



Departamento Nacional
de Planeación - **DNP**

MANUAL DE COMUNICACIONES

CÓDIGO: M-GC-01

Página 1 de 30 VERSIÓN: 5



Departamento Nacional
de Planeación - **DNP**

MANUAL DE COMUNICACIONES

Departamento Nacional de Planeación
Bogotá, 2023



Contenido

1.	<i>Introducción</i>	4
1.1	Objetivo general	4
1.2	Objetivos específicos	4
1.3	Alcance	4
2.	<i>Sobre la Oficina Asesora de Comunicaciones</i>	4
2.1	Gestión de las comunicaciones	5
2.2	Estructura de la Oficina Asesora de Comunicaciones	5
2.3	Canales oficiales de comunicación.....	5
3.	<i>Política de comunicaciones</i>	6
4.	<i>Procedimiento Divulgación de Información</i>	7
4.1.	Comunicación interna	7
4.1.1	Lineamientos	7
4.1.2.	Canales internos	8
4.2.	Comunicación externa.....	9
4.2.1.	Lineamientos	9
4.2.2.	Procesos	10
4.3.	Comunicación digital.....	11
4.3.1.	Lineamientos	11
4.3.2.	Canales	12
4.3.3.	Seguridad de la información para redes sociales	13
4.3.4.	Contraseñas seguras	13
4.4.	Parámetros de comunicación web – Sede Electrónica	14
4.4.1.	Normativa	15
4.4.2.	Productos digitales	16
4.4.3.	Procesos internos para publicación de información en ambientes digitales	17
4.4.4.	Recomendaciones generales	18
4.4.5.	Seguridad de la Información	19
4.5.	Producción audiovisual.....	19
4.5.1.	Lineamientos	20
4.5.2.	Productos audiovisuales	20
4.5.3.	Canales y productos (salida).....	21
5.	<i>Procedimiento divulgación de productos editoriales</i>	21
5.1.	Lineamientos (proceso y aprobación y parte operativa del proceso).....	21
5.2.	Canales y productos (salida)	23
5.3.	Recomendaciones	23



6.	<i>Vocería</i>	24
6.1	Los voceros	24
6.2	Lineamientos y procedimientos	25
7.	<i>Manejo de Crisis</i>	26
7.1	Lineamientos y recomendaciones	26



1. Introducción

La comunicación pública e institucional refleja la misión, la visión y el objeto de cada entidad, y se realiza, a través de los canales y las herramientas para divulgar y recibir información relativa a la gestión pública, con destino a la ciudadanía, la generación de opinión y el contacto con los medios de comunicación y otras instituciones públicas.

Como mecanismo de fortalecimiento de entidades del Estado y en busca de cercanía con sus grupos de interés (ciudadanos, comunidades, agremiaciones, academia, industrias y empresas, entre otros), la comunicación ha tomado un papel relevante dentro del diario vivir de las sociedades.

Por lo anterior, este documento establece los lineamientos específicos para adoptar el manejo, uso y transmisión de mensajes para toda comunicación emitida de manera oficial por el Departamento Nacional de Planeación (DNP).

1.1 Objetivo general

Establecer los lineamientos asociados a las comunicaciones institucionales, internas, externas y digitales, relacionadas con el DNP y sus dependencias, para el posicionamiento de la imagen institucional y la promoción del DNP.

1.2 Objetivos específicos

- Orientar las políticas de comunicación.
- Apoyar la divulgación, difusión y promoción de la información creada por el DNP para sus grupos de interés.
- Contribuir al cumplimiento de la misión y la visión que tiene el DNP desde las comunicaciones.

1.3 Alcance

Dar a conocer al interior de la entidad los lineamientos establecidos por la Oficina Asesora de Comunicaciones y que deben ser aplicados en todas las dependencias y por todos los colaboradores (servidores, contratistas y pasantes) que tengan dentro de sus responsabilidades la divulgación de información interna o externa del DNP y/o que requieran socializar o divulgar un mensaje institucional.

2. Sobre la Oficina Asesora de Comunicaciones

De acuerdo con la plataforma estratégica del Sistema Integrado de Gestión (SIG), la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) responde a un proceso de apoyo transversal a todas las dependencias y es la líder del proceso de Gestión de las Comunicaciones, razón por la cual debe conceptualizar y divulgar la información generada en el DNP, a través de diferentes canales de comunicación para mantener informados a los distintos grupos de interés.

Asimismo, en cumplimiento a los propósitos del SIG, la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) es responsable de *“generar productos confiables, oportunos y útiles que garanticen el cumplimiento y logro de los objetivos institucionales y compromisos de la entidad”*.



2.1 Gestión de las comunicaciones

Dentro del modelo de Gestión de las Comunicaciones, la OAC tiene tres procesos que cuentan con sus respectivos manuales de operación, así:

PROCESO	
Gestión de las Comunicaciones	
PROCEDIMIENTO	MANUAL
Divulgación de información	Manual de comunicaciones
Publicación de productos editoriales	Manual de pautas para autores
Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas	Manual de Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas

Tabla 1. Proceso de Gestión de las Comunicaciones

2.2 Estructura de la Oficina Asesora de Comunicaciones

La OAC tiene dentro de su funcionamiento una escala transversal de colaboradores que le permite atender con eficacia y de forma oportuna los requerimientos de las diferentes áreas. Sus procesos internos funcionan a partir de la organización de los líderes coordinadores de los equipos internos que actualmente son:

- Producción de contenidos
- Estrategia y crisis
- Comunicación externa
- Comunicación interna
- Comunicación digital
- Equipo de publicaciones técnicas
- Equipo web
- Equipo gráfico y audiovisual
- Abogado de apoyo
- Gestor de calidad

2.3 Canales oficiales de comunicación

La siguiente, es la matriz de los canales de comunicación vigentes y su clasificación:

No.	Medio de comunicación	Interno	Externo
1	Portal web: dnp.gov.co/		x
2	Facebook: @departamentonacionaldeplaneacion		x
3	X (antes llamado Twitter): @DNP_Colombia		x
4	Instagram: @dnp_colombia		x
5	YouTube: DNP Colombia		x
6	X (anteriormente llamado Twitter): @Regalias_gov		x
8	YouTube: regalias gov		x
9	LinkedIn: co.linkedin.com/company/departamento-nacional-de-planeacion		x

 Departamento Nacional de Planeación - DNP	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: M-GC-01
		Página 6 de 30 VERSIÓN: 5

No.	Medio de comunicación	Interno	Externo
10	Publicaciones editoriales	x	x
11	Intranet: larebeca/Paginas/inicio.aspx	x	
12	Pantallas (pasillos de ascensor)	x	
13	Correo institucional (@dnp.gov.co)	x	
14	Fondos de escritorio	x	
15	DNP al Día	x	
16	DNP en Línea	x	

Tabla 2. Canales oficiales de comunicación.

3. Política de comunicaciones

Buscando unificar el manejo de la imagen del DNP y para coordinar eficazmente las acciones de comunicación interna y externa se definen las siguientes directrices generales de comunicación de obligatorio cumplimiento:

- Todos los procesos contractuales que contemplen algún tipo de material comunicacional o campaña en medios masivos, electrónicos, alternativos y no tradicionales, así como la contratación de personas dedicadas a labores de comunicación, los diseños, material o campañas que sean objeto de publicación en alguno de los medios internos o externos utilizados por el DNP, deben ser avalados por la Oficina Asesora de Comunicaciones. Los procesos y productos comunicacionales que no cuenten con este aval no representarán ni harán parte de las comunicaciones de la entidad. Asimismo, toda pieza de comunicación que contenga la imagen institucional debe contar con el aval de la OAC.
- Los materiales de carácter masivo que deban ser avalados también por la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, según Directiva Presidencial 03 de 2023¹ o las normas que la modifiquen, adicionen y/o complementen, serán enviados a través del Sistema de Administración de Mensajes Institucionales (SAMI) creado por la Presidencia de la República, a través del conducto definido en la mencionada Directiva Presidencial, por lo cual siempre se debe contar con el aval y el apoyo de la OAC para la realización y/o socialización de campañas de comunicación.
- Es obligatorio que todos los colaboradores de la entidad hagan uso exclusivo y sin alteración del logo de la imagen del Departamento Nacional de Planeación, el logo de Gobierno y los demás formatos diseñados por la Presidencia de la República para la elaboración de presentaciones, así como en todo documento de texto oficial y de manejo interno en el DNP, que obedecen al Sistema Gráfico del Gobierno de Colombia.
- El DNP tendrá voceros 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. Sin embargo, todos los servidores públicos y contratistas, exceptuando al Director General, a quien delegue o quien haga sus veces, deben solicitar autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad para ser voceros ante medios de comunicación. Asimismo, cualquier tipo de solicitud de información hacia y desde los medios de comunicación deberá ser autorizada y contar con el acompañamiento de la OAC.
- La creación de sitios web, micrositiros, redes sociales o cualquier contenido digital o de nuevo formato deberá contar con aval y/o acompañamiento expreso de la Oficina Asesora de Comunicaciones y está prohibido

¹ <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209930#03>



generar cuentas alternas a las oficiales de la entidad.

