

| | | | | | | |
|---|---|--|--------------------------|--|-----------------|-----|
|  | Tipo de proceso: | Apoyo | Código: | APR-P-2 | Versión: | 1.0 |
| | Proceso: | Información y Comunicación | Fecha aprobación: | 11/12/2024 | | |
| | Procedimiento: | Comunicación Interna y Externa | | | | |
| Productos: | Informe de la efectividad de la campaña interna o externa o | | | | | |
| Control de cambios | | | | | | |
| Elaboró | | Revisó | | Aprobó | | |
| Claudia Marcela Hurtado Barahona - Contratista líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | Claudia Marcela Hurtado Barahona - Contratista líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | Juan Manuel Espinosa - Subdirector Académico | | |
| Versión | Descripción | | | | Fecha | |
| 1.0 | Se crea la primera versión del procedimiento | | | | 11/12/2024 | |
| 1. Responsable de procedimiento | | | | | | |
| Subdirector Académico con apoyo del rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | | | | | |
| 2. Objetivo | | | | | | |
| Establecer los pasos para diseñar e implementar estrategias y actividades de comunicación orientadas a divulgar los planes, programas, proyectos institucionales y la gestión de la entidad hacia su público interno y externo, de manera oportuna y pertinente, fomentando el acceso a la información, la transparencia y la participación ciudadana; buscando fortalecer la apropiación social del conocimiento, promoviendo una comprensión activa y significativa de las iniciativas institucionales a través de los diversos canales de comunicación. | | | | | | |
| 3. Alcance | | | | | | |
| Inicia con la identificación de las necesidades de divulgación y apropiación de información y conocimiento a los grupos internos y el público externo, continua con la definición de las estrategias y canales a utilizar; y finaliza con la difusión de los contenidos generando un informe de efectividad de la campaña. | | | | | | |
| 4. Condiciones generales | | | | | | |
| <p>La comunicación interna y externa, en el Instituto Caro y Cuervo (ICC), tiene como propósito la socialización de la gestión de la entidad enmarcada en los programas e iniciativas institucionales dirigidos a los grupos internos y ciudadanía en general, a fin de garantizar publicidad y transparencia en la divulgación de las actividades ejecutadas, promoviendo la participación de los diferentes públicos en las actividades misionales del ICC. Así mismo, establece los parámetros que responden a los lineamientos del Gobierno Nacional. De esta manera el procedimiento de comunicación interna y externa contempla las acciones relacionadas para garantizar la divulgación efectiva de la información al interior de la entidad y a la opinión pública como lo son la definición de lineamientos para participación, organización o acompañamiento de eventos, divulgación de información institucional en canales digitales propios (redes sociales y página web), relacionamiento con medios de comunicación, así como la definición y ejecución de campañas de divulgación. A continuación, se citan algunos aspectos relevantes a tener en cuenta:</p> | | | | | | |
| <p>a. La definición, selección y publicación de los temas relacionados con las líneas de trabajo de las dependencias y grupos de trabajo, y noticias internas en los diferentes medios, está determinada por el grado de pertinencia e interés que aprueba el Equipo de Comunicaciones y Prensa, y la selección o creación de los medios a utilizar es definida por el impacto y relevancia de la información.</p> <p>b. El criterio de aprobación de la línea gráfica y audiovisual responde a tres conceptos: pertinencia, coherencia e impacto y debe respetar el "Manual de identidad visual del ICC", el cual se puede encontrar en el siguiente enlace: https://www.caroycuervo.gov.co/sala-de-prensa/imagen-institucional/</p> <p>c. El Equipo de Comunicaciones y Prensa es el encargado de aprobar las piezas que lleven el logo de la entidad.</p> <p>d. Cuando los medios de comunicación soliciten entrevistas con responsables de la entidad, o cuando se considere pertinente gestionar espacios para la difusión de mensajes clave, solo los voceros autorizados podrán hacerlo, para este caso se podrá consultar en el SIG, la <i>APR-G-2 Guía de voceros para hablar en medios de comunicación y RRSS</i>. Si la imagen institucional se viera afectada por una situación de crisis en medios de comunicación tradicionales, digitales o alternativos, el líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa procederá a realizar un diagnóstico de la situación y a convocar a una reunión extraordinaria con los miembros de la institución afectados por la situación, y quienes ellos consideren necesarios para brindar la solución desde el punto de vista técnico. En ese encuentro se procederá a definir, dependiendo del caso, los pasos a seguir para mitigar o solucionar la situación de crisis de la imagen institucional.</p> | | | | | | |
