

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE Instituto Distrital de las Artes</p>	GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES	Código: GEC-PD-10
		Fecha: 2024-12-23
	REVISIÓN Y PUBLICACIÓN PIEZAS	Versión: 4

LÍDER DE PROCESO
ASESOR DE COMUNICACIONES
1. OBJETIVO
Garantizar el oportuno diseño y socialización de las piezas de la oficina asesora de comunicaciones, de las unidades de gestión, invitados, convenios y de los ganadores de estímulos del Idartes, que permiten que el público en general conozca y disfrute de las obras seleccionadas, contribuyendo así al enriquecimiento cultural de la comunidad.
2. ALCANCE
Inicia con la solicitud del misional del área al periodista del área de comunicaciones y termina con la aprobación y divulgación a través de las redes sociales.
3. ÁREAS RESPONSABLES
140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES
4. GLOSARIO (TÉRMINOS Y DEFINICIONES ASOCIADOS)
<ul style="list-style-type: none"> • Piezas gráficas: se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades. Se utilizan para convocar e informar. • Redes sociales: son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. • Historias: Es un formato que permite compartir momentos del día a día a través de imágenes y videos que desaparecen después de 24 horas. • Estímulos Idartes: Son las diferentes becas, premios, residencias y convocatorias que abre el Idartes. • Community Manager: El responsable o gestor de comunidades de internet, ? virtuales, digitales, o en línea, es quien actúa como auditor de la marca en los medios sociales. ? • Instagram: es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta. • Facebook: es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digital más conocidos por todos los usuarios que navegan hoy en día por Internet. • 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 videos 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 videos 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.
5. CONDICIONES ESPECIALES DE OPERACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> • Las piezas gráficas deben cumplir con el manual de marca de la Alcaldía de Bogotá y con la política de publicación de contenidos en canales de comunicación institucionales GEC-POL-1. • Todas las piezas gráficas deben ser revisadas y rediseñadas cuando se requiera por el área de comunicaciones. • El ganador puede divulgar la pieza comunicativa después de que salga en las cuentas relacionadas con el Idartes. • 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. • Tiempos y tipos de eventos <p>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.</p> <p>Tipo B: Representan el 50% de los eventos misionales. Suelen ser especializados. Convocan público y se desarrollan en mediano formato.</p> <p>Tipo C: Eventos de pequeño formato que suelen desarrollarse en espacios cerrados, con públicos específicos, algunos funcionan con previa.</p> <p>Imprevistos: Estos eventos corresponden a situación que se presente de un día para otro o que no necesiten del desarrollo de una estrategia de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las solicitudes que requieran la pauta de la publicación en Facebook o Instagram, deben ser tenidas en cuenta en la estrategia de comunicación y • Cuando la publicación se requiera hacer de inmediato debe realizarla el Asesor de Comunicaciones vía mail. • No se publicarán piezas que sean para convocar público el mismo día del evento sin estar programado en el tráfico digital. • 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. • 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. • Para la apertura de una nueva cuenta en redes sociales se debe entregar una propuesta, la cual será evaluada y aprobará 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. • 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. • No se debe publicar información confidencial, los servidores públicos de la entidad deben evitar revelar información confidencial de la entidad, deberán atender los temas de políticas, normas y consideraciones de seguridad de la información definidas por la Entidad. • 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. • 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, es recomendable vincular a la información pertinente, haciendo las debidas atribuciones, pero sin reproducirlas directamente en sus cuentas de medios sociales. • 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.

Instituto Distrital de las Artes -IDARTES-

Carrera 8 No. 15 - 46 - Bogotá

+57 (601) 379 5750

Código postal: 111711

Copia controlada en base de datos del sistema de información Pandora





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GEC-PD-10

Fecha: 2024-12-23

REVISIÓN Y PUBLICACIÓN PIEZAS

Versión: 4

• 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.

