

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 1 de 29

Firma de Autorizaciones		
Elaboró	Revisó	Aprobó
Contratista Subdirección Académica	Asesor Dirección General Asesor 105-02	Subdirector Académico (E)
Control de Cambios		
Fecha	Descripción	
Noviembre de 2018	Aprobación de documento	
Diciembre de 2019	Actualización del numeral 1.3 Evaluación del proceso comunicativo y las actividades para la vigencia 2020.	
Diciembre de 2020	Actualización de documento con los lineamientos del nuevo Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024.	

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 2 de 29

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN	5
OBJETIVOS	5
General.....	5
Específicos	5
FRENTES ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN	6
LINEAMIENTOS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA.....	6
Público objetivo de la comunicación	7
Equipo de Comunicación	7
LÍNEA DE PROYECTOS EDITORIALES.....	8
INSTANCIAS DE LA COMUNICACIÓN.....	28

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 3 de 29

INTRODUCCIÓN

El Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico, IDEP, es un establecimiento público adscrito a la Secretaría de Educación del Distrito, creado en 1994 (Acuerdo 26 de 1994 expedido por el Concejo de Bogotá, D.C.), con el objeto desarrollar actividades de investigación, capacitación y comunicación para mejorar la calidad del sector educativo de la ciudad, tal y como lo evidencian su [misión y sus objetivos](#).

A este propósito está vinculado el proceso comunicativo del Instituto, ejerciendo un **rol estratégico y transversal a toda la entidad**, en el que se fundamenta no solo su reconocimiento y posicionamiento entre la comunidad educativa, académica y de la ciudad, sino en la oferta permanente y efectiva de información de valor científico para sus públicos internos y externos.

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

Aquí se destacan la consolidación del proyecto editorial del Instituto del que hacen parte el Magazin Aula Urbana (118 ediciones), la Revista Educación y Ciudad (39 ediciones), y la producción de libros; 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 seminarios 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 de Desarrollo 2020 -2024 ‘Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI’, 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 sustentan 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 invisibiliza al IDEP como una entidad de saber y conocimiento que es útil para el sector educativo.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 4 de 29

Como resultado se encuentran conclusiones como las incluidas en el [Estudio apropiación de contenidos y consumo cultural y académico](#) de los profesores del Distrito de Bogotá, según el cual **el 64% de los docentes del Distrito no conoce la oferta de publicaciones del IDEP o que el 35% de los Docentes del Distrito no usa el material que produce el Instituto** para el trabajo con los estudiantes.

Sin ir más lejos, esta radiografía plantea la necesidad de optimizar estrategias de comunicación y gestión del conocimiento, productos y servicios del IDEP, con miras a incrementar su aprovechamiento: una de las estrategias más comunes del IDEP, por ejemplo, ha sido la de publicar el conocimiento producido por el Instituto de forma impresa.

Y aunque se han llevado a cabo valiosas estrategias para fortalecer la comunicación digital, como el diseño de una biblioteca digital, la digitalización de los informes de investigación y la construcción del repositorio digital, entre otros, es necesario implementar acciones para potenciar su consumo.

Pensando en esa vía, **el proceso comunicativo del Instituto se articula a una de las 6 estrategias definidas dentro del** proyecto de inversión 7553 **y a la meta 107 del plan de Desarrollo 2020-2024**, para 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”.

[Consulte aquí las estrategias del proyecto de inversión](#)

Por último, es indispensable que los sistemas de información del IDEP deban ajustarse a las necesidades de la gestión administrativa, como el Sistema de Gestión y los procesos y procedimientos de la entidad, así como su documentación, validación y ajustes. Asimismo, deben estar alineados con el Programa de Gestión Documental, la política de Gobierno Digital y la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Aspectos en los que vale la pena reconocer acciones que han fortalecido los mecanismos de atención al ciudadano, la promoción de servicios y la visibilización de la gestión institucional eficiente en el cumplimiento de sus metas y el manejo de recursos públicos.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 5 de 29

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y DIVULGACIÓN

OBJETIVOS

General

Implementar una estrategia efectiva de comunicación, divulgación y gestión del conocimiento derivado de las investigaciones socio-educativas y la producción de los docentes, que permita elevar el número de docentes de colegios oficiales del Distrito, que conocen el material producido por el IDEP.

