



## GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GEC-PD-05

Fecha: 27-12-2023

## ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

Versión: 4

Página: 1 de 7

### 0. HISTORICO DE CAMBIOS

Versión	Fecha de Emisión	Cambios realizados
4	2023-12-27	se modifica el procedimiento por cambio del normograma y actividades

### 1. LIDER DE PROCESO:

1.1 OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO: Garantizar la administración de las redes sociales para la producción y divulgación de los contenidos digitales del Instituto Distrital de las Artes - Idartes con el fin de comunicar y difundir los eventos, logros, noticias, actividades y programas de la entidad a la ciudadanía.

1.2 ALCANCE DEL PROCEDIMIENTO: Inicia con el requerimiento del periodista para la circulación de contenidos y termina con la entrega de los informes requeridos a la Unidad de Gestión.

1.3 RESPONSABLES DEL PROCEDIMIENTO: 140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

### 2. GLOSARIO:

CONTENT MANAGER (CM): Es el administrador de comunidades y el encargado de gestionar la presencia y participación de la entidad en los medios sociales.

RED SOCIAL: Plataforma de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la web 2.0 que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.

FACEBOOK: Considerada una de las redes sociales más importantes y populares de la actualidad. Facebook opera mundialmente como una red social en la cual las personas, luego de crearse un perfil y completar los datos que deseen, pueden realizar diferentes actividades entre las cuales las más populares son buscar y encontrar numerosos contactos de la vida real, expresar sus opiniones y estados de ánimo, subir y comentar fotos, jugar, crear redes y grupos con diferentes objetivos, etc.

INSTAGRAM: Es una red social, programa o aplicación para compartir fotos o vídeos con la que los usuarios pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro y vintage, luego pueden compartir las fotografías en diferentes redes sociales.

YOUTUBE: Es una herramienta en línea que permite subir vídeos a la web para compartir con los usuarios, de manera que puedan ser vistos por cualquier persona.

THREADS: o 'Hilos' por su traducción, es una red de microblogging administrada por META, que es como se llama a esas creadas para publicar mensajes con una extensión de hasta 500 caracteres y permite subir hasta 10 fotografías.

MULTIMEDIA: Cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.

X (antes conocida como Twitter) : Un término inglés que puede traducirse como "gorjear" o "trinar", es el nombre de una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 280 caracteres. Estas entradas son conocidas como tweets.

### 3. CONDICIONES GENERALES:

Todos los requerimientos enviados al área de comunicaciones se deben tramitar con el formato solicitud de estrategia de comunicaciones interna o externa, el cual permite realizar las gestiones de acuerdo con el tipo de solicitud, incluidos los eventos tipo ABC.