6. RELACIÓN CON OTROS PROCEDIMIENTOS Y PROCESOS

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"> • 200 SUBDIRECCIÓN DE EQUIPAMIENTOS CULTURALES • 290 CIENCIA ARTE Y TECNOLOGIA • 300 SUBDIRECCIÓN DE LAS ARTES • 301 ARTE Y MEMORIA SIN FRONTERAS • 302 SOSTENIBILIDAD DE LOS AGENTES DEL CAMPO ARTÍSTICO • 310 GERENCIA DE MÚSICA • 320 GERENCIA DE ARTE DRAMÁTICO • 330 GERENCIA DE ARTES PLÁSTICAS Y VISUALES • 340 GERENCIA DE ARTES AUDIOVISUALES • 350 GERENCIA DE DANZA • 360 GERENCIA DE LITERATURA • 370 ÁREA DE CONVOCATORIAS • 500 SUBDIRECCIÓN DE FORMACIÓN ARTÍSTICA • 510 PROGRAMA CREA • 520 PROGRAMA NIDOS • 530 CULTURAS Y PROCESOS COMUNITARIOS • 7.11. ENFOQUES DIFERENCIAL - POBLACIONAL - GÉNERO • 9.9. ARTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA • TODAS LAS ÁREAS 	Solicitud de diseño de piezas graficas	REVISIÓN Y PUBLICACIÓN PIEZAS	Diseño y socialización de la pieza grafica	<ul style="list-style-type: none"> • TODAS LAS ÁREAS <p>Se realiza el diseño de las piezas graficas asociadas a la solicitud.</p>