4. Procedimiento Divulgación de Información

4.1. Comunicación interna

La comunicación interna es un proceso que tiene como objetivo la divulgación de los mensajes institucionales de interés general para todos los colaboradores de la entidad; genera acción y propicia el fortalecimiento del ambiente laboral y el clima organizacional, asimismo, promueve el sentido de pertenencia.

El logro de los objetivos institucionales en cada una de las áreas depende en gran parte de la coherencia, oportunidad, pertenencia y claridad, con la cual se divulgan los mensajes al interior de la entidad, con el propósito de dar a conocer los valores, la visión, la misión, los objetivos y los productos planteados para cada vigencia en el DNP.

La Oficina Asesora de Comunicaciones, es el eje de apoyo de la Dirección General, la Secretaría General, las subdirecciones generales y las direcciones técnicas en la divulgación de información relacionada con la gestión institucional, las iniciativas internas de bienestar, actividades administrativas y de calidad, y en la promoción de campañas que fomenten la integración, el reconocimiento personal y grupal, y el sentido de pertenencia.

Toda comunicación interna se estructura con la información e insumos que solicitan las áreas de la entidad. No obstante, la OAC dentro de su gestión también crea, genera y divulga información y contenidos que sean pertinentes para el equipo del DNP.

4.1.1 Lineamientos

- La información divulgada a través de los canales de comunicaciones internas se socializa de acuerdo con la clasificación de los grupos de valor internos por solicitud de las dependencias. Para ello, se han dispuesto las siguientes listas de distribución: funcionarios, contratistas, pasantes, directivos, etc. La actualización de estas bases de datos es responsabilidad de la Subdirección de Gestión del Talento Humano, la Subdirección de Contratación y la Oficina de Tecnología y Sistemas de Información.
- Desde las actividades de comunicaciones internas se debe fomentar la divulgación de resultados e indicadores de gestión, y cuando sea necesario, la creación de nuevos canales para la divulgación de información que requiera ser socializada por las direcciones y oficinas de las diferentes dependencias del DNP.
- Para gestionar un proceso de divulgación de información a través de comunicaciones internas es necesario que la dependencia solicitante envíe correo electrónico a la OAC con los insumos necesarios para la publicación, de acuerdo con lo establecido en el PT-GC-01 Divulgación de la información.
- El equipo de comunicaciones internas frente a la demanda y las solicitudes de las dependencias construye un cronograma con la programación de la divulgación de los mensajes en los distintos



- canales de comunicación (correo electrónico, pantallas, La Rebeca, Teams, fondos de escritorio, etc.) para garantizar la difusión oportuna de la información.
- La OAC tiene autonomía para asesorar la redacción, la corrección de estilo y la revisión ortotipográfica, así como el diseño de las piezas gráficas o audiovisuales que sean divulgadas internamente.
- La OAC tiene como responsabilidad la actualización de contenidos en la página de inicio de la intranet La Rebeca. Es importante aclarar que las demás páginas internas de este espacio digital son administradas y actualizadas por los delegados web que tiene cada dependencia.
- La creación de los productos audiovisuales y campañas generadas por la OAC para divulgación interna son aprobados por la (el) jefe de la Oficina, mediante un correo electrónico.
- Todo requerimiento en "La Rebeca" que requiera un desarrollo técnico e implementación debe ser documentado en Azure DevOps por el área solicitante. Posteriormente, se deben realizar las pruebas requeridas por el área solicitante con el apoyo de la Oficina de Tecnologías y Sistemas de Información (OTSI), informando a la OAC.
- Por último, es importante aclarar que como bien se sabe la comunicación es inmediata, y en algunas circunstancias, la OAC definirá la publicación de comunicaciones apremiantes (previa autorización de la jefe de la OAC) sin que sea necesario un trámite establecido, con el fin de garantizar la pertinencia y urgencia de la información.

4.1.2. Canales internos

A continuación, se especifican los canales internos que tiene la entidad actualmente:

- **Correo de comunicaciones internas:** correo electrónico institucional (comunicacionesinternas@dnp.gov.co) a través del cual se comparte información de interés a todos los colaboradores de la entidad.
- **Fondos de escritorio:** imagen del fondo de pantalla de cada equipo de cómputo asignado a los colaboradores del DNP para su labor, que se usa para divulgar mensajes institucionales por requerimiento de las dependencias.
- **Pantallas (pasillos de ascensor):** carteleras digitales con contenidos audiovisuales ubicados en los pisos de los edificios FONADE, World Service y Gómez, asimismo, en las sedes regionales de Medellín, Bucaramanga, Montería, Santa Marta, Cali, Villavicencio y Neiva.
- **Intranet (La Rebeca):** es el medio de comunicación virtual institucional, exclusivo y propio del Departamento Nacional de Planeación con acceso restringido para divulgar y difundir información institucional de carácter interno, que contribuya al desarrollo de las diferentes actividades de funcionarios y contratistas para el cumplimiento de sus responsabilidades, con información disponible en línea, vigente, relevante, creíble, oportuna y completa. El home o página principal de la Intranet es administrado y actualizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones, a través de



las siguientes piezas de comunicación:

- Pop Up
 - Banner principal
 - Noticias por categoría
- **DNP al Día:** sitio web interno de noticias con información de interés general en formato de boletín, dividido en diferentes categorías para facilitar su lectura (Gestión institucional, Bienestar, Tecnología, Formación y desarrollo, Información administrativa y Seguridad y Salud en el Trabajo). Este sitio está alojado en SharePoint y es administrado por el equipo de Comunicaciones Internas.
 - **DNP en Línea:** herramienta para el envío de mensajes institucionales, a través del chat de la plataforma de comunicación Microsoft Teams.

4.2. Comunicación externa

La comunicación externa debe apoyar el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la entidad, mediante procesos y estrategias de comunicación que sean claros, sencillos y medibles, y cuyo fin será visibilizar la gestión que realiza la entidad y sus subdirecciones, ante la ciudadanía en general, los medios de comunicación y los distintos grupos de interés.

Para la divulgación de la información externa del DNP, la Oficina Asesora de Comunicaciones asigna al equipo de periodistas para cumplir con el rol de enlaces para el cubrimiento, documentación, construcción y divulgación de la información generada sobre la gestión, eventos y resultados de las dependencias de las Subdirecciones Generales de la entidad. Este grupo de enlaces y editores son los encargados de hacer todo el cubrimiento periodístico de la agenda de la entidad, la elaboración de los contenidos, la gestión en medios y el monitoreo permanente de los medios de comunicación, así como de la ideación y ejecución de las estrategias y tácticas tendientes a mejorar el posicionamiento de la entidad ante sus públicos externos.

4.2.1. Lineamientos

La comunicación es un elemento transversal en toda la institución, ligado a su misión y a su visión que acompaña y facilita los procesos de la entidad. Uno de los grandes objetivos del equipo de comunicación externa es velar por la unificación de los mensajes y la información que se entrega a través de los diferentes canales.

Toda la información y contenidos que se publiquen por alguno de los canales oficiales que tiene la entidad (boletines de prensa, ruedas de prensa y eventos) deberán contar con la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones y de la dependencia técnica respectiva.

Toda estrategia y material para publicar es validado con el área responsable de la información en cuanto a los aspectos técnicos de la información.

Los procesos y productos comunicacionales que no cuenten con este aval no representarán ni harán parte de las comunicaciones oficiales de la entidad.

Es obligatorio que todos los colaboradores de la entidad usen los formatos y plantillas diseñados por la OAC para la elaboración de presentaciones y documentos, así como en documentos de texto. Las plantillas de publicaciones deberán ser previamente aprobadas por el Grupo de Comunicaciones.



Todos los procesos contractuales que contemplen algún tipo de material comunicacional o campaña en medios masivos, electrónicos, alternativos y no tradicionales, o que impliquen la contratación de personas dedicadas a labores de comunicación, deben ser avalados mediante correo electrónico o comunicación escrita por la jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad.