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GEC-PD-05

Fecha: 27-12-2023

ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

Versión: 4

Página: 2 de 7

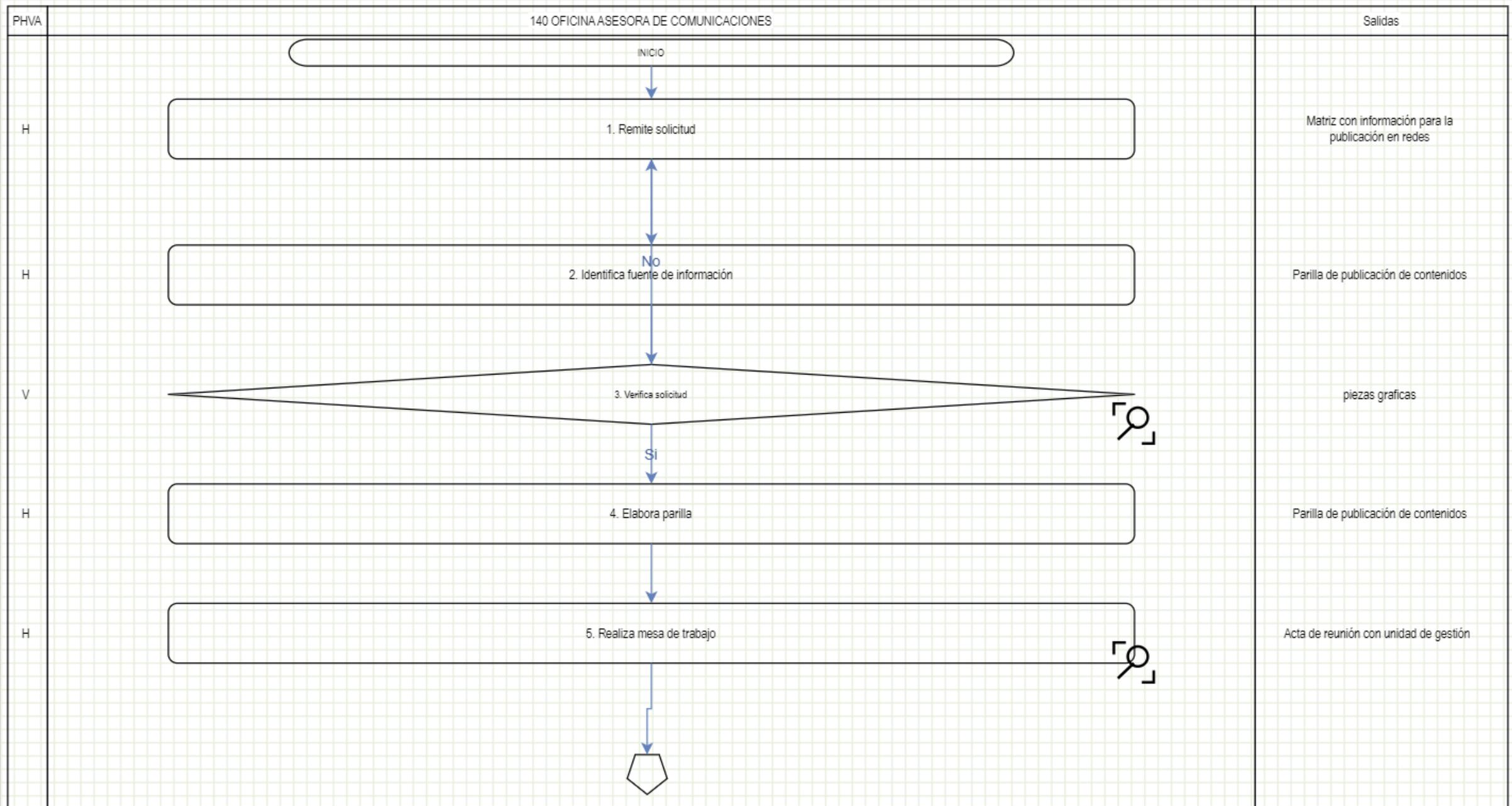
Los tiempos establecidos en este procedimiento son la clave para el óptimo desarrollo de esta actividad al interior de la entidad

