

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 1 de 9</b>

## TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO .....	2
2. ALCANCE .....	2
3. DEFINICIONES .....	2
4. NORMATIVIDAD ASOCIADA.....	4
5. DESARROLLO.....	4
5.1. Creación de sinergias o parrillas de contenidos digitales.....	5
5.1.1. Actividades de la creación de las sinergias o parrillas de contenidos en redes sociales: .....	5
5.1.2. Actividades para la programación y publicación de las sinergias o parrillas de contenidos en redes sociales: .....	5
5.2. Contenidos en redes sociales en cubrimiento de eventos.....	6
5.2.1. Actividades para el cubrimiento de eventos y publicación de sus contenidos en redes sociales: .	6
5.3 Plataformas de redes sociales .....	6
5.3.1 Recomendaciones para la realización de transmisiones en vivo en redes sociales:.....	7
6. ANEXOS.....	9
7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA.....	9
8. CONTROL DE CAMBIOS.....	9

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 2 de 9</b>

## 1. OBJETIVO

Gestionar las redes sociales de la Agencia ATENEA de manera efectiva para promover la comunicación, la imagen institucional y el compromiso con los públicos de interés.

## 2. ALCANCE

Este procedimiento inicia desde la identificación del público de interés, el desarrollo de las acciones publicadas, la divulgadas en redes sociales y finaliza con la medición digital para fortalecer el posicionamiento de la misionalidad de la Agencia Distrital para la Educación Superior, Ciencia y Tecnología – Atenea.

## 3. DEFINICIONES

- **Call to Action (CTA):** Un "Call to Action" o "llamada a la acción" es un elemento, generalmente un botón o enlace, en una publicación, anuncio o contenido que invita a los usuarios a realizar una acción específica. Estas acciones pueden incluir "Registrarse", "Comprar Ahora", "Suscribirse", "Descargar", "Leer más" u otras acciones destinadas a guiar a los usuarios hacia un objetivo específico, como la interacción con el contenido o la conversión en un cliente potencial.
- **Comunicación digital:** Proceso de intercambio de información y mensajes a través de medios digitales como redes sociales, sitios web, correo electrónico y otras plataformas en línea.
- **Copys:** Se refiere al contenido de texto o escritura utilizado en diversos elementos, como anuncios, publicaciones en redes sociales, correos electrónicos, sitios web y otros materiales de marketing. El "copy" está diseñado para persuadir, informar, entretener o comunicar un mensaje específico a la audiencia objetivo. Puede incluir titulares, descripciones, textos promocionales y más.
- **Expertos en cámara:** Personas que dominan los temas tratados en las transmisiones en vivo, mantienen la calma frente a situaciones adversas y poseen habilidades de dicción y comunicación asertiva.
- **Feed:** Se refiere a la sección principal de una red social donde se muestran las publicaciones y actualizaciones de los usuarios y las cuentas a las que siguen. Es la corriente de contenido principal que los usuarios ven cuando inician sesión en la plataforma.
- **Hashtags:** Etiquetas o palabras clave precedidas por el símbolo "#" que se utilizan en redes sociales para categorizar y agrupar contenido relacionado. Los hashtags facilitan la búsqueda de contenido específico y la participación en conversaciones temáticas.

