendimiento de la información por parte de la población objetivo, para identificar las necesidades de información que debe ser comunicada.

Este equipo lidera la construcción de los mensajes y supervisa la producción de contenidos informativos del IDPC, en todos los formatos multimedia, audio-visuales gráficos y escritos.

El equipo de Comunicación y Contenidos del IDPC compila la información con las distintas dependencias a través de una Orden de trabajo - OT, donde se consigna la información básica sobre la actividad, evento, proceso, proyecto o tarea, sobre la cual se busca generar el contenido y su divulgación. Así mismo, para cada actividad de la Entidad que requiera un desarrollo comunicativo habrá un *Plan de comunicación y contenidos*, donde se definen el tipo de piezas, los canales y la forma como se hará la aproximación a los distintos medios.

Dependiendo del tema a divulgar y de acuerdo con el Plan mencionado, los profesionales del equipo se encargarán de elaborar las piezas (textos, fotografías, audios y videos) para su divulgación y realizarán el seguimiento al recorrido que las mismas tengan, tanto para la Comunicación Interna como para la Comunicación Externa. En caso de que el tema amerite hacer una agenda de medios con el Director, un periodista del grupo de contenidos, lo acompañará.

Los contenidos producidos además de ser divulgados en medios externos, alimentarán los propios canales de difusión como página web y cuentas de redes sociales del Instituto (facebook, twitter, instagram, snapchat, youtube y otros por conocer)

El propósito de generar contenidos propios permite que el IDPC, se inserte en dinámica de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

## **Planes de comunicación y contenidos**

Un Plan de comunicación y contenidos , se formula para cada actividad teniendo presente el impacto que ésta tendrá en la ciudadanía, para lo cual definen las coordenadas fundamentales referidas a las necesidades de comunicación, el tipo de contenidos a desarrollar, las plataformas y los distintos medios con los que se va a trabajar la interacción con los diversos públicos.

La frecuencia de estos planes depende de las necesidades que tenga la entidad para comunicar sus actividades.

El seguimiento a la implementación de estos planes se realizará de acuerdo con lo definido en los procedimientos de comunicación interna y comunicación externa que hacen parte integral del Proceso de Gestión de Comunicaciones.

## **Conformación del equipo de Contenidos y Comunicación del IDPC**

### **Coordinador**

Lidera las estrategias del grupo, de acuerdo a las prioridades del IDPC.

### **Jefe de prensa-Asesor**

Acompañar el diseño y ejecución de las estrategias de comunicación y coordinar las acciones del grupo.

### **Staff de periodistas**

Encargados de la producción de contenidos informativos de las áreas, investigación de temas especiales, seguimiento en medios (free press) Cada periodista tiene a su cargo varias áreas del IDPC.

### **Web Master**

A cargo de la administración de todos los contenidos en internet como son la actualización permanente de la Página web con todos sus micro-sitios, y los contenidos para redes sociales.

### **Diseñador**

Encargado del diseño de las piezas del IDPC.

**Fotógrafo**

Realiza el registro fotográfico de los eventos del IDPC y se encarga de la actualización de bases de datos y la digitalización del archivo de fotos.

**Realizador**

Elabora las piezas audiovisuales para la divulgación de los planes, programas o acciones del IDPC y elaboración de piezas audiovisuales para alimentar la página web y enviar a medios de comunicación.

## **Procedimiento de comunicación informativa interna**

Este Procedimiento de comunicación va dirigido al público del IDPC y busca motivar a los servidores públicos para generar identidad y sentido de pertenencia. Este procedimiento facilita las herramientas para el buen desempeño del manejo de la información interna y promueve y fortalecer las relaciones entre los servidores públicos del IDPC, de tal manera que refleje el compromiso e innovación en el servicio que se brinda al ciudadano.

El objetivo central es divulgar la gestión de las diferentes áreas de la entidad, a través de un plan estratégico de contenidos y comunicación hacia el interior de la organización, con veracidad, eficiencia, eficacia y oportunidad. Inicia con la definición de necesidades de comunicación, diseño y administración de la comunicación informativa interna, hasta el seguimiento en el desarrollo de las estrategias implementadas.

