

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 1 de 17

Política de Comunicaciones

Contenido

1. Introducción.....	2
2. Valores y Principios.....	2
3. Alcance.....	3
4. Objetivo General	3
5. Objetivos Específicos	3
6. Lineamientos Generales.....	3
7. La comunicación de Atenea frente a la Ley de Transparencia y del Derecho a la Información (Ley 1712 de 2014).....	4
8. Lenguaje claro e incluyente.....	4
9. Planeación de la gestión de la comunicación.....	5
9.1. Públicos de interés.....	5
9.2. Mensajes principales	6
9.3. Canales.....	6
9.4. Vocería institucional.....	7
10. Planeación de la gestión de la comunicación externa.....	8
10.1. Recomendaciones y pautas para prensa:	8
10.2. Recomendaciones y pautas para productos audiovisuales:.....	9
10.3. Recomendaciones y pautas para comunicación digital:	10
11. Planeación de la gestión de comunicación interna	14
11.1. Recomendaciones y pautas de comunicación interna:.....	15
11.3. Manejo de crisis:.....	16
CONTROL DE CAMBIOS:.....	17

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 2 de 17

1. Introducción

“Hacer un nuevo contrato social con igualdad de oportunidades para la inclusión social, productiva y política”, es uno, de los cinco propósitos que busca alcanzar la Alcaldía Mayor de Bogotá a través de la ejecución de su Plan Distrital de Desarrollo 2020-2024.

Para materializar parte de este propósito, el Distrito le está apostando a: I) garantizar el acceso a la educación superior, formal y no formal de la población más vulnerable y II) a promover la investigación, la innovación, la ciencia y la tecnología.

Esas dos estrategias que, buscan acelerar la generación de capacidades, competencias y el desarrollo de nuevas habilidades en la ciudadanía, para enfrentar activamente los desafíos de la cuarta revolución industrial, son promovidas, gerenciadas, administradas y ejecutadas por Atenea, la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología.

Una apuesta que impacta de forma directa a estudiantes y comunidades de educación media y superior; a investigadores y al sector empresarial y productivo de la ciudad, entre otros. Un amplio segmento de la población bogotana, distribuido en todo el territorio a quienes debe llegar la oferta y los resultados de la operación de estos programas de forma oportuna y equitativa.

De ahí, la importancia de establecer una comunicación con enfoque público, entendida como un servicio social que responda a los intereses colectivos de la ciudadanía.

Esta Política de Comunicaciones establece las directrices generales de comunicación interna y externa de la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología – Atenea. Documento orientado al cumplimiento de los principios de divulgación, transparencia y participación ciudadana.

2. Valores y Principios

Como Agencia distrital, los valores y principios de las comunicaciones de Atenea están alineados con el Manual Estratégico de Comunicaciones de la Alcaldía de Bogotá, el cual establece que, la gestión de la información a nivel interno y externo debe ser desde la ética, enmarcando todas las acciones comunicativas en los siguientes principios y valores:

Honestidad: brindar información veraz y transparente, siempre favoreciendo el interés general.

Respeto: reconocer, valorar, tratar de manera digna a colaboradores/as y beneficiarios / as, en los contenidos que se desarrollen sobre y para estos públicos.

Diligencia: atender a los diferentes públicos de interés con atención, prontitud y de manera eficiente, optimizando el uso de los recursos del Estado.

Justicia: garantizar los derechos de la información, con equidad, igualada y sin discriminación.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 3 de 17

Compromiso: tener una disponer permanente para comprender y resolver las necesidades de los públicos de interés de la entidad

3. Alcance

Los lineamientos definidos en esta Política de Comunicaciones para la ejecución de los procesos de comunicación interna y externa deben ser aplicados por todos los funcionarios y contratistas de la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología – Atenea, e implementados en el desarrollo de las funciones propias de la Oficina Asesora de Comunicaciones, y bajo la normatividad de la administración distrital.

4. Objetivo General

Trazar una ruta de comunicación pública, efectiva, equitativa e incluyente que acerque la política pública diseñada por la administración distrital y gerenciada por Atenea, a los habitantes de la capital, principalmente a sus potenciales beneficiarios y quienes resultaren beneficiarios de las convocatorias y programas.