Para la construcción de los contenidos se requiere contar con insumos (documentos, estudios, datos, etc.), por parte de la Dirección o del grupo de trabajo respectivo; también puede ser parte de una iniciativa propia de la OAC, para lo cual deberá igualmente soportar los productos periodísticos. Después de realizados y aprobados los contenidos periodísticos, será la Oficina Asesora de Comunicaciones la que determine cuál será la mejor forma y canal para divulgar dicha información. El procedimiento general para la publicación de información será: 1) Entrega de la información por parte de la dependencia responsable al Grupo de Comunicaciones, 2) Revisión de la información a publicar, 3) Definición de la estrategia comunicacional más propicia para el tema que se desee publicar y 4) Elaboración del material a publicar.

4.2.2. Procesos

- **Boletines de Prensa.** Los boletines de prensa y/o comunicados de prensa en el Departamento Nacional de Planeación tienen como fin informar de manera ágil y oportuna sobre hechos que impacten a la entidad o a sus grupos de interés.

La Dirección General, la Subdirección General de Prospectiva y Desarrollo Nacional, la Subdirección General de Inversiones, Seguimiento y Evaluación, la Subdirección General de Descentralización y Desarrollo Territorial y la Subdirección General de Regalías, en coordinación con la Oficina Asesora de Comunicaciones, tienen la potestad para enviar comunicados masivos.

Para las Direcciones Técnicas, cualquier formato de boletín o comunicado de prensa del Departamento Nacional de Planeación debe ser solicitado por la dependencia y/o propuesto por el enlace de la Oficina Asesora de Comunicaciones, quién acompañará el proceso de elaboración y visto bueno técnico. Una vez se cuente con el aprobado de la Dirección técnica, el enlace de la Oficina Asesora de Comunicaciones solicitará la aprobación de la Subdirección General correspondiente y, en caso de ser requerido, por la Dirección General.

Es importante señalar que estos contenidos en los boletines de prensa y/ o comunicados tienen el propósito de posicionar temas institucionales por considerarse de interés público y no responden a la divulgación de temas de interés personal.

- **Monitoreo de medios.** La Oficina Asesora de comunicaciones realiza una revisión permanente de los diferentes medios de comunicación para tratar de anticipar los temas que puedan afectar el posicionamiento de la entidad o que tengan que ver con sus áreas de acción. El objetivo de este monitoreo será mantener informadas a las diferentes direcciones y subdirecciones sobre sus temas de interés, y tratar de anticipar los temas sobre los cuáles tendría que pronunciarse eventualmente la entidad.
- **Relacionamiento con medios y acompañamiento.** Como Oficina Asesora de Comunicaciones del Departamento Nacional de Planeación se liderará el permanente relacionamiento con los medios de comunicación que se encuentren interesados en la gestión o información de la entidad.



Cualquier solicitud de información hacia y desde los medios de comunicación deberá ser autorizada y contar con el acompañamiento por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Ningún servidor público, colaborador, consultor o persona natural o jurídica vinculada al DNP podrá dar declaraciones a medios sin la respectiva autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Todas las estrategias de comunicación que realice la entidad deberán contar con la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones y del área técnica responsable del tema que se pretende impactar, y deberá contar por lo menos con un análisis del contexto, objetivos estratégicos, retos de posicionamiento, mensajes claves, audiencias específicas que se quiere impactar y un plan táctico con su respectivo cronograma, pasos a seguir, así como con unos indicadores claros que permitan su seguimiento.

4.3. Comunicación digital

- Las redes sociales son estructuras que intercomunican y conectan a personas, instituciones y marcas, con audiencias y en general con distintos grupos de valor a los que les interesa un contenido determinado; por lo tanto, para el DNP es indispensable estar y ser parte de estos medios digitales.
- Según la medición más reciente de We Are Social a enero de 2023, el número de usuarios activos de redes sociales en Colombia asciende a 38,45 millones, por lo que es ineluctable que el DNP utilice estos escenarios para potenciar la comunicación con los grupos de valor y con la ciudadanía en general y así fortalecer la comunidad digital de la entidad en estos medios.
- A través de las redes sociales institucionales se logra una comunicación efectiva, instantánea, dirigida a grupos específicos y abierta a la conversación; es decir, que se promueve la comunicación de doble vía.
- El Departamento Nacional de Planeación cuenta con siete redes sociales: **X (antes Twitter), Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn y Threads**; estas son las plataformas digitales con mayor número de usuarios en el mundo (y en Colombia) y en las que mayor actividad por usuario se registra. Sin duda, esto ha representado una gran oportunidad para que la entidad comunique sus temas misionales a todos los grupos de valor y, de esta manera, avanzar en el posicionamiento de la marca DNP en escenarios digitales.
- Con las redes sociales institucionales se potencia la relación con las comunidades digitales de la entidad y se interactúa; se visibiliza la gestión, información y la generación de conocimiento a través de contenidos cercanos y definidos por audiencias.
- Las redes diluyen las brechas espacio temporales y logran que el proceso comunicativo se desarrolle de diferentes formas: chateando, enviando mensajes de voz, con “lives” de video y de audio, posteando publicaciones en los perfiles de interés o comentando las publicaciones.

4.3.1. Lineamientos

- La gestión de los contenidos del “*día a día*” se realizan en articulación con los periodistas que cubren a las subdirecciones generales, las áreas técnicas o por instrucción de la jefe de oficina de la OAC.



- La propuesta, diseño y divulgación de las campañas para redes se desarrolla de manera articulada con las dependencias técnicas, con los periodistas y el equipo audiovisual de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- El equipo digital de la OAC monitorea permanentemente la conversación relacionada con los temas misionales del Departamento Nacional de Planeación en redes sociales, para alertar oportunamente a la dirección general, a las áreas técnicas sobre información de interés.
- Desde el equipo digital se proponen campañas y contenidos para redes sociales que son difundidas en los medios digitales del DNP.
- El equipo digital mantiene cubrimiento y difusión en tiempo real de los eventos a los que asisten el Director General, los subdirectores generales y directivos de la entidad.
- La OAC coordina y decide las transmisiones en vivo de la entidad. Adicional, la divulgación de los live se realiza a través de las redes sociales institucionales.
- El equipo digital de la OAC se reúne constantemente para determinar las temáticas a trabajar para las redes sociales de la entidad.
- Se debe tener un documento de inventario (con acceso privado) de los canales digitales de comunicación, con el fin de realizar seguimiento al nivel de seguridad de las claves, a las fechas de cambio de claves, usuarios y accesos, y a los privilegios de acceso y publicación que dependen de la gestión de algún miembro de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

4.3.2. Canales

- **X (anteriormente conocida como Twitter)**

Es una plataforma que permite el envío de mensajes rápidos y frecuentes, tweets, que se publican en un perfil y pueden contener imágenes, videos y enlaces, además del texto (Caption). En el país 5.97 millones de personas tienen Twitter, según We Are Social.

- **Facebook**

Es la red social con mayor número de usuarios en el mundo. Es una de las principales herramientas para fortalecer la relación con la comunidad digital de la entidad a través de la publicación de contenidos orientados a promocionar los temas de la entidad. En el país 35.50 millones de colombianos tienen cuenta de Facebook.

- **Instagram**

Esta red social cuenta con más de 1.500 millones de usuarios en el mundo, es uno de los sitios web más buscados que permite publicaciones de videos e imágenes en diferentes formatos como fotografías, reels y stories, que son contenidos publicados por 24 horas. En Colombia existen 14.75 millones de usuarios en esta red.



- **LinkedIn**

Es una red social orientada a las relaciones comerciales y profesionales, perfecta en procesos de networking y negocio. En Colombia 12 millones de personas tienen cuenta en esta red.

- **YouTube**

Es la plataforma más popular en reproducción de videos del mundo. En Colombia 30.70 millones de personas tienen cuenta.

- **TikTok**

Es una red social con un crecimiento sin precedentes en el país. Permite añadir fondos musicales, efectos de sonido y filtros o efectos visuales. Más de 20.11 millones de colombianos ya tienen una cuenta; por lo tanto, es indispensable que el DNP tenga presencia en este medio digital.

- **Threads**

Es la nueva red social de la empresa Meta, a la fecha cuenta con más de 200 millones de usuarios en el mundo y está pensada como una plataforma de microblogging donde el texto o copy es preponderante.

