

 COLOMBIA POTENCIA DE LA VIDA	 Deporte	POLITICA EDITORIAL	Código: GC-PO-001
			Versión: 10
			Fecha: 10/Ene/2023

TABLA DE CONTENIDO

<u>1. Objetivo</u>
<u>2. Alcance</u>
<u>3. Definiciones</u>
<u>4. Consideraciones básicas</u>
<u>4.1 Directrices Generales de Comunicaciones</u>
<u>4.2 Manejo de la información en la página Web</u>
<u>4.2.1 Generalidades</u>
<u>4.2.2 Alimentación de la información</u>
<u>4.2.3 Actualización de contenidos</u>
<u>4.2.4 Comprensión y facilidad de uso</u>
<u>4.2.5 Vigencia, relevancia y verificación</u>
<u>4.2.6 Sin discriminaciones</u>
<u>4.2.7 Privacidad</u>
<u>4.2.8 Audio, fotografía y Video</u>
<u>4.2.9 Derechos</u>
<u>4.2.10 Desde el Plan Operativo Sistema de Gestión MIPG</u>
<u>4.2.11 Orientaciones operativas</u>
<u>4.3 Comunicaciones externas</u>
<u>4.3.1 Del uso de la información</u>
<u>4.3.2 Manejo de redes sociales</u>
<u>4.3.3 Información Institucional</u>
<u>4.3.4 Información por medios electrónicos</u>
<u>4.3.5 Sobre las declaraciones oficiales ante medios de comunicación</u>
<u>4.3.6 Elaboración de material informativo y uso de otras piezas de comunicación</u>
<u>4.3.6.1 Insumos para vocero o elaboración de discursos</u>
<u>4.3.6.2 Elaboración de boletines de prensa</u>
<u>4.3.7 Cubrimiento de eventos y manejo de protocolo</u>
<u>4.3.7.1 Generalidades</u>
<u>4.3.7.2 Protocolo en eventos</u>
<u>4.3.7.3 Tareas específicas para la organización de eventos</u>
<u>4.3.7.4 Para ruedas de prensa</u>
<u>4.3.7.5 Registro y divulgación de información</u>
<u>4.3.7.6 Para eventos externos</u>
<u>4.3.8 Manejo y solicitud de imágenes</u>
<u>4.3.8.1 Para la elaboración de piezas audiovisuales</u>
<u>4.3.8.2 Para la elaboración de diseños e impresos</u>
<u>4.3.8.3 Imagen Corporativa</u>
<u>4.3.8.4 Autorización derecho del uso de la imagen</u>
<u>4.3.9 Participación Ciudadana</u>
<u>4.3.10 Rendición de Cuentas</u>
<u>4.4 Comunicaciones Internas</u>
<u>4.4.1 Generalidades</u>
<u>4.4.2 Intranet corporativa</u>
<u>4.4.3 Detección de las necesidades de comunicación</u>
<u>4.4.4 Medios de comunicación interna</u>
<u>4.4.5 Pautas para la utilización del correo masivo</u>
<u>4.4.6 Diligenciamiento matriz de comunicaciones</u>
<u>4.4.7 Plantillas de comunicaciones oficiales y de actos administrativos para uso general de la entidad</u>
<u>4.4.8 Lista de cargos autorizados para firmar comunicaciones oficiales externas enviadas por Gesdoc</u>
<u>4.5 Correo electrónico</u>
<u>4.5.1 Generalidades</u>
<u>4.5.2 Lineamientos para su uso</u>
<u>4.5.3 Firma</u>
<u>4.6 Lenguaje hacia la ciudadanía</u>
<u>4.6.1 Acciones para brindar una información clara</u>
<u>4.6.2 Características de información</u>
<u>4.6.3 Lineamientos de estilo y lenguaje</u>

5. Uso del lenguaje no sexista
5.1 El lenguaje de género incluyente
5.2 Sexismo en las imágenes
6. Medición y evaluación
6.1 Evaluación y medición de la comunicación interna
6.1.1 Encuesta de percepción dirigida a colaboradores
6.1.2 Métricas de la intranet
6.2 Evaluación de la comunicación externa
6.2.1 Encuesta de percepción dirigida a periodistas de medios de comunicación
6.2.2 Métricas de redes sociales
7. Verificación de los documentos de la Gestión de Comunicaciones
7.1 Actualización de los documentos de la Gestión de Comunicaciones
7.2 Socialización
7.3 Evaluación de la Política Editorial
8. Salvaguardar la información
8.1 Activos de información del GIT de Comunicaciones
8.2 Uso de las herramientas tecnológicas
9. De los comités
9.1 Lineamientos del Comité Institucional de Coordinación de Control Interno
10. Referencias
11. Anexos

1. Objetivo

Exponer las directrices aplicables a la entidad en materia de comunicaciones internas y externas, en el uso de la imagen institucional y en el manejo de los canales de información.

2. Alcance

Inicia con lo establecido por la Presidencia de la República, la legislación asociada a transparencia, estrategias de Gobierno Digital, GESDOC, plan de acción, estilo en la producción de contenidos periodísticos, derechos de autor, continúa con la socialización y aplicación de los procedimientos de proyección de la imagen, incluye la inclusión de obligaciones relacionadas con comunicaciones en convenios o contratos, cubrimiento de eventos y producción de información, medición y evaluación, continua con la verificación y actualización de los documentos de la Gestión de Comunicaciones, la evaluación de la Política y termina con salvaguardar la información. Abarca todos los procesos de la entidad, así como a los miembros del Sistema Nacional del Deporte (SND).

NOTA: Alcance de las comunicaciones internas lideradas por el GIT Comunicaciones:

El GIT Comunicaciones tendrá bajo su responsabilidad ofrecer servicios relacionados con la publicación, socialización y difusión de información de interés general (no individual o de interés personal), de tipo noticioso y de carácter informativo, dirigida a los colaboradores de la entidad.