5. Objetivos Específicos

- Establecer la comunicación como un elemento transversal a la Agencia, ligado a la misión y visión de la misma y que acompaña y facilita los procesos de la Entidad.
- Diseñar y ejecutar estrategias de comunicación orientadas al posicionamiento de la Agencia y de los programas sociales y de desarrollo que promueve y gerencia.
- Innovar en la forma de comunicar, de manera acertada y efectiva, la oferta y la gestión institucional de Atenea, a sus diversos públicos de interés.

6. Lineamientos Generales

De acuerdo al Manual Estratégico de Comunicaciones del Distrito Capital, todas las acciones comunicativas de las entidades del distrito deben estar orientadas bajo los siguientes cuatro lineamientos:

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 4 de 17

Oportunidad: está determinada por la diligencia con la cual una información es dada a conocer en el tiempo necesario o más adecuado.

Veracidad: la transmisión de la información impone la responsabilidad de contrastar los datos y verificar las decisiones, para brindarle a los ciudadanos la seguridad de que están recibiendo información de primera mano; de qué el mensaje tiene toda la credibilidad porque proviene de una fuente primaria como lo son las entidades del Distrito.

Servicio al ciudadano: un eje fundamental de la información distrital es la comunicación centrada en las necesidades de los ciudadanos.

Lenguaje claro incluyente: Bogotá se caracteriza por ser una ciudad de puertas abiertas, tolerante e incluyente, por lo cual la comunicación que se genere desde las distintas entidades distritales debe contener mensajes claros y siempre manejar un lenguaje incluyente, en el que se contemple los diferentes públicos de interés a las que se necesita llegar a esta gran ciudad.

7. La comunicación de Atenea frente a la Ley de Transparencia y del Derecho a la Información (Ley 1712 de 2014)

El Congreso de la República promulgó la Ley 1712 de 2014, Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública, cuyo objeto es: “regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información”.

En tal sentido, vale la pena resaltar que la Agencia Atenea es un sujeto obligado al cumplimiento de la mencionada Ley, en tanto se incluye en el grupo de “toda entidad pública, incluyendo las pertenecientes a todas la Ramas del Poder Público, en todos los niveles de la estructura estatal, central o descentralizada por servicios territorialmente, en los órdenes nacional, departamental, municipal y distrital”.

Por esta razón, la Agencia Atenea cumple con lo establecido en los artículos 9, 11 y 17 de la Ley 1712 de 2014.

8. Lenguaje claro e incluyente

Las comunicaciones emitidas por la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología -, Atenea, en concordancia con las directrices dadas en materia de comunicación por el Distrito, deben de ser claras, amables, cercanas y entendibles.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 5 de 17

Como complemento, es necesario hacer uso del lenguaje incluyente en todas las comunicaciones con la ciudadanía, con el objetivo de emplear expresiones lingüísticas, gráficas y audiovisuales que incluyan tanto al género femenino como al masculino y la diversidad de género, y contribuyan a la igualdad y a la visibilización de la mujer en todos los ámbitos.

Adicionalmente, es importante incluir en las diferentes transmisiones y productos audiovisuales a los intérpretes de señas para que los mensajes lleguen también a la población que requiere este lenguaje, Además, en las piezas gráficas y audiovisuales se deberá incluir imágenes y personajes que reflejen la población con discapacidad.

9. Planeación de la gestión de la comunicación

Planear la gestión de la comunicación interna y externa parte de la identificación de los públicos de interés, de los mensajes que quiere posicionar la Agencia, de los canales que usará para divulgar sus políticas, programas, servicios y gestión; y de la vocería institucional que hablará en nombre de la entidad, que para Atenea son:

9.1. Públicos de interés

- Consejo directivo
- Universidades públicas y privadas, fundaciones y corporaciones universitarias.
- Rectores de grados décimo y once de colegios oficiales de Bogotá.
- Padres de familia de colegios oficiales de grados décimo y once.
- Jóvenes de la capital, estudiantes de colegios oficiales de grados décimo y once de Bogotá.
- Consejeros de juventud.
- Alcaldías locales con sus enlaces en territorio y con universidades.
- JAL, JAC y ediles.
- Concejo de Bogotá.
- Entidades distritales.
- Entidades públicas nacionales relacionadas con temas de educación, empleo, jóvenes, ciencia, tecnología e innovación.
- Sector empresarial.
- Fundaciones de temas relacionados con educación.
- Asociaciones de maestros, asociaciones de jóvenes y estudiantes.
- Organismos internacionales que apoyan temas de educación, ciencia, tecnología e innovación.
- Expertos en educación superior y temas posmedia.
- Embajadas de países que apoyan temas de educación, ciencia, tecnología e innovación.
- Medios de comunicación y líderes de opinión.
- Centros, Institutos y grupos de investigación.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 6 de 17