4.3.3. Seguridad de la información para redes sociales

- Según el Manual Operativo del Componente de la Gestión de Seguridad de la Información del DNP, la Oficina Asesora de Comunicaciones es la única dependencia autorizada para asignar un correo institucional para el manejo de redes sociales. Por tal motivo, ningún usuario (contratista, servidor público, pasante, etc) debe usar el correo institucional para la creación de cuentas en redes sociales como X (Twitter), Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Flickr, TikTok y similares.
- Para el uso de las redes sociales institucionales se debe tener en cuenta que el contenido publicado (gráfico, texto, video o cualquier otra forma) debe corresponder a la línea gráfica del Gobierno Nacional conceptualizada en la guía de sistema gráfico, cumplir con la normativa de derechos de autor, propiedad intelectual, normas constitucionales sobre privacidad y habeas data.
- El material publicado debe pertenecer a las entidades del Gobierno de Colombia, o contar con la autorización para su uso. El contenido publicado tendrá como referencia el enlace de las páginas web de la entidad.
- El administrador de las redes sociales institucionales debe cerciorarse de que el mensaje se publique desde la cuenta institucional y no desde una cuenta personal, cuando haga uso de dispositivos móviles, como celulares.
- Las publicaciones no deben reflejar las opiniones o sentimientos personales del administrador de las redes sociales institucionales.
- Las redes sociales institucionales deben ser utilizadas para la difusión de mensajes relacionados



netamente con asuntos gubernamentales y avances de sus temáticas particulares de carácter institucional.

- Está prohibido revelar información privada y confidencial de las entidades del Gobierno, de conformidad con la normativa aplicable a la materia.

4.3.4. Contraseñas seguras

Se debe seguir una buena política para la selección de las claves de acceso y deben garantizar que su “*contraseña*” se conserva personal e intransferible. Por lo que se dan las siguientes recomendaciones:

- La “*contraseña*” debe cambiarse con periodicidad; por lo menos cada dos meses.
- Cuando se cambie la clave de acceso no se debe utilizar las que se hayan usado previamente.
- No debe escribir la “*contraseña*” en papel o en una agenda al alcance de otras personas.
- No preste su contraseña es personal e intransferible.
- Debe tener al menos ocho (8) caracteres.
- No utilizar nombres propios de personas, mascotas, equipos deportivos ni fechas, ni similares.
- No utilizar caracteres repetidos (por ejemplo: AAAA, xxx, etc.).
- No utilizar “*contraseñas*” con caracteres incrementales, por ejemplo: MARIA1, MARIA2.
- Usar “*contraseñas*” no pronunciables y sin significado obvio.
- Ser significativamente diferente de otras contraseñas anteriores.
- Usar combinaciones de letras mayúsculas y minúsculas, números y caracteres especiales como:
`;!"#$%&&/()=?¡><[*]`
- Tener verificación de doble paso en las cuentas de redes sociales que lo permitan. La OAC es la encargada de cumplir con estas recomendaciones.²

4.4. Parámetros de comunicación web – Sede Electrónica

La sede electrónica, los ambientes digitales, portales y subportales del Departamento Nacional de Planeación son la vitrina externa de las estrategias de misión, visión, llegada al territorio, participación ciudadana, datos y observatorios de la entidad.

Para su correcto funcionamiento y en línea con las pautas de comunicación, estos se rigen por diversos criterios para la creación, actualización y publicación de contenidos.

² Estos lineamientos se detallan en el numeral 7.5 Control de acceso del Manual Operativo de la Gestión de la Seguridad de la Información (GSI).



A continuación, se presentan dichos criterios y una serie de recomendaciones para el manejo de la comunicación y la seguridad de la información en la sede electrónica y demás ambientes digitales del DNP.

Es importante aclarar que la Oficina Asesora de Comunicaciones es responsable de cumplir los lineamientos establecidos por Gobierno Digital en la Sede Electrónica y a su vez asesora a las áreas del DNP para que mantengan actualizados las secciones asignadas dentro de este espacio digital y en el desarrollo de los subportales a su cargo.

De igual forma, quien brinda la creación de estos espacios y nuevos desarrollos es a la OTSI quien también genera lineamientos técnicos y asesorías a las dependencias.

Los actores que intervienen en el diseño, desarrollo y actualización de los ambientes digitales son:

- **Oficina Asesora de Comunicaciones:** dará la línea para el contenido, línea gráfica y creación de información para publicar en la sede electrónica del DNP, secciones, subsitios y portales transversales de la entidad.
- **Equipo Web:** hace parte de la Oficina de Asesora de Comunicaciones. Se encarga del diseño y estructura de las páginas, actualización, edición y publicación de información, así como de la revisión de contenidos publicados en la sede electrónica.
- **Oficina de Tecnologías y Sistemas de Información:** dará la línea para el desarrollo e implementación de plantillas y componentes, así como de la funcionalidad de la sede electrónica y las páginas transversales.
- **Dependencias Técnicas del DNP:** corresponde a las áreas o direcciones internas, quienes propondrán y darán los insumos para el contenido de la sede electrónica y los sitios transversales del DNP.
- **Delegado web:** son los encargados de la creación, edición y publicación de la información en los espacios asignados en la sede electrónica y sitios transversales, ambientes digitales y redes sociales de la entidad.

4.4.1. Normativa

La sede electrónica, ambientes digitales, portales y micrositos del DNP funcionan bajo las siguientes normas y pautas que deben tener presente las diferentes dependencias de la entidad que cuenten con un espacio en dichos portales:

- [Resolución N° 001519 del 24 de agosto de 2020](#)³. “Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos en materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos”.

Se debe tener en cuenta los Anexos sobre Directrices de accesibilidad⁴; Estándares de publicación y

³ Resolución N° 001519 del 24 de agosto de 2020. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-349495_recurso_138.pdf
(Artículo 3 de la Resolución N° 001519 del 24 de agosto de 2020, Artículo 4 de la Resolución N° 001519 del 24 de agosto de 2020 y Artículo 6 de la Resolución N° 001519 del 24 de agosto de 2020)



divulgación de contenidos e información⁵; y las condiciones mínimas técnicas y de seguridad digital⁶.

- [Resolución Interna 2332 de 2021](#)⁴. “Por la cual se establecen las responsabilidades y procedimientos para la publicación de información en la sede electrónica, portales, micrositijs, aplicativos informáticos, portales

transversales, intranet (La Rebeca) y redes sociales del Departamento Nacional de Planeación, y se dictan otras disposiciones”.

Dicha resolución establece las responsabilidades y deberes de los jefes de las dependencias del DNP, así como las funciones de los Delegados Web.

- [Guías de Gobierno en Línea](#)⁵. Corresponden a los lineamientos y parámetros del Gobierno Nacional, al igual que sus definiciones. Incluyen pautas en:
 - **Usabilidad:** definida como la eficiencia y la facilidad de uso de productos en sitios web, entre estos, la calidad de los textos. Los textos que se exponen en plataformas digitales se pueden presentar de diversas formas; los del DNP pueden ser promocionales, informativos (redacción periodística) y técnicos (redacción relacionada con temas técnicos de la entidad).
 - **Accesibilidad:** entendida como un atributo que se refiere a la posibilidad de que un sistema, producto o servicio pueda ser usado sin problemas por el mayor número de personas posibles, independientemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas de su contexto de uso. Es deber de la entidad garantizar que los contenidos digitales desde el rol del experto temático, diseñador y programador cuenten con todas las disposiciones necesarias para que sean accesibles.
 - **UX Writing:** se comprende como la práctica de planear y escribir el contenido de un producto digital. Tiene como objetivo permitir al usuario interactuar de manera ágil, clara y sencilla en la plataforma.
 - **Kit UI:** conjunto de componentes de diseño necesarios para la construcción de sitios y sistemas de información web del Estado, ejemplo: menús, paleta de colores, uso de tipografías, e iconografía.

- La generación de contenidos para la web del DNP, deberá gestionarse de acuerdo con los lineamientos de voz y tono, gramática y recomendaciones generales para la redacción y publicación, descritos en un documento interno de la entidad, proporcionado por la OAC a delegados web y/o autorizados en la generación de contenidos en la Sede Electrónica.

4.4.2. Productos digitales

A continuación, se describen los ambientes digitales de la entidad (portales, micrositijs, aplicativos informáticos, portales transversales y sistemas de información).