| <p>e. Las publicaciones realizadas en la página web garantizan el cumplimiento de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional (Ley 1712 de 2014), en la cual se define los criterios mínimos de publicación para garantizar la disponibilidad de información mínima hacia el ciudadano.</p> <p>f. La publicación en el portal institucional relacionada con la oferta institucional, de carácter jurídico, normativo, de ley o en general información que las dependencias y grupos de trabajo soliciten para publicar son responsabilidad de estas, por lo cual deben proveer la información o documentos a publicar, así como garantizar la vigencia de los mismos. Como mecanismo de control para asegurar la publicidad y transparencia en el acceso a la información, desde el Equipo de Comunicaciones y Prensa, se realiza seguimiento al <i>COM-F-5 Esquema de publicación de la información</i> y usando el formato <i>COM-F-3 Solicitud de publicación y despublicación en el espacio de transparencia de la página web</i>.</p> <p>g. La divulgación de la información pública está encaminada a compartir información de la gestión misional de la entidad, promover la participación en los espacios de discusión, charlas y eventos, así como promover el uso de los servicios institucionales como la oferta académica, la asistencia a las exposiciones de museos, la compra de libros, y los que existieran.</p> | | | | | | |

| 5. Documentos de referencia | |
|--|---|
| Formatos relacionados | Referentes técnicos |
| COM-F-14 Solicitud de divulgación por canales de comunicación interna. | Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional (Ley 1712 de 2014) Ley 2345 de 2023 "Chao marcas" Directivas presidenciales de austeridad |
| 6. Definiciones | |
| Término | Definición |
| Campaña de comunicación | Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema, contiene etapas de estructuración de la estrategia, definición de tácticas, construcción de mensajes, diseño de piezas y puesta en marcha del plan. |
| Contenido de divulgación | Es un texto, cuyo objetivo es hacer llegar un mensaje con ideas, conceptos o hechos sobre un tema específico a personas no formadas en ese tema. |
| Cubrimiento de un evento | Segmenta correctamente al público a quien va dirigido el evento, escoger las redes adecuadas para hacer la cobertura, interactuar con el público, contextualiza el evento, asignar funciones, transmitir en vivo, usar hashtags, entre otros. |
| Cultura institucional | Conjunto de valores, creencias y principios de una institución la cual es reflejada en el comportamiento de los funcionarios. |
| Evento | Es un acto que sirve a la entidad para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/marca, de esta forma se genera vínculo institución/usuario. |
| Esquema de publicaciones | Documento estructurado conforme a la Resolución 1519 de 2020 del MinTIC cuyo objetivo es presentar a la ciudadanía y a los interesados un registro de la información contenida en cada numeral de la sección de transparencia y acceso a la información pública de la página web del Instituto Caro y Cuervo. |
| Hashtags / numeral | Los hashtags son como palabras clave que las personas utilizan para marcar el tema del contenido que están compartiendo en las redes sociales. |
| Intranet | Sitio web interno para compartir información de interés para los colaboradores de la entidad. |
| Medio de comunicación | Permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. Ejemplos: reuniones, comités, visitas guiadas, talleres, entre otros. |
| Medio de información | Informan sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, vídeos, entre otros. |
| Noticias | Relato informativo usado para divulgar acontecimientos o sucesos importantes para una comunidad. La noticia obedece a una estructura de acuerdo al medio de información que se use. |
| Pieza de comunicación o pieza gráfica | Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción filmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje. |
| Plan de comunicación | Contiene las actividades, los medios de comunicación adecuados para divulgar la información dependiendo del público objetivo. |
| Producción audiovisual | Se realizan los registros fotográficos o filmicos que servirán de insumos para el material audiovisual en el formato establecido en la pre-producción. Post producción: Es la etapa que sigue después de la producción audiovisual, y consiste en seleccionar el material registrado/producido en la producción que servirán para la edición y montaje del audiovisual. |
| Post producción | Es la etapa que sigue después de la producción audiovisual, y consiste en seleccionar el material registrado/producido en la producción que servirán para la edición y montaje del audiovisual. |
| Registro audiovisual | Son los momentos en movimiento grabados por una video cámara o celular. |
| Registro fotográfico | Son las imágenes de momentos, lugares, actividades etc., tomadas por una cámara de fotografía. |
| Reportería | Enviar a un periodista al lugar de la noticia para recoger y verificar informaciones sobre los acontecimientos y luego generar una noticia o contenido de divulgación. |
| Sitio web | Sinónimo de página web. Ubicaciones y espacios relacionados a un dominio de Internet y que pueden visualizarse mediante navegadores web. |
| Transparencia y acceso a la información pública | Subpágina del sitio web institucional en la que se proporciona y facilita el acceso a la información generada por el ICC, que, como entidad del Estado, tiene la obligación de mantenerla disponible de forma permanente en los términos más amplios posibles en el momento. |
| URL | Abreviación de <i>Uniform Resource Locator</i> . Es el enlace o la dirección del sitio web que está abierto en el navegador. |

| 7. Descripción del procedimiento | | | | | |
|----------------------------------|-------------------|---|--|---|--|
| Nº. | Diagrama de flujo | Descripción de la actividad | Responsable(s) | Documento soporte de la actividad | Nota aclaratoria |
| 1 | | Identificar los temas a ser divulgados por ser de interés para los grupos internos o público externo | Rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa y/o Rol profesional de comunicación interna del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | |
| 2 | | ¿La solicitud se realiza en el marco de la programación de temas a divulgar? | | | |
| 3 | | Determinar el tema, los canales y el público objetivo a divulgar. | Rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | |
| 4 | | Solicitar la divulgación del evento, proyecto, programa o campaña al rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | Líderes de dependencias, grupos y equipos de trabajo | Correo electrónico con Formato de solicitud de evento o COM-F-14 Solicitud de divulgación por canales de comunicación interna a los correos comunicaciones@caroycuervo.gov.co y comunicacioninterna@caroycuervo.gov.co | La solicitud se atenderá máximo en 3 días hábiles y/o dependiendo de la necesidad de la dependencia o grupo de trabajo. |
| 5 | | Definir y elaborar los tipos de contenidos para divulgar, por ejemplo: noticia, boletín, mailing, piezas gráficas y/o audiovisuales, mensajes en redes sociales y publicación en página web. | Rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa y/o Rol profesional de comunicación interna del Equipo de Comunicaciones y Prensa Roles profesionales del Equipo de Comunicaciones y Prensa | | * Los plazos de entrega se acuerdan con el solicitante * Las aprobaciones deben registrarse por correo electrónico. * El solicitante debe proporcionar insumos e información básica para desarrollar los contenidos. |
| 6 | | Remitir el contenido diseñado: noticia, boletín escrito, mailing, piezas gráficas y/o audiovisuales, mensajes en redes sociales y publicación en página web, a la dependencia o grupo solicitante para revisión y aprobación de acuerdo a los requerimientos solicitados. | Rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa | Pieza de divulgación diseñada | |
| 7 | | ¿La dependencia o grupo solicitante está de acuerdo con el contenido y el diseño desarrollado? | | | |
| 8 | | Realizar los ajustes de contenido según lo solicitado por la dependencia o grupo (bien sea boletines, mensajes para redes sociales, piezas gráficas y/o audiovisuales, mailing, etc.) y se remite nuevamente al solicitante para su validación y aprobación. | Rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa y/o Rol profesional de comunicación interna del Equipo de Comunicaciones y Prensa Roles profesionales del Equipo de Comunicaciones y Prensa | Correo electrónico con reenvío de piezas ajustadas | |