Específicos

- Gestionar la publicación del saber académico y pedagógico producido en el IDEP, a través de formatos digitales.
- Gestionar producción periodística sobre investigación e innovación educativa.
- Apoyar la divulgación de eventos y publicaciones de redes y colectivos de docentes a través de los canales del IDEP.
- Socializar entre las comunidades educativas, académicas y otros actores de la sociedad, los resultados de estudios, programas, proyectos y experiencias de innovación e investigación educativa, producidos por el Instituto.
- Diseñar y desarrollar acciones de comunicación para el posicionamiento y fortalecimiento institucional en los ámbitos distrital, nacional e internacional.
- Promover canales efectivos de comunicación interna alineados con el Sistema de Gestión del IDEP.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 6 de 29

Frentes Estratégicos De La Comunicación

Comunicación Externa

El propósito de este componente es fortalecer el posicionamiento del Instituto dentro de sus diferentes públicos objetivo 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 5 (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	<p>Objetivo 1: Gestionar la publicación del saber académico y pedagógico producido en el IDEP, a través de formatos digitales, audiovisuales y/o impresos.</p> <p>Objetivo 2: Gestionar producción periodística sobre investigación e innovación educativa.</p>
	Socialización y divulgación	<p>Objetivo 3: Diseñar y desarrollar acciones de comunicación para el posicionamiento y fortalecimiento institucional en los ámbitos distrital, nacional e internacional.</p> <p>Objetivo 4: Apoyar la divulgación de eventos y publicaciones de redes y colectivos de docentes a través de los canales del IDEP.</p> <p>Objetivo 5: Socializar entre las comunidades educativas, académicas y otros actores de la sociedad, los resultados de estudios, programas, proyectos y experiencias de innovación e investigación educativa, producidos por el Instituto.</p>

Lineamientos generales de la comunicación externa

Como se señaló en la introducción de este documento, dentro de la misión del IDEP se encuentra la producción del conocimiento y la gestión de la investigación e innovación educativa.

Para el cumplimiento de esta misión es necesario generar canales de comunicación que permitan que el conocimiento producido llegue a los grupos de valor del IDEP, grupos de interés y ciudadanía en general. El IDEP produce conocimiento que difunde a través de diversos medios, tanto impresos como audiovisuales. Este conocimiento debe llegar al contexto educativo y para eso es imprescindible utilizar herramientas tecnológicas y

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 7 de 29

redes sociales, medios que en la actualidad tienen gran acogida y brindan mayores posibilidades de cobertura. Para diseñar esta comunicación se usarán diversos tipos de medios y plataformas: los medios clásicos (prensa, radio y televisión), Internet (correo electrónico, Web, YouTube), las redes sociales (Facebook, Twitter), entre otros. Esta información debe ser producida por un equipo de personas que generen contenidos que posicionan al IDEP como un Instituto de investigación educativa y desarrollo pedagógico tanto a nivel local, nacional e internacional.

Por otra parte, la difusión del conocimiento producido por el IDEP debe ir más allá de la creación de canales donde se pueda acceder a su producción académica. Dado que los investigadores y productores de conocimiento son sujetos-actores en red, la comunicación y las redes digitales son necesarias y deben ser planificadas y diseñadas para que el IDEP se posicione como referente de investigación en el ámbito educativo de Bogotá y Colombia.

Público objetivo de la comunicación

- Docentes y directivos docentes del sector educativo oficial y privado.
- Investigadores del Distrito, el país y el mundo.
- Facultades de Educación.
- Centros de Investigación.
- 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 sólo 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 respaldada.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 8 de 29

LÍNEA DE PROYECTOS EDITORIALES

Objetivo 1:

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

Para cumplir con este objetivo, en el segundo semestre de 2020 se diseñarán, elaborarán y pondrán en circulación diecinueve (19) publicaciones, entre libros y ejemplares del Magazín Aula Urbana y la Revista Educación y Ciudad, la producción de podcast, blogs y otros productos en medio preferencialmente digital.

A continuación, se detallan los productos, características y acciones a desarrollar para el segundo semestre de 2020.

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 de la Revista.

Para esto se producirán, diseñarán y divulgará un número de la Revista así:

Acción	Fechas
Edición, producción y divulgación Revista Educación y Ciudad No. 39	Julio (versión preliminar) Octubre (versión definitiva)

Adicionalmente, en el proceso de divulgación de este número 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 objetivos.

La Información básica a difundir en estos números incluye artículos académicos, información para postular artículos académicos, información sobre el proceso de evaluación y arbitraje de artículos y política editorial de la revista.

Su periodicidad es semestral y está a cargo de la Subdirección Académica y el equipo editorial de la Revista Educación y Ciudad.