⁴ <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Comunicacion%20Interna%20DNP/Resoluci%C3%B3n%202332%20de%202021%20-%20Publicaci%C3%B3n%20de%20informaci%C3%B3n%20en%20la%20Rebeca.pdf>

⁵ Guías de Gobierno en Línea <https://www.gov.co/biblioteca/>



- **Aplicativos informáticos:** herramientas informáticas desarrolladas para realizar operaciones o funciones específicas, captura, procesamiento y/o visualización de información para consulta externa e interna, según las necesidades.
- **Sede Electrónica:** es el sitio oficial en Internet de cada autoridad, al que se accede a través de una dirección electrónica en la que se dispone información, trámites, servicios y demás elementos ofertados por la autoridad y cuya titularidad, administración y gestión le corresponde.
- **Subportales:** sitios en Internet a los que se accede a través de un subdominio de la sede electrónica, portales y portales transversales en los que se dispone información exclusiva de la entidad.
- **Portales transversales:** sitios en Internet que integran información, recursos u oferta institucional de un programa o iniciativa del Estado, con impacto nacional y que pueden involucrar a más de una autoridad.
- **Sistemas de información:** mecanismo que permite la administración de datos y de información, de tal manera que puedan ser consultados y procesados de manera fácil y rápida.
- **Intranet (La Rebeca)**

4.4.3. Procesos internos para publicación de información en ambientes digitales

- **Proceso de nombramiento delegados Web**

El nombramiento, las funciones y deberes del delegado web y los jefes de la dependencia están establecidos en la Resolución Interna 2332 de 2021. A continuación, se nombran aspectos para tener en cuenta:

1. Las dependencias del DNP deberán designar un delegado web y una dupla o suplente. Esta persona será la responsable de preparar y publicar la información en los espacios que le han sido asignados a la dependencia en la sede electrónica, sitios transversales, ambientes digitales y redes sociales.
2. Las dependencias del DNP deberán informar a la OAC los datos de contacto del delegado web de la Dependencia, al igual que los cambios o modificaciones de los responsables.
3. La OAC informará a la OTSI los datos de contacto del delegado web de la dependencia.
4. La OTSI procederá a la asignación o eliminación de las credenciales de acceso y los permisos para la publicación de información en la sede electrónica y ambientes digitales de los delegados web.
5. La OAC y la OTSI deben garantizar la capacitación de los delegados web para el cumplimiento de sus funciones. Estas capacitaciones deben contemplar: la Normativa, los lineamientos y guías para la publicación de contenidos.
6. Los delegados web podrán solicitar apoyo a la OAC, quien prestará asesoría y acompañamiento constante para la realización de sus funciones.

- **Proceso sobre la publicación de información en la Sede Electrónica y Ambientes Digitales**

A continuación, encuentran los pasos a seguir para la correcta publicación y actualización de información en la Sede Electrónica y Ambientes Digitales del DNP:



1. Para la creación de nuevas secciones o páginas en la Sede Electrónica, los delegados web deberán realizar la solicitud a la OAC por correo electrónico, a través del Líder de delegados web de la OAC, especificando el tipo de contenido y los requerimientos técnicos y/o funcionalidades especiales que requiera la sección.
2. De requerir nuevas funcionalidades en cuanto a desarrollo que estén fuera de los servicios que presta la OAC, se le informará al delegado web que debe realizar la solicitud a la OTSI y hacer el registro de los requerimientos y realización de pruebas en la plataforma DEVOPS.
3. Para la publicación de contenidos en el home y la sección prensa, la OAC realizará las actualizaciones que sean solicitadas. La solicitud deberá realizarse al Equipo Web vía correo electrónico.
4. La OAC será la encargada de realizar una revisión periódica velando porque los contenidos publicados cumplan lo establecido en la Normativa y en los lineamientos impartidos por Gobierno Digital. Asimismo, podrá solicitar ajustes a dichos contenidos.

Es importante tener en cuenta las siguientes actividades que deberán seguir tanto los delegados web como los jefes de las dependencias:

- Todo contenido publicado por los delegados web en la Sede Electrónica y Ambientes Digitales debe ser revisado y aprobado por los jefes de las dependencias. Se aclara que esta información no es verificada por la OAC.
- Los delegados web deberán informar a la OAC por correo electrónico con copia al jefe de su dependencia lo relacionado con la eliminación de información y archivos publicados en los espacios asignados al área en la sede electrónica y ambientes digitales de la entidad.
- Los jefes de las dependencias, así como los delegados web, deberán garantizar que la publicación de la información en los espacios asignados al área se realice bajo los parámetros técnicos y editoriales impartidos en los espacios de capacitación por la OAC y la OTSI, así como las disposiciones consignadas en la Política de Comunicaciones de la entidad.
- **Proceso de creación de contenido**

Los delegados web deberán tener en cuenta los lineamientos que la OAC determine a través de las socializaciones y el material de consulta suministrado, especialmente para las siguientes pautas:

- Redacción de párrafos y oraciones, redacción de títulos y subtítulos, uso de siglas y abreviaturas, uso de negrillas, entre otros.
- Definición de voz y tono.
- Buenas prácticas en Search Engine Optimization (SEO), que tienen como objetivo mejorar el posicionamiento orgánico de la Sede Electrónica en motores de búsqueda.

Los contenidos que no cumplan con las pautas aquí descritas serán devueltos a las áreas para los respectivos ajustes, en atención a los lineamientos y determinaciones de la OAC.



4.4.4. Recomendaciones generales

- Tener en cuenta los parámetros de accesibilidad brindados en la Resolución N°. 001519 de 2020 en cuanto a: contenido accesible, manejo de paletas de color, uso y tamaño de fuentes, implementación de textos alternativos y sistemas asistidos.
- De ser necesario, se debe solicitar apoyo a la OAC y OTSI para verificar que los contenidos publicados sean accesibles y cumplan con la normatividad.
- Velar por el cumplimiento de la línea editorial y gráfica del Gobierno Nacional, así como sus actualizaciones.
- Para el diseño de piezas gráficas, implementar las pautas de diseño dadas por la OAC.
- Seguir las recomendaciones para la optimización de la información en motores de búsqueda, prácticas SEO. Esto requiere el uso de: long title, estructura de títulos y textos alternativos.
- Sobre el uso de material fotográfico, los delegados web deberán solicitar el material fotográfico a la Oficina Asesora de Comunicaciones. En caso tal de contar con las imágenes, ilustraciones, fotografías y textos externos se debe verificar que respeten los derechos de autor y de propiedad intelectual regulados por la Ley 23 de 1982 o que sean propiedad del Gobierno Nacional.
- Implementar los parámetros para el buen nombramiento de archivos, así como las recomendaciones para la creación de URL amigables en documentos.

4.4.5. Seguridad de la Información

Los delegados web y todo aquel que maneje información y tenga accesos a la sede electrónica y ambientes digitales de la entidad, deberá tener en cuenta el Manual Operativo de la Gestión de Seguridad de la Información⁶, en donde se destacan:

- Las obligaciones de los colaboradores.
- Las responsabilidades de directores, subdirectores, jefes de oficina y coordinadores de grupo y líderes técnicos que tienen a cargo administración y soporte de los ambientes digitales.

Puntualmente los delegados web, deberán tener en cuenta lo dispuesto en el Manual Operativo de Gestión de Seguridad de la Información sobre:

- Política de contraseñas.
- Política del buen uso de las estaciones cliente y del puesto de trabajo.
- Política de uso de OneDrive y Microsoft Teams.
- Política sobre uso de la información institucional y uso de datos personales.

⁶ <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/DNP/SIG/M-PG-07%20%20Manual%20Operativo.Pu.pdf>



- Política de uso del correo electrónico y redes sociales.
- Política sobre el uso del Token.

La capacitación para delegados web en relación con el Componente de Gestión de Seguridad de la Información está a cargo de la OTSI. Cualquier solicitud enviarla a esta dependencia. Asimismo, desde la OAC se apoya esta labor con la capacitación de los delegados web.

4.5. Producción audiovisual

La producción audiovisual tiene como objetivo difundir los mensajes institucionales de una entidad a sus grupos de valor, tanto internos como externos, con el fin de brindar mayor visibilidad y alcance a los temas relevantes que aborda. Este proceso involucra la selección de medios técnicos y humanos, así como la implementación de elementos artísticos y comunicativos, para transmitir el mensaje a través de imagen y sonido. Su operación va desde la planificación y conceptualización de las campañas, hasta su producción y finalización para difundirlas a través de los canales oficiales de la entidad.