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 3 de 9</b>

- **Imagen institucional:** Percepción que el público tiene de una organización, influenciada por su comunicación y acciones.
- **Likes:** También conocidos como "me gusta," representan la aprobación o aprecio de un usuario hacia una publicación en redes sociales. Los likes son una forma común de interactuar con el contenido.
- **Parrilla de contenido:** Planificación detallada que establece fechas, horas y tipos de publicaciones en redes sociales para asegurar una distribución efectiva y coherente de los contenidos.
- **Pieza comunicativa:** Producto final de comunicación que muestra en mensajes coherentes información puntual de los grupos de interés. Estos productos pueden expresarse en formatos audiovisuales, gráficos, sonoros, digitales y escritos.
- **Post:** Una publicación individual en una red social que puede incluir texto, imágenes, videos u otros tipos de contenido multimedia. Los posts son la forma básica de compartir información en redes sociales.
- **Redes sociales:** Plataformas en línea que permiten a las personas interactuar, compartir contenido y comunicarse en línea.
- **Release:** Autorización de uso de derechos de imagen sobre fotografías y producciones audiovisuales.
- **Retweets:** Término específico de la plataforma Twitter que se refiere a la acción de republicar un tweet de otro usuario en tu propio perfil. Los retweets permiten que un tweet sea compartido con la audiencia del usuario que lo retuitea.
- **Shares (Compartir):** Acción de compartir una publicación o contenido de otro usuario en tu propio perfil o feed de redes sociales. Compartir permite ampliar el alcance de una publicación al mostrarla a la red de seguidores del usuario que la comparte.
- **Sinergia digital:** Coordinación estratégica de diferentes elementos y canales de comunicación digital para lograr un efecto conjunto y potenciar el impacto de las iniciativas de comunicación.
- **Sitio Web:** Es un conjunto de páginas web relacionadas que se encuentran en un mismo dominio y están diseñadas para ser accesibles en línea. Los sitios web se utilizan para proporcionar información, servicios, recursos y contenido a los visitantes a través de Internet. Pueden incluir páginas estáticas, blogs, tiendas en línea, portales de noticias y mucho más.
- **Transmisiones en vivo:** Difusión en tiempo real de contenidos y mensajes institucionales a través de la herramienta Facebook Live.
- **Videos Reels:** Formato de video corto, generalmente de menos de un minuto de duración, que se utiliza en plataformas de redes sociales para presentar contenido visual atractivo y creativo.
- **Trending Topics:** Temas o hashtags que son altamente populares y discutidos en un momento dado en una plataforma de redes sociales. Estos temas suelen reflejar eventos actuales o tendencias de interés masivo.

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 4 de 9</b>

#### 4. NORMATIVIDAD ASOCIADA

- Ley 1712 el Congreso de Colombia, “Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 103 de 2015, “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 371 Alcaldía Mayor de Bogotá, “Por la cual se establecen lineamientos para preservar y fortalecer la transparencia y para la prevención de la corrupción en las Entidades y Organismos del Distrito Capital.
- Decreto Distrital 959 Alcaldía Mayor de Bogotá, “Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá”.
- Acuerdo -Concejo de Bogotá 244 Concejo De Bogotá, Reglamentado por el Decreto Distrital 168 de 2007. "Por medio del cual se establecen y desarrollan los principios y valores éticos para el ejercicio de la función pública en el Distrito Capital"
- Resolución 003 del 11 de septiembre de 2017 "Por la cual se adopta la Guía de sitios Web para las entidades del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones".
- Establecida en la Resolución 003 del 11 de septiembre de 2017 "Por la cual se adopta la Guía de sitios Web para las entidades del Distrito Capital y se dictan otras disposiciones".

#### 5. DESARROLLO

La gestión de comunicación digital de la Agencia ATENEA se basa en la promoción de contenidos relevantes, la interacción activa con la comunidad en línea y la atención oportuna a las preguntas, inquietudes o comentarios de los usuarios remitidas a las redes sociales.

Podrán realizar solicitud de creación, programación y publicación de contenidos digitales en redes sociales los procesos misionales de la Agencia Atenea, mediante sus gerencias, subgerencias o sus referentes. También podrán realizar la solicitud la Alcaldía Mayor de Bogotá, y las entidades del Distrito por los canales dispuestos de comunicación como correo electrónico: [comunicaciones@agenciaatenea.gov.co](mailto:comunicaciones@agenciaatenea.gov.co)

Los requerimientos serán gestionados por los profesionales de comunicaciones de la Dirección General, los cuales seguirán las pautas establecidas en la Política de Comunicaciones, el Manual de Imagen Institucional de ATENEA y los lineamientos de la Alcaldía Mayor de Bogotá; así mismo se aplicarán las mejores prácticas de comunicación en redes sociales. Los registros solicitados reposarán tanto en las plataformas digitales de la Agencia Atenea, como en el SharePoint del proceso de Gestión de comunicaciones.