- Centros de Desarrollo Tecnológico, de Innovación y Productividad y de Ciencia.
- Oficinas Transferencia de Resultados de Investigación, Parques Científicos, Tecnológicos y de Innovación.
- Redes y organizaciones de la sociedad civil de temas de CTI.
- Funcionarios y contratistas de Atenea.

9.2. Mensajes principales

- Somos la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología - Atenea. Hacemos parte del sector educación, al igual que la Secretaría de Educación, entidad que rige la política pública en esta materia en la capital.
- Buscamos fortalecer, promover y financiar trayectorias en educación y formación posmedia, y liderar la agenda
- de ciencia, tecnología e innovación de Bogotá, de manera inclusiva, transparente y técnica.
- Ofrecemos becas y apoyos económicos que permiten financiar e incentivar el acceso, tránsito, permanencia, graduación y certificación de ciudadanos de la capital en un sistema de educación posmedia. Invitamos a los y las jóvenes de Bogotá a conocer e inscribirse a nuestros programas.
- Coordinamos programas y proyectos distritales de base científica y tecnológica, para la solución de problemas y desafíos de la ciudad y la región; así como la divulgación y apropiación social del conocimiento impulsando ciencia, tecnología e innovación.
- Promovemos el desarrollo de convocatorias para fortalecer los actores del sistema de ciencia, tecnología e innovación. Por medio de estas convocatorias, los grupos de investigación y otros actores del sistema podrán tener recursos para solucionar los retos de ciudad que se proponen en las diferentes dimensiones desde la generación de nuevos productos y conocimiento científico.
- Articulamos esfuerzos con las demás entidades distritales para canalizar y gestionar proyectos de innovación, ciencia y tecnología de interés general para la ciudad.
- Ejecutamos la oferta y presupuesto de otras entidades del distrito, y del sistema general de regalías, para fortalecer programas de formación, acceso y capacitación del talento humano de la capital, que respondan a las necesidades del sector productivo y empresarial.

9.3. Canales de comunicación

Comunicación externa:

- Página web
- Redes sociales (YouTube, Instagram, Twitter, Facebook, TikTok y LinkedIn);
- WhatsApp.
- Boletines y comunicados de prensa.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 7 de 17

- Eventos.
- Material POP.
- Conmutador (601)6660006
- SMS
- Correos electrónicos oficiales y mailings masivos
- Presentaciones, oficios e informes.

Comunicación interna:

- Correo electrónico.
- Fondos y protectores de pantalla de los computadores de la entidad.
- Cartelera o pantallas digitales.
- Boletín interno.
- Newsletter Info-Distrito
- Grupo de difusión de WhatsApp
- Intranet.
- Actividades de comunicación al interior de la Entidad (Un Café con José María)
- E-card electrónicas
- Uso de herramientas Outlook, Teams y Forms.

9.4. Vocería institucional

Atenea por ser una Agencia adscrita al sector administrativo de coordinación de “Educación”, cuya cabeza es la Secretaría de Educación del Distrito, está encargada de fomentar la educación superior, la ciencia y la tecnología, y tiene como principales voceras a la Alcaldesa Mayor de Bogotá y a la Secretaría de Educación; así mismo desde el ámbito organizacional, la vocería está a cargo del Director General o quien él delegue.

Atenea, a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones definirá los criterios de manejo de información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que en virtud de sus funciones o de su cargo actúen en un momento dado como voceros/as de la entidad.

