

# Plan estratégico de comunicación organizacional 2022





**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**  
EDUCACIÓN

---

Instituto para la Investigación Educativa y el  
Desarrollo Pedagógico

# Contenido

<b>Introducción</b>	<b>7</b>
<b>Comité Académico</b>	<b>8</b>
<b>Estrategia de comunicación, socialización y divulgación</b>	<b>11</b>
Comité Académico	12
General	12
Específicos	12
<b>Componentes, líneas de trabajo y objetivos</b>	<b>12</b>
<b>Comunicación externa</b>	<b>13</b>
Lineamientos generales de la comunicación externa	13
Público objetivo de la comunicación	14
Equipo de comunicación	14
Línea de proyectos editoriales	14
Revista Educación y Ciudad	14
Magazín Aula Urbana	15
Libros impresos o digitales	16
Nota de Política	16
Boletines externos	16

Línea socialización y divulgación	17
Características generales de los productos periodísticos	20
<b>Comunicación interna</b>	<b>22</b>
Gestión de solicitudes/necesidades de comunicación	22
Piezas de comunicación para la comunicación interna	22
Publicaciones en el ecosistema web	22
Redes sociales	23
Instancias de la comunicación	23
Reunión equipo de Comunicación, socialización y divulgación	24
Comité Académico	24
Reunión equipo editorial revista Educación y Ciudad	24
<b>Monitoreo, seguimiento y evaluación de la Estrategia</b>	<b>24</b>
Seguimiento de las acciones contempladas en el Plan Estratégico de Comunicación	25
Monitoreo de los productos comunicativos	25
Acciones de evaluación/diagnóstico a la divulgación y el consumo de los productos comunicativos	25
<b>Referencias</b>	<b>26</b>



# Introducción

El Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (IDEP) es un establecimiento público adscrito a la Secretaría de Educación del Distrito (SED), creado en 1994 mediante el Acuerdo 26 de 1994 expedido por el Concejo de Bogotá, D. C. Desde su fundación, y hasta la fecha, ha centrado sus actividades en el diseño, desarrollo y promoción de la investigación, innovación, cualificación y comunicación de todos aquellos proyectos socioeducativos y pedagógicos, cuyo principal aporte se centre en mejorar la calidad de la educación de la ciudad.

Además de esta labor fundacional, tiene como misión “Fortalecer y gestionar la investigación y la innovación, así como el desarrollo pedagógico y profesional docente, con miras a producir conocimiento que aporte al cierre de las brechas socioeducativas, a la garantía del derecho a la educación, a la transformación pedagógica y al reconocimiento del saber docente, para aportar en la construcción de un nuevo contrato social y ambiental”. De igual modo, en la visión se vislumbra para el 2030 que “... el IDEP será reconocido a nivel distrital, nacional e internacional como un centro de investigación, innovación y desarrollo pedagógico de la más alta calidad académica que produce conocimiento relevante, pertinente y riguroso orientado a la transformación educativa y pedagógica, al desarrollo profesional docente y a la garantía del derecho a la educación” (IDEP, 2021a).

Así mismo, su objetivo estratégico contempla “Fortalecer la apropiación, uso y divulgación del conocimiento producido por el IDEP, de los y las maestras, como aporte al cierre de las brechas de la calidad educativa, a la transformación pedagógica

y al reconocimiento del saber docente” (*Ibid.*), lo cual posibilita dimensionar el proceso comunicativo del instituto, dándole un lugar estratégico y transversal en toda la entidad. Este componente se despliega para desarrollarse tanto al interior como hacia el exterior de la entidad, pues es a través del diseño e implementación de diferentes actividades que se busca aumentar el reconocimiento y posicionamiento del instituto entre la comunidad educativa, académica y la ciudadanía en general, dando a conocer el impacto de los proyectos que promueve, la amplia y efectiva oferta de información de valor científico para sus públicos internos y externos, así como dar cumplimiento a las normativas nacionales y locales, para poner a disposición de la ciudadanía la información de la gestión.

Para ello cuenta con canales de difusión y socialización, los cuales están alineados con las metas y proyectos institucionales, como también con los de la Administración Distrital. Dichos canales se ajustan periódicamente a las necesidades de la agenda educativa y pedagógica de la ciudad.

Aquí se destacan la consolidación del proyecto editorial del instituto, del que hacen parte el *Magazín Aula Urbana*, la revista *Educación y Ciudad*, y la producción de libros y documentos de divulgación. De igual manera, sobresale el fortalecimiento de canales y plataformas como el repositorio digital y el centro de documentación; las acciones de comunicación interna y externa en redes sociales, correo electrónico y sitio web, entre otros, y, por último, la creación y apoyo de eventos presenciales y virtuales para divulgar el conocimiento educativo y pedagógico.

## Actualidad y perspectivas

De acuerdo con el documento del proyecto de inversión 7553 *Investigación, innovación e inspiración: conocimiento, saber y práctica pedagógica para el cierre de brechas de la calidad educativa, enmarcado en el Plan Distrital de Desarrollo 2020 -2024. Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI*, se señala que a pesar de que el instituto cuenta con más de 25 años de trayectoria, “aún su producción académica en el campo de la educación y sus programas de desarrollo pedagógico dirigidos a docentes y a las Instituciones Escolares, **no son suficientemente reconocidos entre las diferentes comunidades académicas, educativas y de decisión política de la ciudad**”.

Entre las razones -de distinta índole- que sustentaron este panorama, el documento hace referencia a “**estrategias parcialmente efectivas de divulgación** y socialización de conocimiento producido por el IDEP y los docentes del Distrito”, que a su vez repercuten como un factor determinante porque no visibilizan contundentemente al IDEP como una entidad de saber y conocimiento que es útil para el sector educativo. Soporta dicha información algunos de los resultados del Estudio apropiación de contenidos y consumo cultural y académico de los profesores del Distrito de Bogotá, en el que se afirma que **el 64 % de los docentes del Distrito no conoce la oferta de publicaciones del IDEP o que el 35 % no usa el material que produce el instituto para el trabajo con los estudiantes**.

Esta fue la radiografía de dicho estudio en 2019, la cual permitió para el 2020 fundamentar el interés por trabajar desde lo comunicativo en la Estrategia 6. Así, tanto para el segundo semestre de 2020 como para el año 2021, se realizaron sondeos de comunicaciones con el fin de obtener nuevos datos de la aplicación, sistematización y análisis de los resultados. El último instrumento en línea, compuesto por 29 preguntas, fue enviado a 4500 destinatarios de la base de datos de docentes del IDEP, los cuales finalmente respondieron la encuesta 178.

Los resultados comparados con el 2020 siguen evidenciando avances, pues arrojan informaciones sobre el perfil demográfico de los encuestados; su interés en la investigación e innovación educativa y el reconocimiento del IDEP.

De este informe es significativo destacar lo siguiente:

- La pregunta inicial se refirió en general a la oferta de contenidos académicos del IDEP. En este caso, un 43,3 % dice conocer la oferta de contenidos académicos, frente al 36 % que daba una respuesta afirmativa en el estudio de consumo cultural en 2019.
- Con respecto a los libros e informes de investigación del IDEP, en 2021 un 52,5 % manifestó conocerlos, mientras que en 2020 esta cifra se situó en 54,5 %.
- Un aumento aún más significativo se reportó en el conocimiento del Centro de Recursos para la Investigación e Innovación Educativa (CRIIE), pasando del 23,3 % en 2020, a 30,3 % en 2021.
- Programas impulsados desde el Proyecto de Inversión 7553, como Maestros y Maestras que Inspiran, lograron importantes niveles de reconocimiento (58,4 %), solo por debajo del Premio a la Investigación e Innovación Educativa (61,27 %), un certamen con 15 años de trayectoria.
- Así mismo, hubo importantes resultados asociados a la implementación del Plan estratégico de comunicaciones y la estrategia digital 2021, como el alto nivel de reconocimiento de formatos como #MomentoIDEP (45,15 %), #LibroIDEP (38,2 %), el Pódcast IDEP (26,4 %) y el #123 (22,5 %).

Este análisis aporta valiosa información que sirve como punto de partida para este Plan Estratégico, el cual busca continuar optimizando, año a año, las acciones previstas en la estrategia de comunicación y gestión del conocimiento, así como incrementar



el aprovechamiento de los productos y servicios que ofrece el IDEP. Lo anterior, implica implementar acciones para potenciar el acceso a la información y a los diferentes contenidos que genera el instituto a través de diversos formatos y plataformas; entre ellos, los que se encuentran en la biblioteca digital (libros, videos, imágenes e informes de investigación), su Centro de Documentación, su página web y otros medios y dispositivos en red.

Igualmente, se propone fortalecer los sistemas de información institucionales, de tal manera que continúen atendiendo a las necesidades de la gestión administrativa, como el Sistema de Gestión y los procedimientos de la entidad, así como su documentación, validación y ajustes. Dichos procesos están alineados con el Programa de Gestión Documental, la política de Gobierno Digital y la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Para ello, es fundamental continuar consolidando los mecanismos de atención a la ciudadanía, la promoción de

servicios y la visibilización de la gestión institucional eficiente en el cumplimiento de las metas y en el manejo transparente de los recursos públicos.

Con este breve panorama, el proceso comunicativo del instituto se articula en la Estrategia 6 *Comunicación, divulgación y gestión del conocimiento*, del proyecto de inversión, cuyo objetivo específico es “Implementar una estrategia efectiva de socialización, divulgación y gestión del conocimiento derivado de las investigaciones y publicaciones del IDEP y de los docentes del Distrito” (IDEP, 2020, p. 34). Dicha estrategia está ligada, además, a la meta 107 del Plan Distrital de Desarrollo 2020-2024, con el fin de aportar al objetivo de “Fortalecer la apropiación, uso y divulgación del conocimiento producido por el IDEP, de los y las maestras, como aporte al cierre de las brechas de la calidad educativa, a la transformación pedagógica y al reconocimiento del saber docente” (*Ibid.*, p. 31).



# **Estrategia de comunicación, socialización y divulgación**

# Objetivos

## General

### Específicos

1. Gestionar y socializar la publicación del saber académico y pedagógico, producido o apoyado por el IDEP, a través de formatos digitales.
2. Producir contenidos periodísticos sobre la gestión institucional y promover su divulgación en medios propios y masivos de comunicación locales, nacionales, internacionales o comunitarios.
3. Implementar estrategias de comunicación que divulguen la gestión institucional a través de campañas digitales internas o externas, que incluyan soluciones en imagen corporativa, creación de elementos gráficos, vídeos, infografías, asesoría en marca personal, gestión de imagen en internet y manejo de las relaciones públicas.
4. Monitorear, hacer seguimiento y evaluar las acciones realizadas en el marco de la Estrategia, y valorar el porcentaje de docentes del Distrito que consultan la producción académica del IDEP.
5. Promover canales efectivos de comunicación interna alineados con el Sistema de Gestión del IDEP.

## Componentes, líneas de trabajo y objetivos

Para dimensionar la estructura propuesta desde la Estrategia 6 es importante tener en cuenta lo siguiente:

Componente	Línea	Objetivos específicos
Comunicación externa	Proyectos editoriales	<b>Objetivo 1:</b> Gestionar y socializar la publicación del saber académico y pedagógico, producido y apoyado por el IDEP, a través de formatos digitales.
	Socialización y divulgación.	<b>Objetivo 2:</b> Producir contenidos periodísticos sobre la gestión institucional y promover su divulgación en medios propios y masivos de comunicación locales, nacionales, internacionales o comunitarios.  <b>Objetivo 3:</b> Implementar estrategias de comunicación que divulguen la gestión institucional a través de campañas digitales internas o externas, que incluyan soluciones en imagen corporativa, creación de elementos gráficos, vídeos, infografías, asesoría en marca personal, gestión de imagen en internet y manejo de las relaciones públicas.
	Monitoreo, seguimiento y evaluación de la Estrategia.	<b>Objetivo 4:</b> Monitorear, hacer seguimiento y evaluar las acciones realizadas en el marco de la Estrategia y valorar el porcentaje de docentes del Distrito que consultan la producción académica del IDEP.
	Promoción de canales internos para la gestión de las necesidades de comunicación.	<b>Objetivo 5:</b> Promover canales efectivos de comunicación interna alineados con el Sistema de Gestión del IDEP.

## Comunicación externa

El propósito de la comunicación externa es fortalecer el posicionamiento del instituto dentro de sus diferentes públicos objetivos y aumentar la consulta y apropiación del saber producido por el IDEP entre la comunidad de maestras y maestros del Distrito.

En este componente están contempladas las líneas de socialización y divulgación y la de proyectos editoriales. Estas dos líneas recogen cinco objetivos específicos de la estrategia de comunicación y divulgación, con sus respectivos canales, acciones y tiempos.

Componente	Línea	Objetivos específicos
Comunicación externa	Proyectos editoriales	<b>Objetivo 1:</b> Gestionar y socializar la publicación del saber académico y pedagógico, producido y apoyado por el IDEP, a través de formatos digitales.
	Socialización y divulgación.	<p><b>Objetivo 2:</b> Producir contenidos periodísticos sobre la gestión institucional y promover su divulgación en medios propios y masivos de comunicación locales, nacionales, internacionales o comunitarios.</p> <p><b>Objetivo 3:</b> Implementar estrategias de comunicación que divulguen la gestión institucional a través de campañas digitales internas o externas, que incluyan soluciones en imagen corporativa, creación de elementos gráficos, vídeos, infografías, asesoría en marca personal, gestión de imagen en internet y manejo de las relaciones públicas.</p>

## Lineamientos generales de la comunicación externa

Como se señala en la introducción de este documento, la misión del IDEP es “Fortalecer y gestionar la investigación y la innovación, así como el desarrollo pedagógico y profesional docente, con miras a producir conocimiento que aporte al cierre de las brechas socioeducativas, a la garantía del derecho a la educación, a la transformación pedagógica y al reconocimiento del saber docente, para aportar en la construcción de un nuevo contrato social y ambiental” (IDEP, 2021). Para cumplir con esta misión se trabajará en fortalecer o generar canales de comunicación institucionales que permitan que el conocimiento producido llegue a los grupos de valor del IDEP, grupos de interés y ciudadanía en general. Es decir, con ello se busca aumentar la cantidad de personas, colectivos e instituciones que reconozcan y, en tanto sea posible, apropien los resultados de las producciones académicas y científicas derivadas de ese quehacer institucional.

Para llegar a esos públicos objetivos, la difusión del conocimiento desde el IDEP se ha hecho explorando formatos impresos, digitales y audiovisuales; enfatizando en el uso de herramientas tecnológicas, redes sociales y otros dispositivos en la nube; medios que hoy tienen gran acogida y brindan mayores posibilidades de cobertura.

Para la comunicación externa se usarán diversos tipos de medios y plataformas. Los tradicionales: prensa, radio y televisión; y los ofrecidos por internet (correo electrónico, web, YouTube), las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), entre otros. La información/contenidos que circularán por estos medios será producida con la intención de posicionar al IDEP como un instituto de investigación educativa y desarrollo pedagógico tanto a nivel local, nacional e internacional, y, por su puesto, visibilizar las estrategias, proyectos y actores (colectivos, individuales e institucionales) que en ellos participan, y cuyos aportes posibilitan la transformación y el fortalecimiento de la educación en el Distrito Capital.

En este camino está entonces no solo la difusión del conocimiento producido por el IDEP a través de los canales con los que ya cuenta o pueda crear para acceder a su producción académica, sino también posibilitar que docentes investigadores(as) que en su ejercicio como productores(as) de conocimiento tengan la oportunidad de generar y participar de algunas dinámicas de comunicación.

## Público objetivo de la comunicación

- Docentes y directivos docentes del sector educativo oficial y privado.
- Investigadores del distrito, el país y el mundo.
- Universidades y Facultades de Educación.
- Centros de Investigación e innovación.
- Otros integrantes de la comunidad educativa de la ciudad.
- Ciudadanía.
- Medios de Comunicación.

## Equipo de comunicación

Para cumplir con los objetivos de la comunicación externa, el instituto conformará un equipo compuesto por profesionales en el área de comunicación y educación.

Condiciones generales del proceso comunicativo:

- Ser veraz, de interés, no solo para el emisor, sino también para las audiencias (público objetivo de interés y trabajo del IDEP).
- Tener las cualidades técnicas del mensaje periodístico: bien redactado, extensión adecuada, actualidad, adecuado al medio.
- Utilizar las fuentes informativas y citarlas con claridad. La información emitida debe estar debidamente respaldada.

## Línea de proyectos editoriales

### Objetivo 1. Gestionar la publicación del saber académico y pedagógico producido en el IDEP, a través de formatos digitales, audiovisuales o impresos.

Para cumplir con este objetivo, anualmente se formalizará el Plan de Publicaciones para la vigencia. En el documento se identifican las publicaciones a editar, diseñar y distribuir y difundir, entre las que se cuentan, las publicaciones seriadas como la revista *Educación y Ciudad* y el *Magazín Aula Urbana*, y no seriadas como los libros. En este objetivo también se contempla los pódcast, blogs u otros productos, cuyas características se señalan a continuación. Al final del documento, en el Anexo 1, se ubican las acciones editoriales a desarrollar para la vigencia.

### Revista Educación y Ciudad

El objetivo de esta publicación es difundir la producción académica institucional, local, distrital, nacional e internacional, generada en torno a temáticas de interés educativo y pedagógico, definidas por el equipo editorial.

La revista publica dos ediciones al año y, excepcionalmente cuando el Comité Editorial lo determina, ediciones especiales. Su periodicidad es semestral. A cargo de la revista está la Subdirección Académica y el equipo editorial.

Dentro de las actividades que se deben desarrollar alrededor de esta publicación se encuentran la definición de contenidos (Comité Editorial), la

producción editorial y el diseño (según las disposiciones institucionales) y distribución (en formato digital), la difusión, socialización o presentación, la gestión de la indexación de la revista y la actualización de los contenidos de la revista Educación y Ciudad en el aplicativo OJS y en las bases de datos donde se requiera.

**Nota:** las características técnicas y de contenido de la revista se encuentran en los documentos publicados en el sitio web: <http://revistas.idep.edu.co/index.php/educacion-y-ciudad/>. Estos lineamientos se evaluarán y ajustarán cuando la Dirección del IDEP, la Subdirección Académica o el Comité lo consideren pertinente.

Adicionalmente, en el proceso de divulgación de la revista, para los números de circulación reciente, se producirán piezas gráficas por cada artículo, entrevistas con autores invitados y videos promocionales para ampliar el conocimiento, descarga y citación de los artículos por parte de los públicos objetivo. Igualmente, se diseñarán piezas gráficas, de otros contenidos de la revista que permitan su promoción.

La información básica por difundir, además de las convocatorias respectivas, la información para postular artículos académicos, los procesos de evaluación y arbitraje, la política editorial y, por supuesto, su inclusión en diversos índices e indexaciones, pasa por la promoción de los artículos académicos y sus autores, su pertinencia y aportes, entre otros.

## Magazín Aula Urbana

El *Magazín Aula Urbana* es un producto editorial desarrollado en formato descargable PDF e interactivo, relacionado con el acontecer pedagógico y educativo de la ciudad de Bogotá, el cual nace en 1997, año desde el cual han circulado 124 ediciones hasta el 2021, año en el que se ha fortalecido su formato digital, diseño, contenidos, secciones y estructura. Cada año se producen cuatro números del *Magazín Aula Urbana*.

Son propósitos del *Magazín Aula Urbana*:

- Ofrecer a maestras, maestros y directivos docentes contenidos y herramientas de reflexión y estudios sobre las políticas en educación y el sistema nacional de ciencia y tecnología, y los resultados de investigación e innovación promovidos por el IDEP.
- Visibilizar los programas, proyectos y acciones adelantados por el IDEP en desarrollo de su actividad misional, con el interés central de promover la difusión de experiencias e innovaciones pedagógicas desarrolladas por maestras, maestros y colegios distritales, en contexto de las acciones adelantadas por los componentes misionales.
- Promover y divulgar las producciones de artículos de maestras y maestros vinculados a proyectos adelantados desde los diferentes componentes, y que den cuenta de avances y resultados.
- Difundir los servicios, canales y medios institucionales con los que cuenta el público lector para reconocer la labor institucional.

Entre la información básica a difundir a través de esta publicación se encuentran investigaciones y proyectos del IDEP, tendencias sobre política pública en educación, ciencia y tecnología, información aportada por otras entidades locales, nacionales e internacionales vinculadas a la educación, la pedagogía y la cultura (pertinente a la misión y de acuerdo con definiciones institucionales), información de servicios, publicaciones y campañas adelantadas por el IDEP, así como la visibilización de la práctica pedagógica, investigativa e innovadora de las maestras y maestros del distrito.

**Nota:** las características técnicas y de contenido del *Magazín* serán definidas por el Comité Académico. Al respecto pueden consultarse los Lineamientos Editoriales IDEP 2020- 2024, y el sitio web: <http://revistas.idep.edu.co/index.php/mau/index>.



## Libros impresos o digitales

Desde este eje se adelanta la edición, diseño y diagramación, publicación y divulgación de libros, documentos y material audiovisual, elaborados desde diferentes proyectos. A la actividad editorial se suma posteriormente para la promoción y socialización, la realización de notas periodísticas, parrillas de contenidos en redes sociales y piezas gráficas.

## Lineamientos generales sobre libros impresos y digitales

El instituto ha realizado más de 400 publicaciones entre libros, CD/DVD y videos, con las que se han creado y consolidado escenarios y actividades para dar a conocer y comunicar los avances, resultados y procesos de las investigaciones, sus metodologías, la construcción de nuevos saberes y su validación. Con ello se ha logrado fomentar la investigación y se han fortalecido las comunidades de saber y práctica, como las redes de colectivos de maestras y maestros y los semilleros escolares de investigación; como aportes a la construcción social del conocimiento educativo y pedagógico.

Así se propone desde la estrategia:

- Visibilizar, a través de publicaciones, las producciones de comunidades y redes académicas, vinculadas a proyectos adelantados o promovidos desde las diferentes estrategias y que den cuenta de avances y resultados.
- Difundir desarrollos académicos, de investigación e innovación educativa y pedagógica, que se generen por el IDEP o en alianza con entidades.
- Catalogar y publicar las publicaciones del IDEP para ser consultadas en línea en los sitios web: <https://descubridor.idep.edu.co/> y <https://repositorio.idep.edu.co/>. También la actualización del catálogo en línea del Centro de Documentación: <http://catalogo.idep.edu.co>.

Para profundizar en las características y condiciones en que se desarrolla la producción de libros, se pueden consultar los Lineamientos Editoriales IDEP 2020 – 2024 en: <http://revistas.idep.edu.co/index.php/mau/index>.

**Nota:** en el Anexo 1 se describen las acciones a adelantarse para esta actividad (teniendo como referente el Plan Anual de Publicaciones).

## Nota de Política

Desde la Estrategia se apoya la diagramación, publicación y divulgación de este producto a través de los diferentes canales del instituto. Esta publicación digital es realizada por la Estrategia 2 *Investigación Índice del Derecho a la Educación*. El objetivo de la Nota de Política es analizar las situaciones educativas coyunturales en materia de decisión de política pública distrital y formular recomendaciones al respecto.

Las Notas de Política son publicadas en el sitio web [www.idep.edu.co](http://www.idep.edu.co), y su difusión se realizará a través de los diferentes medios y canales institucionales.

## Boletines externos

El objetivo de este canal de comunicación es difundir entre maestras y maestros del Distrito la información relevante de los programas, proyectos y estrategias del IDEP para que haya mayor reconocimiento de la entidad y participación del cuerpo docente en los diferentes programas y proyectos del instituto.

Se enviará el boletín informativo vía correo electrónico y contendrá información misional y coyuntural del IDEP, así como de organizaciones y entidades aliadas que promuevan la investigación y la innovación educativa.

Los boletines externos son publicados en el sitio web del instituto en: <http://www.idep.edu.co/?-q=es/content/boletines-externos#2021>



**Nota:** la periodicidad se determina en el Anexo 1, que describe las acciones a adelantar para esta actividad.

## Línea socialización y divulgación

Esta línea se refiere a la comunicación institucional y a la proyección de la imagen del instituto, a través de relaciones adecuadas y técnicas de comunicación eficiente entre el IDEP y los distintos públicos. A través de las actividades de socialización y divulgación se gestiona la producción y difusión de la información institucional para el sector educativo, en particular, y para la ciudadanía, en general.

### Objetivo 2. Producir contenidos periodísticos sobre la gestión institucional y promover su divulgación en medios propios y masivos de comunicación locales, nacionales, internacionales o comunitarios.

Con este objetivo se propone trabajar en nuevos formatos que permitan ampliar y fortalecer el reconocimiento del IDEP entre sus diferentes públicos.

El propósito es que se realice un ejercicio de reportería constante a las áreas y estrategias del instituto, así como a las experiencias pedagógicas de maestras y maestros, para promover y visibilizar la investigación e innovación educativa en Bogotá. Para ello, se acudirá a la distribución de fuentes y rutas establecidas en esta estrategia, y desde allí se gestionarán contactos para la realización de estos productos.

Estos temas se socializarán semanalmente en la reunión del equipo de comunicaciones, y posteriormente se producirán y publicarán en la página web

del instituto, las redes sociales y el boletín externo que se envía a través del correo masivo.

Se plantea que la producción y divulgación periodística de notas, crónicas, entrevistas o fotorreportajes (sobre investigación e innovación educativa), alcance un mínimo de un producto periodístico quincenal que contenga textos, fotografías, videos, enlaces y demás recursos multimediales.

Estos productos periodísticos, creados y difundidos por el equipo de comunicaciones, se considerarán la voz oficial del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico. Por tanto, estos deben reflejar los valores institucionales y del Gobierno actual; garantizar que los mensajes emitidos aumenten o blinden su reputación, la de los miembros de la dirección y de la educación pública en general y, no menos importante, consolidar a la entidad como una fuente de información de calidad y servicio.

**Nota:** es de señalar que toda la línea de divulgación y socialización aquí propuesta debe asumir los lineamientos que propone el Manual Estratégico de Comunicaciones de la SED y la Alcaldía Mayor (para ampliar información ver en Alcaldía Mayor de Bogotá, 2021, Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital, SED, 2020; [Manual de estilo para productos periodísticos y comunicativos de la Secretaría de Educación del Distrito 2020](#), y la Guía del Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital, Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019).

## Características generales de los productos periodísticos

### Boletín de prensa

Es el formato explícitamente noticioso y coyuntural de la entidad. Ofrece, desde un lenguaje institucional, un panorama actual y pertinente de la gestión del IDEP en sus ámbitos misional y estratégico.

Se trata de un producto periodístico dirigido a los medios de comunicación y, por ende, busca generar registros mediáticos para masificar la información emitida. Busca generar credibilidad sobre la información institucional gracias al rigor informativo, la calidad narrativa y el contexto ofrecido, y así posicionar la gestión del actual Gobierno y del IDEP.

## Comunicado a la opinión pública

El comunicado a la opinión pública es un pronunciamiento oficial frente a un hecho determinado en donde la entidad plasma su posición y detalla las acciones que realizó o realizará frente a ese hecho específico.

Esta característica lo hace el más indicado para pronunciarse ante situaciones críticas que pongan en riesgo la reputación del instituto y, por tanto, se consolida como herramienta de respuesta y gestión, bajo el carácter de la inmediatez.

## Registro de información difundida en medios

Cuadro compartido en el que se registran las fechas, medios, canales, titulares y enlaces de los impactos registrados en medios.

## Nota informativa o de cubrimiento

Corresponde a los anuncios, eventos, avances de política, convocatorias, entre otras. Las temáticas de una nota informativa o de cubrimiento de interés general (públicos externos) son amplias, sin embargo, mantienen una característica simple: se trata de notas que comunican acontecimientos de actualidad, desconocidos por la comunidad y el público en general hasta el momento, y que resultan de interés para audiencias amplias.

En cualquier caso, se habla de una noticia. Por tanto, su desarrollo debe cumplir con los criterios de

coyuntura, oportunidad, claridad y brevedad; y responder a las preguntas claves de la construcción narrativa de una noticia: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo; utilizando como estructura la pirámide invertida.

**Nota:** la periodicidad de este producto se determina en el Anexo 1, que describe las acciones a adelantar para esta actividad.

## Historias

Tiene por objetivo mezclar mensajes políticos y estratégicos con experiencias para llegar al corazón de la audiencia, tocar sus emociones. Busca contarles a los lectores historias inspiradoras donde se muestran otras realidades y otros contextos. También presentar a la investigación y la innovación como un tema de múltiples contrastes temporales, vivenciales, en sintonía con la política educativa actual de la ciudad.

**Nota:** la periodicidad de este producto se determina en el Anexo 1, que describe las acciones a adelantar para esta actividad.

## Pódcast

De acuerdo con el documento de estructura de pódcast ([https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1\\_PUf96Zt2gEFVAQFVaor-QpiXWyoovvc](https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1_PUf96Zt2gEFVAQFVaor-QpiXWyoovvc)), elaborado por el equipo de comunicaciones en 2021, el objetivo con este producto es “crear y consolidar un programa audiovisual de contenidos informativos, periodísticos e investigativos alrededor de la comunidad educativa de la ciudad”.

Para lograr este objetivo, el documento menciona acciones específicas, secciones, intencionalidades, tonos de comunicación, personalidad y criterios de forma y fondo para tener en cuenta en una implementación efectiva. Se sugiere consultar este documento para conocer a fondo la estructura y el funcionamiento del pódcast.

**Nota:** la periodicidad de este producto se determina en el Anexo 1, que describe las acciones a adelantar para esta actividad.

## Centro de Recursos para la Investigación e Innovación Educativa (CRIIE) / Repositorio Digital

Desde la Estrategia 6 se adelantan actividades de difusión, promoción y acompañamiento para la socialización del Centro de Recursos para la Investigación e Innovación Educativa (CRIIE), el Repositorio Digital y el desarrollo de actividades para la entrega de publicaciones o de información sobre los servicios.

Como antecedente se debe tener en cuenta que el Centro de Recursos para la Investigación e Innovación Educativa (CRIIE) es la unidad de información especializada en educación y pedagogía. Sistematiza, conserva y difunde la producción intelectual del IDEP soportada en el material bibliográfico, hemerográfico y audiovisual producido por los investigadores del instituto.

A través del Centro se ofrecen a los usuarios diferentes servicios como consulta en sala, acceso libre a recursos electrónicos a través de la web, referencia virtual, búsquedas especializadas, envío de bibliografías y documentos vía correo electrónico, entre otros.

Actualmente, cuenta con más de 1200 libros, 550 informes de investigación, 250 vídeos, 400 artículos de revistas, entre otros, para su consulta y disfrute de contenidos de alto impacto. Entre los servicios académicos que ofrece, están:

1. Acceso abierto a la totalidad de los recursos de información producidos por el IDEP a través de su Biblioteca Digital: <https://descubridor.idep.edu.co/>
2. Bases de datos académicas especializadas en educación de libre acceso a documentos en texto completo.
3. Asesoría a maestras y maestros para localizar y acceder a información académica de alto impacto.
4. Elaboración de bibliografías por solicitud en temas de educación y pedagogía.
5. Capacitación sobre el uso de herramientas digitales para acceder a información y conocimiento, entre las que están bases de datos de artículos científicos o académicos y repositorios institucionales o bibliotecas digitales.
6. Asesoría a maestras y maestros para el manejo de gestores bibliográficos.