Dentro de las actividades que se deben desarrollar alrededor de esta publicación se encuentran la definición de contenidos (Equipo editorial), la producción editorial, el diseño, impresión y distribución, la difusión, socialización o presentación de publicaciones, la gestión de la indexación de la revista y la actualización de los contenidos de la revista Educación y Ciudad en el aplicativo OJS.

Nota: las características de la revista, técnicas y de contenido, se encuentran en los documentos publicados en la página Web de la revista (OJS):

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 9 de 29

<http://revistas.idep.edu.co/index.php/educacion-y-ciudad/> Estos lineamientos se evaluarán y ajustarán cuando la Dirección del IDEP y/o el Comité lo considere pertinente.

Magazín Aula Urbana

Respondiendo a la necesidad de fortalecer los medios digitales del Instituto, se adelantará el rediseño de esta publicación con miras a integrar nuevos formatos, lenguajes y recursos que aumenten su circulación, consulta y descarga entre los públicos interesados.

Para esto se elaborará un manual en el que se especifiquen secciones, intencionalidades, criterios de forma y fondo, así como recomendaciones para la elaboración de productos periodísticos y comunicativos digitales. Adicionalmente se producirán y publicarán los ejemplares 119 y 120.

Acción	Fechas
Documento de rediseño Magazín Aula Urbana	Octubre
Producción, edición y divulgación Magazín Aula Urbana 119	Noviembre
Producción, edición y divulgación Magazín Aula Urbana 120	Diciembre

Esta publicación debe cumplir con 4 propósitos:

- Ofrecer a docentes y directivos docentes herramientas de reflexión y estudio sobre las **políticas 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 los maestros y los colegios distritales, en contexto de las acciones adelantadas por los componentes misionales.
- Promover las producciones de artículos de maestros y maestras, 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, 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) e información de servicios, publicaciones y campañas adelantadas por el IDEP.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 10 de 29

Nota: las características del Magazín, técnicas y de contenido, serán definidas por el Comité Académico. La revista puede consultarse en el sitio Web: <http://revistas.idep.edu.co/index.php/mau/index>

Libros impresos y digitales

Para el segundo semestre de 2020-2 se apoyará la diagramación, publicación y divulgación de 8 libros e informes de investigación, acompañados de nota periodística, guía de trinos y piezas gráficas.

Acción	Fecha
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 1	Agosto
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 2	Octubre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 3	Octubre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 4	Noviembre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 5	Diciembre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 6	Diciembre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 7 (Colección)	Diciembre
Edición, diagramación, publicación y divulgación Libro 7 (Colección)	Diciembre

Lineamientos generales sobre libros impresos y digitales

Estas publicaciones tienen el objetivo de generar espacios de socialización y discusión de los procesos y resultados de la investigación, el desarrollo pedagógico, y su apropiación por la comunidad educativa e investigativa.

Las publicaciones del Instituto se enmarcan en la política institucional dirigida a promover la conformación de una comunidad académica en educación integrada por docentes, investigadores y especialistas.

El Instituto ha realizado más de 300 publicaciones, entre libros, CD 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 y, por ende, de fomento a la investigación en el fortalecimiento de la comunidad de investigadores, como aporte a la construcción social del conocimiento educativo y pedagógico.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 11 de 29

- Visibilizar a través de publicaciones, las producciones de comunidades académicas, vinculadas a proyectos adelantados o promovidos desde los diferentes componentes y que den cuenta de avances y resultados.
- Difundir desarrollos académicos, de investigación e innovación educativa y pedagógica, que se generen por el IDEP 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 actualización del catálogo en línea del Centro de Documentación: catalogo.idep.edu.co

La periodicidad de este producto obedece a una planeación anual, de la cual es responsable la Subdirección Académica.

Nota de Política

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. Se apoyará la diagramación, publicación y divulgación de este producto a través de los diferentes canales del Instituto.

Para el segundo semestre de 2020-2 se adelantarán las acciones mencionadas con 3 Notas de Política así:

Acción	Fecha
Edición, diagramación y divulgación Nota Política 1	Julio
Edición, diagramación y divulgación Nota Política 2	Octubre
Edición, diagramación y divulgación Nota Política 3	Diciembre

Las Notas de Política que se produzcan durante este periodo serán publicadas en la página del idep www.idep.edu.co

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 semanalmente 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.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 12 de 29

Acción	Fecha
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Julio
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Agosto
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Septiembre
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Octubre
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Noviembre
Producción y divulgación de 4 boletines informativos	Diciembre

Todos los boletines externos serán publicados en la página web del Instituto a través del siguiente enlace: <http://www.idep.edu.co/?q=content/boletines-externos#2020>

Profes en Acción

Profes en Acción es una iniciativa del IDEP que hace parte de la Estrategia Aprende en Casa de la Secretaría de Educación del Distrito. Parte de la necesidad de garantizar el Derecho a la Educación, facilitar recursos digitales para cubrir las necesidades curriculares, sociales y socioafectivas de docentes y acompañar a las familias de la población en edad escolar de Bogotá en el contexto del Covid-19.