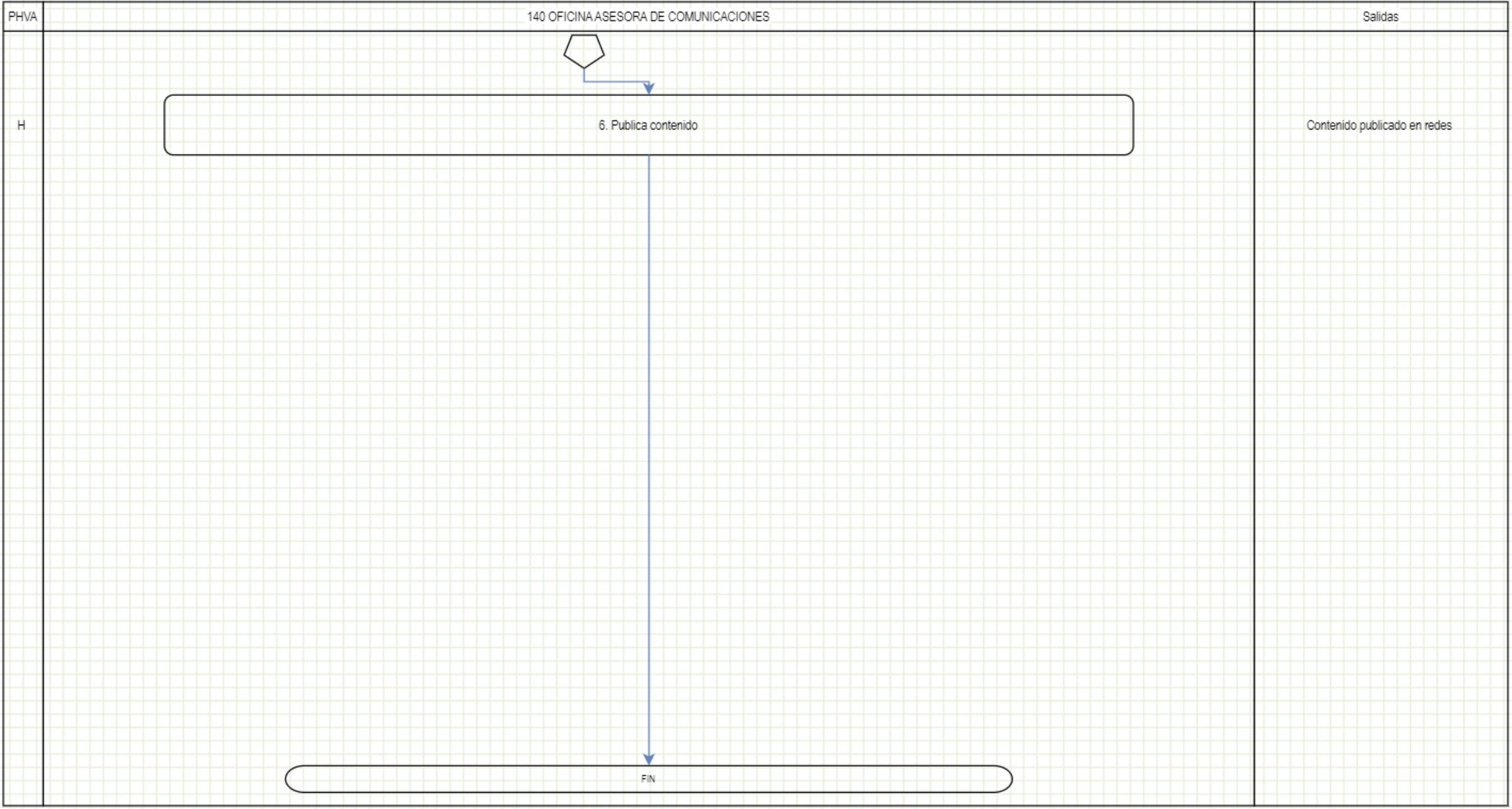
4. RELACIÓN CON OTROS PROCEDIMIENTOS Y PROCESOS: Esquema gráfico de la relación del procedimiento con otros procedimientos y/o procesos del IDARTES.

Procesos que se requieren como proveedor	Que insumos requiero del proveedor	Procedimiento	Que se obtiene del procedimiento	Para quien va dirigido el servicio o producto
<ul style="list-style-type: none"> <li>140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES</li> </ul>	Información para la publicación en redes sociales	ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES	publicación en las diferentes redes sociales de la entidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>TODAS LAS ÁREAS</li> </ul>

5. ICONOGRAFÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO: Iconografía asociada al diagrama del flujo del procedimiento.

5.1 DIAGRAMA DE FLUJO: Secuencia lógica de las actividades establecidas en el procedimiento.





5.2. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES: Características específicas de las actividades del procedimiento.