En gran medida las producciones del IDEP se han ubicado en el Repositorio Digital, espacio por excelencia de la memoria de lo que representa la producción y generación de nuevos conocimientos en torno a investigación e innovación socioeducativa y pedagógica; la evaluación y seguimiento a las políticas públicas educativas; el reconocimiento de la labor docente, entre otros importantes asuntos. Esto lo destaca como un referente de la educación pública de la capital. Su creación desde finales de 2019 ha permitido consolidar en la virtualidad libros, informes de investigación, videos, audios e imágenes. Este escenario se alimenta permanentemente con libros, informes, notas de política, revistas, entre otros, conforme a la planeación antes descrita (ver <https://repositorio.idep.edu.co/>).

**Nota:** las actividades de comunicación, socialización y difusión del Centro de Recursos/ Repositorio Digital, se señalan en el Anexo 1.

### **Objetivo 3. Implementar estrategias de comunicación que divulguen la gestión institucional a través de campañas digitales internas o externas, que incluyan soluciones en imagen corporativa, creación de elementos gráficos, vídeos, infografías, asesoría en marca, gestión de imagen y manejo de las relaciones públicas.**

Para el cumplimiento de este objetivo se adelantarán dos acciones principales: asesoría en marca y gestión de la imagen, y relacionamiento público.

**Nota:** se tendrá como referente el Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2021 y la Guía del Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital, Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019), así como las diferentes disposiciones institucionales, entre otras el Manual de Marca del IDEP.

#### **Asesoría en marca y gestión de imagen**

Este enfoque de las comunicaciones busca fortalecer la calidad y la pertinencia de las acciones que se adelanten en el ámbito interno y externo de la entidad. Para ello, se delegarán enlaces de comunicaciones que se encarguen de conocer, acompañar y gestionar las necesidades del instituto (a través de sus diferentes estrategias y programas) y las posteriores estrategias de comunicación que se deriven de ellas.

Estas disposiciones y los procedimientos para su ejecución hacen parte del instructivo para la solicitud de publicaciones en el Ecosistema Web actualizado a la vigencia 2022, disponible en: <https://bit.ly/3w7b45c>.

Como menciona el documento, es necesario que “para solicitar cualquier servicio al área de comunicaciones se ha dispuesto que esta se haga a través de enlaces (profesionales a cargo) para cada una de las estrategias que actualmente tiene el IDEP. Para las estrategias 1, 2 y 3 el correo del enlace para hacer la solicitud es: [comunicaciones@idep.edu.co](mailto:comunicaciones@idep.edu.co); y para las estrategias 4, 5 y 7 el correo del enlace para hacer la solicitud es [prensa@idep.edu.co](mailto:prensa@idep.edu.co).

La Estrategia 6 está a cargo de todo el equipo de comunicaciones, en cualquiera de los dos correos anteriores. Los enlaces o profesionales a cargo (por medio del correo) serán los encargados de recibir, gestionar, aprobar e implementar las solicitudes de comunicación que se generen desde cada estrategia y, a su vez, serán los encargados de diligenciar el formato de evidencia y seguimiento, y coordinar la elaboración de los productos comunicativos al interior del equipo de comunicaciones.

Cualquier otra vía de contacto para la realización de productos comunicativos, puede derivar en demoras y reprocesos en su producción, aprobación y publicación.

Además, es pertinente aclarar que “el área de comunicaciones no se hace responsable de la veracidad de los datos que se suministren para la elaboración de productos comunicativos, por lo que se sugiere que estos cuenten con aprobación previa del coordinador, líder de estrategia o subdirector encargado para evitar imprecisiones que puedan afectar a la imagen institucional”.

Los servicios que se ofrecen son los siguientes:

- Piezas gráficas (post, infografía, banner, logos...)
- Vídeos.
- Presentación, brochure.
- Formularios
- Correos masivos
- Evento (streaming)
- Evento presencial
- Cubrimiento
- Nota periodística, boletín.
- Libros.
- Publicación en página web
- Publicación en microsítios

## Relacionamiento público

Para el cumplimiento de este objetivo se adelantarán acciones de relacionamiento público con entidades y medios de comunicación, con miras a generar canales de información efectiva y oportuna a los ciudadanos sobre las acciones, proyectos y propuestas que genera el IDEP.

Por un lado, se adelantará la gestión y actualización permanente de directorios de medios de comunicación, que permitan el envío de información relevante y la concertación de espacios televisivos, radiales, o de redacción de artículos y, por otro, se adelantará la elaboración y el envío de boletines de prensa o comunicados a la opinión pública para dar a conocer los programas y actividades del instituto.

Por último, se realizará de manera permanente el monitoreo de medios y el registro de impactos en medios y en espacios de entidades, así como adelantar gestiones para generar alianzas con entidades para la utilización y difusión de la imagen del IDEP y de sus proyectos, en actividades, eventos o publicaciones.

## Apoyo a redes y colectivos de maestros y maestras (RCM) y semilleros escolares de investigación (SEI) a través de los canales del IDEP

Esta acción también se realizará permanentemente en coordinación con la Estrategia 4 de fortalecimiento y apoyo a docentes, investigadores e innovadores; y operará según la demanda de las redes, colectivos de maestros y maestras y semilleros escolares de investigación que acudan al IDEP, a través del apoyo en la realización de eventos académicos y la divulgación de su trabajo. Para esto se adelantarán varias acciones:

- Vinculación del evento o actividad a al calendario del sitio web del instituto.
- Divulgación de mensajes identificados con el numeral #IDEPApoya o #IDEPInvita.
- Publicación en sitio web.
- Envío vía correo masivo a través del boletín informativo.
- Gestión para el préstamo de la plataforma Zoom Renata hasta para 300 personas
- Elaboración piezas publicitarias para la divulgación de eventos
- Gestión de espacios en el Centro de Innovación Ciudad Maestra para la realización de eventos presenciales.

Es importante mencionar que no todos los eventos o actividades programadas por las REM y los SEI serán divulgados, y que su viabilidad dependerá de los criterios de oportunidad y calidad, principalmente. Además, para todo este procedimiento se debe cumplir con los criterios establecidos en el formulario de solicitud de apoyo a eventos, el cual debe ser debidamente diligenciado (<https://forms.gle/pmeuN997hSvtvYrt7>).



## Comunicación interna

Con miras a fortalecer el clima y la cultura organizacional del IDEP, y asegurar una comunicación asertiva y oportuna con los diferentes niveles de la organización, así como desarrollar adecuadamente los procesos asociados con el Sistema Integrado de Gestión, se contemplan los siguientes objetivos:

Componente	Objetivos específicos
Comunicación interna	<p><b>Objetivo 4:</b> Promover canales efectivos de comunicación organizacional alineados con el Sistema Integrado de Gestión del IDEP. (formato de solicitudes, página web).</p> <p><b>Objetivo 5:</b> Monitorear, hacer seguimiento y evaluar las acciones realizadas en el marco de la estrategia y valorar el porcentaje de docentes del Distrito que consultan la producción académica del IDEP.</p>

### Objetivo 4. Promover canales efectivos de comunicación interna alineados con el Sistema Integrado de Gestión del IDEP

Para el cumplimiento de este objetivo se proponen tres líneas de trabajo: gestión de las solicitudes/necesidades de comunicaciones, producción de piezas para la comunicación interna y publicaciones en el ecosistema web.

### Gestión de solicitudes/necesidades de comunicación

Para fortalecer la coordinación, pertinencia y calidad de acciones comunicativas del IDEP en sus niveles interno y externo, desde la Estrategia 6 se plantea identificar las necesidades de comunicación y divulgación de las diferentes áreas y articular

estratégicamente las acciones derivadas a las principales apuestas y directrices del instituto.

A través del correo de la estrategia de comunicaciones ([comunicaciones@idep.edu.co](mailto:comunicaciones@idep.edu.co)) se realizarán las solicitudes y los requerimientos que serán evaluados por el equipo, teniendo en cuenta el tiempo suficiente de antelación para la realización de la actividad, las necesidades planteadas por las estrategias, y la demanda de servicios y su disponibilidad. Una vez hecho esto, el equipo de comunicaciones registrará en un formulario de control los datos del solicitante, los tiempos de entrega, la descripción de las solicitudes y la información necesaria para el desarrollo de cada actividad, así como el tipo de servicio que se prestará y demás detalles.

La información recogida es consignada y gestionada por el equipo, según la actividad que sus integrantes adelanten, de tal manera que se pueda hacer un seguimiento directo al avance de cada solicitud. Esta es una acción que se adelantará para la implementación de la estrategia, con miras a fortalecer el carácter estratégico de las comunicaciones.

### Producción de piezas para la comunicación interna

El objetivo aquí es atender a las necesidades de comunicación de grupos diversos de trabajo al interior del instituto, las comunicaciones de la Dirección y el conocimiento compartido sobre los desarrollos académicos y administrativos. Las acciones aquí contempladas se adelantarán permanentemente y su desarrollo dependerá de las solicitudes hechas al equipo de comunicaciones.

### Publicaciones en el ecosistema web

Esta línea busca difundir la información institucional relacionada con productos y servicios, mecanismos de visibilización, participación y transparencia de la gestión (contratación y rendición de cuentas) y atención al ciudadano. Adicionalmente, cumplir con los requerimientos formulados por la Ley 1712

de 2014 y la resolución MinTIC 1519 de 2020, de Transparencia y acceso a la información pública.

Entre los productos que se publican en el sitio web figuran la información sobre proyectos por desarrollar, en curso o realizados por el IDEP; documentos que en cumplimiento de las normativas de transparencia de la gestión institucional genere el IDEP; información mínima requerida por la Ley de Transparencia en el botón dedicado para este fin; información actualizada de acuerdo con las características institucionales y las normativas de transparencia de la gestión institucional; los lineamientos de Gobierno Abierto y otros que considere pertinente la alta dirección.

También se incluyen información de interés para la ciudadanía como convocatorias, ofertas de formación, estados contables y financieros y otros de interés público, teniendo en cuenta los parámetros de transparencia y de acceso libre.

Son responsables de gestionar esta información la Subdirección Académica - Sistemas, la Subdirección Administrativa y Financiera, la Oficina Asesora de Planeación, la Oficina de Control Interno y la Oficina Asesora Jurídica. Desde comunicaciones se adelanta la gestión para publicar la información requerida por las respectivas dependencias, y enviada al correo [webmaster@idep.edu.co](mailto:webmaster@idep.edu.co).

## Redes sociales

El propósito de las redes sociales es consolidar medios de comunicación interactivos y cercanos que promuevan una comunidad digital dialogante, comprometida e interesada en el quehacer del IDEP, su misión y su visión.

Las acciones aplicadas a esta línea se desarrollarán a través de una estrategia digital para las plataformas Twitter, Facebook e Instagram, y responderán a los resultados del sondeo de comunicaciones del año 2021.

No obstante, se mencionan algunas precisiones: a través de este medio se dan a conocer actividades, eventos y campañas asociadas a los proyectos del IDEP, y a entidades del sector educativo distrital. Por tanto, las labores abarcan acciones de actualización y seguimiento de Facebook, Instagram, Twitter, YouTube con producción de contenidos audiovisuales, y de la parrilla de contenidos.

En cuanto a sus características, las publicaciones de Facebook, Twitter e Instagram deben incluir texto, imágenes, audios y videos. Debe ser una tarea constante, con el objetivo de cautivar una audiencia que a todo momento requiere gran flujo de información. También se debe dar respuesta a las interacciones de las personas que contactan al IDEP por este medio, radicando en Atención al Ciudadano en los casos en que haya peticiones, quejas, reclamos o sugerencias.

Para la planeación de los contenidos que se divulgan a través de las diferentes redes sociales, es necesario alimentar una parrilla de contenidos, en la que se determinen los días y las horas más apropiadas para la publicación de información.

Para el caso de YouTube, las acciones estarán orientadas a difundir el conocimiento educativo y pedagógico que genera el IDEP en cumplimiento de su misión, a través de la producción de recursos audiovisuales (miniclip, transmisión en directo) y auditivos.

Adicionalmente, se deben generar reportes periódicos de la información gestionada y estadísticas de usuarios y manejo y circulación de información.

## Instancias de la comunicación

El instituto ha previsto algunas instancias que orientan y definen los lineamientos comunicativos. Cuando la Dirección General del IDEP lo considere, estas operarán de manera separada o conjunta,

con el fin de optimizar los tiempos, medios, recursos y personal.

## Reunión equipo de Comunicación, socialización y divulgación

Este equipo planeará, desarrollará y hará seguimiento a las acciones adelantadas en el marco de este Plan Estratégico de comunicación, divulgación y socialización.

## Comité Académico

En el marco de este Comité, presidido por la Subdirección Académica, se adelantarán las siguientes acciones:

- Aportar información para la construcción del Plan Anual de Publicaciones IDEP, el cual será consolidado y aprobado en esta instancia.
- Reportar información periódica del seguimiento al desarrollo del Plan Anual de Publicaciones IDEP.
- Apoyará la definición de estructura y los temas centrales a tratar en el *Magazín Aula Urbana*, así como, de ser pertinente, orientar el tratamiento editorial del tema seleccionado, mediante la sugerencia de enfoques de contenidos y autores.
- Brindar recomendaciones en materia de distribución y promoción de publicaciones institucionales.
- Aportar información para la construcción de la agenda de socialización institucional.
- Promover entre sus integrantes y los participantes en los proyectos desarrollados institucionalmente, la generación de aportes académicos para canales de comunicación y publicaciones.
- Asegurar el cumplimiento de las políticas editoriales del instituto

## Reunión equipo editorial revista Educación y Ciudad

Este equipo será presidido por la Dirección o su delegado y sus integrantes serán definidos por este. Asimismo, la Dirección definirá los integrantes del Comité Editorial y el Comité Científico. Sus funciones serán:

- Aportar lineamientos generales de abordaje de los contenidos de la revista y definición del tema monográfico.
- Brindar orientaciones en los asuntos relacionados con la consolidación editorial y académica de la revista.
- Estudiar y conceptuar los asuntos relacionados con la indexación de la revista, en agencias nacionales e internacionales.

## Monitoreo, seguimiento y evaluación de la Estrategia

**Objetivo 5. Monitorear, hacer seguimiento y evaluar las acciones realizadas en el marco de la Estrategia 6 de Comunicación y Divulgación y valorar el porcentaje de docentes del Distrito que consultan la producción académica del IDEP.**

Para cumplir con este objetivo se adelantarán acciones en tres líneas: Seguimiento de las acciones contempladas en el Plan Estratégico de Comuni-



cación Organizacional y en el Anexo 1 (del mismo documento), Monitoreo de los productos comunicativos del IDEP y Acciones de evaluación/diagnóstico a la divulgación y el consumo de los productos comunicativos.

## Seguimiento de las acciones contempladas en el Plan Estratégico de Comunicación Organizacional

Consiste en verificar el cumplimiento de las acciones contempladas en el Plan Estratégico, conforme al Anexo 1, que comprende los componentes de Comunicación Externa y Comunicación Interna, las acciones o actividades, y tiempos estimados de concreción de estas.

## Monitoreo de los productos comunicativos

Contempla monitorear y registrar periódicamente la información que dé cuenta del comportamiento de las publicaciones, el tráfico del sitio web, los correos masivos, las interacciones en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), el impacto en medios de comunicación y el consumo de estas herramientas comunicativas por parte de las maestras y maestros del Distrito.

Entre la información de monitoreo, se obtiene y reporta:

- Número de citas a las revistas y libros del IDEP
- Número de consultas y medios de acceso a las publicaciones realizadas por el IDEP
- Número de visitas a los sitios web: portal IDEP, repositorio y revistas
- Número de aperturas y clics en enlaces de los correos masivos enviados por el IDEP
- Monitoreo de las menciones al IDEP en otros medios de comunicación
- Número de interacciones en las redes sociales: Facebook, Instagram y Twitter

- Número de visualizaciones a los videos del Canal de YouTube del IDEP
- Número de seguidores en las redes sociales y el canal de YouTube del IDEP

## Acciones de evaluación/diagnóstico a la divulgación y el consumo de los productos comunicativos

Estas acciones se realizan por el IDEP desde hace ya varios años; bien disponiendo, por un lado, de la capacidad instalada, es decir, profesionales, o adelantando su contratación para su realización externamente, bien con personas jurídicas o con naturales. El interés de evaluar/diagnosticar se dimensiona para los componentes internos y externos de la comunicación, y sus alcances se delimitan en el equipo de comunicaciones. En todo caso, y con miras a responder a lo propuesto en el Proyecto de Inversión, consultará o indagará en sus públicos objetivos, para dar cuenta del número de docentes que manifiesta conocer la producción académica del IDEP, con el objetivo de sistematizar, analizar y tomar medidas para la planeación de la siguiente vigencia. Igualmente, se hará un sondeo para reconocer, desde la valoración de los servidores públicos, sus percepciones sobre el manejo de las dinámicas de comunicación institucional.

Para la comunicación externa se adelantarán:

- Encuesta de satisfacción de usuarios (aplicadas en el contexto de los servicios, actividades y eventos institucionales).
- Medición del consumo de publicaciones digitales, actualizado periódicamente en el informe de Productos Meta y Resultados (PMR).

Los avances de la estrategia, en general, se reportarán en informes de gestión, dando cuenta del estado y condiciones en las que se da cumplimiento de las acciones propuestas.

## Referencias

Alcaldía Mayor de Bogotá (2021). Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital.

Alcaldía Mayor de Bogotá, Secretaría General (2019). Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital.

Acuerdo 26 de 1994 [Concejo de Bogotá] Por el cual se crea el Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico y se dictan otras disposiciones. 10 de diciembre de 1994. <http://www.idep.edu.co/sites/default/files/Acuerdo%2026%20de%201994.pdf>

Bernal, M. (2020). Informe de gestión Estrategia 6: Comunicación, divulgación y gestión del conocimiento 2020 (Adelantado en el marco del contrato n.º 63 de 2020). IDEP.

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2021a). Acto administrativo del 25 de enero de 2021, Acta n.º 2 del Comité Institucional de Gestión y Desempeño del IDEP. IDEP.

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2021b). Lineamientos Editoriales IDEP 2020 - 2024. IDEP.

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2020a). Proyecto de Inversión IDEP 2020 – 2024. Bogotá: IDEP. Disponible en: <http://www.idep.edu.co/sites/default/files/Proyecto%20de%20Inversio%CC%81n%207553%20V7%2025022021.pdf>

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2020b). Manual de Marca. IDEP.



# Plan estratégico de comunicación organizacional