La Agencia además del Director General, podrá tener voceros/as institucionales en los temas estratégicos de su gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios de comunicación externos y ante los diferentes auditorios y escenarios. Para ello deberá tener en cuenta los siguientes aspectos:

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 8 de 17

- Solicitar autorización a la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Cualquier solicitud de información hacia y desde los medios de comunicación deberá ser autorizada, verificada y contar con el acompañamiento de la Oficina de Comunicaciones.
- Todo vocero/a que sea designado para suministrar información, siempre estará en representación de la Agencia por lo que no podrá emitir opiniones personales.
- El vocero/a será documentado previamente a través de ayudas de memoria, bullet o brief por la Oficina de Comunicaciones, de los temas sobre los cuales deberá proveer información a los medios. Además, deberá ser asesorado por el equipo de esta área para el manejo (tono, mensaje y expresión corporal), de cada entrevista o declaraciones.

10. Planeación de la gestión de la comunicación externa

La comunicación externa contempla el relacionamiento de la Agencia, con sus diversos públicos de dos maneras: una, orientada a la oferta institucional movilizándolo a los públicos a participar o a informarse de los programas, resultados y convocatorias. La segunda, orientada al relacionamiento con los medios de comunicación, quienes son aliados estratégicos para la difusión y posicionamiento.

Para el relacionamiento con grupos de interés y la ciudadanía la Agencia diseña estrategias de comunicación para llegar a sus públicos de interés en las que determina: tácticas, acciones, canales y mensajes, que le permiten propiciar el flujo adecuado, el intercambio oportuno y el acceso transparente y eficaz de la información.

Para el relacionamiento mediático, Atenea desarrolla acciones estratégicas hacia los medios de comunicación, columnistas, editorialistas y líderes de opinión mediante la asesoría, gestión y divulgación de información institucional de interés con el fin de contribuir a la comunicación efectiva de la gestión de la Entidad.

Para el posicionamiento digital, donde se concentran en mayor medida, los públicos de interés de la Agencia, se diseñan estrategias de comunicación digital y se implementan herramientas que permiten medir el impacto y el alcance de las diferentes campañas y contenidos que se publican en los canales digitales de Atenea (sitio web, redes sociales).

10.1. Recomendaciones y pautas para prensa:

Relacionamiento con medios: La Oficina de Comunicaciones será la única dependencia encargada del relacionamiento con los periodistas y los medios de comunicación, cuando ellos soliciten información o una entrevista, deberá elaborarse una ayuda de memoria y un documento de posibles preguntas y respuestas para la preparación del vocero.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 9 de 17

Boletín de prensa: Este texto debe contener información clara, precisa y completa para la difusión, se recomienda tener una extensión no mayor a 2 cuartillas: 2 páginas, aproximadamente 8 párrafos incluidos los entre-comillados de los voceros (Director general de Atenea o quien delegue), 2 o 3 bullets dependiendo el tema, la información de contacto de la oficina de comunicaciones y el link de acceso a la web a los boletines de prensa afines al tema.

Los boletines de prensa deberán ser enviados a las bases de datos de medios de comunicación, acompañados de 2 fotografías y el full de vocero en audio y video. Así mismo, deberá gestionarse su publicación.

El boletín de prensa también deberá ser publicado en la página web de la Agencia y en las redes sociales de la Agencia.

Eventos: Atenea, dentro de sus tácticas de divulgación contempla el desarrollo de eventos, de manera individual o en asocio con la alcaldía y las secretarías del Distrito para quienes estructura y administra convocatorias; con las universidades y demás socios estratégicos.

Para la realización de dichos eventos, la Oficina Asesora de Comunicaciones es quien lidera, bajo las directrices de la Dirección General, el formato, parámetros y lineamientos de cada uno, a su vez, es la encargada de velar por la imagen institucional y de administrar el presupuesto asignado para el desarrollo de estos.

Las áreas de Atenea que dentro de sus tácticas programen la realización de eventos, deberán hacer la solicitud respectiva, por correo electrónico a la Oficina Asesora de Comunicaciones, diligenciar y adjuntar a este, el formato institucional “brief del evento”, el cual debe especificar datos relevantes como: nombre del evento, fecha, lugar, programación, descripción sobre la participación del director o vocero/a de Atenea, público que asiste, número de asistentes y persona de contacto.

Para los eventos NO propios, donde se requiera la participación del Director de Atenea, deberá remitirse una invitación oficial, al correo institucional de la secretaría privada de Atenea, con copia a la Oficina Asesora de Comunicaciones.