4.5.1. Lineamientos

- El equipo de producción audiovisual es el responsable de propender por el buen uso de la imagen institucional, por lo cual se debe tener especial cuidado de la manera en que se aplican y mantienen los estándares registrados en la Guía del sistema gráfico de Gobierno de Colombia suministrado por la Presidencia de la República.
- Desde la OAC se impulsa que los productos audiovisuales, en su mayoría, puedan contar con los estándares de accesibilidad y usabilidad buscando disminuir las brechas existentes con personas en situación de discapacidad.
- Para realizar cualquier solicitud al equipo audiovisual es necesario el uso de canales de comunicación que permitan realizar el rastreo, seguimiento y entrega de las peticiones gestionadas por la OAC.
- Después de recibir la solicitud para la producción de algún producto audiovisual se definirán los estilos gráficos y se distribuirá en el equipo de trabajo para su desarrollo.
- La OAC tiene la autonomía para definir la manera en que se desarrollará un producto audiovisual buscando siempre una alta calidad en los entregables. Es importante aclarar que, siempre la OAC recibirá opiniones y sugerencias de las dependencias.
- La OAC es el responsable de archivar los productos audiovisuales revisando permanentemente la pertinencia de los contenidos.
- El espacio oficial donde se encuentra el repositorio audiovisual existente será administrado por el equipo audiovisual de la entidad, para evitar la pérdida de información sensible. La responsabilidad de proporcionar el espacio virtual y su correcto funcionamiento hace parte de la OTSI.
- Para el licenciamiento de herramientas de edición y diseño se cuenta con el apoyo de la OTSI para su adquisición. Desde la OAC se entrega la justificación y se evidencian las necesidades.

4.5.2. Productos audiovisuales

A continuación, se presentan algunos productos que genera la OAC:



- **Infografía:** resumir o explicar por medio de imágenes, gráficas y textos, un tema complejo de manera práctica.
- **Piezas gráficas:** son de carácter informativo, buscan hacer llegar la información más relevante de cada actividad desarrollada por la entidad a cada uno de los públicos de interés.
- **Videos institucionales:** son videos que hablan de actividades propias de la entidad, se usan en especial para resumir productos o programas de la entidad, explicando aspectos específicos.
 - **Videos informativos:** se trata de productos en los que se emplean videos y audios con información específica de actividades o productos.
 - **Videos animados:** son videos que buscan resumir ideas complejas por medio de herramientas gráficas para que el mensaje sea mucho más claro.
- **Fotorreportaje:** por medio de una secuencia de imágenes fotográficas, representar un tema específico, ya sea una historia, proceso.
- **Material POP:** pendones, habladores, brochures y demás elementos de identidad corporativa.
- **Papelería institucional:** se trata de la aplicación de la imagen institucional a diferentes formatos impresos como hoja membrete, tarjetas de presentación, habladores, sobres membrete, carpetas, etc.

4.5.3. Canales y productos (salida)

Los canales de difusión serán elegidos por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones teniendo en cuenta el público al que está dirigido y el canal más apropiado para hacerle llegar dicha información.

5. Procedimiento publicación y edición de productos editoriales

Entre las más importantes actividades de aporte a la construcción del desarrollo del país a la cual está enfocado el Departamento Nacional de Planeación se destaca la elaboración de publicaciones técnicas en las que trabajan los colaboradores de las subdirecciones generales del DNP, porque reflejan la trascendencia del centro de pensamiento que somos. Por ello, antes de sintetizar las actividades del «Procedimiento publicación y edición de productos editoriales», es necesario tener como base cinco puntos aclaratorios:

- a) El Comité de Publicaciones sesiona cada tres meses, mediante la modalidad presencial y no presencial expresa en la citación. En el Comité de Publicaciones solo se aprueban las temáticas para el sitio de Planeación y Desarrollo ubicado en la página web del DNP.
- b) Los productos editoriales con contenido público sometidos a la aprobación en cada sesión del Comité, lo forman los artículos monográficos que integran las ediciones para alimentar el sitio de *Planeación y Desarrollo*.
- c) Los demás productos editoriales lo conforman las publicaciones técnicas que elaboran las diferentes direcciones adscritas a las subdirecciones generales de la entidad, estos no requieren de la evaluación del Comité, sino que todo documento técnico debe tener el aval de acuerdo con las especificaciones del formato **F-GC-04 Autorización de publicación técnica**⁷ y conocimiento total del subdirector general correspondiente a la dirección técnica origen. Ese aval debe quedar

⁷ El formato FGC-04 está disponible en el vínculo <http://larebeca/SGC/formatos/Paginas/gestion-de-informacion.aspx>



por escrito y enviado mediante correo electrónico dirigido al jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- d) Cuando haya lugar a dudas en lo relacionado con derechos de autor, será la Oficina Asesora Jurídica la encargada de hacer la revisión y de expresar al Comité de Publicaciones su conclusión antes de que sea autorizado el producto editorial, si a ello hay lugar.
- e) Todas las publicaciones de autoría del DNP deben atender lo establecido en la «Guía Sistema Gráfico Gobierno de Colombia», elaborada por la Presidencia de la República y el «Manual de pautas para autores M-GC-02»¹¹, documento elaborado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

5.1 Solicitud de edición de un producto editorial

La solicitud de edición y publicación de los productos editoriales directamente aprobados por los subdirectores generales según sus especialidades deben ser remitidas por correo electrónico al jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, en ese mensaje ha de incluirse el formato **F-GC-04 «Formato de Autorización de Publicación Técnica»**, donde se especifique(n) qué requieren del proceso editorial de cada publicación técnica, también debe adjuntarse la versión final del documento, es decir, la que Sí van a divulgar.

5.2 Citación al Comité de Publicaciones

Una vez cumplido el trimestre, el jefe de la OAC (a cargo de la Secretaría Técnica) envía mediante correo electrónico la convocatoria a la sesión del Comité de Publicaciones que se podrán llevar a cabo de manera presencial o virtual, según corresponda, incluye el orden del día preciso de los temas que se tratarán en la reunión. Según la decisión directa del director general, el mensaje de citación de la sesión se envía a los integrantes del Comité e invitados por parte de un(a) asesor(a) de la Dirección General, con base en la agenda del presidente del Comité.

El Comité delibera teniendo en cuenta el orden del día, los artículos propuestos por el editor del sitio web Planeación y Desarrollo y aprobará las temáticas de tales documentos con contenido público que respondan a las funciones del DNP más los que presenten y sustenten los subdirectores generales. Se convocará a los miembros e invitados a las sesiones ordinarias con al menos cinco días hábiles de anticipación, y para las sesiones extraordinarias según la anticipación que permitan las circunstancias motivo de la reunión; en ambos casos, indicando en la respectiva convocatoria el orden del día, fecha, hora, lugar o herramienta tecnológica a través de la que se llevará a cabo la sesión.

5.3 ¿Se aprueban las temáticas?

La sesión del Comité inicia con la verificación del *quorum*. El Comité de Publicaciones deliberará con mínimo seis de sus miembros. posteriormente se revisa el avance de los temas de pendientes de la sesión anterior, si los hay. Estos harán recomendaciones y tomarán decisiones con los asistentes en la sesión. En caso de empate, se someterá el asunto a una nueva votación. De persistir el empate, el presidente del Comité, o quien haga sus veces, tomará la decisión.

- Si el Comité aprueba la temática, continúa las actividades 2 (Edición de un producto editorial) y 3 (Publicar el documento), previa realización de los ajustes que hayan sido solicitados durante su deliberación.
- Si el Comité no aprueba la temática, se acogen las recomendaciones que hayan surgido y en otra



ocasión se volverá presentar la temática a consideración del Comité.

Se elabora el acta respectiva en la cual se incluyen los desarrollos y las determinaciones del Comité; además, se incluye si la temática es aprobada o no.

En cada sesión se incluyen:

- a) Los avances en la estrategia de fortalecimiento y promoción de productos editoriales de los cuales se presentan solamente las temáticas para la aprobación del Comité, ya que la aprobación de los contenidos fue delegada por el director general en un comité editorial reducido presidido por un editor. En consecuencia, para los artículos que se publican en el sitio de Planeación y Desarrollo ni las direcciones técnicas ni los autores tendrán que diligenciar el formato F GC 04 «Autorización de Publicación Técnica».
- b) Las propuestas de productos editoriales de contenido público (artículos) que las subdirecciones generales tienen para incluirlos en el sitio web P&D.
- c) Los documentos que ha recibido la OAC con base en las solicitudes recibidas, divididas en dos grupos: las autorizadas y las pendientes de autorización por parte de los subdirectores generales; se informa el avance publicaciones y productos editoriales.
- d) Productos editoriales con contenido público por publicar que no forman parte de los dos grupos anteriores y que lidere la Dirección General.