No.	Ciclo PHVA	Ciclo de Gestión	Descripción del Ciclo de Gestión	Actores	Responsable	Tiempo (Horas)	Documento o Registro
1	H	Remite solicitud	Realiza solicitud a Content Manager para la publicación en las redes sociales mediante correo electrónico y de acuerdo con la estrategia aprobada	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	profesional periodista	1 hora	Matriz con información para la publicación en redes
2	H	Identifica fuente de información	¿El requerimiento proviene de una entidad externa?	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Community Manager	1 hora	Parilla de publicación de contenidos
3	V	Verifica solicitud	Verifica la información y las piezas gráficas diseñadas para las diferentes redes sociales	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Community Manager	2 horas	piezas graficas
4	H	Elabora parilla	Elabora la parrilla de los contenidos en las diferentes redes sociales con hora y fecha de publicación	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Community Manager	5 horas	Parilla de publicación de contenidos
5	H	Realiza mesa de trabajo	Cita a reunión con la unidad de gestión interesada para revisión de la información y coordinar las actividades para la publicación o evento en las redes sociales	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Community Manager-profesional periodista	1 hora	Acta de reunión con unidad de gestión
6	H	Publica contenido	Se realiza la publicación, distribución y/o transmisión en las diferentes redes sociales de acuerdo con lo establecido en la parrilla de contenido.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Community Manager	1	Contenido publicado en redes

6. POLÍTICAS DE OPERACIÓN:

1) Tiempos y tipos de eventos

Eventos tipo A: Reúne los hitos de la Entidad o eventos de carácter metropolitano y de gran impacto. Convocan a un gran número de personas en un mismo lugar. Suelen ser eventos de circulación de gran formato. Radicar con 1 mes de anticipación

Eventos tipo B: Representan el 50% de los eventos misionales. Suelen ser especializados. Convocan público y se desarrollan en mediano formato. Radicar con 15 días de anticipación

Eventos tipo C: Eventos de pequeño formato que suelen desarrollarse en espacios cerrados, con públicos específicos, algunos funcionan con previa. Radicar con 15 días de anticipación

Otros- Imprevistos: Estos eventos corresponde a situación que se presente de un día para otro o que no necesiten del desarrollo de una estrategia de comunicación. Esta solicitud se debe realizar vía-email al periodista asignado a la unidad de gestión.

2) Las solicitudes que requieran la pauta de la publicación en Facebook o Instagram, deben ser tenidas en cuenta en la estrategia de comunicación y

3) Cuando la publicación se requiera hacer de inmediato debe realizarla el Asesor de Comunicaciones vía mail.

4) No se publicarán piezas que sean para convocar público el mismo día del evento sin estar programado en el tráfico digital.

5) Las nuevas campañas y/o entrega de premios (mecánicas de participación) deben ser solicitadas de acuerdo con el tipo de evento mínimo con 15 días de anticipación para que tenga el alcance necesario.

6) Para realizar un cambio de imagen cambio de imagen y/o covers en redes sociales se debe realizar la solicitud vía e-mail a través del periodista a cargo de la unidad de gestión.

7) Para la apertura de una nueva cuenta en redes sociales se debe entregar una propuesta, la cual será evaluada y aprobada por el Asesor de Comunicaciones junto con el equipo digital esta propuesta debe incluir la justificación para la creación de la cuenta y debe responder a la estrategia de comunicaciones. Esta solicitud será evaluada y la respuesta se hará a través de correo electrónico informando la aprobación o desaprobación de la propuesta. En caso de ser aprobada, se designará al CM o estrategia digital para el manejo de esta nueva cuenta.

8) La información entregada al Content manager debe tener una buena ortografía, gramática y redacción. En los medios sociales, un alto porcentaje de la comunicación ocurre de manera escrita. El hacer buen uso de la ortografía, gramática y redacción no solo mejora la facilidad con la que los otros usuarios entenderán el mensaje que pretenda comunicar, sino que adicionalmente preserva la buena imagen de su entidad. Los malos hábitos en la escritura pueden ser interpretados como una falta de interés en el interlocutor, así como una carencia de competencias del funcionario encargado, y por lo tanto de sus dirigentes.

