



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

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIONES

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

GEC-POL-02

V.2

15/05/2026

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	2
1 OBJETIVO	2
2 ALCANCE	2
3 RESPONSABLES Y RESPONSABILIDADES	2
3.1 Responsables de Procesos y Sistemas de Gestión como generadores de la información: ...	2
3.2 Asesor(a) de Comunicaciones como líder del área:	3
3.3 Área de Comunicaciones como diseñador y ejecutor de las estrategias de comunicaciones:	3
3.4 Pares de los procesos:	3
4 DEFINICIONES	3
5 CONDICIONES GENERALES	5
5.1 Canales de comunicación	5
5.1.1 Canales de comunicación internos - Red Comunicarte.....	5
5.1.2 Canales de comunicación externa.....	6
5.2 Tipos de eventos	6
5.2.1 Eventos Tipo A	6
5.2.2 Eventos Tipo B	6
5.2.3 Eventos Tipo C	7
5.3 Modificaciones a la política:	7
6 DESARROLLO DEL DOCUMENTO LINEAMIENTOS GENERALES:	7
6.1 Sobre los contenidos.....	8
6.2 Almacenamiento y publicación de la información.....	8
6.3 Sobre los requerimientos y solicitudes	8
6.4 Sobre la aprobación de contenidos periodísticos, piezas gráficas y otros	9
7 MARCO NORMATIVO	10

INTRODUCCIÓN

La relevancia de las comunicaciones para fortalecer la misionalidad del Idartes como gestor de las prácticas artísticas en Bogotá y garante del pleno ejercicio y disfrute de los derechos culturales por parte de la ciudadanía, mediante la ejecución de las políticas públicas, proyectos, planes y programas que aporten a la construcción del Plan de Desarrollo Distrital, hace necesaria la definición de una Política de Comunicaciones que establezca directrices generales para la toma de decisiones en lo relacionado con la interacción con los miembros internos de la entidad y los públicos externos interesados, con el propósito de preservar y posicionar la imagen institucional, promover y fortalecer la comunicación interna y externa.

1 OBJETIVO

Este documento tiene como objetivo emitir los lineamientos básicos y prácticos de las comunicaciones internas y externas, con el propósito de contribuir en el liderazgo de la gestión cultural del Idartes, a partir de los roles y funciones del Área de Comunicaciones de modo que se fortalezca la visibilidad, difusión y posicionamiento de las actividades culturales y artística.

2 ALCANCE

Esta política surge de la necesidad de difusión de los lineamientos establecidos por el Área de Comunicaciones para generar estrategias de comunicación interna y externa que optimicen la interacción entre los miembros de la entidad y los públicos externos interesados. Por medio de la disposición de una serie de normativas, la política busca estandarizar los procesos que involucren la gestión estratégica de comunicaciones. Su implementación alude de manera directa a los componentes de diseño, digital, visual, audiovisual, editorial y comunicaciones internas; y presenta, además, una serie de tipologías y herramientas útiles para la comprensión de las directrices que establece.

3 RESPONSABLES Y RESPONSABILIDADES

3.1 Responsables de Procesos y Sistemas de Gestión como generadores de la información:

- Proveen información veraz, actualizada y oportuna al Área de Comunicaciones.
- Garantizan que los contenidos técnicos o misionales entregados para difusión cumplan con los lineamientos institucionales.
- Colaboran en la validación de mensajes, piezas o contenidos relacionados con su proceso.

3.2 Asesor(a) de Comunicaciones como líder del área:

- Supervisa la aplicación de la Política de comunicaciones al interior de la entidad.
- Asegura que las estrategias, mensajes y acciones comunicativas estén alineados con la misión institucional y el Plan de Desarrollo Distrital.
- Define las directrices, prioridades y mecanismos de coordinación con las demás dependencias.
- Autoriza y valida piezas, campañas y contenidos antes de su publicación.
- Lidera la articulación con la Dirección General, en lo relativo a temas estratégicos de comunicación.