5.4 Edición de un producto editorial

Según la solicitud registrada en el formato F-GC-04 diligenciado «Autorización de publicación técnica», el tipo de documento y la(s) fase(s) del proceso editorial que necesita la dirección técnica o dependencia responsable del documento se procede a incluir el producto editorial dentro de las programaciones del Equipo de Publicaciones Técnicas. Concluida la solicitud, se envía a los autores para sus comentarios y aprobación.

Cuando la edición de publicación se hace dentro del DNP, se revisa en primera instancia las observaciones realizadas al documento y que este cumpla con lo establecido en la «Guía Sistema Gráfico Gobierno de Colombia» y el «Manual de pautas para autores». Posteriormente, se adelantan y coordinan las actividades de corrección de estilo, diseño y diagramación del documento y se envía a la dirección técnica autora para visto bueno.

La OAC brinda acompañamiento según las necesidades de las diferentes dependencias o de la Alta Dirección para llevar a cabo el proceso de edición de los productos editoriales. Cuando se identifique la necesidad de contratar cualquiera de las actividades descritas (corrección de estilo, diseño y/o diagramación), o que la publicación sea editada totalmente por un externo, se inicia el proceso contractual, si se requiere.

Cuando se contrate la edición de una publicación total o parcialmente, la OAC acompañará a la dependencia responsable en la revisión de las versiones editadas enviadas por el contratista (proveedor externo). Cuando haya sido aprobada la impresión de ejemplares a cargo del DNP, se adelantan las actividades para tramitarla mediante el contrato correspondiente con la Imprenta Nacional de Colombia (INC), si se ha suscrito.

Los directores técnicos, jefes de oficinas y coordinadores de grupo podrán solicitar a la Oficina Asesora de Comunicaciones acompañamiento a los autores, en los trámites necesarios para la edición de su producto,



así como en sus obligaciones y derechos sobre el mismo.

5.5 Publicar el documento

Una vez se tiene la versión digital final de la publicación ya aprobada por las direcciones técnicas y demás dependencias, las áreas solicitan la inclusión en la página web del DNP, de acuerdo con las disposiciones vigentes. Se envía una comunicación escrita al webmaster del DNP, adscrito a la OAC, quien recibe el arte final del producto editorial y lo ubica en la sección de publicaciones del portal web del DNP en el año correspondiente. De acuerdo con lo anterior, la OAC envía a la dependencia solicitante la comunicación en la cual se informa el nombre de la publicación y la ruta donde quedó ubicada.

- Para las publicaciones técnicas se anexa al mensaje el archivo descargable (PDF diagramado), la foto de la carátula y un breve resumen.
- Para los artículos del sitio web de la estrategia de fortalecimiento y promoción de productos editoriales (sitio web Planeación y Desarrollo), debe anexarse: archivo fuente (documento en Word) para poder hacer el montaje y el archivo descargable (PDF diagramado), palabras claves, fotografía en buena resolución que acompaña el artículo y su descripción.
- Si la publicación es impresa, y se elaboró mediante el contrato con la Imprenta Nacional de Colombia (INC) supervisado por la Oficina Asesora de Comunicaciones; la OAC recibe los ejemplares y remite a la dependencia que es la encargada de su distribución.

Las clases de publicaciones técnicas que se editan y trabajan en la OAC se reúnen en dos grandes grupos:

1. **Productos editoriales de contenido público que aprueba el Comité de Publicaciones:** los artículos monográficos y de debate sobre políticas públicas y economía que presentan ante el Comité de Publicaciones con el fin de incluirlos en el sitio web "*Planeación y Desarrollo*". Cada uno de los subdirectores generales del DNP lleva a las sesiones los artículos de su área para consideración en esa instancia.

Solo hasta que dichos documentos se sometan a deliberación y aprobación del Comité de Publicaciones del DNP, que se realiza trimestralmente, en el cual se hace la corrección de estilo y diagramación según la demanda y, eventualmente, se tendrá una edición en PDF de la Revista Planeación&Desarrollo se alojará en el sitio web mencionado.

2. **Publicaciones e informes diferentes a artículos de Planeación y Desarrollo:** incluye tipologías bibliográficas que en su presentación comparten aspectos comunes, intrínsecos al diseño editorial. Se entiende que son productos editoriales como informes y mediciones obligatorios por leyes de la República, cartillas de socialización de procesos y programas del DNP, metodologías y manuales de uso dirigidos a usuarios institucionales de programas y programas de la entidad, cartillas de difusión de campañas internas, Plan Nacional de Desarrollo, documentos de trabajo y de carácter confidencial; al igual que estudios, informes e investigaciones que, a consideración de la Dirección General, no requieren de la evaluación del Comité.

5.6 Canales y productos (salida)

En la siguiente tabla se resumen los responsables, los canales y las salidas relacionadas con el Procedimiento divulgación de productos editoriales.



Responsable	Canal	Salidas
Jefe de la dependencia solicitante	Mensaje de correo electrónico	Versión final del documento Formato F-GC-04 diligenciado
Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones o su delegado	Mensaje de correo electrónico	Convocatoria a sesión del Comité de Publicaciones.
Miembros del Comité de Publicaciones	Radicado en expediente de Orfeo	Acta correspondiente a la sesión del Comité de Publicaciones del DNP (R)
	Mensaje de correo electrónico	
Jefe de la dependencia y Jefe OAC o su delegado	Correo electrónico de respuesta de la OAC	Versión final de la edición Necesidad de contratación (si se requiere)
Jefe de dependencia solicitante	Correo electrónico de respuesta de la OAC	Publicación del documento en medio digital
Delegado Web dependencia		Ejemplares de la publicación

Tabla 3. Canales y productos (salida)

5.7 Recomendaciones

1. Antes de enviar los requerimientos relacionados con las publicaciones técnicas a la Oficina Asesora de Comunicaciones, las direcciones temáticas y demás dependencia pueden solicitar información a los profesionales del Equipo de Publicaciones Técnicas, quienes la suministrarán tanto sobre el proceso de aprobación por parte del Comité de Publicaciones y como sobre el desarrollo de las fases del proceso editorial que necesiten.
2. Siempre tener en cuenta que toda publicación técnica debe enviarse directamente al jefe de la OAC y en ella nunca debe faltar la mención del director técnico de que el documento ya tiene la autorización expresa del subdirector general del DNP correspondiente.
3. Los directores técnicos, jefes de oficinas y coordinadores de grupo podrán solicitar a la Oficina Asesora de Comunicaciones acompañamiento a los autores, en los trámites necesarios para la edición de su producto, así como en sus obligaciones y derechos que se tengan sobre el contenido y divulgación de la publicación.

6. Vocería

La vocería es una herramienta fundamental para difundir los temas estratégicos y de gestión de la entidad ante las diferentes audiencias de interés, desde los medios de comunicación hasta los diferentes auditorios y escenarios, dada su cercanía, claridad y concreción.

Por tanto, una buena vocería puede contribuir desde el posicionamiento y manejo de imagen de la entidad hasta el correcto manejo de la reputación y situaciones de crisis. Sin embargo, también puede ser una fuente de problemas de comunicación si es mal manejada y/o no se tienen claros los lineamientos y políticas de la entidad en esta materia. Estas políticas definen desde quién puede ser un vocero autorizada hasta los momentos en los que es oportuna.



6.1 Los voceros

- Los voceros son personas autorizadas, teniendo en cuenta su cargo e idoneidad sobre un tema, para emitir declaraciones y difundir contenidos dirigidos al público en general a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales como X (antes Twitter), Facebook, YouTube, e Instagram, entre otras, en representación de la entidad. El DNP tiene los siguientes voceros autorizados para dar declaraciones a los medios de comunicación.
 - Director General
 - Subdirectores Generales
 - Directores Técnicos
- El Director General del DNP es el vocero principal de la entidad, hace los anuncios institucionales, tiene el direccionamiento de los mensajes del Gobierno Nacional y asume o delega vocerías sobre temas misionales, en situaciones de crisis o coyunturas especiales.
- Los Subdirectores Generales de la entidad son voceros para dar declaraciones, divulgar y proporcionar información de temas institucionales y con las direcciones que manejan, así como sobre temas estructurales y coyunturales que tienen que ver con el DNP. Pueden ejercer, por autorización o delegación previa, la vocería directa según los temas que administren o manejen.
- Los Directores Técnicos son voceros segmentados por sus temas de especialidad, previamente delegados por la Dirección General de la entidad para dar declaraciones o suministrar información a medios de comunicación. Pueden ejercer, por autorización o delegación previa, la vocería directa según los temas que administren o manejen.
- Los funcionarios, contratistas, y pasantes no tienen vocería, exceptuando una delegación de la Dirección General, con validación previa, para temas exclusivamente técnicos.
- Los comunicadores y periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones están autorizados para divulgar información y contenidos periodísticos, pero no actúan como voceros oficiales. El jefe de la OAC, siguiendo los lineamientos de la Dirección General, informará los voceros definidos para asuntos concretos.