En tal sentido, estará a cargo de manejar los canales de información corporativos tales como: página web (actualización de contenidos), redes sociales, correo de comunicaciones internas e intranet. Derivado de esta responsabilidad, estará en capacidad de diseñar campañas internas de comunicación que refuercen los valores corporativos y afiancen los procesos transversales o misionales para ampliar el sentido de pertenencia de los colaboradores con la entidad. En ningún caso, el GIT Comunicaciones será el responsable del seguimiento del cumplimiento de lineamientos, directrices y procedimientos organizacionales relacionados con el Sistema de Gestión Documental.

Los servicios, las campañas y los productos informativos o noticiosos, dependerán de las solicitudes hechas por las áreas.

3. Definiciones

. **Boletín:** publicación distribuida de forma regular, del interés general, dirigida a los colaboradores de la entidad, a los medios de comunicación y a la ciudadanía en general, que proporciona información actual de la gestión del Ministerio del Deporte.

. **Campaña:** estrategia que se utiliza para dar a conocer un tema en específico solicitado por un área técnica o grupo interno de trabajo, la cual se divide en tres fases: expectativa, ejecución y resultados.

. **Cartelera:** estructura colgantes o electrónica que se ubica normalmente en paredes o en espacios bien visibles de la entidad, en las cuales se publican avisos, notificaciones, fechas y diferente información importante para que los clientes puedan acceder a ella y estar al tanto de los datos transmitidos.

. **Circular:** documento que es preparado para dar a conocer disposiciones de carácter oficial que deben cumplirse al pie de la letra.

. **Colaborador:** hace referencia a funcionarios y contratistas de la entidad.

. **Comunicado oficial:** publicación producto de las decisiones institucionales sobre las políticas públicas y actuaciones de la entidad.

. **Comunicación:** es el proceso que permite dar a conocer la información de manera lógica, clara y oportuna entre un emisor y uno o varios receptores, ya sea en forma oral, escrita o cualquier otro medio, con la finalidad de que exista retroalimentación entre las dependencias.

- . **Comunicación interna** : los servicios que ofrece relacionados con la publicación, socialización y difusión de información de interés general (no individual o de interés personal), de tipo noticioso y de carácter informativo, dirigida a los colaboradores de la entidad.
- . **Community Manager**: o CM es el profesional responsable de gestionar, construir y administrar las redes sociales, creando contenidos para mantener el interés y las relaciones con los clientes. Incluye la distribución y publicación de contenidos, monitoreo, interacción y producción, así como la estrategia de redes sociales.
- . **Diseño**: resultado final de un trabajo creativo que contiene imágenes y texto diagramados, de manera armónica, que forman composiciones con información sobre algún tema.
- . **Estrategia Anual de Comunicaciones**: es el conjunto de acciones de comunicación externa orientadas a la difusión de los resultados de gestión de la alta dirección y de las áreas misionales del Ministerio del Deporte. Define las plataformas y medios de comunicación (prensa, radio, televisión y canales digitales), en los que se publica. Este plan establece la mejor combinación de medios posible para lograr los objetivos de las diferentes campañas de la entidad.
- . **Evaluar**: La Real Academia de la Lengua lo define como: estimar, apreciar, calcular el valor de algo. En comunicación implica efectuar un proceso de medición, valoración o revisión de la percepción-satisfacción de los procesos informativos y su repercusión en los niveles de calidad en sus productos y servicios.
- . **Guía del Sistema Gráfico**: documento elaborado por la Presidencia de la República, con el fin de facilitar la correcta actuación de las diferentes entidades de gobierno sobre la correcta aplicación de los elementos básicos de identidad visual corporativa y que constituye la única referencia válida sobre normas gráficas en el gobierno nacional.
- . **Intranet**: herramienta corporativa que permite tener en un solo lugar la información de las diferentes áreas de la entidad, los boletines, las fotos, los videos, las aplicaciones más utilizadas, la información institucional, los principales servicios para los colaboradores y el acceso a las redes sociales entre otros.
- . **Mailing**: utilizado para enviar información, en texto o imagen, por correo electrónico, con el fin de mantener la inmediatez y oportunidad en los mensajes internos.
- . **Medio de difusión**: son las diferentes vías por las que se transmite información.
- . **Manual de Comunicaciones Internas**: establece las directrices generales para el manejo efectivo de la comunicación interna, asociado a todos los procesos que hacen parte de la entidad, en el marco de las funciones, responsabilidades y la normatividad aplicable.
- . **Nota de prensa**: documento que se prepara para los medios de comunicación, que contiene la noticias a través de las cuales se realiza la difusión de la gestión en materia de Posicionamiento y Liderazgo Deportivo, Recursos y Herramientas del Sistema Nacional del Deporte; Inspección, Vigilancia y Control; Fomento y Desarrollo, Relaciones Internacionales, Viceministerio y programas estratégicos y de apoyo inherentes a la misionalidad Ministerio del Deporte.
- . **Página Web**: sitio en Internet de una entidad, actividad o evento.
- . **Pieza gráfica**: resultado de un trabajo creativo que contiene imágenes y texto diagramados de manera estética, funcional y técnica, formando una composición visual con información sobre algún tema en específico.
- . **Plan Operativo Anual de Comunicaciones Internas**: es un documento formal en el que se enumeran, por parte de los responsables de las comunicaciones internas del GIT Comunicaciones, los objetivos, metas, actividades, productos e indicadores a cumplir durante cada vigencia. El plan operativo anual debe estar perfectamente alineado con la Política Editorial y su especificación sirve para concretar, además de los objetivos a conseguir cada año, la manera de alcanzarlos.
- . **Webmaster**: profesional encargado de administrar un sitio web y esta al tanto con el desarrollo de la página.

4. Consideraciones básicas

La comunicación en el sector público tiene una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la entidad con su entorno y con los grupos de valor. La generación de políticas y directrices facilitan la divulgación de los resultados de la gestión misional y administrativa y permite la determinación de las mejoras necesarias sobre las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas, en este caso del Sistema Nacional del Deporte.