3.3 Área de Comunicaciones como diseñador y ejecutor de las estrategias de comunicaciones:

- Implementa las directrices establecidas en la Política de Comunicaciones.
- Diseña, produce, y difunde los contenidos en los diferentes canales institucionales.
- Garantiza la coherencia visual, editorial y narrativa conforme a la identidad institucional.
- Mantiene actualizados los lineamientos técnicos y operativos para los equipos de diseño, audiovisual, digital y prensa.
- Realiza seguimiento continuo al desempeño de las acciones comunicativas, generando informes de análisis, impacto y recomendaciones.

3.4 Pares de los procesos:

- Participan en la revisión de contenidos que involucren información especializada de su proceso.

4 DEFINICIONES

- **Animación:** Proceso utilizado por uno o más animadores para dar la sensación de movimiento a imágenes, dibujos u otro tipo de objetos inanimados.
- **Boletín virtual:** Es el resumen de noticias, eventos e información interna que se difunde periódicamente para que funcionarios y contratistas del Idartes accedan a ella.
- **Campaña:** Es una serie de mensajes que comparten una misma idea y tema.
- **Canales de comunicación:** Es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo.
- **Cartelera:** Es el medio por el que se difunde información. Cuenta con un formato electrónico y con un espacio físico en cada piso de la entidad.
- **Comunicación externa:** Es el conjunto de estrategias dirigidas a comunicar información a la ciudadanía en general, opinión pública, entidades pares, medios de comunicación, líderes de opinión, organizaciones sociales, agremiaciones, grupos de interés, entre otros.

- **Comunicación interna:** Es el conjunto de estrategias dirigidas a comunicar información dentro de la entidad, principalmente a funcionarios, colaboradores, sindicatos, equipo directivo, áreas.
- **Comunicación:** Es el proceso que permite dar a conocer la información de manera lógica, clara y oportuna, entre un emisor y uno o varios receptores, ya sea en forma oral, escrita o cualquier otro medio. Su finalidad es que exista una retroalimentación entre las dependencias.
- **Comunicado de prensa:** Pronunciamento oficial exclusivamente de la entidad acerca de un hecho, tema o resultados de los procesos que realice.
- **Contact Manager (CM):** Es el administrador de comunidades y el encargado de gestionar la presencia y participación de la entidad en los medios sociales.
- **Cubrimiento de eventos:** Actividad periódica que consiste en asistir a un acto o evento de carácter institucional, a fin de recoger la información e imágenes necesarias (fotografías y video) para realizar una nota informativa.
- **Diseño:** Se encarga de organizar en una plantilla los contenidos escritos y visuales y, de ser necesario, enrutar la impresión del boletín.
- **Divulgación:** Dar a conocer algo, hacer algo accesible al público.
- **Edición de video:** Proceso mediante el cual un editor corta, pega y adiciona fragmentos de vídeo, fotografías, gráficos, efectos digitales o cualquier otro material audiovisual. En la mayoría de los casos se incluye audio que puede ser música o testimonios de personas, pero también existen ediciones donde se utilizan únicamente medios visuales. Esta edición de video se realiza por computador, junto con un programa especializado de edición de video en el que el editor manipula los medios con ayuda de diferentes herramientas para así lograr una "composición" deseada y obtener un resultado final, comúnmente llamado "video final".
- **Edición digital de imágenes:** Procedimiento por el cual se realizan retoques, mejoras o cambios, a través de programas y software especializado, a las imágenes obtenidas originalmente.
- **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.
- **Fotografía:** Procedimiento por el que se capturan imágenes fijas a través de una cámara fotográfica mediante soportes digitales de memoria.
- **Free press:** Consiste en el ejercicio de prensa gratuito que se hace a través de las relaciones públicas entre los periodistas del área con los medios de comunicación para lograr la difusión de los eventos, logros, convocatorias, actividades y programas de la entidad.
- **Gestión de crisis:** Son aquellas acciones que se realizan para mitigar una situación que pueda perjudicar la imagen o buen nombre de la entidad.
- **Informe de impactos:** Documento que contiene el seguimiento a los diferentes medios de comunicación para registrar los impactos que sean publicados sobre las políticas, programas, eventos, actividades y convocatorias de la entidad.
- **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.