10.2. Recomendaciones y pautas para productos audiovisuales:

Fotos y videos:

- Las fotos de los eventos, en su gran mayoría, siempre deben ser horizontales.
- Para el uso de las fotografías en campañas, presentaciones, redes sociales y publicaciones como libros, es necesario contar con los permisos o consentimientos por escrito, o por video en el que manifieste explícitamente el uso de la imagen para los canales de Atenea.
- Los rostros de los menores de edad (a menos que tengan autorización firmada por sus padres) no deben ser visibles.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 10 de 17

- Los videos deben ser horizontales y algunos verticales para reels o stories en Instagram y TikTok, contar con un buen audio (usar micrófono para las entrevistas), y tener una imagen estable (usar trípode o una base). Cada video debe tener los datos del entrevistado, nombre completo, programa e institución en la que se encuentra.
- Los videos para publicar en redes sociales deben estar siempre en formato MP4 y deben cumplir con las siguientes características:
- Twitter: no superar el 1:30 o máximo 1:59. Los tres primeros segundos son clave, por eso la recomendación siempre es dejar la cortinilla al final del video.
- Instagram feed: 60 segundos, ideal 30 segundos.
- Instagram stories: 15 segundos.
- IGTV en Instagram: los videos deben tener un mínimo de duración de un minuto. En TikTok lo recomendable es no superar los 40 segundos.

Por recomendación del equipo digital de la Alcaldía Mayor de Bogotá no se debe incluir cortinilla de entrada en los videos para redes.

Camarógrafos y videografos contratados de forma eventual para el cubrimiento de eventos o la producción de campañas y piezas promocionales deberán contar con el release para hacer las autorizaciones respectivas de uso de cualquier imagen, video o fotografía, a título gratuito u oneroso.

Los profesionales de diseño y producción audiovisual de la Agencia o subcontratados, deberán abstenerse del uso de imágenes o videos descargados de medios digitales, sobre los que no se haya adquirido o pactado un permiso de uso.

Piezas gráficas: cada una de las piezas deberá cumplir con los lineamientos gráficos del manual de imagen institucional de Atenea y de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Para ello es importante que, antes de la difusión, haya aprobación previa por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Entidad.

Cuando las piezas sean realizadas desde Atenea, se compartirán los editables para que exista línea gráfica conjunta.

10.3. Recomendaciones y pautas para comunicación digital:

Página web:

La información publicada en la página web de la entidad www.agenciaatenea.gov.co será la oficial de la Agencia y su manejo de imagen y actualización de contenido es responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Los funcionarios, contratistas, grupos de trabajo y/o cualquier persona que en virtud de sus funciones y/u obligaciones y objetivos deba administrar y publicar información en el sitio web de Atenea, deberá cumplir con las siguientes indicaciones generales:

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 11 de 17

- Asegurar que el contenido del sitio web siga principios de accesibilidad para todos los ciudadanos.
- Garantizar la revisión y actualización periódica de los contenidos.
- Cumplir con los lineamientos de publicación digital y la imagen institucional definidas por la Agencia.
- Velar por la transparencia de la información.
- Aprovechar el potencial de las tecnologías de información para mejorar la atención a los ciudadanos.
- Los contenidos que se publiquen deben incluir las buenas prácticas de redacción digital (negritas, etiquetas o encabezados, links internos y externos, y podrán ir acompañados de videos, posts, infografías, etc).
- Es importante monitorear y medir periódicamente los indicadores o métricas que arroja la página web y generar informes que contengan: número de páginas vistas desde el canal orgánico, número de usuarios únicos desde el canal orgánico, promedio de visitas orgánicas diarias, posición promedio del sitio en los resultados de búsqueda, número de apariciones del sitio en los resultados de búsqueda y porcentaje de clics desde Google con relación al número de apariciones del sitio en Google (CTR).

Todo esto, para ser consecuentes con la estrategia de Gobierno Digital del Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicación – MinTIC, así como con la Ley de Transparencia y acceso a la información pública - Ley 1712 de 2014.

Redes sociales:

las redes sociales institucionales son un mecanismo de comunicación entre las entidades Distritales, la ciudadanía, los empresarios, medios de comunicación, organizaciones gubernamentales y privadas, aliados y la sociedad en general.