A partir de la implementación de dichas políticas, se trabaja por mejorar la transparencia frente a la ciudadanía y al sector, se establecen acciones para el buen uso de la imagen institucional y se administran las relaciones en comunicación, atendiendo a lo establecido dentro de los documentos básicos, a saber: Estrategia Anual de Comunicaciones (comunicaciones externas), Manual de Comunicaciones Internas, Plan Operativo Anual de Comunicaciones Internas y la Guía de Sistema Gráfico, con los cuales se formaliza y complementa esta Política de Editorial facilitando el cumplimiento de los objetivos institucionales y sociales en concordancia con lo establecido en los artículos 36 y 37 de la Ley 489 de 1998.

Con base en lo anterior, el Ministerio del Deporte ha definido la presente Política, el cual contiene los lineamientos de comunicación interna y externa, que favorecen el desarrollo y manejo de los diferentes canales y medios de información, a la vez que fortalece la cultura y los valores de la entidad, a fin de optimizar su clima organizacional, la calidad de sus servicios y el buen uso de la imagen institucional.

El cumplimiento de esta Política es indispensable para entender los procedimientos que se deben seguir para dar cumplimiento a la política, para la generación de confianza en la comunicación dirigida a las partes interesadas y para el diseño y ejecución de estrategias comunicacionales dirigidas a los públicos internos y externos.

En la Política, se especifican los detalles que se deben tener en cuenta a la hora de elaborar las diferentes piezas de comunicación de la entidad: invitaciones, cartas, libros, guías, manuales, cartillas, logotipos, publicación y actualización de la página web considerando los lineamientos del Manual de Gobierno Digital (MinTIC), presentaciones, comunicados de prensa, boletines, videos institucionales, comerciales de televisión, cuñas de radio, avisos publicitarios, entre otros materiales promocionales, como material POP de cada uno de los programas y, en general, cualquier pieza que se maneje en el marco de la realización de eventos deportivos nacionales e internacionales que deben cumplir con protocolos específicos, en relación con el manejo de la imagen y derechos de uso de las mismas. Se especifica la función de los voceros de la entidad, el manejo de las comunicaciones internas, los protocolos y se articulan los lineamientos que en materia de comunicaciones se manejan desde Tics, GESDOC, Calidad, Servicio Integral al Ciudadano, Talento Humano, Gobierno Digital y la Presidencia de la República.

4.1 Directrices Generales de Comunicaciones

• Desde lo estratégico:

- . La gestión comunicacional del Ministerio del Deporte está enfocada a la construcción de identidad y hacia el reconocimiento y posicionamiento de la imagen institucional.
- . La comunicación es en doble vía, por lo tanto, el Ministerio genera espacios de participación ciudadana que permiten una retroalimentación con los diferentes grupos de interés públicos y privados para la comunicación enfocada al servicio.

• Desde la generación de confianza a través de la comunicación:

La comunicación del Ministerio del Deporte está enfocada a la construcción de confianza, desde el fortalecimiento de las relaciones al interior y exterior de la organización, y con las diferentes partes interesadas, a través de:

- . El diálogo, la transparencia, el flujo de la información con calidad y oportunidad, el buen trato y la atención eficiente a la ciudadanía.
- . Los mensajes que se emiten deben ser coherentes con los objetivos misionales del Ministerio del Deporte, con la gestión ética y con los estilos de dirección, conservando la identidad.
- . La difusión oportuna de las acciones que dan cuenta del cumplimiento de la misión desde el liderazgo del equipo directivo y las buenas relaciones con todos los grupos de interés.

• Desde el diseño y ejecución del plan de comunicaciones

Las estrategias y actividades de comunicación internas y externas del Ministerio del Deporte se realizan de acuerdo con la Política Editorial y con lo establecido en la Estrategia Anual de Comunicaciones y el Manual de Comunicaciones Internas. La comunicación con los diferentes públicos internos y externos debe guardar los siguientes parámetros:

- . El Ministerio del Deporte cuenta con el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, encargado de establecer las directrices, vigilar y evaluar el cumplimiento de lo emanado de la Política Editorial y de los lineamientos de los documentos derivados del mismo.
- . Para la realización de escritos se debe utilizar un lenguaje claro, sencillo, sin utilizar tecnicismos, donde se incorporen las orientaciones para desarrollar un lenguaje incluyente y una comunicación no sexista, con el fin de que sea entendible por todos los públicos internos, externos y grupos de interés.
- . Toda información masiva que se emita de las diferentes áreas del Ministerio del Deporte con fines de difusión a través de los medios de comunicación debe centralizarse en el GIT de Comunicaciones.
- . Las publicaciones como cartillas, libros, folletos, manuales y material POP deben entregarse para revisión por los profesionales del GIT de Comunicaciones y antes de su producción deben contar con su visto bueno.
- . Cada dependencia deberá enviar con anterioridad a la Coordinación de Comunicaciones sus necesidades o proyectos comunicacionales de acuerdo con sus actividades, según lo establecido en la Matriz de Comunicaciones y en los procedimientos determinados por el Grupo.
- . La Coordinación del GIT de Comunicaciones realizará seguimiento al cumplimiento de los cronogramas de entrega de los insumos requeridos para la construcción de las distintas piezas gráficas y audiovisuales, notas de prensa, y parrillas de contenidos digitales, para hacer una difusión oportuna de la información en las distintas plataformas dispuestas para tal fin. Este se hará a través de mesas de trabajo o reuniones, de las que deberá quedar evidencia mediante un acta. Esta acción minimizará los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.
- . Tanto la Política Editorial, como los demás documentos derivados del mismo, debe alinearse con las políticas trazadas y aprobadas por el despacho del ministro (a).

Nota: la Coordinación del GIT de Comunicaciones, cada vez que se requiera debe verificar que las estrategias de comunicaciones que se construyan para difundir la información estén alineadas con los objetivos misionales de la entidad, las políticas de Gobierno Nacional y la Política Editorial. Esto se hará mediante las revisiones de dichas estrategias y de ser necesario se retroalimentará a los involucrados para que los documentos, comunicaciones, notas de prensa y piezas gráficas o audiovisuales cumplan con los controles, la calidad, oportunidad y lineamientos dispuestos por la Alta Consejería y la Alta Dirección. Esta acción minimizará los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.