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

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

 <b>ATENEA</b> <small>AGENCIA DISTRITAL PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR, LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA</small>	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 5 de 9</b>

Así, el equipo de comunicaciones de la Agencia Atenea realiza diversas acciones, incluyendo:

- Diseño: Creación de piezas gráficas para su uso en redes sociales.
- Videos Reels: Producción de cápsulas, entrevistas, notas y cobertura de eventos en formato de video.
- Fotografías e Historias (Stories): Captura de imágenes relevantes y la creación de historias en plataformas como Instagram para mantener a la audiencia informada y comprometida.
- Cubrimiento de eventos: acompañamiento para divulgación en los medios digitales de Atenea.

Los registros solicitados reposarán en las mismas plataformas digitales de la Agencia Atenea.

## 5.1. Creación de sinergias o parrillas de contenidos digitales

### 5.1.1. Actividades de la creación de las sinergias o parrillas de contenidos en redes sociales:

- La Asesora de comunicaciones de la Dirección General seleccionará los temas y noticias relevantes relacionados con las actividades y convocatorias de la misionalidad de la Agencia: Educación Posmedia y Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Los profesionales de comunicación digital, por medio de correo electrónico, realizarán el envío de la parrilla/sinergia digital en un documento con la estructura de las publicaciones a realizar, las cuales incluyen copy, call to action, pieza gráfica o video, las fechas y tipos de publicaciones para cada red social.

### 5.1.2. Actividades para la programación y publicación de las sinergias o parrillas de contenidos en redes sociales:

- Los profesionales de comunicación digital programarán y publicarán en las redes sociales según la parrilla/sinergia de contenidos aprobada por la Asesora de comunicaciones de la Dirección General.
- Después de realizar la publicación, todas las preguntas y comentarios frecuentes de carácter básico e informativo en cada unas de las redes sociales serán resueltas de manera oportuna por los mismos profesionales de comunicación digital proporcionando la información necesaria. Como repositorio y seguimiento de esta actividad, se registra en el *Consolidado de casos de preguntas y comentarios frecuentes en redes sociales* que reposa en el SharePoint del proceso de Gestión de Comunicaciones.

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 6 de 9</b>

- Los casos que requieran una atención de carácter técnico o seguimiento adicional, se realizará un escalamiento a la Gestión de Servicio a la Ciudadanía para que realicen la pertinente radicación de la solicitud. Ver Procedimiento Gestión de Peticiones Ciudadanas-PQRSD

## 5.2. Contenidos en redes sociales en cubrimiento de eventos

### 5.2.1. Actividades para el cubrimiento de eventos y publicación de sus contenidos en redes sociales:

- El cubrimiento consta de la asistencia en tiempo real a los eventos solicitados de acuerdo con lo establecido en el Procedimiento Producción de eventos y requerimientos logísticos; allí, los profesionales digitales del proceso de Gestión de Comunicaciones realizarán contenidos a través de fotografías, videos, stories y publicaciones en redes sociales, tomando como insumo los acontecimientos o menciones dentro del mismo evento. Ver Procedimiento de Contenidos Comunicativos Externos e Instructivo de Producción de Contenidos Comunicativos.
- Continuamente, los profesionales digitales del proceso de Gestión de Comunicaciones realizarán la publicación de los contenidos en las redes sociales de la Agencia Atenea, de acuerdo con los parámetros para cada una de ellas.

## 5.3 Plataformas de redes sociales

La Agencia Atenea, en su canal digital, utiliza diversas plataformas de redes sociales como parte de su estrategia de comunicación digital. Dichas plataformas son las establecidas y autorizadas por los profesionales de comunicaciones de la Dirección General.