Principios en el manejo de las redes sociales:

- Seguridad y control: la operación de las cuentas de redes sociales institucionales es responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones de Atenea y debe hacerse bajo un protocolo de seguridad y control, que garantice la confidencialidad de las claves de acceso y del manejo de contenido. Se recomienda el cambio periódico de las contraseñas y asociar todas las cuentas a correos institucionales y no personales.
- Valoración del contenido: Las redes sociales son un canal de doble vía. Antes de publicar algún mensaje se deben valorar las posibles interpelaciones o respuestas que este podría generar. Si bien habrá usuarios dispuestos a controvertir, criticar o incluso ofender, tenga en cuenta que existe siempre la posibilidad de una respuesta respetuosa hacia quien no está de acuerdo.
- Calidad: La información tanto en las publicaciones como en las respuestas, deben someterse a criterios de pertinencia, respeto, adecuación y objetividad. Antes de publicar algo es importante

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 12 de 17

dar una lectura final para asegurarse que el mensaje está bien expresado. De ser posible, hacer una revisión adicional con alguien que no haya participado en la redacción para asegurarse de que el mensaje se entiende claramente.

- Veracidad: La información que se comparte por las redes sociales debe provenir de fuentes certificadas. Antes de publicar cualquier mensaje es indispensable preguntarse: “¿Es cierto lo que estoy diciendo? ¿Es una información verificable? ¿Proviene de una fuente confiable?”.
- Corresponsabilidad: Debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, tener claro a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo.
- Participación: Debe ser profesional, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, que animen a la participación.
- Respeto: Las redes sociales son un espacio para el intercambio de ideas, opiniones y soluciones, no de agresiones. Se debe evitar cualquier comentario que pueda tener una interpretación que resulte insultante u ofensiva hacia un género, una raza, una opción sexual, un credo, una visión política o una región del país, o que lleven a difamar o afectar la imagen o reputación.
- Legalidad: Se debe acatar, respetar y cumplir lo establecido en la legislación y normatividad vigente sobre derechos de autor, marca registrada, derechos de publicidad y otros derechos de terceros.

Cuentas y hashtag de Atenea: La Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología - Atenea tiene las siguientes cuentas en redes sociales:

Twitter: @AteneaBogota

LinkedIn: @AgenciaAteneaBogota

Instagram: @AgenciaAteneaBogota Facebook: Agencia Atenea

TikTok: @Agenciaateneabogota

YouTube: Agencia Atenea

Para apoyar la difusión de los diferentes programas, convocatorias y servicios que tiene la Agencia, la Oficina Asesora de Comunicaciones creó una serie de Hashtag:

#DelColeALaUConAtenea

#JóvenesALaU

#LaUEnTuColegio

#AteneaEsCienciayTecnología

#LaEducaciónEnPrimerLugar

#TodosALaU

#MipymesInnovadoras

#ElegiblesJóvenesALaU

#RetosSectorSalud

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 13 de 17

Recomendaciones generales manejo de redes sociales:

- El contenido publicado (gráfico, texto, video o cualquier otra forma) debe corresponder a la línea gráfica establecida por Atenea y el Distrito.
- Las redes sociales deben ser utilizadas para la difusión de mensajes relacionados netamente con asuntos de la entidad, el Distrito y avances de sus temáticas particulares de carácter institucional.
- El lenguaje utilizado debe ser amigable, de fácil entendimiento, cercano a los ciudadanos, que invite a conocer más sobre la entidad, el Distrito y que involucre a las personas.
- Las publicaciones deberán ser dinámicas, animadas, de fácil comprensión, didácticas y atractivas.
- En lo posible se hará uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual, que acompañe los contenidos. Se debe contar con la autorización para su uso.
- El contenido publicado tendrá como referencia el link de la Página Web de Atenea o de las entidades u organizaciones/ instituciones / empresas a las que se refiera.
- Se debe aprovechar la participación de Atenea o voceros en congresos, foros, encuentros del sector, streamings, entre otros eventos, para comunicarlo en tiempo real por redes sociales.
- La interacción en las redes sociales (seguidores, amigos, retweets, etc.) debe tener una relación directa con los temas de interés de Atenea, y aportar información o contenido relevante a la red.
- Se debe dar respuesta oportuna a los comentarios de usuarios de la red, según las prioridades y el tipo de comentarios que se responden.
- No se dará respuesta a un comentario negativo sin la debida autorización o línea de comunicación de Atenea.
- Se debe tener especial cuidado en no saturar al usuario con mensajes publicitarios de la entidad. Esto genera una reacción de rechazo por parte de los usuarios.
- Cuando la Alcaldesa o la secretaria de Educación hagan un anuncio o publicación importante o trascendental para el Distrito y esté relacionada con las funciones o misionalidad de Atenea, se debe apoyar con su difusión.