- **Mailing:** Es una estrategia para enviar información de valor, por medio de correos electrónicos, a nuestros públicos objetivos.
- **Medios de comunicación:** Son instrumentos utilizados en la sociedad para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.
- **Multimedia:** Cualquier objeto o sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información.
- **NAS:** Plataforma para el almacenamiento de fotografías, imágenes, videos y documentos del Área de Comunicaciones
- **Noticia:** es un tipo de género periodístico, tanto escrito como auditivo o audiovisual, que consiste en una narración objetiva de algún evento novedoso.
- **Publicación:** Divulgación que se realiza mediante la puesta a disposición del público de la información que se genera en la entidad y que sea de interés general.
- **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 que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información.
- **Rueda de prensa:** Evento en el que son invitados los medios de comunicación, con el fin de conocer sobre un tema específico o pronunciamiento oficial.
- **Threads o 'Hilos':** Es una red de microblogging, administrada por META, creada para publicar mensajes con una extensión de hasta 500 caracteres y permite subir hasta 10 fotografías.
- **Video:** Sistema de grabación y reproducción de imágenes a través de una cámara, mediante soportes digitales de memoria. Puede estar acompañado o no de sonidos.
- **Webmáster:** Es el responsable del desarrollo, mantenimiento y funcionamiento técnico de un sitio web. Además, se encarga de insertar los links necesarios a los sitios web y de subirlo a medios electrónicos.
- **X (antes conocida como Twitter):** Es una red de microblogging que permite escribir y leer mensajes en internet que no superen los 280 caracteres.
- **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.

5 CONDICIONES GENERALES

5.1 Canales de comunicación

5.1.1 Canales de comunicación internos - Red Comunicarte

Plataforma y herramientas diseñadas para asegurar el flujo de información entre funcionarios y colaboradores, promoviendo coordinación y participación:

- **Intranet, comunicarte.idartes.gov.co:** Portal institucional para consulta de documentos, noticias y recursos internos.
- **Mailing (PHP List):** Distribución masiva de avisos y comunicados internos.
 - Boletín quincenal comunicarte: resumen informativo de novedades institucionales.

- **Carteleras institucionales:** Difusión visual de información relevante.
 - Pantalla informativa: Canal audiovisual interno para anuncios y campañas institucionales y/o de interés general.
 - Correo institucional, comunicaciones.internas@idartes.gov.co: Recepción y envío de comunicaciones formales.
 - Fondo de pantalla (papel tapiz): Refuerzo visual de campañas y lineamientos internos. Se solicita al correo electrónico de mesa de servicios soporte.ti@idartes.gov.co.
 - Whatsapp: Difusión de contenidos relevantes, como mensajes importantes solicitados por la Dirección o la Coordinación RDCI.

5.1.2 Canales de comunicación externa

Medios para informar y difundir la oferta cultural y las actividades del Idartes a la ciudadanía y medios externos.

- **Páginas webs:** Información institucional, programación y recursos para la ciudadanía.
- **Relacionamiento con medios masivos de comunicación (free press y pauta):** Cobertura y difusión en prensa, radio y televisión.
- **Redes sociales:** Interacción con públicos y difusión de contenidos culturales.
- **Mailing (envíos masivos a través de la plataforma Php List):** Distribución masiva de boletines, convocatorias y novedades externas.

5.2 Tipos de eventos

Con el fin de establecer y fortalecer los canales de comunicación institucionales y optimizar las labores de difusión de nuestros eventos y actividades, se han clasificado los eventos de la entidad en eventos A, B, C. Esta clasificación permite una gestión eficaz de una amplia gama de eventos, desde los masivos y emblemáticos hasta los más especializados y locales, enriqueciendo la oferta cultural de la ciudad y atendiendo a una diversidad de públicos.