7. DIAGRAMA DE FLUJO

Instituto Distrital de las Artes -IDARTES-

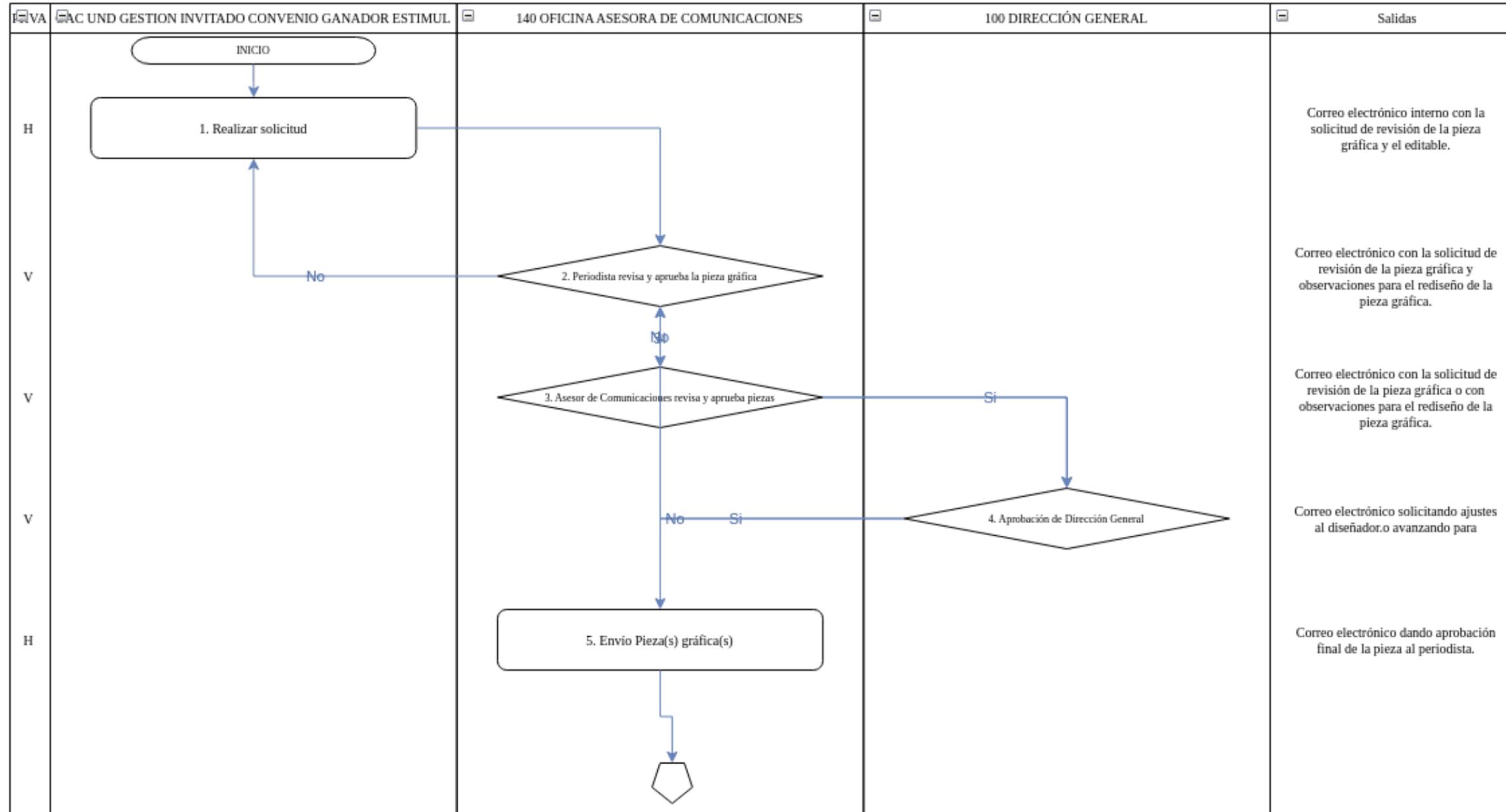
Carrera 8 No. 15 - 46 - Bogotá

+57 (601) 379 5750

Código postal: 111711

Copia controlada en base de datos del sistema de información Pandora







VA	OAC UND GESTION INVITADO CONVENIO GANADOR ESTIMUL	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	100 DIRECCIÓN GENERAL	Salidas
H				Correo electrónico con la(s) pieza(s) y la información pertinente para la publicación
H				Se pone la parrilla en la matriz de revisión de parrillas de contenidos.
H				Parrilla ajustada
H				Correo electrónico con la evidencia de la publicación.

8. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES						
No.	Ciclo PHVA	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y CONTROLES	ACTORES	RESPONSABLE	TIEMPO (HORAS)	DOCUMENTO / REGISTRO
1	H	Realizar solicitud Realizar solicitud Correo electrónico interno con la solicitud de revisión de la pieza gráfica y el editable enviado por parte de las unidades de Gestión y el ganador de estímulo, invitados o convocatorias y la oficina asesora de comunicaciones.	OAC UND GESTION INVITADO CONVENIO GANADOR ESTIMUL		1 hora	Correo electrónico interno con la solicitud de revisión de la pieza gráfica y el editable.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GEC-PD-10

Fecha: 2024-12-23

REVISIÓN Y PUBLICACIÓN PIEZAS

Versión: 4

2	V	Periodista revisa y aprueba la pieza gráfica Periodista revisa y aprueba la pieza gráfica El periodista encargado revisa la pieza gráfica cumpliendo con el manual de marca de la alcaldía y la política de publicación de contenido en canales de comunicación de la institución. Si: Continúa en la actividad 3 No: Se devuelve a la actividad 1 Si: Continúa en la actividad 3 No: Se devuelve a la actividad 1	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		2 horas	Correo electrónico con la solicitud de revisión de la pieza gráfica y observaciones para el rediseño de la pieza gráfica.
3	V	Asesor de Comunicaciones revisa y aprueba piezas Se revisa que la pieza grafica cumpla con el manual de marca de la alcaldía y la política de publicación de contenido en canales de comunicación de la institución Si: Continúa en la actividad 4 No: Se devuelve a la actividad 2 Si: Continúa en la actividad 4 No: Se devuelve a la actividad 2	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		2 horas	Correo electrónico con la solicitud de revisión de la pieza gráfica o con observaciones para el rediseño de la pieza gráfica.
4	V	Aprobación de Dirección General Se revisa pieza grafica cumpla el manual de marca y política de publicación de la institución. Si: avanza actividad 5 No: Se devuelve actividad 2 Si: Continúa en la actividad 5 No: Se devuelve a la actividad 2	100 DIRECCIÓN GENERAL		2 horas	Correo electrónico solicitando ajustes al diseñador.o avanzando para continuar.
5	H	Envío Pieza(s) gráfica(s) Se envía correo electrónico al periodista encargado informando el inicio de la publicación de la(s) pieza(s) grafica(s)	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		2 días	Correo electrónico dando aprobación final de la pieza al periodista.
6	H	Encargado de redes sociales conforma Parrilla Periodista envía correo electrónico al Community Manager para que organice la parrilla de contenidos.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		2 horas	Correo electrónico con la(s) pieza(s) y la información pertinente para la publicación
7	H	Corrección de Estilo El responsable de la corrección de estilo, consulta la parrilla de contenidos y realizará la revisión correspondiente.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		1 día	Se pone la parrilla en la matriz de revisión de parrillas de contenidos.
8	H	Community Manager revisa y realiza ajustes Community Manager realiza las correspondientes correcciones,	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		2 horas	Parrilla ajustada
9	H	Encargado de redes publica y evidencia El Community Manager se encarga de realizar la publicación y enviar la evidencia del la publicación de la pieza mediante correo electrónico.	140 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES		1 hora	Correo electrónico con la evidencia de la publicación.

8. POSIBLES PRODUCTOS O SERVICIOS NO CONFORME

ACTIVIDAD	PRODUCTO Y/O SERVICIO	CRITERIO DE ACEPTACIÓN	CORRECCIÓN	REGISTRO
6. Encargado de redes sociales conforma Parrilla: Periodista envía correo electrónico al Community Manager para que organice la parrilla de contenidos.	No conformación de la parrilla de contenido.	Parrilla incompleta o con errores.	Realizar corrección a la parrilla de contenidos.	Se debe registrar el Producto no conforme, en la Matriz revisión parrillas.
7. Corrección de Estilo: El responsable de la corrección de estilo, consulta la parrilla de contenidos y realizará la revisión correspondiente.	No realizar la revisión de estilo.	El responsable consulta la parrilla de contenidos y debe hacerlo de forma completa y correcta.	Realizar los comentarios correspondientes	Se debe registrar el Producto no conforme, en la Matriz revisión parrillas.
8. Community Manager revisa y realiza ajustes: Community Manager realiza las correspondientes correcciones,	No realizar las correcciones.	Community Manager debe realizar los ajustes correctamente las correcciones dadas por el corrector de estilo.	Realizar las correspondientes correcciones.	Se debe registrar el Producto no conforme, en la Matriz revisión parrillas.
9. Encargado de redes publica y evidencia: El Community Manager se encarga de realizar la publicación y enviar la evidencia del la publicación de la pieza mediante correo electrónico.	No se realiza la publicación	Community Manager no realiza la publicacion completa o parcial de las piezas y/o no deje evidencia o registro de su publicación.	Realizar la publicación de las piezas y dejar evidencia o registro de la publicación.	Se debe registrar el Producto no conforme, en la Matriz revisión parrillas.

9. DOCUMENTOS ASOCIADOS

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

10. NORMATIVA ASOCIADA

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 23 de 1982 "Sobre derechos de autor"

Instituto Distrital de las Artes -IDARTES-

Carrera 8 No. 15 - 46 - Bogotá

+57 (601) 379 5750

Código postal: 111711

Copia controlada en base de datos del sistema de información Pandora





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE
Instituto Distrital de las Artes

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

Código: GEC-PD-10

Fecha: 2024-12-23

REVISIÓN Y PUBLICACIÓN PIEZAS

Versión: 4

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 Espectro y se dictan otras disposiciones"
Acuerdo 744 de 2019 "Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad "Bogotá" y se dictan otras disposiciones".

11. RECURSOS

Recurso físico: equipos de cómputo.
Recurso humano: funcionarios y contratistas de la entidad designados por la Asesora de Comunicaciones.
Recursos económicos: disponibilidad presupuestal de los rubros que amparan.

12. ANEXOS

No.	NOMBRE DEL ANEXO
-	Sin información.

13. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS REALIZADOS
1	2024-03-05	No existía un procedimiento que indicará como se realiza la revisión y aprobación de las piezas graficas de los ganadores de estímulos, lo que generó un riesgo y a su vez un plan de acción de mejoramiento
2	2024-04-04	Se solicita modificación, porque desde la Dirección se pide que el Área de Comunicaciones realice el rediseño de las piezas comunicativas de los ganadores de Estímulos cuando se requiera, lo que cambia el procedimiento antes planteado.
3	2024-09-11	Se solicita modificación, porque desde la Dirección General se debe realizar la revisión y aprobación de las piezas comunicativas, lo que cambia el procedimiento antes planteado, así como el nombre del procedimiento.
4	2024-12-23	Se realiza la actualización incluyendo información del corrector de estilo y responsabilidad del Community Manager.

14. CONTROL DE APROBACIÓN

ESTADO	FECHA	NOMBRE	CARGO
ELABORÓ	2024-12-18	ANDRES ESTUPINAN NINO	ENLACE MIPG
REVISÓ	2024-12-18	CARLOS ANDRES MENDEZ ESPITIA	REFERENTE MIPG
APROBÓ	2024-12-18	PAOLA ANDREA MENDEZ HERNANDEZ	LIDER DE PROCESO
AVALÓ	2024-12-23	DANIEL SANCHEZ ROJAS	JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

15. COLABORADORES

NOMBRE