### **Canales de comunicación Interna**

Los contenidos propios de la comunicación informativa interna circulan a través de los canales de comunicación propios, tales como los que se identifican a continuación.

*Intranet.* Principal medio de comunicación interna a través del cual se canaliza y administra el flujo de información de interés general de la entidad. En este medio se promueven los criterios del Sistema Integrado de Gestión de la entidad y a partir de estos, se difunde información de la dirección, las dependencias, los planes, los proyectos, los procesos, los programas y acciones realizadas.

*Correo electrónico Institucional:* Canal de comunicación que se utiliza para la difusión de mensajes unitarios o masivos dirigidos a nivel interno como externo. (En el caso de contratistas se asignará correo institucional a los que defina cada subdirección) .

*Carteleras:* Medio de comunicación que contribuye a la difusión de información y noticias generales del IDPC y el Distrito, a los servidores públicos.

*Memorando:* Mecanismo de comunicación oficial interna entre Directivos y servidores públicos.

## **Procedimiento de comunicación informativa externa**

Este procedimiento consiste en divulgar la gestión de las diferentes áreas de la entidad, a través de estrategias comunicativas hacia diferentes grupos de interés externos, con veracidad, eficiencia, eficacia y oportunidad coherentes con las necesidades de la organización.

## Canales de Comunicación Externa

Los contenidos propios de la comunicación informativa externa circulan a través de los canales de diversos canales, incluyen propios y externos .

*Página web:* (<http://idpc.gov.co>) Herramienta informativa que se actualiza permanentemente, con información dirigida al público externo para que tengan conocimiento de la ejecución de las políticas públicas , planes , programas, proyectos , trámites y servicios que ofrece la entidad.

*Mail chimp:* Herramienta por medio de la cual se envían correos masivos dirigidos a los periodistas, público objetivo, y ciudadanía en general que asiste a las actividades del IDPC.

*Plataformas digitales:* ISSUE/Youtube/ Vimeo/ Iboox: Son plataformas digitales para albergar contenidos audiovisuales, escritos, de diseño, que permiten a la ciudadanía acceder a las diferentes contenidos que ha realizado el IDPC en el desarrollo de su misión y actividades.

*Página Web:* Medio de comunicación informativo externo del IDPC que se actualiza periódicamente con la información sobre gestión, contenidos, avances y políticas de la entidad

*ISSUU:* Plataforma digital que permite a la ciudadanía acceder a las diferentes publicaciones que ha realizado el IDPC.

*Redes sociales:* Twitter/Snapchat/Instagram/Facebook: Sitios que permiten la comunicación entre sí a personas, instituciones o comunidades con intereses comunes en tiempo real. Facilitan la interacción con el público y la ciudadanía de manera informal y crear una comunidad virtual de acuerdo a la misión de la entidad, visibilizando acciones cotidianas, logros, resultados, eventos y todo tipo de actividades de manera instantánea.

*Boletín Informativo:* Medio de comunicación que se envía físicamente a los diferentes actores sociales (Ciudadanía, institucionalidad, Academia, Sector de la Producción y Organizaciones de la sociedad civil), para informar sobre los programas y proyectos que adelante el IDPC.

*Medios de comunicación masivos:* plataformas informativas de carácter masivo que posibilita ampliar los contenidos de información de forma masiva a la ciudadanía.

*Medios de comunicación comunitaria y alternativa:* El IDPC, mantendrá una relación permanente con los medios de comunicación comunitaria, universitaria, cultural y canales de comunicación no convencional y/o alternativa a los que se tendrán en cuenta en el desarrollo de estrategias y procesos de fortalecimiento en la distribución de la información para la ciudadanía en general.

*Sistema Distrital de Quejas y Soluciones:* Herramienta virtual que se articula con el IDPC, y permite interponer quejas, reclamos, solicitudes de información, consultas, sugerencias , felicitaciones, denuncias por corrupción, con el objeto de qué las entidades Distritales emitan una respuesta oportuna , o den inicio a una actuación administrativa según sea el caso .

## **Normatividad aplicada**

Acuerdo 257 del 30 de Noviembre de 2006, Art.92 "Transformación de la Corporación La Candelaria en el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural. Transformase la Corporación La Candelaria, la cual en adelante se denominará Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, establecimiento público del orden distrital, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio e independiente, adscrito a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte"

Acuerdo 257 de 2006 , Art. 95, "tiene por objeto, la ejecución de políticas , planes y proyectos para el ejercicio efectivo de los derechos patrimoniales y culturales de los habitantes del Distrito Capital, así como la protección, intervención, investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes de interés cultural del Distrito capital"

En el literal (a) del mismo artículo, una de las principales funciones del Instituto, es la de "Gestionar la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para la protección, intervención , investigación, promoción y divulgación del patrimonio cultural tangible e intangible y de los bienes y servicios de interés cultural del Distrito Capital"

Acuerdo 02 de 2007, Art. 7, literal J"Desarrollar y evaluar, en coordinación con las demás áreas del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, el plan estratégico de comunicaciones, las campañas de divulgación y comunicación sobre los logros institucionales, acontecimientos, eventos y actos que se impulsen en el Instituto, y velar por el correcto uso de la imagen institucional."

Acuerdo 02 de 2007, Art. 7, literal K "Realizar las actividades necesarias para la publicación de los materiales requeridos por el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, en coordinación con cada una de sus dependencias."

Acuerdo 02 de 2007, Art. 7, literal L "Diseñar y programar la página web del Instituto, la producción audiovisual e impresión documental de información sobre el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural y el material de prensa, radio y televisión."

En este contexto, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural enmarca la Política de Comunicaciones en la siguiente normatividad.

Constitución Política de Colombia 1991 Constitución Política de Colombia 1991.  
Artículo 15. Artículo 20 . Artículo 61 . Artículo 73 y Artículo 209

## **Leyes**

Ley 1712 de 2014. "Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones".

Ley Estatutaria 1581 de 2012. (Octubre17) "Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales" y Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 1377 de 2013.

Ley 1341 de 2009 (Julio 30). "Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - TIC , se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras

disposiciones ; Artículos 16 al 18 Cambia el nombre , objetivos , funciones , del ministerio".

Ley 1341 de 2009. "Por la cual se definen principios y conceptos sobre la Sociedad de la Información y la organización de las tecnologías de la Información y las comunicaciones- TIC-, se crea la agencia Nacional de espectros y se dictan otras disposiciones". Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 2693 de 2012.

Ley 1273 del 5 de Enero de 2009. "Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado- denominado " "De la protección, de la información y de los dato". Y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y la Comunicaciones, entre otras disposiciones".

Ley 599 de 2000. "Por la cual se expide el Código Penal" (Artículos referentes a los derechos de Autor y propiedad intelectual"

Articulo 270 Modificado por el art. 14 de la ley 890 de 2004

Articulo 271 Modificado por el art. 2 de la ley 1032 de 2006

Articulo 272 Modificado por el art. 3 de la ley 1032 de 2006

Ley 44 de 1993 "Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 del 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944".

Ley 29 DE 1944 (diciembre 15). "Por la cual se dictan disposiciones sobre prensa. Congreso de Colombia".

Ley 182 de 1995 "Por la cual se reglamenta el serv1c10 de televisión y se formulan políticas para su desarrollo se democratiza el acceso a éste, se conforma la comisión nacional de televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones"

Ley 72 de 1989 (Diciembre 20). "Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de servicios" .

Ley 182 de 1995 (Enero 20). "Reglamenta el serv1c10 de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios , se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones " .

Ley 335 de 1996 (Diciembre 20) "Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones"

Ley 790 de 2002 (Diciembre 27) Artículo 7°. "Número, denominación, orden y precedencia de los Ministerios".

Ley 599 de 2000. Por la cual se expide el Código Penal.

Ley 44 de 1993 (febrero 5). "Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944".

Ley 850 de 2003 (noviembre 18). "Por medio de la cual se reglamentan las veedurías ciudadanas".

Ley 527 de 1999 (18 de agosto). "Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones "

Ley 1437 DE 2011 (18 de enero). "Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo." Articulo 3 Numeral 8 y 9.

Ley 019 de 2012. "Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la administración pública.

Ley 1712 de 2014. "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y el Derecho al acceso de la información pública nacional y se dictan otras disposiciones. "

### **Acuerdos**

Acuerdo 381 de 2009. "Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente"

Acuerdo No. 060 (30 de octubre de 2001) . "Por el cual se establecen pautas para la administración de las comunicaciones oficiales en las entidades públicas y las privadas que cumplen funciones públicas" .

### **Decretos**

Decreto 103 del 20 de Enero de 2015. "Por la cual se reglamenta la ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones"

Decreto 2573 del 12 de Diciembre de 2014. "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones"

Decreto 52 del 27 de Enero de 2012 "Por medio del cual se adoptan el Manual de Imagen Corporativa y Visual de la Administración Distrital y el lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá , D.C. , para el periodo 2012-2015"

Decreto 371 DE 2010 . (Agosto 30) "Por el cual se establecen lineamientos para preservar y fortalecer la transparencia y para la prevención de la corrupción en las Entidades y Organismos del Distrito Capital"

Decreto Nivel Nacional 235 de 2010. "Por el cual se regula el intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas"

Decreto Distrital 054 del 27 de marzo de 2008." ."Por el cual se reglamenta la elaboración de impresos y publicaciones de las entidades y organismos de la Administración Distrital.

Decreto Distrital 084 del 27 de marzo de 2008. " Por el cual se modifica el artículo primero del Decreto Distrital 054 de 2008".

Decreto Nivel Nacional 1900 de 1990 (Agosto 19). "Por el cual se reforman las normas y estatutos que regulan las actividades y servicios de telecomunicaciones y afines".

Decreto 1151 de 2008 (abril 14). Derogado por el Art. 12, Decreto Nacional 2693 de 2012. "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones".

Decreto 1130 de 1999 (Junio 29). "Por el cual se reestructura el Ministerio de Comunicaciones y algunos organismos del sector administrativo de comunicaciones y se trasladan funciones a otras entidades públicas".

Decreto 2539 de 1999 (Diciembre 22). "Por el cual se modifica el decreto 1130 de 1999, que reestructura el Ministerio de Comunicaciones y algunos organismos del sector administrativo de comunicaciones y se trasladan funciones a otras entidades públicas".

Decreto 1620 de 2003 (Junio 13). "Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Comunicaciones y se dictan otras disposiciones"

Decreto 091 de 2010 (Enero 19). "Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y se dictan otras disposiciones".

Decreto Nacional 235 de 2010. "Por el cual se regula el intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas". Decreto Distrital 054 del 27 de marzo de 2008 . Por el cual se reglamenta la elaboración de impresos y publicaciones de las entidades y organismos de la Administración Distrital.

Decreto 150 de 2008 (21 de mayo) Articulo 3 "Por medio del cual se adopta la Política Pública Distrital de Comunicación Comunitaria" Decreto Distrital 084 del 27 de marzo de 2008. "Por el cual se modifica el artículo primero del Decreto Distrital 054 de 2008 ".

## **Uso de la Imagen corporativa**

La imagen corporativa de una entidad es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento. El logo del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, estará impreso en todas las piezas que involucren las tareas que adelante la entidad y en todos los escenarios en donde ésta se haga presente, con el objetivo de posicionarla ante la opinión pública y la ciudadanía en general, siempre y cuando se ciña los lineamientos de manejo de imagen dictados por la Alcaldía Mayor de Bogotá, así como los lineamientos Gobierno en línea.

El sistema gráfico que se desarrolla en el IDPC se usa para identificar a la entidad y salvaguardar la integridad de algunas de las piezas visuales que pertenecen al Museo de Bogotá y que se publican o comparten en medios digitales, impresos y/o audiovisuales.

La presencia de la imagen institucional o corporativa del Instituto, en piezas de diseño debe ser siempre aprobada por la Subdirección de Divulgación de los Valores del Patrimonio Cultural y la Dirección General del IDPC ó quien ésta última asigne.

Para mayor ilustración ver el Manual de Uso de imagen del IDPC LINK a que hace parte integral del Proceso de Gestión de Comunicaciones, y se encuentra publicado en la Intranet.

## **Orientación para la elaboración de piezas comunicativas**

El equipo solicitante deberá elaborar la Orden de trabajo - OT y enviarla por correo electrónico al equipo de Comunicación y Contenidos con ocho días de anticipación al desarrollo del mismo, anexando los insumos necesarios para la elaboración de la pieza comunicativa. El formato de OT se encuentra publicado en la intranet del IDPC. A su vez el equipo consultará con las áreas respectivas los contenidos a desarrollar, citará el objetivo de la actividad o evento, comunicarán horarios, lugares y convocados a dichos eventos o actividades, publicará la información y realizará la divulgación masiva.

### **Para la elaboración de piezas audiovisuales**

Las piezas audiovisuales del IDPC (videos, clips, comerciales de televisión, programas de televisión o documentales, podcast, entre otros) deben cumplir con estándares de calidad, tanto en el contenido como de la imagen.

Tanto los guiones, como las imágenes, deberán ser aprobados por la Subdirección de Divulgación de Valores del Patrimonio, del IDPC antes de que pasen a la fase de montaje y edición.

### **Para la elaboración de impresos**

Para el diseño y publicación de impresos del IDPC (cartillas, flyers, brochures, manuales de uso externo, invitaciones, libros, material POP) se debe tener en cuenta que en todas las piezas debe estar la presencia de marca del Instituto y lo establecido en Manual de imagen institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá 2016 – 2019. Así mismo se deben ofrecer los créditos correspondientes de la entidad, los de los funcionarios y/o contratista que participaron de la publicación y los autores que participaron en la producción de la pieza, de acuerdo a lo señalado en la normatividad vigente en materia de derechos de autor

Los contenidos de las piezas de comunicación impresas antes de su publicación, deberán ser revisados y aprobados por la Subdirección de Divulgación de Valores del Patrimonio del IDPC.

Todas las publicaciones que sean impresas o digitales, libros, revistas, catálogos, folletos, cartillas, afiches, volantes, CD's, DVD's, entre otros, que tengan como propósito difundir o comunicar planes, programas o acciones del Instituto y/o que lleven el nombre o representen a la entidad, deben ser evaluadas previamente por la Subdirección de Divulgación de los Valores del Patrimonio Cultural y la Dirección del IDPC, antes de su impresión o producción.

En caso de ser un libro, se contratará dentro del proyecto, un corrector de estilo que garantice la correcta redacción del mismo.

### **Para la elaboración de cuñas**

El equipo de Comunicación y Contenidos es el encargado de realizar los textos para las cuñas o podcast promocionales, los cuales serán aprobados por las áreas antes de la grabación con el visto bueno de la Dirección. El equipo es el encargado de hacer la negociación con las cadenas y/o medios masivos, o medios electrónicos para la difusión de la cuña.

### **Para la elaboración de avisos de prensa**

El equipo de Comunicación y Contenidos será el encargado de realizar o revisar (en caso de ser enviados por las áreas o grupos), los textos para el aviso de prensa, los cuales serán aprobados previamente por la Subdirección de Divulgación de Valores del Patrimonio antes de la publicación. El equipo acompañará la negociación con los diarios o revistas para la difusión del aviso.