Para esta iniciativa se hará la **recepción, selección, curaduría, publicación y programación permanente de contenidos**, sin que haya un número específico de publicaciones o clases de acuerdo a un periodo de tiempo. En todo caso, es una actividad que se extiende hasta el mes diciembre de 2020 con publicaciones cada semana.

Asimismo, se adelantará el diseño de plantillas prediseñadas para cada sesión que se publique y se creará un logo para identificar esta iniciativa.

Acción	Fechas
Recepción, selección, curaduría, publicación y programación permanente de contenidos	De julio a diciembre
Diseño semanal de plantillas	De julio a diciembre
Diseño de logo	Octubre de 2020

Profes en Acción se basa en la realización de contenidos educativos en video, creados por maestros y maestras pertenecientes a Semilleros Escolares de Investigación, redes y colectivos de docentes investigadores e innovadores adscritos al IDEP y por otros docentes que acudieron a las convocatorias públicas.

Tiene por objetivos

- Acompañar experiencias de investigación e innovación de los actores



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
EDUCACIÓN

Instituto para la Investigación Educativa y el
Desarrollo Pedagógico

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Código: PL-DIC-01-01

Versión: 3

Fecha Aprobación:
22/12/2020

Página 13 de 29

educativos para promover el reconocimiento, la visibilización y el desarrollo de comunidades de saber y de práctica pedagógica. Aquí se incluyen las redes y colectivos de docentes investigadores e innovadores y los semilleros escolares de investigación.

- Desarrollar investigaciones en el campo de la educación que aporten a la gestión de la política pública distrital.
- Producir información a partir del seguimiento a la política educativa distrital en los contextos escolares, como insumo para la toma de decisiones en el sector.
- Contribuir desde nuestra misionalidad a garantizar el derecho a la educación en la ciudad de Bogotá en el contexto del Covid-19.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 14 de 29

Objetivo 2:

Gestionar producción periodística sobre investigación e innovación educativa

Para avanzar en 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 a través del equipo de prensa del IDEP, 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 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 deberán ser socializados en la reunión semanal del equipo de comunicaciones, a manera de comité editorial y posteriormente producidos y publicados en la página web del Instituto, las redes sociales y el boletín externo que se envía a través del correo masivo.

Acción	Fechas
Producción y publicación permanente de historias y notas sobre investigación e innovación educativa.	De julio a diciembre de 2020

Se plantea que **la producción y divulgación periodística de notas, crónicas, entrevistas y/o foto reportajes, alcance un mínimo de un producto periodísticos** semanal que contenga textos, fotografías, videos, enlaces y demás recursos multimediales. A continuación, se especifican algunos lineamientos para estos productos.

Lineamientos (tomados del [manual de estilo para productos periodísticos y comunicativos de la Secretaría de Educación del Distrito 2020](#))

Todos los productos periodísticos que crea y difunde el equipo de comunicaciones se consideran la voz oficial del Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico. Por tanto, estos deben reflejar los valores institucionales de la entidad y del gobierno actual; garantizar que los mensajes emitidos aumenten y/o blinden su reputación, la de los directivos y de la educación pública en general y, no menos importante, consolidar a la entidad como una fuente de información de calidad y servicio.

A continuación, se describen características generales de estos productos:

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 15 de 29

Nota informativa y/o de cubrimiento

Anuncios, eventos, avances de política, convocatorias. Las temáticas de una nota informativa y/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 general hasta el momento, y que resultan de interés para audiencias amplias.

En cualquier caso, estamos hablando de una noticia. Por tanto, su desarrollo debe cumplir con los criterios de coyuntura, oportunidad, claridad y brevedad; y responder a todas las preguntas claves de la construcción narrativa de una noticia: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo, utilizando como estructura la pirámide invertida.

Historias

Tiene por objetivo mezclar mensajes políticos y estratégicos con experiencias para llegar al corazón de la audiencia, tocar sus emociones.

Contarles a los lectores historias inspiradoras donde se muestren otras realidades y otros contextos. 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.

Podcast

El objetivo de este producto será ampliar las discusiones del IDEP alrededor de los temas que aborde el Seminario Internacional Maestras y Maestros que Inspiran y la agenda educativa local, nacional e internacional, a partir de la voz a diferentes actores de la educación en Bogotá y Colombia.

Se realizarán entrevistas a profundidad de aproximadamente 30 minutos, que posteriormente serán editadas y publicadas, temporalmente en el canal de Youtube del IDEP y posteriormente en una plataforma especializada para facilitar su descarga. Se divulgarán a través de las redes sociales del Instituto en los días y horarios más adecuados.

La periodicidad de este producto será mensual, durante el segundo semestre de 2020:

Invitados	Tema	Mes
María del Carmen Hernández	Educación del Siglo XXI	Septiembre
Javier Sáenz	Educación del Siglo XXI - Las Prácticas de Sí	Septiembre
Sindey Bernal y Rafael Pabón	Inclusión educativa	Septiembre
Manuel Velandia y Luis	Inclusión educativa	Septiembre

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 16 de 29

Miguel Bermúdez		
Martha Ospina	Educación y arte	Octubre
Catalina Valencia Tobón, directora de Idartes	Arte y cultura	Octubre
Andres Bustos	Ruralidad	Octubre
Tatiana Piñeros	Educación en Los Mártires	Octubre
Educación, saberes y vida rural, vistas desde Bogotá y Aracataca	Ruralidad	Octubre
Agustín Porres Fundación Varkey	Educación para el Siglo XXI	Noviembre
Balance IDEP 2020 - Alexander Rubio	Balance IDEP 2020	Diciembre

Blogs

El objetivo de este producto será abrir un espacio para dar a conocer la opinión de maestras, maestros, expertos, investigadores y líderes de la política educativa, con miras al fortalecimiento y la promoción de la investigación y la innovación educativa.

Se convocarán, seleccionarán, editarán y publicarán a través de la página web del Instituto, en el espacio definido por la alta dirección. Para el segundo semestre de 2020 estos productos se adelantarán de acuerdo con la demanda, pero se espera que para la siguiente vigencia cuente con un cronograma definido de invitados.

Hola Profe

Esta publicación busca promover el reconocimiento de oportunidades, experiencias, reflexiones, avances y noticias sobre la investigación y la innovación educativa entre las maestras y maestros de Bogotá.

Su publicación es quincenal y circula a través de las redes sociales y el correo masivo del Instituto. Estas son las acciones a desarrollar para el segundo semestre de 2020:

Acción	Fecha
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 1, 2 y 3	Julio
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 4	Agosto
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 5	Septiembre
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 6 y 7	Octubre
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 8 y 9	Noviembre
Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 10	Diciembre

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 17 de 29

Producción, edición y divulgación 'Hola Profe' 11 y 12	Enero 2021
--	------------

Repositorio Digital

Publicación de 8 libros, informes, Notas de Política, Revistas conforme a la planeación descrita anteriormente. Estas publicaciones se cargarán a la plataforma <https://repositorio.idep.edu.co/>

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 18 de 29

Línea Socialización Y Divulgación

Esta actividad 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 esta actividad se gestiona la producción y difusión de la información institucional para el sector educativo, en particular, y para la ciudadanía, en general.

Objetivo 3:

Diseñar y desarrollar acciones de comunicación para el posicionamiento y fortalecimiento institucional en los ámbitos distrital, nacional e internacional.

Para el cumplimiento de este objetivo se adelantarán 4 acciones principales: elaboración de piezas de comunicación, relacionamiento público, cubrimiento de actividades y/o eventos y redes sociales.

Piezas de comunicación

Diseño, elaboración y puesta en circulación piezas de comunicación para apoyar la difusión de las actividades de los grupos de trabajo académico, en sus procesos de convocatoria, difusión, divulgación y socialización de sus trabajos, para que contribuyan a estimular la apropiación y uso por parte de los maestros y maestras del Distrito.

Aunque estas acciones se adelantan a demanda según la dinámica de las áreas del Instituto y consignadas a través del formato de solicitudes, para el segundo semestre de 2020 se adelantará la gestión, apoyo y cubrimiento de los siguientes eventos:

Evento	Periodicidad
Seminario Internacional de Investigación e Innovación en Educación 'Maestras y Maestros que Inspiran'	Julio a noviembre de 2020
Lanzamiento Programa Maestras y Maestros que Inspiran	Septiembre 2020
Jornadas de Meditación Ancestral IDEP – Idartes	Septiembre – Octubre - Noviembre
Ciclo de conferencias La Educación al Derecho	Octubre - Noviembre
Divulgación de la participación del director Alexander Rubio Álvarez en eventos académicos nacionales e internacionales.	Permanente

Hay que mencionar que las actividades serán divulgadas, según su pertinencia, a través de la página web (slide y sección de noticias), las redes sociales del Instituto con el numeral #IDEPInvita y el correo electrónico masivo.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 19 de 29

Estas acciones deben implementar de manera óptima el uso del Manual de Imagen Institucional propuesto por la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Adicionalmente se tomará como base la línea gráfica establecida para cada una de las estrategias, con el objetivo de identificarlas y posicionarlas en el tiempo.

La otra acción para el cumplimiento de este objetivo es generar canales de información, con el fin de comunicar efectiva y oportunamente a los ciudadanos las acciones, proyectos y propuestas que genera el IDEP.

Relacionamiento público

Para el cumplimiento de este objetivo se adelantarán acciones de relacionamiento público 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 y 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.

Acción	Fechas
Redacción y envío permanente de boletines de prensa	Entre Julio y diciembre de 2020
Gestión de espacios radiales, televisivos y de redacción de artículos	Entre Julio y diciembre de 2020
Monitoreo y registro de impactos en medios	Entre julio y diciembre de 2020

A continuación, se describen las características de los productos mencionados:

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

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 20 de 29

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 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.

Cubrimiento de actividades y/o eventos

Esta actividad, que se adelanta según las solicitudes provenientes de las áreas del IDEP, busca difundir las actividades misionales adelantadas por el Instituto.

Aquí se incluyen la publicación de la información relevante de cada evento en el calendario de eventos en la página web, la publicación en medios institucionales y el apoyo a acciones de logística comunicativa antes, durante y después de la realización de eventos.

Acción	Fechas
Publicación permanente de eventos en el calendario del IDEP	De julio a diciembre de 2020
Redacción y publicación de notas periodísticas	De julio a diciembre de 2020
Apoyo logístico de actividades y eventos	De julio a diciembre de 2020

A continuación, se describen lineamientos generales para las notas periodísticas:

Notas periodísticas y/o de cubrimiento

Anuncios, eventos, avances de política, convocatorias. Las temáticas de una nota informativa y/o de cubrimiento de interés general (públicos externos) son amplias. Sin embargo, mantienen una característica simple: se trata de notas que comunican

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 21 de 29

acontecimientos de actualidad, desconocidos por la comunidad y el público general hasta el momento, y que resultan de interés para audiencias amplias.

En cualquier caso, estamos hablando de una noticia. Por tanto, su desarrollo debe cumplir con los criterios de coyuntura, oportunidad, claridad y brevedad; y responder a todas las preguntas claves de la construcción narrativa de una noticia: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo, utilizando como estructura la pirámide invertida.

Redes sociales

El propósito de las redes sociales es difundir e informar al público objetivo de trabajo, el quehacer del IDEP, así como generar relaciones e interacciones con entidades y organizaciones públicas y privadas, del orden nacional e internacional.

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.

Acción	Fechas
Actualización y seguimiento Facebook	De manera permanente entre julio y diciembre de 2020
Actualización y seguimiento Instagram	
Actualización y seguimiento Twitter	
Actualización y seguimiento a Youtube con producción de contenidos audiovisuales	
Actualización parrilla de contenidos	

A continuación, los lineamientos generales sobre esta línea de trabajo:

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 de información gestionada y estadísticas de usuarios y manejo y circulación de información.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 22 de 29

Objetivo 4:

Apoyar la divulgación de eventos y publicaciones de redes y colectivos de docentes a través de los canales del IDEP.

Esta acción también se realizará de manera permanente y operará según la demanda de las redes y colectivos de docentes que acudan al IDEP a través de sus diferentes áreas. Para esto se adelantarán varias acciones:

- Vinculación del evento/actividad a la parilla de redes sociales del Instituto.
- Divulgación de mensajes identificados con el numeral #IDEPApoya.
- Publicación en página web.
- Envío vía correo masivo a través del boletín informativo.

Es importante mencionar que no todos los eventos y/o actividades programadas por las redes y colectivos serán divulgados y que su viabilidad dependerá de los criterios de oportunidad y calidad, principalmente.

Objetivo 5:

Socializar entre las comunidades educativas, académicas y otros actores de la sociedad, los resultados de estudios, programas, proyectos y experiencias de innovación e investigación educativa, producidos por el Instituto.

Para el cumplimiento de este objetivo, se apoyará la divulgación de la agenda de investigación en transformaciones pedagógicas para el cierre de brechas educativas en Bogotá, el proyecto de gamificación de la estrategia Profes en Acción, así como los convenios que se originen en esta línea.

Desarrollar (Estudios, programas, proyectos, experiencias)

Adicionalmente se producirán folletos con los avances de las estrategias planteadas por el IDEP y que tengan incidencia en las 20 localidades de la ciudad, y que serán dirigidos a Alcaldías, Direcciones Locales de Educación e Instituciones Educativas Oficiales

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 23 de 29

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Busca generar acciones para el fortalecimiento de la comunicación interna que permita asegurar que la alta dirección se comuniquen con los diferentes niveles de la organización de manera efectiva y desarrollar la comunicación interna entre los diferentes niveles, funciones y procesos de la institución asociados con el Sistema Integrado de Gestión.

En esta línea están contemplados 2 objetivos específicos de la estrategia de comunicación y divulgación, con sus respectivos canales, acciones y tiempos.

Componente	Objetivos específicos
Comunicación organizacional	<p>Objetivo 6: 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> <p>Objetivo 7: Promover canales efectivos de comunicación interna alineados con el Sistema Integrado de Gestión del IDEP. (formato de solicitudes, página web).</p>

Objetivo 6

- 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: monitoreo de los productos comunicativos con los que cuenta el IDEP, seguimiento de las acciones trazadas dentro de la estrategia y acciones de evaluación a la divulgación y el consumo de los productos comunicativos por parte de los públicos objetivo del Instituto.

Acciones de monitoreo:

A través de esta línea se monitoreará y registrará mensualmente la información que dé cuenta del comportamiento de las publicaciones, el 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.

A continuación, se relacionan las acciones y los tiempos establecidos para la línea de monitoreo:



Acción	Fechas
Seguimiento a: -Número de citas a las revistas y libros del IDEP -Número de consultas y medios de acceso a las publicaciones realizadas por el IDEP en el 2020 -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 -Número de interacciones en las redes sociales Facebook 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 -Monitoreo de las menciones al IDEP en otros medios de comunicación -Producción de reportes estadísticos interactivos en: https://public.tableau.com/profile/comunicaciones.idep#!/	Mensualmente de julio a diciembre de 2020

Acciones de seguimiento:

La línea de seguimiento, conforme a los requerimientos de la alta dirección, está relacionada con el reporte anual, trimestral, mensual y semanal de las actividades realizadas desde la estrategia de comunicación y divulgación, y tiene que ver con el diligenciamiento principalmente de dos documentos:

El primero es la **Hoja de Ruta**, que se elabora anualmente y que contiene todos los proyectos y acciones que se adelantarán desde la estrategia. Si bien la elaboración de este documento es anual, se debe alimentar su avance de manera trimestral por parte de todos los integrantes del equipo en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dOqfA2vjnfci8FWj9l00il9t6pgcs-1ynxXooooyol/edit?usp=sharing>

A continuación, se describen las acciones y los tiempos en los que se adelantarán:

Acción	Fecha
Socialización Hoja de Ruta 2020	Julio 2020
Diligenciamiento avance Hoja de Ruta	Octubre 2020
Diligenciamiento avance Elaboración Hoja de Ruta 2021	Diciembre 2020
Diligenciamiento Plan Operativo	De manera permanente entre julio y diciembre de 2020

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 25 de 29

El segundo documento es el cuadro de Plan Operativo, en el que mensual y semanalmente se consignan los avances de cada proyecto enmarcado en la estrategia. Este documento se encuentra en el siguiente enlace:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dOqfA2vjnfcI8FWj9l00il9t6pqcs-1ynxXooooyol/edit#gid=1786362331>

También se hará seguimiento semanal al desarrollo de la estrategia de comunicación, divulgación y socialización a través de reuniones semanales y actas, y el seguimiento de las solicitudes de comunicación a través del formato establecido. Estas actas se alojarán en el espacio de Drive designado para este propósito:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y8UAMCYEVle-rSL9XnkifxWi83KPvUP7>

Evaluación del consumo de productos comunicativos

Por último, se encuentran los sondeos, estudios y análisis al consumo de los productos comunicativos con los que cuenta el IDEP.

Por un lado, se proyecta realizar un sondeo en el mes de octubre al 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 vigencia 2021.

Acción	Fechas
Sondeo estrategia de comunicación y divulgación dirigido a maestras y maestros	Septiembre a diciembre de 2020
Sondeo estrategia de comunicación y divulgación dirigido a servidores del IDEP	Septiembre a diciembre de 2020

Y por otro, se proyecta realizar un sondeo en el mes de octubre que permita reconocer desde la valoración de los servidores públicos, sus percepciones sobre el manejo de las dinámicas de comunicación institucional.

Objetivo 7:

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: piezas de comunicación, gestión de las solicitudes de comunicaciones y actualizaciones en página web.

Piezas de comunicación

El objetivo de esta línea es atender las necesidades de comunicación de grupos diversos de trabajo al interior del Instituto, las comunicaciones de la Dirección y el conocimiento

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 26 de 29

compartido sobre los desarrollos académicos y administrativos.

Las acciones contempladas en esta línea se adelantarán de manera permanente y dependerán de las solicitudes allegadas al equipo de comunicaciones a través del formato de solicitudes.

Acción	Fechas
Diseño y divulgación de piezas comunicativas	Permanentemente entre julio y diciembre de 2020

Gestión de solicitudes de comunicación

Con el objetivo de fortalecer la coordinación, pertinencia y calidad de acciones comunicativas del IDEP en sus niveles interno y externo, desde la estrategia 6 de Comunicación y Divulgación se plantea la implementación de un mecanismo de asesoramiento para conocer las necesidades de comunicación de las diferentes áreas y articular estratégicamente las acciones derivadas a las principales apuestas y directrices del Instituto.

A través de un formulario en línea compartido a toda la entidad se pactan y diligencian 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.

Acción	Fechas
Procesamiento y seguimiento de solicitudes hechas a comunicaciones	Permanentemente entre julio y diciembre de 2020

La información recogida es consignada y gestionada por el equipo, de tal manera que se pueda hacer un seguimiento directo al avance de cada solicitud. Esta es una acción que se adelantará durante todo el periodo de implementación de la estrategia, con miras a fortalecer el carácter asesor de las comunicaciones.

Este formato se puede consultar a través del siguiente enlace:
https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdW54-omgQqpbLAsXibfQCHCO_wcm15ltfOJrbPFyh_H6kEHw/viewform

Publicaciones en página web

Esta línea busca difundir la información institucional relacionada con productos y servicios, mecanismos de visibilización 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 Transparencia y acceso a la información pública.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 27 de 29

Acción	Fechas
Actualización de información asociada a la gestión institucional del IDEP.	De manera permanente entre julio y diciembre de 2020
Actualización de procedimiento para gestión y administración de contenidos del sitio web.	Entre julio y diciembre de 2020.

Entre los productos que se publican en la página web, figura 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, sean generados por el IDEP, Información mínima que requiere la Ley de Transparencia en el botón dedicado para este fin, información (estática) actualizada, de acuerdo con las características institucionales y las normativas de transparencia de la gestión institucional y otros que considere pertinente la alta dirección.

También se incluyen reportes estadísticos que se generen desde la WEB, archivo WEB de información reportada periódicamente (notas, piezas gráficas, videos, etc.) y actas de reuniones realizadas, mediante las cuales se haga seguimiento a las actividades y acciones previstas en el procedimiento de gestión de contenidos y administración del sitio WEB.

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.

Documento para la gestión de contenidos y administración del sitio Web (procedimiento).

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. EDUCACIÓN Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico</p>	<p>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</p>	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 28 de 29

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 la Estrategia de comunicación, divulgación y socialización.

Comité Académico

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

- (Revisión de procedimiento de gestión de publicaciones) Apoyarán la definición de estructura y los temas centrales a tratar en el Magazín Aula Urbana y en libros, entre otros, así como, apoyar la orientación del tratamiento editorial de cada tema seleccionado, mediante la sugerencia de enfoques de contenidos y autores.
- Hacer recomendaciones en materia de distribución y promoción de publicaciones institucionales.
- Aportar información para la construcción de la agenda de socialización institucional (Fortalecer).
- Promocionarán entre sus integrantes y los participantes en los proyectos desarrollados institucionalmente, la generación de aportes académicos para canales de comunicación y publicaciones.

Reunión equipo editorial Revista Educación y Ciudad

Este equipo será presidido por la Dirección o su delegado y sus integrantes serán definidos por éste. Asimismo, la Dirección definirá los integrantes del equipo Científico. El cronograma de reuniones se presentará en la primera sesión del año. 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.

Para la comunicación externa se adelantarán:

- Encuesta de satisfacción de usuarios (aplicadas en el contexto de los servicios, actividades y eventos institucionales).

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 3
		Fecha Aprobación: 22/12/2020
		Página 29 de 29

- Medición del consumo de publicaciones digitales, actualizado mensualmente en el informe de Productos Meta y Resultados (PMR).

El Comité evaluará semestralmente el desarrollo de la estrategia y orientarán acciones para su direccionamiento.

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. (Informe de gestión).