9) No se debe publicar información confidencial. Los servidores públicos de la entidad deben evitar revelar información confidencial de la entidad. Para garantizar esto, deberán atender los temas de políticas, normas y consideraciones de seguridad de la información definidas por la Entidad. El servidor público deberá abstenerse de publicar cualquier información sobre la cual no cuente con autorización para su difusión y puesta en conocimiento de terceros, especialmente aquella que tenga el carácter de reservada.

10) Lenguaje apropiado. La comunicación personal de los servidores públicos, al igual que las comunicaciones oficiales, deben mantener siempre respeto y cordialidad con los demás usuarios de los medios sociales en los que participan. El servidor público deberá abstenerse de proferir expresiones injuriosas o calumniosas contra cualquier persona.

11) Propiedad Intelectual. En todo caso los servidores públicos de la entidad deben respetar los derechos de autor y otra propiedad intelectual de terceros, en caso de publicar algún contenido que así lo requiera. Para evitar inconvenientes, es recomendable vincular a la información pertinente, haciendo las debidas atribuciones, pero sin reproducirlas directamente en sus cuentas de medios sociales.

12) Se debe tener en cuenta que las piezas digitales varían de acuerdo con la solicitud y deben estar solicitadas en la matriz que se diligencia para tal fin.

13) La Unidad de Gestión que realiza la solicitud debe tener o gestionar los derechos de autor que se requieran para las transmisiones en vivo y/o publicaciones en digital, así mismo, los permisos necesarios para la divulgación del material digital en el que aparezca población vulnerable (niñas, niños, mujeres embarazadas, ancianos, entre otros), con el fin de evitar sanciones legales.

7. POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONFORME:

Actividad	Producto y/o Servicio	Criterio de Aceptación	Corrección	Registro
3. Verifica solicitud: Verifica la información y las piezas gráficas diseñadas para las diferentes redes sociales	Correo electrónico de solicitud	El correo debe contener toda la información requerida por el Content Manager para la publicación en redes sociales	Solicitar completar la información de la solicitud de acuerdo con lo establecido en la estrategia	Correo electrónico de solicitud
5. Realiza mesa de trabajo: Cita a reunión con la unidad de gestión interesada para revisión de la información y coordinar las actividades para la publicación o evento en las redes sociales	Acta de Reunión con requerimientos técnicos	En caso de requerirse apoyo de comunicaciones para realizar un evento en redes, se debe establecer los requerimientos técnicos para su desarrollo.	Realizar mesa de trabajo con la unidad de gestión y el periodista para la definición de los requerimientos técnicos,	Acta de Reunión con requerimientos técnicos.

8. DOCUMENTOS ASOCIADOS:

Los documentos asociados del presente procedimiento se pueden acceder a través del mapa de procesos

9. NORMATIVA ASOCIADA:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA: Artículo 20: "Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación... No habrá censura.

Ley 1712 de 2014, por la cual se crea la ley de transparencia y derecho de acceso a la información pública.

Ley 1242 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 datos" y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones".

Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor" y demás leyes que la modifican y adicionan.

Acuerdo 052 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.

LINEAMIENTOS Y RECOMENDACIONES PARA EL USO DE MEDIOS SOCIALES EN EL ESTADO COLOMBIANO. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

Código: GEC-PD-05

Fecha: 27-12-2023

Versión: 4

Página: 7 de 7

10. RECURSOS:

Recursos físicos: Equipos de computo, impresora y papelería

Recursos humanos: Funcionarios y contratistas de la entidad designados por la Asesora de Comunicaciones

Recursos Económicos : Disponibilidad presupuestal de los rubros que amparan

Elaboró	Aprobó	Validó	Avaló	Código Verificación
SILVIA CAROLINA GIL LOBO 2023-12-21 11:08:03	PAOLA ANDREA MENDEZ HERNANDEZ 2023-12-27 12:04:53	GIOVANNY ALEXANDER MONTENEGRO 2023-12-27 11:39:12	DANIEL SANCHEZ ROJAS 2023-12-27 15:04:41	