• Desde las comunicaciones internas

La comunicación interna se ejerce con actividades que se realizan al interior del Ministerio del Deporte para mantener las buenas relaciones entre la comunidad institucional (o los servidores y contratistas que conforman la entidad), a través de la circulación de mensajes que se transmiten por medios internos comunicacionales. El fin es proporcionar información, interacción y motivación para alcanzar los objetivos estratégicos de la entidad y las metas establecidas.

. El Ministerio del Deporte genera acciones de comunicación para fomentar en los servidores un sentido de pertenencia y una cultura organizacional en torno a una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia contribuyendo al fortalecimiento continuo del clima laboral.

. El Ministerio del Deporte cuenta con espacios y medios de comunicación internos que permiten dar respuesta a los requerimientos y necesidades comunicacionales que se presentan y que se solicitan por las áreas.

. Cada dependencia del Ministerio del Deporte debe tener un responsable que se encarga de valorar con la Coordinación del GIT Comunicaciones la información que se genera al interior de cada uno de los proyectos, programas y planes de acción.

. Los colaboradores (funcionarios y contratistas) del GIT de Comunicaciones atienden oportunamente los requerimientos internos, cumpliendo con los tiempos de respuesta, establecido por el Plan de Comunicaciones.

. La información al interior del Ministerio del Deporte circula en todos los sentidos, descendente (se transmite de acuerdo a la jerarquía y el nivel de subordinación), ascendente (se transmite del subordinado al nivel jerárquico), cruzada (se transmite entre coordinadores y subordinados), y horizontal (se transmite entre los mismos niveles jerárquicos y subordinados), de esta manera los funcionarios y contratistas de todos los niveles pueden contar con información para tomar decisiones efectivas.

. La Coordinación del GIT Comunicaciones fomenta estrategias, con apoyo del GIT Talento Humano y el proceso de Direccionamiento Estratégico y Aprendizaje Organizacional, actividades de comunicación para fortalecer la inducción y la re-inducción de funcionarios y contratistas, con el fin de apropiar la misión, visión, objetivos y política de calidad del Sistema de Gestión de la Entidad.

. La comunicación interna en el Ministerio del Deporte identifica los siguientes grupos de interés a nivel interno: ministro (a), dependencias de la entidad, procesos del Sistema de Gestión, trabajadores y proveedores.

NOTA: Alcance de las comunicaciones internas lideradas por el GIT Comunicaciones:

El GIT Comunicaciones tendrá bajo su responsabilidad ofrecer servicios relacionados con la publicación, socialización y difusión de información de interés general (no individual o de interés personal), de tipo noticioso y de carácter informativo, dirigida a los colaboradores de la entidad.

En tal sentido, estará a cargo de manejar los canales de información corporativos tales como: página web (actualización de contenidos), redes sociales, correo de comunicaciones internas e intranet. Derivado de esta responsabilidad, estará en capacidad de diseñar campañas internas de comunicación que refuercen los valores corporativos y afiancen los procesos transversales o misionales para ampliar el sentido de pertenencia de los colaboradores con la entidad. En ningún caso, el GIT Comunicaciones será el responsable del seguimiento del cumplimiento de lineamientos, directrices y procedimientos organizacionales relacionados con el Sistema de Gestión Documental.

Los servicios, las campañas y los productos informativos o noticiosos, dependerán de las solicitudes hechas por las áreas.

• *Desde las comunicaciones externas*

La comunicación externa está dirigida a: la ciudadanía, gremios, operadores de convenios, gobierno nacional, departamental y regional, beneficiarios, grupos de valor, miembros del Sistema Nacional del Deporte, a través de los medios de comunicación, la página web y las redes sociales, las cuales permiten mayor interacción con ellos.

La comunicación externa del Ministerio del Deporte garantiza la difusión de información de la gestión de la entidad en forma amplia y transparente. El objetivo es lograr una gestión eficiente que beneficie al ciudadano, visibilice el sector que impulsa planes, programas y proyectos en materia del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la actividad cohesión social mediante la participación de los actores públicos y privados.

Para una efectiva comunicación externa se deben seguir las siguientes directrices:

. Las áreas del Ministerio del Deporte, en coordinación con el GIT Comunicaciones, promueven acciones comunicativas externas de doble vía hacia la ciudadanía, a fin de establecer una relación cercana que permita identificar y comprender sus necesidades.

. El Ministerio del Deporte a través del GIT Comunicaciones emite en sus mensajes externos a los diferentes públicos de interés información transparente, clara y oportuna.

. Todas las dependencias deben emitir previamente la información necesaria al GIT Comunicaciones, desde donde se realizará la labor de edición y aprobación de las comunicaciones, de acuerdo con lo contemplado en el Manual de Estilo para la Producción Periodística.

. La información que se desee divulgar por algún medio de comunicación debe ser enviada a la coordinación de comunicaciones, de acuerdo con los tiempos establecidos en el plan estratégico de comunicaciones del Ministerio del Deporte.

Nota:

Inclusión de obligaciones relacionadas con comunicaciones en convenios o contratos

Es deber informar a los responsables del establecimiento de las especificaciones técnicas en los estudios previos, para los contratos que se celebren con entidades públicas, privadas u otros organismos, que, en el marco de las políticas establecidas por el Gobierno Nacional, todas aquellas obligaciones relacionadas con servicios o productos de comunicación deben contar con el concepto técnico y la aprobación de los responsables del GIT Comunicaciones de Mindeporte. Esto incluye la apertura de cuentas de programas y proyectos en redes sociales.

En el caso de los sitios web y desarrollos de otras plataformas, el concepto técnico favorable y el seguimiento estarán a cargo del GIT TIC'S, según lo establecido en el Manual de Gobierno Digital.