### **Para la transmisión de eventos por el canal Institucional**

La Dirección del IDPC, Subdirección de Divulgación de los Valores del Patrimonio Cultural o la Coordinación del equipo de Comunicación y Contenidos, serán los únicos que podrán autorizar la transmisión de un evento por el canal institucional. Una vez sea autorizado el evento para transmisión, el equipo realizará los trámites ante Canal Capital y se encargará de todos los detalles técnicos (guion, entrega de videos, logos, créditos, contacto con el personal del Canal y con las personas encargadas, en caso de que el evento se realice en la Alcaldía Mayor o sedes del IDPC).

Las subdirecciones del IDPC en ningún caso pueden hacer contacto directo con Canal Capital o la Alcaldía Mayor de Bogotá para la transmisión. Pero sí deberán apoyar al equipo de Comunicación y Contenidos con toda la información que se requiera para garantizar el éxito de la misma.

Las subdirecciones o grupos del IDPC deberán solicitar el servicio de transmisión con 1 mes de anticipación.

### **Para el manejo de Bases de Datos**

El equipo de Comunicación y Contenidos cuenta con una base de datos de periodistas (radio, prensa, televisión e Internet), y se utiliza para el envío de boletines y comunicados de prensa del Instituto. Esta base solo puede ser administrada por esta área. Las subdirecciones y demás áreas del IDPC cuentan con bases de datos que corresponden a públicos específicos. Se recomienda que estas bases sean actualizadas trimestralmente.

## **Instructivo de manejo de medios internos**

### **Instructivo para el manejo de la página web y la intranet**

Los contenidos se dividen en dos:

#### ***Contenidos noticiosos***

Corresponden con la información producida por el equipo de Contenidos y Comunicación, con el apoyo de las áreas que se desarrolla con el propósito de difundir una acción concreta del Instituto.

### *Contenidos de documentación y consulta*

Es aquella información planteada en las políticas de transparencia (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la información pública) producida por las áreas (documentos, Presentaciones powerpoint, pdf, informes de gestión, investigaciones, encuestas, textos, presupuestos balances, entre otros), que se desarrolla con el propósito de que sirva como material de consulta para el público.

### **Uso y alcance de la comunicación de los contenidos de la página Web**

Con el objetivo de mantener actualizada la página web del IDPC y evitar que el contenido que se publique tenga algún tipo de error, ya sea en la redacción o en la información que suministre, se toman las siguientes medidas.

Los contenidos noticiosos serán elaborados y revisados por el Jefe-Aseosr de Prensa y/o Coordinador del equipo de Comunicación y Contenidos . Estos contenidos se encuentran ubicados en el home de la página web y en las páginas principales de las diferentes áreas. Estos contenidos deberán subirse a la página, de acuerdo a la ubicación indicada para tal fin. No se podrán colgar en el home de la página web sin la autorización de la Subdirección de Divulgación de Valores del Patrimonio.

### **Manejo de herramientas multimedia**

Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en el home de la página web del Instituto, dependerá exclusivamente del equipo de Comunicación y Contenidos .

El desarrollo de nuevas plantillas o especiales noticiosos (espacios virtuales instalados en la página web, que recogen información sobre planes, programas o proyectos especiales del IDPC) para proyectos especiales de las áreas, el equipo de Comunicación y Contenidos , apoyará la elaboración del proyecto y supervisará su puesta en marcha.

La administración de los especiales noticiosos (espacios virtuales instalados en la página web, que recogen información sobre planes, programas o proyectos especiales del Instituto) estará a cargo del administrador de contenidos de web, bajo la supervisión el Coordinador de Comunicaciones y Contenidos. En los casos que se requieran, el diseño o configuración especial de una plantilla o micrositio, este podrá ser contratado externamente, previa consulta y autorización de la Dirección del IDPC.

La alimentación de la agenda cultural estará a cargo del equipo de Comunicación y Contenidos

### **Manejo de Redes Sociales**

Las áreas que estén interesadas en publicar en estos canales algún tipo de información, deberán coordinar previamente al equipo de Comunicación y Contenidos en particular del administrador de contenidos para web y redes sociales.