Recomendaciones para el cubrimiento de eventos en redes:

En los eventos en los que participe la Agencia Distrital para la Educación Superior, la Ciencia y la Tecnología - Atenea deberá tenerse en cuenta:

Para iniciar el cubrimiento se deben conocer:

1. Las arrobas @ o perfiles en Twitter de los participantes (entidades y/o personas), verificar que sean los correctos.
2. El numeral # de la actividad, que sirve como etiqueta dentro de la red, además de ayudar a posicionar el evento.
3. El lugar en donde se lleva a cabo la actividad.
4. El objetivo de la actividad.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 14 de 17

Protocolo para el cubrimiento digital de eventos:

5. En las publicaciones se debe mencionar dentro del texto, o etiquetar en las fotos, todos los actores que participen, o tengan que ver con el programa y actividad.
6. Cada publicación debe tener un valor agregado y debe ser contenido de interés para los usuarios de la red.
7. Si cuenta con enlaces externos, por ejemplo: se transmite por streaming en otros canales; existe una página web oficial que contextualice el programa, evento o actividad; hay un micrositio; formulario, etc, se debe incluir dentro de la publicación en un enlace, con un llamado a la acción.
8. Se pueden usar entrecomillados de los participantes al evento, que den valor agregado a la publicación.
9. Siempre usar una, tres o cuatro imágenes en los trinos-mensajes de Twitter.
10. Se recomienda hacer un hilo, es decir, es una serie de trinos para dar contexto.
11. En Instagram se recomienda hacer uso de la herramienta “Stories” con videos cortos que resuman el evento, o destaquen información relevante.
12. La Oficina Asesora de comunicaciones es la responsable del manejo de las redes sociales de Atenea, por lo tanto, es la única que puede dar respuesta a los comentarios que hacen los usuarios.

11. Planeación de la gestión de comunicación interna

La comunicación interna contempla el desarrollo de estrategias dirigidas a mantener informados a los colaboradores de Atenea, a mejorar el clima organizacional y a generar sentido de pertenencia.

La gestión comunicacional propenderá porque en Atenea, los servidores públicos interioricen la visión, misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.

La comunicación entre los colaboradores de Atenea debe procurar unas relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.

Para su desarrollo se dispondrá de medios oficiales internos de información que serán actualizados permanentemente y que deberán llegar en forma masiva a todos los colaboradores.

La oficina de comunicaciones trabajará articuladamente con las demás dependencias de la entidad especialmente con la gerencia corporativa y sus áreas en todo lo relacionados con los programas de bienestar y mejoramiento laboral.

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 15 de 17

11.1. Recomendaciones y pautas de comunicación interna:

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la responsable de diseñar e implementar la estrategia de comunicación interna, que responda a las necesidades de la alta dirección y las áreas técnicas y administrativas de la Entidad.

Así mismo es la encargada de definir las tácticas, mensajes y canales de comunicación a través de los cuales mantendrá informados a los colaboradores de Atenea.

11.2. Productos de Comunicación Interna:

Boletín interno: herramienta de comunicación interna de carácter digital que divulga la gestión y actividades de Atenea.

Newsletter Info-Distrito: herramienta de comunicación interna de carácter digital enviado vía mailing que divulga información, convocatorias y campañas enviadas por el área de comunicación interna de la Alcaldía Mayor con las solicitudes de la Red de comunicación interna integrada por secretarías y entidades del Distrito.

Grupo de difusión de WhatsApp: Uso actual del grupo para envío de información (grupo con los representantes de cada área de la Agencia), contenido de redes sociales de la Agencia, difusión de contenido suministrado por el Distrito.

Un café con José María: Espacio presencial con el objetivo de garantizar la comunicación efectiva al interior de la Agencia e involucrar la participación del personal interno y contratistas a temas de comunicación, clima y cultura organizacional.

Pantallas institucionales: Se busca la unificación en el diseño y manejo de la información de las carteleras institucionales de carácter digital y/o físicas. En estas se difunde información de interés en la entidad.