Lo anterior, para cumplir con lo establecido por la Presidencia de la República, en cuanto al proceso de aprobación de estrategias, publicidad, productos, material POP, eventos y servicios de prensa, los cuales deben responder únicamente a objetivos misionales y deben considerar las normas de austeridad decretadas cada año, para lo cual han creado el Sistema SAMI, a través del cual se gestiona la aprobación. Así mismo, para acatar lo dispuesto en el Guía de Sistema Gráfico Gobierno de Colombia y en esta Política Editorial respecto al uso de las marcas oficiales de Mindeporte.

• En coherencia con la prestación del Servicio al ciudadano

. El Ministerio del Deporte presta un servicio al ciudadano con altos estándares de calidad y oportunidad frente a los requerimientos de los usuarios y partes interesadas.

. El Ministerio del Deporte implementa acciones acordes con los estándares de calidad para la atención personalizada mediante línea telefónica al interior de cada dependencia, a través de la oficina de Servicio Integral al Ciudadano.

. El Ministerio del Deporte, a través de los canales de información dispuestos desde la coordinación de comunicaciones implementa campañas informativas dirigidas al ciudadano para dar a conocer el portafolio de los servicios que presta la entidad.

. Los ciudadanos que se hagan presentes en la entidad serán atendidos por el GIT de Servicio Integral al Ciudadano, encargados de direccionarlos a la dependencia correspondiente para el suministro de información personalizada sobre los proyectos, planes y programas que ejecuta la entidad o a los buzones para que deposite su petición, si esta no puede ser resuelta de manera inmediata.

• Desde los procesos para la Rendición de Cuentas

. El Ministerio del Deporte a través de la Coordinación de Comunicaciones da a conocer los lineamientos para estandarizar la información oportuna requerida para la rendición de cuentas.

Lenguaje claro: el Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) publicó, para su aplicación en las entidades de gobierno, la Guía de Lenguaje Claro (Ver Referencias), cuyo esquema general se basa en cuatro pasos que se deben tener en cuenta como son: organizar, escribir, revisar y validar.

A través de la consulta y aplicación de las recomendaciones allí consignadas, se favorece el impacto en la rendición de cuentas, lo que se traduce en mayor transparencia en las acciones de los gobiernos y mayor interés sobre lo público por parte de la ciudadanía.

4.2 Manejo de la información en la página Web

4.2.1 Generalidades

La información del gobierno nacional debe ser entendida como un bien público, así como los trámites y servicios que toda entidad debe proveer a la comunidad para cumplir su objeto social y reconocer los derechos del ciudadano.

Por lo tanto, es un derecho de los ciudadanos y es un deber del Estado orientar su acción a las necesidades de la ciudadanía y una obligación ofrecer la información, trámites y servicios de manera eficiente, transparente y participativa a toda la sociedad. Para este fin, los medios electrónicos se han constituido en un canal que permite su acceso de manera ágil y sencilla, a la vez que facilitan la mejora en la calidad de los servicios, así como ahorros en costos y tiempos de acceso y de respuesta.

Teniendo en cuenta que los medios electrónicos tienen un efecto inmediato en elevado número de la población debido a su rápida distribución, el Ministerio del Deporte define en la Política Editorial los lineamientos para la actualización de los contenidos de la página Web, incluyendo la periodicidad de actualización y la dependencia responsable, de acuerdo con la normatividad vigente, orientada a lograr un manejo adecuado de la información y la prestación de un servicio ágil hacia toda la sociedad.

La orientación de esta Política de comunicaciones está liderada por los asesores del despacho con apoyo directo del GIT de Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC's). Cuenta con la participación de las áreas responsables de mantener al día la información que se emitirá a través de la página Web y los diferentes canales de comunicación de la entidad.

La página web de la entidad www.mindeporte.gov.co debe cumplir con todos los criterios establecidos en las fases de desarrollo de la Política de Gobierno Digital; debe ser dinámica, su diseño se debe ajustar al manejo de imagen institucional, unificada para gobierno en cada periodo presidencial y contará con información clasificada, ordenada, actualizada y de fácil acceso para los usuarios.

Adicionalmente, contará con herramientas de interacción, secciones y sub-portales que garanticen la información requerida por los usuarios, así como la accesibilidad para población con discapacidad. La página web deberá contar con información general en el idioma inglés.

Para la elaboración de la presente política se tomó como base la Política de Gobierno Digital, establecida el 16 de mayo con el Decreto 767 de 2022; la Ley No. 1712 de 2014 por la cual se crea la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública y la Resolución 1519 de 2020 así como las directrices de Presidencia en los temas de redes sociales y Guía de Sistema Gráfico.

4.2.2 Alimentación de la información

La página Web del Ministerio del Deporte está bajo la responsabilidad del proceso de Gestión de las Comunicaciones y tendrá la orientación del Comité Institucional de Gestión y Desempeño- CIGD, el cual sugiere con oportunidad los aspectos relevantes sobre los contenidos del portal.

En el sitio oficial se publica periódicamente la información sobre la entidad, el deporte, la recreación, la actividad física y el Sistema Nacional del Deporte, mediante comunicados, boletines de prensa, información específica de cada área, banners y destacados con contenidos significativos y de interés para la comunidad y usuarios, los planes del deporte, la recreación y la educación física e información histórica, entre otros.

Esta página Web informa sobre los procesos de contratación y licitaciones los cuales se llevan a cabo en el Ministerio, con total transparencia y pulcritud administrativa.

El Grupo Interno de Trabajo de Comunicaciones es el responsable de supervisar en su totalidad la redacción, ortografía, presentación y temática de toda la información (comunicados, notas de prensa, vídeo, audio, fotografía, presentaciones) que deban ser publicada en la Web, así como en los portales adjuntos relacionados con las actividades y programas de la entidad. El uso de los logos diseñados para cada uno de los programas promovidos por el Ministerio del Deporte debe regirse por los mismos parámetros establecidos en la Guía Sistema Gráfico.

El Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, en pro de la Política de Gobierno Digital y la Ley Antitrámites, determinará las pautas para establecer los responsables de la información que se debe publicar en la Web por parte de las diferentes áreas.