- **Sitio web:** Canal oficial de la Agencia Atenea <https://agenciaatenea.gov.co/>
- **YouTube:** Utilizado para compartir contenido de video, incluyendo cápsulas, entrevistas y cobertura de eventos relevantes.  
[https://www.youtube.com/channel/UCaHx5ZDBYTK\\_M7Q5Tej5rHA](https://www.youtube.com/channel/UCaHx5ZDBYTK_M7Q5Tej5rHA)
- **Instagram:** Plataforma visual que se utiliza para compartir imágenes, historias (stories) y videos reels.  
<https://www.instagram.com/agenciaateneabogota/>
- **Twitter:** Herramienta para la difusión rápida de mensajes cortos y actualizaciones relevantes.  
<https://twitter.com/AteneaBogota>
- **Facebook:** Utilizado para compartir información institucional, transmisiones en vivo por Facebook Live y otros contenidos multimedia.  
[https://www.facebook.com/agenciaateneabog?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/agenciaateneabog?locale=es_LA)

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 7 de 9</b>

- **TikTok:** Plataforma de video corto utilizada para llegar a audiencias más jóvenes y crear contenido creativo y entretenido.  
<https://www.tiktok.com/@agenciaateneabogota>
- **LinkedIn:** Enfocado en la comunidad profesional y empresarial, se utiliza para compartir noticias, actualizaciones de la organización y contenido relacionado con la educación superior, la ciencia y la tecnología.  
<https://www.linkedin.com/company/agenciaateneabogota>

### 5.3.1 Recomendaciones para la realización de transmisiones en vivo en redes sociales:

#### 5.3.1.1. *Parámetros y estándares:*

1. Respeto a la propiedad intelectual: se debe respetar la propiedad intelectual y los derechos de autor en todas las transmisiones en vivo, evitando la publicación de contenido que no sea propio o que no cuente con la autorización expresa de su creador. Ver Política Tratamiento de Datos.
2. Protección de la Privacidad de Menores: En caso de mostrar a menores de edad en las transmisiones en vivo, se debe contar con la debida autorización de sus tutores legales o pixelar sus rostros cuando sea necesario para proteger su privacidad. Ver Política Tratamiento de Datos.

#### 5.3.1.2. *Recomendaciones para las transmisiones en vivo:*

Las transmisiones en vivo deben abordar temas relevantes para la Agencia ATENEA, como anuncios importantes, eventos, convocatorias o información de interés público relacionada con la educación superior, la ciencia y la tecnología.

1. **Planeación previa:** las transmisiones en vivo deben ser planeadas con anticipación, definiendo el objetivo, el contenido, la duración y la fecha y hora de la transmisión.
2. **Pruebas técnicas:** realizar pruebas técnicas previas para asegurarse de que la calidad de la transmisión en vivo sea óptima, incluyendo la comprobación de la conectividad de internet, la calidad del audio y video, y el funcionamiento adecuado de la herramienta Facebook Live.
3. **Presentación profesional:** los colaboradores responsables de las transmisiones en vivo deben presentarse de manera profesional y coherente con la imagen institucional de ATENEA.
4. **Interacción con la audiencia:** durante la transmisión en vivo fomentar la interacción con la audiencia respondiendo preguntas y comentarios en tiempo real.
5. **Revisión previa y aprobación:** someter el contenido de las transmisiones en vivo a revisión y aprobación interna por parte de la Oficina de Comunicaciones.