6.2 Lineamientos y procedimientos

- Los funcionarios, contratistas y asesores del Departamento Nacional de Planeación no están autorizados para dar declaraciones a los medios de comunicación en nombre de la entidad, de su subdirección o área sin la aprobación directa de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Esto incluye conversaciones descritas como "*off the record*" o sin atribución de nombre o cargo dentro de la entidad.
- Todas las consultas de los medios deben dirigirse inmediatamente a la Oficina Asesora de Comunicaciones. Esto incluye consultas de medios de comunicación, periodistas, influenciadores líderes de opinión, medios de comunicación universitarios y académicos, proveedores de la entidad, entre otros, sobre cualquier actividad relacionada con la entidad, sus direcciones y subdirecciones, sus investigaciones, documentos, personal, presupuesto y, en general, cualquier consulta que signifique una comunicación pública externa.



- La OAC es el enlace entre la organización y los medios de comunicación y será la encargada de articular, dirigir y sostener la relación con los medios de comunicación y periodistas.
- La OAC evaluará las consultas de los medios de comunicación y redactará la respuesta o acción más adecuada e identificará al portavoz o vocero apropiado. Las respuestas deben ser aprobadas por cada subdirección con la asesoría de la OAC.
- En caso de que un funcionario, contratista o asesor reciba una solicitud o consulta de un medio de comunicación, debe trasladarla de manera inmediata a la OAC quien prestará el soporte necesario.
- Por el carácter técnico y nacional del DNP es usual que se solicite la participación de voceros adicionales a los que están autorizados. Estos voceros recibirán capacitación por parte de la OAC antes de ser autorizados.
- Asimismo, los voceros, diferentes al Director General, solo podrán referirse a asuntos propios de su cargo y en ningún caso podrán opinar, especular o entregar información que trascienda su conocimiento.
- La OAC apoyará la capacitación y entrenamiento de los funcionarios para ser voceros en medios de comunicación; sin embargo, el mero hecho de recibir dicha capacitación no debe entenderse como una autorización implícita y explícita para ejercer el papel de portavoz.
- La autorización para ser vocero debe surtir los trámites y autorizaciones descritas en la presente política.
- El no cumplir con estos protocolos puede conllevar las sanciones disciplinarias que se pueda establecer por la Oficina de Talento Humano y, en el caso de los contratistas, por los lineamientos del Grupo de Contratación y Oficina Asesora Jurídica del Departamento Nacional de Planeación.

7. Manejo de Crisis

Una crisis es una situación inesperada o un acontecimiento extraordinario, que puede afectar de forma diversa la integridad, reputación y credibilidad de la entidad.

Esto es, un evento que si no se atiende a tiempo tiene el potencial de escalar en intensidad dañando la reputación de la organización o sus directivos, interferir con las actividades, afectar el bienestar de los colaboradores o usuarios en general o generar un fuerte escrutinio por parte de la prensa.

Por tanto, es necesario establecer un protocolo para actuar de manera coordinada para proteger la imagen institucional de la entidad y enfrentar este tipo de situaciones.

A continuación, se presenta el protocolo guía de comunicación a medios de comunicación, redes sociales y otros grupos de interés, en caso de crisis.

En todo caso, es importante señalar que cada crisis es diferente y que por tanto este protocolo es solo indicativo de algunas mejores prácticas, pero su aplicación puede variar de acuerdo con la naturaleza del hecho y el desarrollo de este.

Será el jefe de la OAC o vocero oficial quien determine el camino a seguir en caso de un evento de crisis o



potencial crisis.

7.1 Lineamientos y recomendaciones

El objetivo central de la Oficina Asesora de Comunicaciones o vocero oficial en caso de crisis es proteger la imagen y reputación del DNP, tratando de controlar y contener la situación responder rápidamente, demostrar preocupación, establecer autoridad y abrir líneas de comunicación controladas.

- Será clave mantener y fortalecer relaciones con los grupos de interés: medios de comunicación, ciudadanía; otras entidades y entes de control, así como asegurar la coherencia, consistencia y flujo de mensajes a todas las audiencias.
- La OAC lleva a cabo un monitoreo permanente de publicaciones en medios de comunicación y redes sociales. Con ello es posible identificar oportunamente cualquier escenario potencial de crisis, a partir de criterios como el contenido, alcance y tono del evento o noticia.
- Asimismo, mientras la confidencialidad lo permita es responsabilidad de los colaboradores y directivos, avisar a la OAC de situaciones susceptibles de convertirse en asuntos críticos o crisis frente a la opinión pública, aun cuando estos no sean aún conocidos por los medios. En este aparte se incluyen derechos de petición de los medios de comunicación.
- En caso de detectarse una situación que pueda transformarse en crisis, el estado de alerta debe ser comunicado a la OAC por los canales de comunicación que permitan la mayor celeridad posible y la trazabilidad necesaria.
- Si la Oficina Asesora de Comunicaciones detecta o corrobora una situación de este tipo citará a un Comité de Crisis conformado por el jefe de la OAC, directivo(s) del área impactada, el periodista que sirve de enlace del área impactada y los otros miembros del equipo de comunicaciones que sean necesarios para atender dicha situación. La citación puede ser virtual o física dependiendo de la severidad y urgencia de la situación.
- El Comité de Crisis deberá con los elementos que tenga identificar cuál es el potencial del evento de convertirse en una crisis mediática y el potencial de daño. Esto se determinará dependiendo la gravedad del hecho, su veracidad, la coyuntura mediática, quiénes lo atacan, quiénes lo defienden, entre otros factores.
- Una vez definido la probabilidad e impacto de la crisis se definen las acciones, en orden cronológico dependiendo de su inmediatez y los encargados de su desarrollo.
- No siempre se debe responder de manera pública en caso de una crisis. El silencio también es una opción; sin embargo, en entidades del orden nacional el escrutinio es mayor, por lo que la decisión de quedarse callado debe evaluarse a cada momento de una crisis.
- El plan de acción para los primeros momentos de una crisis debe incluir un monitoreo especial de las situaciones que afecten la reputación de la entidad, indisponibilidad de procesos o servicios críticos de cara al ciudadano y proveedores, así como una preparación de documentos como un comunicado de prensa en stand-by, un documento de posibles preguntas y respuestas para establecer una posición



oficial sobre el tema. En la medida que evolucione la situación se debe evaluar el envío información complementaria.

- En las crisis, como recomendación general, se sugiere que el mensaje contenga por lo menos estos elementos: solidaridad con las víctimas y/o afectados – Si los hay. (Empatía), ¿Qué se hizo para evitar que la crisis sucediera? (Debida diligencia); ¿Qué se está haciendo para contenerla? (Responsabilidad); ¿Qué va a hacer para que no se repita? (Compromiso) y Credenciales de la organización. (Reputación acumulada). Ahora bien, debe adaptarlo según el contexto y el canal de difusión.
- En una crisis hay muchas audiencias potenciales que querrán información durante y después de un incidente y cada una tiene sus propias necesidades de información. En un sentido amplio puede hablarse de dos niveles de audiencias: aquellos grupos directamente afectados por el hecho o situación que da lugar a la crisis y aquellos grupos que no están directamente afectados, pero sus actitudes hacia la compañía pueden incidir en la situación o en la percepción hacia la organización.

Fecha de aprobación: 4 de enero de 2024

Elaboración:

ORIGINAL FIRMADO

Sharon Xilena Oyuela Rodríguez
Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones

ORIGINAL FIRMADO

Cristian Eduardo Oviedo Rodríguez
Contratista Oficina Asesora de Planeación



Revisó:

ORIGINAL FIRMADO

Carmen Elisa Villamizar Camargo
Contratista apoyo de publicaciones

Aprobó:

ORIGINAL FIRMADO

Lina González Rincón
Jefe (e) Oficina Asesora de Comunicaciones

Oficina Asesora de Comunicaciones

Departamento Nacional de Planeación

(DNP) Bogotá D.C.