Mailing o correos internos: A través de los cuales se da a conocer mensajes de carácter institucional y que van acorde con la dinámica y acciones de las áreas solicitantes.

Intranet: Una vez creada e implementada esta herramienta, la Oficina de Comunicación será la responsable de la línea editorial. Esta se actualizará de forma permanente y contiene información institucional de interés para los colaboradores. La información que allí se publique debe ser coordinada con las distintas áreas de la Agencia.

Fondo de Escritorio: Tiene como objetivo aprovechar el uso del escritorio de los equipos de cómputo como medio de divulgación que aporta al proceso de comunicación interna de la Entidad. Las distintas dependencias de Atenea deberán coordinar con la Oficina de Comunicaciones la elaboración de este producto con debida antelación.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 16 de 17

Campañas institucionales: La Oficina de Comunicaciones enlazada con el área de Talento Humano diseñan campañas para abordar temas que la administración de Atenea necesita que sus colaboradores conozcan y se apropien.

Cuando un área requiera la realización de una campaña de carácter interno, deberá remitir a la Oficina Asesora de Comunicaciones, el brief diligenciado. En este documento se deben especificar aspectos como:

- Objetivo de la campaña.
- Grupo objetivo al cual va dirigida.
- Problema al cual se le debe dar solución.
- Mensaje principal que debe transmitir.
- Antecedentes, si los hay.
- Fechas y/o cronograma.
- Presupuestos.
- Elementos que deben ser incluidos en la comunicación.
- Listado de piezas entregables.

11.3. Manejo de crisis:

En materia de comunicaciones, las crisis son el resultado de un conjunto de acciones que no responden a la cotidianidad y que crean en los usuarios, ciudadanos y partes interesadas una percepción negativa o de incertidumbre sobre algún aspecto específico de la institución y que por ende afecta su reputación y la imagen de la Entidad.

Por ello, es importante establecer directrices claras a partir de la formulación de estrategias internas de comunicación, que serán implementadas tanto en el manejo de los medios de comunicación como en los públicos a los que vayan dirigidas las mismas.

Para realizar comunicaciones en situaciones de crisis, es importante tener en cuenta y adelantar las siguientes acciones:

1. Definir variables que ameritan situaciones en crisis.
2. Identificar las causas que generaron la crisis.
3. Activar el monitoreo de medios y redes sociales, para lo cual se deberá analizar los temas coyunturales, teniendo en cuenta la frecuencia de exposición de los mensajes en los medios de comunicación y redes sociales; cantidad de quejas y reclamos, análisis de indicadores de gestión, y otros aspectos de competencia de la Entidad.
4. Establecer el orden de ocurrencia de los eventos que desencadenaron la crisis.
5. Recolectar con el apoyo de las áreas misionales, del área jurídica y administrativa, dependiendo el caso, toda la información relacionada con la crisis en el menor tiempo posible.
6. Definir uno o varios voceros, quienes serán los responsables de hablar o dirigirse a los medios de comunicación, de acuerdo con las políticas de operación definidas para tal fin.

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

	Política de Comunicaciones	CÓDIGO: PO1_GC
		VERSIÓN: 1
	Gestión de Comunicaciones	FECHA DE APROBACIÓN: 18/04/2023
		Página 17 de 17

7. Informar a todas las dependencias, especialmente a las involucradas, para darles a conocer la situación e informarles quién es el vocero autorizado.
8. Diseñar la estrategia para el manejo de la crisis, en la que estén detalladas las tácticas y los mensajes que se van a divulgar para cada público objetivo, dependiendo el alcance de la crisis.

CONTROL DE CAMBIOS:

Fecha (De la Versión del documento que se está actualizando)	Versión (Relacionar la última versión y código del documento que se está actualizando)	Descripción del Cambio

VALIDACIÓN	NOMBRE	CARGO	FECHA
Elaboró	Jennifer González Peña	Contratista de Comunicaciones de la Dirección General	18/04/2023
Revisó	Andrea Ustman Bolaños	Asesora de Comunicaciones de la Dirección General	18/04/2023
Aprobó	Comité de Gestión y Desempeño	Miembros del Comité de Gestión y Desempeño	18/04/2023

Piensa en el medio ambiente, antes de imprimir este documento.

Cualquier copia impresa de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA