

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 1 de 27

Firma de Autorizaciones		
Elaboró	Revisó	Aprobó
Contratistas y Profesional Especializada de Comunicación 222-05 (Equipo de comunicación)	Subdirector(a) Académico(a)	Director General Subdirectora Académica
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.	
Abril de 2021	Actualización de documento con los lineamientos del nuevo Plan de Desarrollo Distrital 2020-2024.	
Marzo de 2022	Actualización del documento, precisando los objetivos, y acciones a adelantar en el marco de la comunicación interna y externa.	
Abril de 2023	Actualización del documento, con nuevos objetivos y acciones a adelantar en el marco de las líneas de comunicación interna, externa y editorial.	
23 de abril de 2024	Actualización del documento 2024	

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 2 de 27

Contenido	
Introducción	3
Conceptos iniciales	7
Estrategia de Comunicación, Divulgación y Gestión del Conocimiento 2023	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Esquema táctico de la estrategia	8
Línea Comunicación Externa	10
Lineamientos generales de la Comunicación Externa	11
Público objetivo de la Comunicación Externa	12
Equipo de Comunicación Externa	12
Procesos de Comunicación Externa	12
Canales de Comunicación Externa	14
Productos de Comunicación Externa	16
Seguimiento y evaluación a la Comunicación Externa	18
Línea Comunicación Interna	18
Procesos de Comunicación Interna	20
Canales de Comunicación Interna	21
Productos de Comunicación Interna	22
Seguimiento y evaluación a la Comunicación Interna	24
Procesos editoriales	26
Canales de distribución	27
Productos editoriales	28
Seguimiento y evaluación a los procesos editoriales	31
Instancias de la Comunicación	31
Reunión equipo de la estrategia	32
Comité Académico	32
Reunión equipo editorial Revista Educación y Ciudad	32
Consideraciones éticas y manejo de datos personales	33
Referencias	34

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 3 de 27

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 (...)”. 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 y la implementación de diferentes actividades que se busca aumentar el reconocimiento y posicionamiento del IDEP 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 los proyectos institucionales y 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, la producción de libros, informes de investigación 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 el apoyo de eventos presenciales y virtuales para divulgar el conocimiento educativo y pedagógico.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 4 de 27


La comunicación es un componente estratégico en cualquier organización. Por esa razón, la mayoría de las entidades del Distrito cuentan con una Oficina Asesora de Comunicaciones. En el IDEP, esto se reconoce en tanto existe un proceso estratégico en el Sistema Integrado de Gestión, pero para su operación cuenta con un grupo de trabajo, vinculado en el esquema organizacional a la Subdirección Académica, del cual solo una persona hace parte de la planta de personal y los demás son contratistas que prestan sus servicios profesionales o de apoyo a la gestión.

En algunas administraciones distritales, por ejemplo, durante la de “Bogotá Humana”, la comunicación se constituyó en uno de los cuatro componentes del proyecto de inversión misional. En la de “Bogotá Mejor para Todos” hizo parte de cada uno de los dos componentes del proyecto de inversión, señalando igualmente la importancia de su presencia como elemento transversal de la actividad de la entidad. En ambas ocasiones los esfuerzos se orientaron a generar, desde el planteamiento de una política y una estrategia de comunicación, diversas actividades encaminadas a la socialización de proyectos, al desarrollo de procesos editoriales, la proyección y fortalecimiento de la comunicación interna y externa, diversificando medios y canales.

En este camino, se han producido un número diverso de publicaciones sobre el conocimiento generado en el área académica, a través de libros y números monográficos de la revista *Educación y Ciudad* y del *Magazín Aula Urbana*. Así mismo, a promover espacios de socialización con la presencia del IDEP, como por ejemplo la Feria del Libro de Bogotá (FILBo) o actividades realizadas por el IDEP y la Secretaría de Educación del Distrito. Igualmente, se ha avanzado en el desarrollo de recursos digitales que abren un nuevo escenario de comunicación útil para la socialización de estos productos y otras acciones comunicativas institucionales.

Finalmente, se desarrollan actividades regulares de comunicación interna y externa, que buscan además de ampliar los canales de difusión del quehacer académico, dar a conocer y posicionar aún más al Instituto en escenarios interinstitucionales y entre la comunidad educativa, especialmente entre los maestros y maestras de los colegios oficiales de la ciudad. Sin embargo, esto no ha garantizado que el conocimiento producido y socializado sea apropiado y puesto en uso por maestros, maestras e investigadores del campo.

Uno de los temas sensibles en la apropiación del conocimiento es su comunicación y divulgación. Una de las estrategias más comunes es la de publicar en material impreso. Esta opción tan apreciada durante mucho tiempo ha adquirido nuevas dimensiones con la producción y reproducción en la versión digital. Sin embargo, se sigue conservando en muchos espacios de producción académica como la opción principal, si no la única. En los últimos años se han ampliado las posibilidades de socialización y divulgación de la producción académica e investigativa a través de la utilización de recursos múltiples como los que se derivan del uso de las redes sociales y los formatos digitales contemporáneos, sobre los cuales el Instituto ha explorado parcialmente las posibilidades de potenciar su consumo.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 5 de 27


La actividad de consumo de los docentes que participaron en el estudio: “Apropiación de contenidos y consumo cultural y académico de los profesores del Distrito de Bogotá” que tiene mayor concurrencia es la escucha de música y pódcast en un 74 %, seguido de un 54 % que realiza lectura de libros, revistas y periódicos en formato digital, por encima de un 44 % que lo hace en formato impreso. Toda la producción del Instituto, hasta el momento, ha circulado por los canales de difusión propios del IDEP.

Se han llevado a cabo estrategias de divulgación como el diseño de una biblioteca digital; la digitalización de todos los informes de investigación y de innovación pedagógica; la construcción del repositorio digital DSPACE; la adopción de la plataforma KOAH, con la cual se registra y catalogan las producciones y de la aplicación OJS que permite la gestión editorial las publicaciones seriadas del IDEP, para el caso del Magazín *Aula Urbana* y, fundamentalmente, de la revista *Educación y Ciudad*.

La revista *Educación y Ciudad* fue indexada en la categoría C de Publindex en 2013, pero la perdió en 2014. Sin embargo, logró obtener nuevamente la indexación en 2018, esta vez en la categoría B, hasta diciembre de 2019. A partir de 2022, la revista ha mantenido su indexación y actualmente se encuentra en la categoría C. Además, esta publicación participa en 22 agencias indexadoras académicas internacionales: Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico (REDIB); EBSCO-Education Source; Educational Research Abstracts; Google metrics; Google Scholar; MIAR; Informe Académico (GALE); CAPES; CIRC; Credi; UlrichWeb; Latindex Directorio; Latindex Catalogo 2.0; BIBLAT; DOAJ; Dialnet; IRESIE; Sherpa/Romeo; ¿Dónde lo público?; Crue; Actualidad Iberoamericana; Clase; WorldCat; e-Revistas, *ERIH-PLUS*.

Los logros anteriores confirman el propósito permanente de fortalecer el proyecto editorial de la revista, a través de acciones que han elevado las condiciones de calidad y robustecido los procesos de difusión. Estas acciones permiten el reconocimiento y uso, por parte de las comunidades académicas, de las producciones especializadas en esta revista. Así mismo, se han llevado a cabo esfuerzos para garantizar la periodicidad y la circulación regular de la revista, orientándose exclusivamente hacia el formato digital. Se ha identificado que este formato representa una fortaleza para la difusión y el posicionamiento del conocimiento a nivel mundial.

En este sentido, es importante destacar que el IDEP como parte de su misión, produce y genera conocimiento, que se ha constituido en su mayor patrimonio. Por tanto, en la medida en que el IDEP gestione el conocimiento, y este sea accesible, apropiado, usado y difundido con mayor amplitud, a través de diferentes mecanismo y medios de comunicación, entre los públicos objetivos y las diferentes organizaciones, es posible ampliar su reconocimiento institucional y ahondar en las posibilidades de que este impacte a los diferentes actores educativos y sociales, y sus prácticas.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 6 de 27

Conceptos iniciales

Para la definición de las acciones estratégicas y tácticas a desarrollar, se parte de algunos conceptos clave. Primero, se dirá que desarrollar una estrategia de comunicación, divulgación y gestión del conocimiento exige entender que el IDEP debe enfocar su quehacer en varios frentes: la comunicación pública, la comunicación organizacional y la gestión del conocimiento.

Se entenderá aquí por Comunicación Pública, siguiendo a Demers y Lavigne, como “El conjunto de los fenómenos de producción, tratamiento, difusión y de retroacción de la información que crea, orienta y transforma los debates y temas públicos. Esta información no solamente es el quehacer de los medios de comunicación, sino también el de las instituciones, las empresas, los movimientos y los grupos que intervienen en la plaza pública” (2007, p. 67).


Por Comunicación Organizacional aquella que Castelblanco y Bonilla (2010) entienden como la que permite “direccionar y gestionar estratégicamente las actividades de una organización con el fin de dar cumplimiento a los objetivos institucionales” (p. 16).

Ahora bien, para el componente de Gestión del Conocimiento se toma la definición de la Función Pública, según la cual este proceso comprende “acciones, mecanismos o instrumentos orientados a generar, identificar, capturar, valorar, transferir, apropiar, analizar, difundir y preservar el conocimiento tácito y explícito de las entidades públicas con el fin de fortalecer la gestión, facilitar procesos de innovación y mejorar la prestación de bienes y servicios a los grupos de valor”¹ (DAFP, 2021).

Esta se complementa, dada la naturaleza, misión y visión estratégica del IDEP, con lo dispuesto por MinCiencias con relación a que es importante enfocar esta gestión en promover las “relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad (...) a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento”² (MinCiencias, 2012), para que la apropiación social del conocimiento, que en este caso genera el IDEP, las maestras y los maestros, sea cada vez más “fundamento para la innovación y la investigación” (p. 6) y aumente así el impacto en la transformación educativa, y el desarrollo social aportando al cierre de brechas educativas.

¹ Ver: <https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/que-es-gestion-del-conocimiento>

² Ver: <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/estrategianacional-ascti.pdf>

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 7 de 27

Estrategia de Comunicación, Divulgación y Gestión del Conocimiento 2024

Objetivo general

Gestionar la divulgación del quehacer institucional y del conocimiento producido por el IDEP mediante el diseño, implementación y monitoreo de estrategias de comunicación para promover el posicionamiento institucional y la circulación de la investigación, la innovación y el desarrollo pedagógico.

Objetivos específicos


1. Diseñar, desarrollar y acompañar acciones de comunicación interna y externa, y de gestión del conocimiento, a través de la asesoría estratégica, para la promoción, difusión, posicionamiento y fortalecimiento institucional del IDEP.
2. Realizar la planeación, producción editorial, divulgación y distribución de las publicaciones impresas y digitales, periódicas y no periódicas, para garantizar el acceso de los ciudadanos y públicos objetivo del trabajo misional del IDEP.
3. 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.

Esquema táctico de la estrategia

En la tabla 1, se presenta el esquema táctico bajo el cual opera la estrategia 6 para 2024:

Tabla 1. Esquema táctico de la comunicación.

	Línea Comunicación Externa	Línea Comunicación Interna	Línea Editorial
Proceso	Planeación	Planeación	Planeación
	Conceptualización	Asesoría a solicitudes y producción de contenido	Convocatoria
	Producción de contenido		Producción de contenido
	Diseño gráfico y audiovisual		
	Divulgación/comunicación digital		
Canales	Correo masivo	Correo masivo	CRIIE
	Página web	Carteleras	OJS Correo electrónico masivo
	Redes sociales	<i>Wallpaper</i>	

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 8 de 27

	<i>WhatsApp</i> periodistas		
Productos	Boletines de prensa	Boletín interno <i>Somos IDEP</i>	Libros
	Boletín <i>Hola Profe</i>	Campañas internas	Magazín <i>Aula Urbana</i>
	Comunicados a la opinión pública	Noticias	Revista <i>Educación y Ciudad</i>
	Notas periodísticas	Piezas gráficas	Alertas bibliográficas
	Historias	Videos	
	Eventos	Eventos	
	Entrevistas		
Seguimiento y evaluación	Métricas redes sociales, página web. Número de productos realizados. Métricas consulta boletín externo.	Métricas consulta boletín interno. Número de solicitudes atendidas.	Métricas OJS, CRIIE (Consultas y descargas)

Fuente: Elaboración equipo de comunicaciones IDEP

Nota: el plan de trabajo y el seguimiento a las acciones derivadas de este esquema táctico, para 2024, se reporta a través de la *Ficha de planeación, seguimiento y evaluación de proyectos de investigación y desarrollo*.

Línea 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.

Esta línea es parte del proceso [PRO-DIC-01-11 Gestión de Comunicaciones](#), del IDEP, y está contemplada en el **objetivo n.º 1** del presente Plan Estratégico de Comunicación Organizacional 2024: ***Diseñar, desarrollar y acompañar acciones de comunicación interna y externa, y de gestión del conocimiento, a través de la asesoría estratégica, para la promoción, difusión, posicionamiento y fortalecimiento institucional del IDEP.***

Esta línea cuenta con los procesos de planeación, asesoría y conceptualización, producción de contenido, diseño gráfico (transversal) y comunicación digital (transversal); así como con los canales, productos y acciones de seguimiento y evaluación que se describen en la tabla 2.


	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 9 de 27

Tabla 2. Línea de Comunicación Externa. Elaboración equipo de comunicaciones IDEP.

	Línea Comunicación Externa
Proceso	Planeación
	Asesoría y conceptualización
	Producción de contenido
	Diseño gráfico y audiovisual
	Divulgación/comunicación digital
Canales	Correo masivo
	Página web
	Redes sociales
	<i>WhatsApp</i> periodistas
Productos	Boletines de prensa
	Boletín <i>Hola Profe</i>
	Comunicados a la opinión pública
	Notas periodísticas y pódcast
	Historias
	Eventos
	Entrevistas
Seguimiento y evaluación	-Métricas redes sociales, página web
	-Número de productos realizados
	-Registro de información difundida en medios
	- Métricas consulta boletín externo


Fuente: Elaboración equipo de comunicaciones IDEP.

Lineamientos generales de la Comunicación Externa

Para cumplir con la misión del IDEP, 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 reconocen y, en tanto sea posible, apropiaran los resultados de las producciones académicas y científicas derivadas del quehacer institucional.

Para llegar a esos públicos objetivos la difusión del conocimiento desde el IDEP se han explorado 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 clásicos prensa, radio y televisión, internet (correo electrónico, web, YouTube), las redes sociales

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 10 de 27

(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 Externa

- 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 Externa


Para cumplir con los objetivos de la comunicación externa, el Instituto conformará un equipo compuesto por profesionales en el área de comunicación y educación, tanto con personal de planta, como con contratistas que se vinculan de acuerdo con el Plan Anual de Adquisiciones.

Procesos de Comunicación Externa

Planeación: planear la gestión de la comunicación externa supone identificar los grupos de interés o públicos con los cuales se debe desarrollar el proceso de comunicación en cada una de las etapas. Esto incluye identificarlos con precisión, caracterizarlos, producir y actualizar periódicamente las bases de datos oficiales que permitan entrar en contacto de manera oportuna.

En este proceso es fundamental, además, determinar las necesidades y expectativas de comunicación institucionales como de las audiencias. Por eso, es fundamental establecer los objetivos institucionales de comunicación pública: capturar, caracterizar, sistematizar y analizar las percepciones, los gustos, los hábitos y las preferencias.

Es determinante en este proceso identificar las principales fuentes de información y desarrollar las características de los servicios y productos de comunicación.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 11 de 27

Finalmente, es estratégico que la planeación de la comunicación se traslade al nivel operativo, esto es, que los compromisos de la alta dirección se articulen con el presente Plan de Comunicación Organizacional.

Asesoría: 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 2023, disponible [aquí](#). 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”.

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” (IDEP, 2022, p. 5).

Producción de contenido: este proceso está orientado a lograr, en diferentes formatos, una comunicación veraz, de interés, con principal énfasis en las audiencias del IDEP. En lo concerniente a contenidos escritos, debe siempre garantizar las cualidades técnicas del mensaje: bien redactado, con lenguaje claro, inclusivo, de actualidad y adecuado al canal. Para la elaboración siempre se deberán utilizar las fuentes informativas y citarlas con claridad, para que la información emitida esté respaldada.

Diseño gráfico y audiovisual: este proceso se orienta a garantizar la identidad de marca distrital e institucional, en estricto seguimiento a los manuales, las circulares y las directivas emitidas, tanto en las piezas gráficas, editoriales, POP, como en las sonoras y audiovisuales. Aquí se incluye la revisión y aprobación de la aplicación de la imagen del IDEP, y de sus proyectos, en actividades, eventos o publicaciones, en las piezas producidas por terceros, producto de las alianzas con entidades u organizaciones públicas, privadas o mixtas, formales e informales.

En aras de garantizar que a los productos puedan acceder todas las personas, siempre se deben garantizar los requerimientos mínimos de accesibilidad.

Divulgación/comunicación digital: el propósito de este proceso es consolidar un sistema de medios de comunicación interactivos y cercanos, con unidad narrativa, que promueva una comunidad digital dialogante, comprometida e interesada en el quehacer del IDEP, su misión y

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 12 de 27

su visión. Además, orientado a promover el uso y la apropiación del conocimiento generado y publicado por el Instituto.

Canales de Comunicación Externa

Página web: este canal difunde 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, sirve para dar cumplimiento a 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 Instituto; 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 se envía al correo webmaster@idep.edu.co.

Redes sociales: las acciones aplicadas a esta línea se desarrollarán a través de una estrategia digital para las plataformas X, Facebook e Instagram, y responden a los resultados del sondeo de comunicaciones del año 2023, así como al análisis de tendencias de formatos y experiencias de usuarios.

No obstante, se mencionan algunas precisiones: a través de estos medios 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 a una audiencia que demanda 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.

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 13 de 27

Para la planeación de la información que se divulga a través de las diferentes redes sociales, es necesario primero, definir los contenidos y segundo, alimentar con ellos una parrilla, en la que se determinan los días y las horas más apropiadas para su publicación.

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.

WhatsApp periodistas: este canal permite acciones de relacionamiento público con periodistas 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.

Para el uso de este canal se adelanta 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.

Productos de Comunicación Externa


Boletines 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 Distrital, del sector Educación y del IDEP.

Comunicados a la opinión pública: el comunicado a la opinión pública es un pronunciamiento oficial frente a un hecho determinado en el cual 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 inmediatez.

Notas periodísticas: 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 clave de la construcción narrativa

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 14 de 27

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. Busca contarles a los lectores historias inspiradoras en las que se muestran otras realidades y otros contextos. También presenta a la investigación y la innovación como un tema de múltiples contrastes temporales, vivenciales, en sintonía con la política educativa actual de la ciudad.

Pódcast: de acuerdo con el documento de estructura de pódcast (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.

Boletín *Hola Profe*: es el canal de comunicación directa con los y las docentes del Distrito en las 20 localidades de la ciudad. De circulación semanal, se apoya en plataformas de envío de correo masivo para informar sobre noticias, eventos, publicaciones, actividades y avances relacionados con la misionalidad del IDEP.


Incluye noticias con textos breves, fotografías y enlaces que facilitan la lectura y la ampliación de información en caso de ser requerido, siempre con el objetivo de apoyar la labor pedagógica del docente.

Eventos: son espacios presenciales, virtuales o híbridos que se crean para la socialización de programas, proyectos y acciones del Instituto, en coordinación con su población beneficiada o con entidades aliadas del orden distrital, nacional o internacional.

Su intención es visibilizar y posicionar la institución, por medio del intercambio de saberes y experiencias. Por eso, para cada uno se requiere el correcto uso y aplicación de su marca. La planeación se debe realizar con suficiente antelación y debe contemplar la elaboración de guiones, ayudas de memoria, recursos gráficos y audiovisuales, así como los equipos y demás ayudas necesarias para la puesta en escena. 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 2023, disponible [aquí](#).

Entrevistas: formato periodístico utilizado para abordar una temática, coyuntura, punto de vista o cualquier otro relacionado con el ámbito educativo y pedagógico, desde la perspectiva de un experto.

El abordaje de este género debe tener como soporte un ejercicio de investigación previa, así

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 15 de 27

como preguntas prediseñadas para su desarrollo. Es recomendable que no sean más de 10 interrogantes y que estos tengan una secuencia que oriente e interese al lector. Estas entrevistas, por lo general, alimentan la sección 'Aula a Fondo' del Magazín *Aula Urbana* y van acompañadas de fotos en primer plano del entrevistado, así como del contexto al que se refiere.

Seguimiento y evaluación a la Comunicación Externa

Por último, siguiendo el círculo virtuoso de la gestión pública, la Línea de Comunicación Externa incluye el seguimiento y la evaluación de los procesos, canales y productos, lo cual se realiza de manera permanente mediante el monitoreo de medios y el registro de impactos. Se complementa con reportes periódicos de la información gestionada y estadísticas de usuarios y manejo y circulación de información en los diferentes formatos y canales. En lo concerniente al ecosistema web, redes sociales y canales de la línea editorial, se generan reportes mensuales disponibles [aquí](#).

Estas acciones son las que responden al objetivo n.º 3 de la estrategia, que a la letra dice: **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.**

Línea Comunicación Interna


La comunicación interna está orientada a responder a las necesidades de comunicación que surgen de las áreas y los grupos de trabajo al interior del Instituto, dando a conocer información 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.

Esta línea es parte del proceso [PRO-DIC-01-11 Gestión de Comunicaciones](#), del IDEP, y está contemplada en el **objetivo n.º 1** del presente Plan Estratégico de Comunicación Organizacional 2023: **Diseñar, desarrollar y acompañar acciones de comunicación interna y externa, y de gestión del conocimiento, a través de la asesoría estratégica, para la promoción, difusión, posicionamiento y fortalecimiento institucional del IDEP.**

Tabla 3. Línea de Comunicación Interna.

Línea Comunicación Interna	
Proceso	Planeación
	Gestión de solicitudes y producción contenido
	Diseño gráfico y audiovisual
	Divulgación/comunicación digital
Canales	Correo masivo
	Carteleras

 <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: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 16 de 27

	<i>Wallpaper</i>
Productos	Boletín interno <i>Somos IDEP</i>
	Campañas internas
	Noticias
	Piezas gráficas
	Videos
	Eventos
Seguimiento y evaluación	Métricas consulta boletín interno. Número de solicitudes atendidas

Fuente: Elaboración equipo de comunicaciones IDEP.

Procesos de Comunicación Interna

Planeación: planear la gestión de la comunicación interna supone determinar las necesidades y expectativas institucionales en esta materia, para aportar estratégicamente a la consolidación y mejora continua del clima y la cultura organizacional. También, para el cumplimiento de metas, planes, programas y proyectos (PIGA, MIPG, etc.).

Es determinante en este proceso identificar las principales fuentes de información interna y acompañar la formulación de las acciones, productos de comunicación y gestión de canales.


Finalmente, es estratégico que la planeación de la comunicación se traslade al nivel operativo, esto es, que los compromisos de la alta dirección se articulen con el presente Plan de Comunicación Organizacional.

Gestión de solicitudes y producción de contenidos: para fortalecer la coordinación, pertinencia y calidad de acciones comunicativas internas y de divulgación del IDEP, desde la Estrategia 6, se plantea identificar las necesidades de las diferentes áreas y articular estratégicamente las acciones derivadas de las principales apuestas y directrices del Instituto.

A través de los correos de la estrategia de comunicaciones (prensa@idep.edu.co y 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 las actividades que

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 17 de 27

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.

Diseño gráfico y audiovisual: el objetivo es atender a las necesidades de comunicación de grupos diversos de trabajo al interior del Instituto (principalmente 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.

Divulgación/comunicación digital: el propósito de este proceso es consolidar un sistema de medios de comunicación interna interactivo y cercano, con unidad narrativa, que promueva la consolidación y mejora continua del clima y la cultura organizacional.

Canales de Comunicación Interna

Correo masivo: este es el principal canal oficial de comunicación con las colaboradoras y los colaboradores del IDEP. Su circulación es semanal y se puede apoyar en plataformas de envío de correo masivo para informar sobre noticias, eventos, publicaciones, actividades y avances relacionados con la misionalidad del IDEP.


Incluye noticias con textos breves, piezas de campaña, fotografías y enlaces que facilitan la lectura y la ampliación de información en caso de ser requerido, siempre con el objetivo de fortalecer la identidad y la apropiación con los asuntos del IDEP, el sector educativo y la ciudad.

Wallpaper: las pantallas de los computadores que hacen parte del inventario del Instituto, y específicamente los fondos de escritorio, también son un canal efectivo para la socialización de información entre sus colaboradores. Esta acción tiene el objetivo de lanzar, mantener y posicionar campañas internas y externas, en las que se busca la participación y el compromiso de todas las áreas del IDEP.

Las piezas gráficas que se aplican en los fondos de escritorio deben contar con las medidas adecuadas, así como una línea gráfica definida que se enmarque en el manual de imagen institucional; además de textos llamativos, cortos y sugestivos para quien lo vea. Puede complementarse con códigos QR o cualquier otra convención que permita ampliar la información, en caso de que así se requiera.

Cartelera: la cartelera digital corporativa es un canal dedicado a comunicar información de interés a los colaboradores del IDEP y a la ciudadanía que visita las instalaciones del Instituto. Puede dar a conocer servicios, misionalidad, novedades, actualidad e incluso recomendaciones y consejos útiles para quien la vea.

Al igual que los demás canales de comunicación, la cartelera digital corporativa debe aplicar el manual de imagen de la entidad y de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Su actualización debe ser periódica y siempre contener información actualizada.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 18 de 27

Productos de Comunicación Interna

Noticias: son anuncios breves acerca de eventos, avances de política, convocatorias e información de interés, entre otras, que se incluyen en el boletín interno y el grupo de WhatsApp, para el conocimiento del público interno de la entidad.

Su desarrollo debe cumplir con los criterios de coyuntura, oportunidad, claridad y brevedad, y responder a las preguntas clave de la construcción narrativa de una noticia: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo; utilizando como estructura la pirámide invertida.

Boletín interno: *Somos IDEP* es un producto de circulación digital semanal que se apoya en plataformas de envío de correo masivo, que permiten un diseño limpio, llamativo y de fácil lectura. Su objetivo principal es informar al equipo de colaboradores del IDEP.

Incluye noticias con textos breves, fotografías y enlaces que facilitan la lectura y la ampliación de información en caso de ser requerido, siempre con el objetivo de apoyar la labor pedagógica del docente.

Campañas internas: son acciones de comunicación que pueden combinar piezas gráficas, noticias, videos, eventos, entre otras, para responder a objetivos de difusión, visibilidad, posicionamiento, lanzamiento, relanzamiento o sostenimiento de un proyecto.


Su realización requiere suficiente planeación, información, tiempo y coordinación para ser efectiva, por lo que se requiere que sea un ejercicio articulado entre el equipo y los interesados.

Piezas gráficas: son composiciones visuales (fotografías, ilustraciones y/o textos), que dan a conocer mensajes institucionales. Dependiendo de la acción comunicativa que se requiera, estas pueden ser folletos, tarjetas, *brochures*, pendones, infografías, afiches, volantes, entre otras, distribuidos de manera física o virtual.

Estas siempre deben incluir la marca distrital e institucional, en estricto seguimiento a los manuales, circulares y directivas emitidas; su publicación está sujeta a los procesos de revisión y aprobación mencionados en el apartado de procesos. En aras de garantizar que a los productos puedan acceder todas las personas, se deben siempre garantizar los requerimientos mínimos de accesibilidad.

Videos: son productos de comunicación audiovisual que, al igual que las piezas gráficas, pueden incluir fotografías, ilustraciones, texto, imágenes diseñadas y audios, para dar a conocer mensajes asociados al quehacer del instituto.

Estas siempre deben incluir la marca distrital e institucional, en estricto seguimiento a los manuales, circulares y directivas emitidas; su publicación está sujeta a los procesos de revisión y aprobación mencionados en el apartado de procesos. En aras de garantizar que a los productos puedan acceder todas las personas, se deben siempre garantizar los requerimientos mínimos de

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 19 de 27

accesibilidad.

Eventos: son espacios presenciales o virtuales que se crean para la socialización de programas, proyectos y acciones del Instituto, dirigidos a su público interno.

Al igual que en la línea de comunicación externa, su planeación se debe realizar con suficiente antelación y debe contemplar la elaboración de guiones, ayudas de memoria, recursos gráficos y audiovisuales, así como los equipos y demás ayudas necesarias para su puesta en escena. 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 2023, disponible [aquí](#).

Seguimiento y evaluación a la Comunicación Interna

Dentro de las acciones de seguimiento a esta línea se encuentra el diligenciamiento de las solicitudes realizadas por las diferentes áreas del Instituto al equipo de comunicaciones. Se trata de una matriz diligenciada por los profesionales del equipo de comunicaciones, luego de adelantar el proceso de asesoría a las áreas solicitantes.

Entre otras ventajas, permite identificar el volumen de trabajo que llega al equipo, coordinar tiempos de entrega y tomar acciones preventivas y de mejora durante el año en vigencia. Se puede acceder a esta herramienta [aquí](#).


Estas acciones responden al objetivo n.º 3 de la estrategia, que a la letra dice: **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.**

Se complementa con reportes periódicos de la información gestionada y estadísticas de usuarios, manejo y circulación de información en los diferentes formatos y canales. En lo concerniente al ecosistema web, redes sociales y canales de la línea editorial, se generan reportes mensuales disponibles [aquí](#).

Línea editorial

Tabla 4. Línea editorial.

	Línea editorial
Procesos	Planeación
	Convocatoria
	Producción de contenido
	Diseño gráfico y audiovisual
	Divulgación/comunicación digital
	CRIIE
	OJS
	Correo electrónico masivo

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 20 de 27

Canales	Libros
	<i>Magazín Aula Urbana</i>
	<i>Revista Educación y Ciudad</i>
	Alertas bibliográficas
Productos	
Seguimiento y evaluación	Métricas OJS, CRIIE (Consultas y descargas)

Fuente: Elaboración equipo de comunicaciones IDEP.

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, distribuir y/o 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 contemplan los podcast, blogs u otros productos, cuyas características se señalan a continuación.

Esta línea es parte del proceso [PRO-DIC-01-09 Gestión de Publicaciones](#), del IDEP, y está contemplada en el **objetivo n.º 2** del presente Plan Estratégico de Comunicación Organizacional: ***Realizar la planeación, producción editorial, divulgación y distribución de las publicaciones impresas y/o digitales, periódicas y no periódicas, para garantizar el acceso a los ciudadanos y públicos objetivo del trabajo misional del IDEP.***


Procesos editoriales

Planeación: adelantado en el marco del Comité Académico del IDEP y de manera articulada con todas las áreas responsables, el proceso de planeación de publicaciones se efectúa al inicio de cada vigencia. Aquí se tiene en cuenta la proyección del número de libros, revistas y magazines que se producirán y publicarán por parte del equipo de comunicaciones; los programas, proyectos, participantes y recursos para su desarrollo también hacen parte de este proceso. En él se debe tener en cuenta lo dispuesto en el documento [PRO-DIC- 01-12 Procesamiento Técnico y Físico Publicaciones CEDOC](#).

Convocatoria: para la revista *Educación y Ciudad* se adelantan dos convocatorias al año, en las cuales se dan a conocer los términos y condiciones de participación. Estas son publicadas a través de la página web del Instituto y divulgadas a través de sus diferentes canales. Para conocer los pasos de este proceso se estableció la guía [GU-DIC-01-01 para la elaboración de la convocatoria y postulación de artículos de la Revista Educación y Ciudad](#).

Producción de contenido: una vez definido el Plan de Publicaciones de la vigencia, el equipo de comunicaciones inicia el acompañamiento en la producción, edición, corrección y aprobación de los contenidos que se compilarán en los libros, magazines y revistas de la vigencia correspondiente.

Aquí se debe tener en cuenta lo dispuesto en el documento [IN-DIC-01-03 Instructivo de](#)

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 21 de 27

[precatalogación en el catálogo digital KOHA](#)

Diseño gráfico y audiovisual: el diseño y la diagramación de las publicaciones es liderado por el equipo de comunicaciones del IDEP y, en algunos casos, coelaborado por parte de un aliado externo. Aquí se debe tener en cuenta el cumplimiento de lo establecido en el manual de imagen del IDEP y de uso de marca de la Alcaldía Mayor de Bogotá, así como el documento [PRO-DIC-01-12 Procesamiento Técnico y Físico Publicaciones CEDOC](#).

Divulgación/comunicación digital: la divulgación de las publicaciones a través de los diferentes canales y productos con que cuenta el Instituto debe ser concertada en articulación con las áreas participantes y dadas a conocer con anticipación y claridad. Estas acciones también se deben alimentar en la matriz de seguimiento de necesidades del proceso de comunicaciones.

Canales de distribución

CRIIE: el Centro de Recursos para la Investigación y la Innovación Educativa es el espacio en el cual el IDEP gestiona y almacena el conocimiento producido a través de libros, revistas, videos, cursos, moodles, sitios web, audios, podcasts y demás recursos relacionados. Para su adecuada gestión se debe tener en cuenta lo consignado en el documento [FT-DIC-01-02 Planilla de entrega de publicaciones del Centro de Recursos para la Investigación e Innovación Educativa \(CRIIE\)](#) y el documento [DOC-DIC-01-01 Protocolo de uso del Centro de documentación](#).

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, para consulta y disfrute de contenidos de alto impacto, con más de 1.200 libros, 550 informes de investigación, 250 videos, 400 artículos de revistas, entre otros.

OJS: *Open Journal Systems*, por su sigla en inglés, es un software de código abierto para la administración y gestión de revistas en línea. Proporciona a los editores de revistas una serie de herramientas y funciones para administrar todo el proceso de publicación, desde la presentación de artículos hasta su revisión por pares, edición, publicación y archivado. Esta plataforma permite la creación de un flujo de trabajo eficiente y transparente, ayudando a agilizar los procesos editoriales y mejorar la visibilidad y accesibilidad de los contenidos publicados.

Correo electrónico masivo: para la gestión adecuada de este canal, desde la línea editorial se debe tener en cuenta lo consignado en el documento [MN-DIC-01-04 Manual técnico para la administración y el uso del servicio tecnológico para la remisión masiva de correos electrónicos](#).

Productos editoriales

Libros impresos o digitales

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 22 de 27

Desde este eje se adelanta la edición, diseño y diagramación, publicación y divulgación de libros, cuyos textos han sido elaborados desde diferentes proyectos. Para la posterior promoción y socialización de la actividad editorial, se suma 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 aportes a la construcción social del conocimiento educativo y pedagógico.

En ese sentido, desde la estrategia se propone:


- Visibilizar, a través de publicaciones, las producciones de comunidades 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: catalogo.idep.edu.co

Magazín *Aula Urbana*

El Magazín *Aula Urbana* es un producto editorial desarrollado en medio interactivo, relacionado con el acontecer pedagógico y educativo de la ciudad de Bogotá, el cual nace en 1997, año desde el cual han circulado 129 ediciones. A partir de 2021 se implementa en formato digital con nuevo diseño, contenidos, secciones y estructura. Para la vigencia 2024 se ha proyectado una producción de tres números anuales.

Son propósitos del Magazín *Aula Urbana*:

- Ofrecer a docentes y a directivos y directivas 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 y estrategias que den cuenta de avances y resultados.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 23 de 27

- 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), información de servicios, publicaciones y campañas adelantadas por el IDEP, así como la visibilización de la práctica pedagógica e investigativa de las maestras y los 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: <https://revistas.idep.edu.co/index.php/mau>

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) la distribución (en formato digital), la difusión, socialización o presentación, la gestión de la indexación de la revista y la actualización de los contenidos en el aplicativo OJS y en las bases de datos donde se requiera. Adicionalmente, atención permanente a los autores, lectores, evaluadores y miembros del comité editorial.

Nota: las características técnicas y de contenido de la revista se encuentran en los documentos publicados en el sitio web: <https://revistas.idep.edu.co/>. 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, la descarga y la 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 a difundir, además de las convocatorias respectivas, la información para postular artículos académicos, los procesos de evaluación y arbitraje, la política editorial y, por

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 24 de 27

supuesto, su inclusión en diversos índices e indexaciones que posee, pasa por la promoción de los artículos académicos y sus autores, su pertinencia y aportes, entre otros.

Boletín Alerta Bibliográfica

El Centro de Documentación del IDEP difunde periódicamente a la ciudadanía, través del [Boletín de Alertas Bibliográficas](#), las últimas publicaciones en cuanto a material bibliográfico y hemerográfico, adquirido por compra, donación o canje, así como los últimos proyectos de investigación, innovación y sistematización, financiados por el Instituto, que se encuentran disponibles para consulta. En este espacio se puede consultar, además, el listado de material audiovisual custodiado por la Dirección del Archivo de Bogotá.

Seguimiento y evaluación a los procesos editoriales

Estas acciones son las que responden al objetivo n.º 3 del presente Plan, que a la letra dice: ***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.***

En cuanto al proceso de convocatoria de la revista *Educación y Ciudad* se cuenta con una matriz de seguimiento que es diligenciada por el profesional encargado en el equipo de comunicaciones, quien es responsable de incluir datos del solicitante, temática, fechas de inicio y de cierre, y canales de publicación, para su correcto seguimiento. Dicha información se consigna en el documento [FT-DIC-01-07 Matriz de seguimiento a la postulación de artículos a la revista Educación y ciudad](#).


De manera adicional, se hace seguimiento a la satisfacción de usuarios de la Revista *Educación y Ciudad* a través del documento [FT-DIC-01-06 Encuesta de satisfacción de usuarios del IDEP postulación artículos revista Educación y Ciudad](#).

Para la producción editorial también se hace seguimiento al correcto uso de la imagen institucional, a través del documento [FT-DIC-01-03 Lista de verificación de lineamientos del Manual de imagen Alcaldía Mayor de Bogotá para la publicación de imágenes y/o textos](#).

Se complementa con reportes periódicos de la información gestionada y estadísticas de usuarios y manejo y circulación de información en los diferentes formatos y canales. En lo concerniente al ecosistema web, redes sociales y canales de la línea editorial se generan reportes mensuales disponibles [aquí](#).

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, los medios, los recursos y el personal.

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 25 de 27

Reunión equipo de la estrategia

Este equipo planeará, desarrollará y hará seguimiento a las acciones adelantadas en el marco de este Plan Estratégico de comunicación, divulgación y socialización, mediante reuniones ordinarias semanales o extraordinarias cada vez que se requieran.

Comité Académico

En el marco de este Comité, presidido por la Subdirección Académica, y en atención a las funciones descritas el artículo 4 de la Resolución 75 de 2010, se podrán adelantar las siguientes acciones:

- 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. Así mismo, 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.

Consideraciones éticas y manejo de datos personales

El equipo de planta y los contratistas vinculados a la estrategia deben realizar sus funciones u objetos contractuales, siempre garantizando la absoluta confidencialidad y reserva.

Cumplirán con el Código de Buen Gobierno adoptado mediante Resolución No. 045 de 2017 y

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 26 de 27

el plan de gestión ética, publicados en la página web de la entidad, así como las demás políticas relacionadas con la medición del índice de transparencia. Así mismo, con las normas jurídicas y principios que protegen los derechos morales y patrimoniales que la ley concede a los autores de obras o creaciones y responderán por cualquier reclamo que en materia de derecho de autor se llegue a presentar, exonerando al Instituto de cualquier responsabilidad por tal hecho. Para ello deberán garantizar que toda publicación que realice o gestione cuente con la debida autorización, de acuerdo con los procesos y procedimientos definidos por la entidad.

También, darán buen uso y custodia a los bienes y elementos que el Instituto les entregue. Responderán por los documentos físicos o magnéticos que les sean entregados o que elaboren en desarrollo de su labor, certificando que reposen en la dependencia correspondiente. En concordancia, darán cumplimiento a las políticas de seguridad de los activos de información y el uso adecuado del internet y del correo electrónico que fije la entidad, en cualquier sentido.

Nadie del equipo podrá divulgar a terceras partes procedimientos, métodos, características, suministros, software, base de datos de cualquier índole, valores de bienes y servicios, información técnica o financiera y demás información considerada como confidencial o a la que sea autorizado acceder por parte del IDEP.

Quienes intervengan en el proceso de comunicación y divulgación deberán, en toda circunstancia, mantener libre al Instituto de cualquier daño o perjuicio originado de reclamaciones provenientes de terceros y que se deriven de la ejecución de sus funciones u obligaciones.

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.

Castelblanco, L, y Bonilla, K. (2010). Dinámicas de comunicación en el entorno organizacional. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana – Bogotá).

Demers, F. y Lavigne. A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, 4(8). 65-87.
<https://doi.org/10.32870/cys.v0i8.3830>

Departamento Administrativo de la Función Pública (2020). Lineamiento Técnico de Gestión del Conocimiento y la Innovación. DAFP.
<https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/que-es-gestion-del-conocimiento>

	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Código: PL-DIC-01-01
		Versión: 7
		Fecha aprobación: 24/04/2024
		Página 27 de 27

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.

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2020b).

Manual de Marca. IDEP.

Instituto para la Investigación Educativa y el Desarrollo Pedagógico (2022). Instructivo para la solicitud de publicaciones en el ecosistema web. https://www.idep.edu.co/sites/default/files/2023-05/IN-DIC-01-02%20Instructivo%20para%20la%20Solicitud%20de%20Publicaciones%20en%20el%20Ecosistema%20Web_2.pdf

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (2010). Estrategia nacional de apropiación social de la ciencia, la tecnología y la Innovación. Minciencias. https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/estrategiana_cional-ascti.pdf