5.2.1 Eventos Tipo A

Estos eventos son de carácter metropolitano y requieren una producción de gran formato. Por lo general, se desarrollan en espacios abiertos de la ciudad, como parques, y atraen a una gran cantidad de público en un solo lugar y en un mismo momento. Ejemplo de un evento Tipo A es "Rock al Parque", un evento masivo celebrado en el Parque Simón Bolívar que atrae a una multitud diversa de amantes de la música y la cultura.

5.2.2 Eventos Tipo B

Los eventos Tipo B representan la principal fuente de trabajo de las unidades de gestión y constituyen la mayoría de la tipología de eventos. Estos eventos son de carácter metropolitano, aunque atraen a una cantidad de público menor al de un evento Tipo A. Se desarrollan en espacios cerrados o en los equipamientos culturales del Idartes.

Ejemplo de un evento Tipo B es "Gárgola y Quimera en el Gaitán", que se lleva a cabo en el Teatro Jorge Eliécer Gaitán y atrae a una audiencia diversa interesada en las artes y la cultura.

5.2.3 Eventos Tipo C

Los eventos Tipo C se desarrollan de manera constante y se caracterizan por su enfoque de nicho. A menudo, están diseñados para públicos específicos y se realizan tanto en espacios abiertos como cerrados. Ejemplo de un evento tipo C es el "Taller MicroMacro", que se lleva a cabo en colaboración con artistas y facilitadores locales y está diseñado para un grupo selecto de participantes interesados en explorar el arte desde una perspectiva detallada.

5.3 Modificaciones a la política:

El Idartes se reserva el derecho de modificar la presente política en cualquier momento. Toda modificación será comunicada por los canales oficiales del Idartes. Al manejar los canales de comunicación del Idartes, desde el Área de Comunicaciones acepta y se compromete a cumplir con las condiciones establecidas en la presente política de publicación de contenidos.

6 DESARROLLO DEL DOCUMENTO LINEAMIENTOS GENERALES:

Las unidades de gestión y periodistas deberán conocer y seguir los procedimientos establecidos en todos los casos. Estos se pueden consultar en la página Comunicarte dentro del mapa de procesos, en la sección Gestión Estratégica de Comunicaciones.

Los miembros del equipo de comunicaciones deberán regirse por el Manual de Estilo del Idartes, el cual está publicado en la página web Comunicarte dentro del mapa de procesos, en la sección Gestión Estratégica de Comunicaciones. A su vez, deberán hacer buen uso de la ortografía, gramática y redacción. El seguimiento de estos lineamientos no solo propende a mejorar la facilidad con la que los usuarios entienden el mensaje que se pretenda comunicar, sino que preserva la buena imagen de la entidad. Adicionalmente, es determinante enfatizar cómo 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; por lo que es esencial prestar gran atención a esta habilidad comunicacional en aras de garantizar una labor eficiente.

Los contenidos enviados por las áreas y revisados por los periodistas deberán cumplir la política de publicación de contenido en canales de comunicación de la entidad con Código: GEC-POL-1.

El vocero(a) oficial del Idartes es el director(a) o quien este delegue para cada programa, subdirección o estrategia.

En todo caso los servidores públicos y colaboradores de la entidad deben respetar los derechos de autor y cualquier otra propiedad intelectual de terceros.

Los miembros del equipo de comunicaciones deberán aportar la información que les corresponda para la elaboración de informes. En el caso de las estrategias de comunicación externa y plan de

medios, los periodistas deberán realizar el seguimiento de impactos (GEC-PD-03), de acuerdo a los formatos y disposiciones establecidas.

6.1 Sobre los contenidos

La información a difundir, publicar o actualizar debe ser clara, precisa, concisa, oportuna y en lenguaje claro, para la fácil lectura y comprensión del público en general. No se debe divulgar contenido (textual o gráfico) ofensivo, que pueda ser considerado sexista, racista, discriminatorio, estereotipado o que atente contra los derechos fundamentales de una persona o grupo de personas.

Las piezas diseñadas deberán ir acorde al Manual de Marca del Idartes, al Manual de Uso de Marca de la Alcaldía de Bogotá, o a la identidad gráfica de campaña que se esté manejando en el Distrito en ese momento.

La información (foto, video, reseña) remitida por parte de las unidades de gestión debe contener derechos de autor y se asumirá como información oficial.

No se debe publicar información confidencial. Los servidores públicos de la entidad deben evitar revelar información confidencial. Para garantizar esto, deberán atender los temas de políticas, normas y consideraciones de seguridad de la información definidas por la entidad.

6.2 Almacenamiento y publicación de la información

El portal web deberá implementar los criterios establecidos por **GEL (Gobierno en línea) y la Ley de Transparencia y acceso a la información pública, Ley 1712 de 2014**, según las políticas institucionales, los trámites y servicios expuestos al ciudadano y la caracterización de usuarios de la entidad.

La publicación de contenidos en la página web del Idartes deberá respetar el entorno visual.

Tecnologías de la información garantiza el espacio asignado, almacenamiento, disposición y recuperación del material fotográfico y audiovisual que se almacene en la NAS con la hoja de ruta indicada en el instructivo para acceso a la NAS, dispuesta en el mapa de procesos.

Los fotógrafos, realizadores, animadores, diseñadores deberán entregar el material finalizado, editable o en limpio, según corresponda y cargarlos a la plataforma NAS o a la que esté destinada para tal fin.

6.3 Sobre los requerimientos y solicitudes

La comunicación con el Área de Comunicaciones para solicitudes, procesos, estrategias, diseños, cubrimientos, ediciones y demás se realizará siempre a través del periodista asignado, que deberá ser parte activa de las reuniones de planeación y desarrollo que cursen en las unidades de gestión.

Las solicitudes de estrategias de comunicación y plan de medios se deberán realizar por medio de la plataforma de gestión de documentos electrónicos y de archivo de la entidad, Orfeo, en el formato GEC-F-04 Formato de solicitud de productos y estrategias de comunicaciones para la divulgación de la misionalidad del Idartes. Este solo será la base para que el Área de Comunicaciones realice

una estrategia. Comunicaciones será la encargada de determinar, de acuerdo con la información recibida; a su criterio y misionalidad y a sus capacidades y herramientas, cuál será, en cada caso, la mejor estrategia para comunicar las diversas actividades y eventos del Idartes.

Las solicitudes de estrategias de comunicación y plan de medios que no ingresen por ORFEO o que no estén dentro de los tiempos establecidos serán devueltas.

La unidad de gestión deberá entregar oportunamente toda la información necesaria para desarrollar la estrategia, entendiéndose briefs, programaciones, fechas, objetivos, participantes, voceros, contexto, contactos, lugares, hora, público objetivo, intención, mensaje y referentes, entre los demás insumos que sean necesarios en cada caso.

Las solicitudes de estrategias de comunicación para los eventos Tipo A, B o C, deberán hacerse siempre a través de los canales establecidos con los tiempos señalados en el procedimiento para cada caso.

En cuanto al diseño de piezas gráficas, las unidades de gestión tendrán un número máximo de piezas al mes, así como un número máximo de correcciones (establecido en el procedimiento de diseño).

Todas las solicitudes ya sea para creación de nuevas páginas web, micrositios y/o actualización de páginas web o intranet deberán realizarse por escrito, el periodista. El asesor(a) de comunicaciones y el *webmaster* revisarán y analizarán la viabilidad, de acuerdo a las estrategias planteadas y a la estructura de las páginas.

Para la apertura de una nueva cuenta en redes sociales se debe entregar una propuesta, la cual será evaluada y aprobada por el asesor(a) de comunicaciones junto con el equipo digital y deberá estar alineada con la **Circular 004 del 21 de agosto de 2024, de la Alcaldía Mayor**, Oficina Consejería Distrital de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC y Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones. En caso de ser aprobada, se deberá designar un CM o estratega digital para el manejo de esta nueva cuenta. No deben crearse cuentas que sean manejadas por funcionarios o colaboradores bajo la imagen institucional o de los programas o estrategias de la entidad.

6.4 Sobre la aprobación de contenidos periodísticos, piezas gráficas y otros

Las piezas gráficas, audiovisuales, publicaciones, boletines y notas de prensa deberán ser aprobadas por el área solicitante y por el Área de Comunicaciones antes de su publicación o divulgación.

Las unidades de gestión designarán a una (1) persona que será el enlace con el periodista del Área de Comunicaciones para los efectos de divulgación, con el fin de evitar cruces de información y subsecuentes reprocesos. Esta persona debe poder aprobar los contenidos o ser el único canal para solicitar la aprobación a quien corresponda de acuerdo a la política de publicación de contenidos vigente. Por su parte, el periodista será el único enlace con el equipo web, editorial, de diseño, audiovisual, de redes y asignaciones, de acuerdo con las normativas internas del área.

Para la intranet y el sitio web institucional se otorgará permisos para subir documentación a una persona por área, máximo dos, asignadas por el jefe del área, de acuerdo al proceso estipulado

para la Zona de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

7 MARCO NORMATIVO

- **El Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia 1991:** establece que “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 23 de 1982:** “Sobre derechos de autor”
- **Ley 527 de 1999:** “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, se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.”
- **Ley 599 de 2000:** “Por la cual se expide el Código Penal”
- **Ley 1266 de 2008:** “Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.”
- **Ley 1273 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 1581 de 2012:** “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.”
- **Decreto 2573 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”
- **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.”
- **Decreto 619 de 2007:** “Por el cual se establece la Estrategia de Gobierno Electrónico de los organismos y de las entidades de Bogotá, Distrito Capital y se dictan otras disposiciones.”
- **Decreto 1377 de 2013:** “Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012.”
- **Decreto 1078 de 2015:** “Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.”
- **Decreto 1413 de 2017:** “Por el cual se adiciona el Título 17 a la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Decreto 1078 de 2015, para reglamentar parcialmente el Capítulo IV del Título III de la Ley 1437 de 2011 y el artículo 45 de la Ley 1753 de 2015, estableciendo lineamientos generales en el uso y operación de los servicios ciudadanos digitales.”
- **Decreto 767 de 2022:** “Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Política de Gobierno Digital y se subroga el Capítulo 1 del Título 9 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.”
- **Resolución 160 de 2017:** “Por la cual se deroga la Resolución N° 673 de 2013 y se adopta el Manual de política de seguridad de la información del sitio web en materia de datos personales recaudados en las bases de datos creadas en la entidad.”



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

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DE CAMBIOS REALIZADOS
1	2024-04-23	Emisión Inicia
2	2026-05-15	La actualización de la política responde a la necesidad de alinear los procedimientos institucionales con los ajustes en la Guía de Diseño del Sistema Integrado de Gestión (SIG) y la incorporación de nuevas herramientas digitales. Se modifican aspectos clave, como la actualización de la ruta NAS y las directrices para la gestión de redes sociales, con el fin de optimizar el almacenamiento, acceso y difusión de la información. Estas modificaciones están directamente relacionadas con la gestión institucional de la información y la comunicación, mejorando la estandarización de procesos, asegurando la trazabilidad de la información y fortaleciendo la gestión de canales digitales, lo que facilita un control más eficiente y transparente de los recursos y la información compartida. Adicional se retira el procedimiento administración de redes sociales ya que se encuentra derogado y se incluye la actualización del formato de solicitud de productos y estrategias de comunicaciones para la divulgación de la misionalidad del Idartes

CONTROL DE APROBACIÓN

ESTADO	FECHA	NOMBRE	CARGO
ELABORÓ	2026-03-05	ANDRES ESTUPINAN NINO	ENLACE MIPG
REVISÓ	2026-04-21	SANDRA VIVIANA CRUZ SANCHEZ	REFERENTE MIPG
APROBÓ	2026-04-23	PAOLA ANDREA MENDEZ HERNANDEZ	LIDER DE PROCESO
AVALÓ	2026-05-15	HEIDY YOBANNA MORENO MORENO	JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

COLABORADORES

NOMBRE