La Subdirección de Divulgación de los Valores del Patrimonio Cultural, el equipo de Comunicación y Contenidos y los voceros del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural que serán delegados por la Dirección según corresponda, que tienen comunicación oral o escrita con los medios de comunicación o con la comunidad en general, deben transmitir mensajes claros, acordes con los lineamientos y los objetivos planteados en el Plan de Desarrollo, la misión y la visión del IDPC.

## **Medición de la política de comunicación y contenidos**

Para la medición de esta Política se proponen tres momentos de acuerdo con los lineamientos definidos en el Manual de Comunicaciones del Distrito, para el Sistema Integrado de Gestión Distrital que se encuentra publicado en la Intranet en el Proceso Gestión de Comunicaciones. Un primer momento orientado a medir la gestión del proceso de comunicaciones en la entidad a través del seguimiento a los Planes estratégicos de comunicación y contenidos que hacen parte de los procedimientos, y que se definen para cada actividad de la entidad que requiera un Plan de comunicaciones Un segundo momento orientado a la medición sobre el impacto y/o percepción del usuario frente a la satisfacción de los mensajes emitidos. Y un último momento dirigido medir la efectividad de las comunicaciones a partir de la verificación de que la información haya sido recibida y publicada en medios efectivos.

El indicador con que se medirá esta política serán entonces:

- 1) El porcentaje de planes estratégicos de comunicación y contenidos cumplidos, en relación con los planes elaborados.
- 2) El número de usuarios satisfechos frente a la recepción del producto en cumplimiento de las características y/o requisitos exigidos frente al mismo.
- 3) El número de publicaciones en medios logrados.

## **ANEXO MANUAL DEL VOCERO**

## Consejos para los discursos

- Se debe tener presente el protocolo del evento, es decir los nombres y cargos de las personalidades que van a asistir.
- Relacionar el tipo de evento con alguno de los planes o programas que lleva a cabo el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, de esta manera se podrá hablar sobre las acciones que adelanta la entidad o los resultados alcanzados. Incluir cifras actualizadas, éstas le darán credibilidad al mensaje.
- Se recomienda utilizar citas de autores conocidos para el inicio del discurso.
- Agradecer a las entidades que organizan el evento y tratar de mencionar algunas de sus virtudes.

### ¿Qué es un vocero?

Un vocero es el representante ante los medios o ante audiencias específicas que puedan ser reproducidas en los medios. Es el encargado de trasmitir el mensaje diseñando por los encargados de las comunicaciones.

### Voceros del Instituto Distrital de Patrimonio Cultural

El vocero del Instituto es el/la directora(a) de entidad. Son voceros autorizados quienes asigne la dirección del IDPC para hablar ante los medios de comunicación en nombre de la entidad.

### Manejo de Crisis

Ver Manual de Comunicaciones del Distrito Capital. Décimo Octavo Lineamiento del Sistema Integrado de Gestión Distrital. 2.1.8 Guía o Protocolo para el Manejo de Crisis, publicado en la Intranet.

## CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	RELACIÓN DE LAS SECCIONES Ó PÁGINAS MODIFICADAS	NATURALEZA DEL CAMBIO
1	20/10/2015	No aplica por ser versión inicial	Adopción de la Política
2	8/11/2016	Se Incorporó manejo de crisis, medición de la estrategia, se incluye tres indicadores, descripción del equipo de contenidos y de Comunicación.	Actualización de la Política

ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ	
NOMBRE:	Irina López	NOMBRE:	Elkin Buitrago / María Cristina Díaz		
CARGO:	Profesional Contratistas-Sub de Divulgación	DEPENDENCIA:	Profesional Contratista / Subdirectora de Divulgación del Patrimonio Cultural	COMITÉ SIG	
FECHA:	8/11/2016	FECHA:	8/11/2016	FECHA:	26/12/2016