Para lo anterior el webmaster de la entidad deberá realizar periódicamente con cada área reuniones a fin de actualizar la información requerida por Ley de Transparencia, para que los ciudadanos puedan obtener la información, de manera directa o mediante impresiones. Asimismo, estos deberán proporcionar apoyo a los usuarios que lo requieran y proveer todo tipo de asistencia respecto de los trámites y servicios que se presten en la página web.

4.2.3 Actualización de contenidos

Teniendo en cuenta que por ser una entidad que pertenece a la Presidencia de la República, de manera eventual o frecuente, será necesario adaptarse o actualizar la página web, de acuerdo con los lineamientos que, en el momento, ellos destinen.

En virtud de lo anterior, será preciso dedicar esfuerzos a estas actividades relativas a la información ya que serán los contenidos los que nutran la Página Web y den cuenta de la calidad y oportunidad de los servicios y actividades del Ministerio del Deporte hacia la ciudadanía, en cumplimiento de su misión.

Así mismo, presentar los contenidos con un enfoque institucional y orientado al ciudadano, suponiendo, como lo anuncian los estudios hechos al respecto, que un ciudadano si accede tres veces al portal y no encuentra cambios, no vuelve a ingresar por un largo tiempo; condición o supuesto que se debe tener en cuenta hacia quien la consulta.

Cada Dirección Técnica o Grupo Interno de Trabajo existente en la entidad delegará una persona responsable o enlace que trabajará de la mano con el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, para la actualización de los contenidos.

Una vez estén definidos los delegados o enlaces, se realizarán reuniones de trabajo con cada área. El responsable del área usuaria deberá definir:

- **Información básica:** área solicitante; nombre del enlace y extensión; correo electrónico. En este caso, la persona designada se considera como el enlace entre el área o dirección y el delegado del GIT Comunicaciones. Dicha persona será la responsable de proporcionar la información.

- **La página Web de la entidad tendrá un menú principal en el que será publicado el contenido de la dirección técnica, área o programa, de acuerdo con lo estimado por el Manual de Gobierno Digital:** este menú, que cuenta con ocho pestañas, estará ubicado en la parte superior del home o página principal y tendrá la información institucional, dividido de la siguiente forma: Transparencia y Acceso a la Información Pública; Atención y Servicio a la Ciudadanía; Participa; Ministro(a); Mindeporte; Control y Rendición de Cuentas; Planeación, Gestión y Control y Sala de Prensa.

- **Etiquetas del contenido:** listado de las palabras clave que hacen referencia al contenido que se desea publicar.

- **Ubicación del contenido:** indicar si el contenido corresponde a la página de inicio (Home Page) o a las páginas interiores y campos temáticos o programa.

- **Título de la publicación y/o sección:** indicar el título o la denominación que sugiere para la sección que le será asignada en el portal Web. Tener en cuenta que este debe ser coherente con el propósito de la Dirección/Grupo Interno a la que corresponde y preciso, que facilite la consulta y navegación a los usuarios.

- **Instrucciones especiales y descripción pertinentes.**

- **Vigencia de la publicación:** indicar las fechas de inicio y término de la publicación, o bien que tiene un carácter permanente.

- **Periodicidad de la actualización:** diaria, semanal, mensual, trimestral, semestral, anual u ocasional.

- **La información se debe enviar en archivos planos, sin diseño, preferiblemente en Word.**

-Las fotografías deben enviarse adjuntas, con su texto descriptivo; las tablas y archivos que deban adjuntarse (resoluciones, comunicados oficiales, términos de contratación, entre otros) deben ser enviados en PDF o formato Excel.

-Se sugiere presentar la información con dos enfoques: desde las necesidades que puede presentar la ciudadanía y desde las capacidades de la entidad.

- Textos: redactados para la Web (breves, en bloques de hasta 200 palabras aproximadamente, sin diseño, sensibles al género, ortografía, usos y costumbres, etc.).

- Imágenes y logotipos: las imágenes deben ser de alta calidad. Las imágenes borrosas, granuladas o con manchas no se considerarán. Las imágenes de baja calidad no solo son desagradables a la vista, sino que también dejan la sensación de que el sitio fue creado por un aficionado.

* El tamaño de las imágenes debe ser mediano o mayor (no menor de 750 píxeles de ancho o largo), en formato JPG y se deben entregar con identificación del nombre.

* Indicar fuente de la información y la fotografía.

* Tener en cuenta si las fotos incluyen población vulnerable, en la toma no mostrar los rostros.

* Incluir por lo menos 3 fotos de un tamaño mínimo de 1200 píxeles de ancho.

Para la mayor efectividad en el proceso también se dispuso de un instructivo que está para la consulta de quienes están encargados de solicitar la actualización de los contenidos Creación y/o Actualización de Contenidos Página Web, GC-IN- 002.

4.2.4 Comprensión y facilidad de uso

. Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo y no deben dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir.

. Se debe tener en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.

. No se deben usar abreviaturas. Si es necesario, estas deben ir referenciadas después de ser utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al cual hacen referencia.

. No se deben usar siglas sin que al pie se especifique su significado.

. No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado de este inmediatamente después de ser utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.

. No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.

. En las fechas no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.

. Se deben seguir las reglas sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma español.

4.2.5 Vigencia, relevancia y verificación

Los contenidos que el Ministerio del Deporte ofrezca por medios electrónicos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos, que generen algún beneficio para los clientes y que no den lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.

Las entidades deben ofrecer solo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre los cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de estos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.

Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes, totalmente, confiables. Si la fuente no es, totalmente, confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.

Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.

4.2.6 Sin discriminaciones

Los contenidos de ninguna forma pueden ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, porque atentan contra derechos fundamentales de los particulares.

En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Ministerio del Deporte.

Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.

Los contenidos no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni otro tipo de tendencia de sectores en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

El lenguaje incluyente evita la estigmatización de personas proclives a sufrir discriminación debido a su etnia, religión, condición social, situación económica, condiciones de salud, origen, orientación sexual, identidad de género y/u otras, por lo cual se deberá observar respeto e inclusión en todos los comunicados a realizar, los documentos, trato con otras personas y/o diálogos al interior de la entidad. - el lenguaje incluyente permite que lo masculino no sea el único referente, por lo que las servidoras y los servidores públicos, deberán incluir tanto a hombres como a mujeres en su relato tanto verbal como escrito.

4.2.7 Privacidad

No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales adversos a las entidades que publiquen la información.

Es importante tener claros conceptos jurídicos tales como indagatorias, llamado a juicio o demás, que de una u otra forma están afectando la condición jurídica de las personas o las instituciones.

No se deben ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley.

En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma solo será utilizada para los fines para los cuales es solicitada y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

4.2.8 Audio, fotografía y Vídeo

Las imágenes, ilustraciones, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que este ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.

Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de estos. Tanto fotografías como vídeos e información en audio deben tener alta calidad de resolución y únicamente lo podrá hacer el responsable del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones.

4.2.9 Derechos

Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de las páginas web hacen parte del patrimonio de la entidad pública y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada y así mismo se debe informar claramente al ciudadano qué puede hacer y qué no, con el material alojado.

Si una entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de los derechos sobre dicho material.

La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos.

Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (" ") y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.

La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

En caso de que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.

El desconocimiento de las normas vigentes en materia de derechos de autor, derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial puede generar acciones civiles o penales.

4.2.10 Desde el Plan Operativo Sistema de Gestión MIPG

Se hace referencia a los lineamientos de Política de Gobierno Digital donde se "busca promover el uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, para consolidar un Estado y ciudadanos competitivos, proactivos, e innovadores, que generen valor público en un entorno de confianza digital".

Estas tecnologías pueden ser utilizadas tanto por el Estado como por los ciudadanos y llegan para optimizar la gestión de las entidades y permiten trabajar en el diseño y desarrollo de políticas, normas, proyectos y servicios.

Así mismo, instan para que las entidades sean proactivas en la publicación de la información, algo que han llamado como la cultura de transparencia, que debe ir más allá de las respuestas a los derechos de petición, sino el deber de publicar y divulgar documentos y archivos de valor para el ciudadano y esto se debe hacer en la página web de la entidad.

En lo referente a la **Política de transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción**, las entidades

tienen la obligación de divulgar activamente la información pública, esto se conoce como transparencia activa; así mismo, tienen la obligación de responder de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y gratuita a las solicitudes, a lo que se le ha llamado como transparencia pasiva. (Manual Operativo MPG).

Para ello dan unos parámetros se debe tener en cuenta entre otros:

. El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones, sino también en el deber de publicar y divulgar documentos y archivos de valor para el ciudadano y que constituyen un aporte en la construcción de una cultura de transparencia.

. Desarrollar ejercicios de participación ciudadana para identificar información de interés para los ciudadanos que deba ser publicada.

. . Consagrar los mínimos de información general básica con respecto a la estructura, los servicios, los procedimientos, la contratación y demás información que los sujetos obligados deben publicar de manera oficiosa en su sitio web o en los sistemas de información del Estado según el caso y las obligaciones legales.

. . Estructurar vasos comunicantes entre la información pública de su entidad y los procesos de participación y rendición de cuentas, a fin de que el ciudadano conozca y retroalimente la gestión en ambos espacios a través de la información pública.

4.2.11 Orientaciones operativas

El Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones está encargado de asesorar en la escogencia del formato que mejor ayude a la divulgación.

4.3 Comunicaciones externas

La comunicación externa constituye un eje estratégico transversal a la estructura organizacional, que atiende a los principios de transparencia que involucra los procesos para la difusión de información, elaboración de material periodístico a través de los diferentes canales, emisión de comunicados oficiales, rendición de cuentas, participación ciudadana, proyección de la imagen, protocolo y actividades de gestión documental.

4.3.1 Del uso de la información

Con el propósito de cumplir los parámetros establecidos por Gobierno en Línea y reflejar una adecuada imagen corporativa, entre las funciones asignadas al Ministerio del Deporte figuran las relacionadas con la política de información, difusión y comunicaciones, acordes con la misión y visión institucional, las cuales deben ser oportunas y veraces para alcanzar una percepción favorable ante el público.

4.3.2 Manejo de redes sociales

El Ministerio del Deporte debe contar con un Community Manager, integrante del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, quien será el encargado de alimentar diariamente los canales de redes sociales de la entidad.

Las áreas que estén interesadas en publicar en estos canales algún tipo de información, deberán enviarla previamente al Grupo Interno de Trabajo de Comunicaciones.

El control de las publicaciones en las redes sociales de Mindeporte, se hace a través de los siguientes formatos:

. **Parrilla general de contenidos redes sociales - GC-FR-010:** establece el área que solicita la información, tema, fecha de solicitud, mensaje, texto de la pieza y en qué red social oficial de la entidad se publicará.

. **Parrilla contenidos campañas redes sociales áreas - GC-FR-009:** a través de este el enlace de cada área deberá utilizarlo para hacer la solicitud de publicación de la campaña o actividad al Community Manager, contiene la fecha, hora sugerida de publicación, texto de publicación y de la pieza gráfica y la red social en la que deberá publicarse.

NOTA: reconociendo la diversidad y respondiendo a la normativa que rige al sector y nos compromete a orden Nacional, se propone asumir e incluir fechas de conmemoraciones emblemáticas relacionadas con el sector, sin trivializar fechas relacionadas con las mujeres y sus derechos.

Actualmente el Ministerio del Deporte cuenta con canales en Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Tik Tok y LinkedIn.

Youtube:

En el canal de YouTube se comparten videos producto de las actividades promovidas por las diferentes direcciones y programas del Ministerio del Deporte, así como las notas especiales e informativas, las cuales están disponibles para el público en general.

