

	<b>Tipo de proceso:</b>	Apoyo	<b>Código:</b>	APR-P-2	<b>Versión:</b>	1.0
	<b>Proceso:</b>	Información y Comunicación	<b>Fecha aprobación:</b>	11/12/2024		
	<b>Procedimiento:</b>	Comunicación Interna y Externa				
<b>Productos:</b>	Informe de la efectividad de la campaña interna o externa o					
<b>Control de cambios</b>						
<b>Elaboró</b>		<b>Revisó</b>		<b>Aprobó</b>		
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		
<b>Versión</b>	<b>Descripción</b>					<b>Fecha</b>
1.0	Se crea la primera versión del procedimiento					11/12/2024
<b>1. Responsable de procedimiento</b>						
Subdirector Académico con apoyo del rol líder del Equipo de Comunicaciones y Prensa						
<b>2. Objetivo</b>						
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.						
<b>3. Alcance</b>						
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.						
<b>4. Condiciones generales</b>						
<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: <a href="https://www.caroycuervo.gov.co/sala-de-prensa/imagen-institucional/">https://www.caroycuervo.gov.co/sala-de-prensa/imagen-institucional/</a></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
<b>Campaña de comunicación</b>	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.
<b>Contenido de divulgación</b>	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.
<b>Cubrimiento de un evento</b>	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.
<b>Cultura institucional</b>	Conjunto de valores, creencias y principios de una institución la cual es reflejada en el comportamiento de los funcionarios.
<b>Evento</b>	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.
<b>Esquema de publicaciones</b>	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.
<b>Hashtags / numeral</b>	Los hashtags son como palabras clave que las personas utilizan para marcar el tema del contenido que están compartiendo en las redes sociales.
<b>Intranet</b>	Sitio web interno para compartir información de interés para los colaboradores de la entidad.
<b>Medio de comunicación</b>	Permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. Ejemplos: reuniones, comités, visitas guiadas, talleres, entre otros.
<b>Medio de información</b>	Informan sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, vídeos, entre otros.
<b>Noticias</b>	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.
<b>Pieza de comunicación o pieza gráfica</b>	Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción filmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje.
<b>Plan de comunicación</b>	Contiene las actividades, los medios de comunicación adecuados para divulgar la información dependiendo del público objetivo.
<b>Producción audiovisual</b>	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.
<b>Post producción</b>	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.
<b>Registro audiovisual</b>	Son los momentos en movimiento grabados por una video cámara o celular.
<b>Registro fotográfico</b>	Son las imágenes de momentos, lugares, actividades etc., tomadas por una cámara de fotografía.
<b>Reportería</b>	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.
<b>Sitio web</b>	Sinónimo de página web. Ubicaciones y espacios relacionados a un dominio de Internet y que pueden visualizarse mediante navegadores web.
<b>Transparencia y acceso a la información pública</b>	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.
<b>URL</b>	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	<pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; 1[1]     1 --&gt; 2{2}     2 -- No --&gt; 9((9))     2 -- Sí --&gt; 3[3]     3 --&gt; 4[4]     4 --&gt; 5[5]     5 --&gt; 6[6]     6 --&gt; 7{7}     7 -- No --&gt; 8[8]     7 -- Sí --&gt; 9     8 --&gt; 9     9 --&gt; A{{A}}                     </pre>	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	