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 8 de 9</b>

6. **Coordinación y planeación:** la Dirección General – Comunicaciones coordinará, y producirá las transmisiones en vivo en colaboración con las distintas gerencias de la Agencia.
7. **Frecuencia y duración:** se recomienda realizar las transmisiones en vivo máximo 2 veces al mes, con una duración máxima de 1 hora. El horario preferido es los jueves entre las 4:00 p.m. y las 6:00 p.m., pero puede ajustarse según las estadísticas y el alcance de las publicaciones.
8. **Creatividad visual:** el contenido debe ser creativo, dinámico y entretenido, reflejando la misión de ATENEA en Educación Posmedia, y Ciencia, Tecnología e Innovación. Se fomenta el uso de presentaciones interactivas, animaciones y videos complementarios.
9. **Aspecto visual y vestuario:** el escenario y fondo deben ser limpios y reflejar la imagen de ATENEA. El vestuario debe incluir prendas formales y evitar elementos distractores en la vestimenta.
10. **Expertos en cámara:** Las personas en cámara deben ser expertos en los temas tratados, mantener la calma frente a desafíos técnicos o comentarios de la audiencia y tener habilidades de dicción y comunicación asertiva.
11. **Anuncio anticipado:** para maximizar la audiencia, se debe anunciar cada transmisión en vivo con al menos 4 días de anticipación en Twitter, Instagram y LinkedIn, promocionando un enlace directo a la Fan Page de ATENEA.
12. **Monitoreo en vivo y respuesta:** durante la transmisión en vivo, se debe realizar un monitoreo en tiempo real de los comentarios y preguntas de los usuarios. Se debe responder en el menor tiempo posible durante la transmisión y almacenar las preguntas no respondidas para su atención posterior, ya sea en futuras transmisiones o de manera directa con los seguidores.

#### 5.3.1.3. *Recomendaciones Técnicas:*

1. Se recomienda transmitir a través de la herramienta conocida como Streamyard, esta plataforma proporciona todo un panel de edición del streaming que nos permite tener hasta 4 participantes máximo, conectados de manera simultánea, la carga de presentaciones, documentos, videos y hasta la posibilidad de transmitir pantalla en tiempo real. Además de la generación de créditos y barras de anuncios. El vínculo con esta plataforma es bastante sencillo y solo se necesita ser administrador de la fan page de Atenea para poder transmitir.
2. Utilizar una conexión fija de internet de banda ancha que asegure la carga de contenidos durante 60 minutos mínimo, evitar la conexión a través de Wifi.
3. Hacer transmisiones con equipos profesionales. Esto incluye cámaras de video, celulares con cámaras de captura en full HD y micrófonos que permitan la recepción óptima de la señal.
4. La resolución mínima para la transmisión en directo es de 720p HD (1280 x 720). Procurar que todas las transmisiones sean en alta definición.
5. Para comenzar la transmisión es necesario contar con un equipo PC o Mac con las siguientes características mínimas: Procesador Intel Core i5 doble núcleo 2,4 Ghz o

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

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

	<b>Guía de Comunicación Digital en Redes Sociales</b>	<b>CÓDIGO: G1_GC</b>
		<b>VERSIÓN: 01</b>
	<b>Gestión de Comunicaciones</b>	<b>FECHA: 26/12/2023</b>
		<b>Página: 9 de 9</b>

superior. Recomendado Intel Core i7, 8 GB Memoria RAM o superior, 20 GB libres en el disco duro. Esto en caso de guardar copia de la transmisión. Sistema operativo Windows 7 o superior, Mac OSX.

## 6. ANEXOS

- No aplica

## 7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Política Tratamiento de Datos
- Política de Comunicaciones
- Manual de Imagen Institucional ATENEA
- Procedimiento de Contenidos Comunicativos Externos
- Instructivo de Producción de Contenidos Comunicativos
- Procedimiento Producción de eventos y requerimientos logísticos
- Procedimiento Gestión de Peticiones Ciudadanas-PQRSD

## 8. 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
<b>Elaboró</b>	Magda Jennifer González	Contratista - Apoyo Oficina de Comunicaciones	13/12/2023
<b>Revisó</b>	Andrea Ustman Bolaños	Asesora de la Dirección - Gestión de comunicaciones	/0/2023
<b>Aprobó</b>	Andrea Ustman Bolaños	Asesora de la Dirección - Gestión de comunicaciones	/0/2023

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

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