Facebook:

El Ministerio del Deporte hace presencia en Facebook, a través su Fan Page, @MinDeporteCol. En esta página, se hace un enlace a las noticias más destacadas del día (alto rendimiento, fomento, actividad física, recreación, Mindeporte, noticias regionales y eventos), para recibir de parte de los seguidores los comentarios con respecto a la gestión de la entidad, así como de los miembros del Sistema Nacional del Deporte. De la misma manera, en eventos especiales o grandes eventos, se generan campañas de llamado a la unión y apoyo de los colombianos hacia los atletas y dirigentes.

Twitter:

@MinDeporteCol es la cuenta de la entidad en Twitter. Es el canal de mayor nivel de participación a través del cual el público

nacional e internacional, así como los miembros del Sistema Nacional del Deporte, atletas, deportistas y demás seguidores hacen comentarios precisos a través de opiniones, publican menciones de reconocimiento y notas sobre el deporte, la recreación y la actividad física promovida por el sector. A través de esta cuenta se generan campañas permanentes para la promoción del bienestar de los colombianos a través del deporte, la recreación y la actividad física.

Instagram:

@MinDeporteCol es la cuenta oficial de la entidad en Instagram, donde se publica contenido visual como fotos y videos de las actividades de la entidad, con el fin de posicionar al Ministerio del Deporte y tener una mayor presencia.

Tik Tok: mindeportecol es la cuenta oficial de la entidad en esta red social que permite crear y compartir videos cortos.

LinkedIn: Ministerio del Deporte Colombia es la forma como aparece la entidad en esta red social donde se difunde la información sobre los programas que impactan a toda la población colombiana en todos los ciclos de vida.

NOTA: el Ministerio del Deporte cumple con la recomendación de Gobierno Digital, con respecto al manejo de una sola cuenta oficial por cada uno de los canales mencionados. "Únicamente el ministro (a) de la entidad podrá sugerir la apertura de otras cuentas y en tal caso, el dominio y manejo de esta será responsabilidad del CM de la entidad".

4.3.3 Información Institucional

Toda información Institucional que deba ser emitida a través de los diferentes medios de comunicación debe ser canalizada por el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, también revisada y autorizada por la secretaria general quien tiene la vocería institucional.

Solo serán reconocidas como DECLARACIONES OFICIALES del Ministerio para los medios de comunicación nacional e internacional, local o regional, aquellas que rinda el ministro(a), o quien haya sido autorizado para tal fin.

La información que llegare a trascender a la opinión pública por las diferentes unidades funcionales del Ministerio y a través de medios de comunicación o diferentes servicios de red, sin autorización o delegación previa, no será tenida en cuenta como oficial, ni representativa de la entidad y solo comprometerán la responsabilidad de quien las haya emitido.

Toda comunicación que deba enviarse de forma masiva o individual debe contar con el Vo. Bo., de la Coordinación del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones y será enviada desde el Despacho del ministro (a), del viceministro (a), Secretaría General o Direcciones Técnicas, según se trate.

La información general relacionada con actividades institucionales será manejada y orientada por la secretaria general, con el apoyo del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones de la entidad, quien tomará la vocería cuando lo determine el Despacho del ministro (a), y quien se encargará de velar porque las directrices que en esta se determinen sean conocidas y compartidas por todos los organismos administrativos.

4.3.4 Información por medios electrónicos

El Ministerio del Deporte ha implementado una infraestructura tecnológica que pretende cumplir con las expectativas de sus colaboradores (funcionarios y contratistas) para el buen desempeño de sus labores y del Sistema Nacional del Deporte, por lo cual los recursos que el funcionario o contratista utilice para fines diferentes a los laborales repercuten en deficiencias del sistema afectando la calidad de la información y generando vulnerabilidad ante virus y acceso indebido de información.

Para todos los funcionarios y contratistas de la entidad es de obligatorio cumplimiento acatar las directrices emanadas de la Política Seguridad de la Información que hace parte de la Gestión de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que está a cargo del GIT TIC'S.

Para la utilización de los diferentes servicios de red a través de cuentas personales o institucionales se debe tener en cuenta que el usuario es el único y directo responsable de todas las acciones y mensajes que se lleven a cabo en su nombre.

El Ministerio del Deporte no se hace responsable por lo que se haga o diga a nombre de una cuenta particular, aun cuando se trate de actividades deportivas institucionales, cuando no hayan sido autorizadas.

Se consideran como conductas de mal manejo de los sistemas de información:

- Difundir noticias, mensajes, o correos electrónicos institucionales sin autorización y sin identificar plenamente a su autor o autores.
- Usar los servicios de la red para propósitos no institucionales o con propósitos comerciales, publicitarios o propagación de mensajes fuera del contexto misional del Ministerio del Deporte.
- Difundir «cadenas» de mensajes que congestionen la red, lo cual perturba el trabajo de los demás funcionarios y contratistas en tanto interfieren con su trabajo y ocasionan pérdida de tiempo.
- Difundir cualquier información que vaya en contra de las políticas Institucionales o que fije posiciones contrarias a la Constitución y la Ley.

4.3.5 Sobre las declaraciones oficiales ante medios de comunicación

Las solicitudes de atención a medios de comunicación se realizarán a través de la Coordinación del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones y el principal vocero del Ministerio del Deporte es el ministro (a).

En ausencia del (la) ministro (a), serán voceros autorizados en su orden el viceministro (a) y atendiendo a temas específicos, cada director(a) de área.

Los funcionarios y contratistas del Ministerio del Deporte que por motivos misionales viajen a las regiones a promover y a organizar los programas y políticas de la entidad pueden conceder entrevistas a los medios de comunicación siempre y cuando pidan autorización previa a los (las) directores (as) de sus áreas o a la Coordinación del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, de quien recibirán además asesoría sobre qué tipo de información socializar.

4.3.6 Elaboración de material informativo y uso de otras piezas de comunicación

4.3.6.1 Insumos para vocero o elaboración de discursos

El Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones del Ministerio del Deporte será el encargado de revisar los insumos para las intervenciones del ministro (a) y en dado caso la elaboración de los discursos, de acuerdo con el mensaje central. La información será proporcionada por cada una de los (las) direcciones técnicas o áreas, teniendo en cuenta que los contenidos, cifras e información específica, deben llevar el visto bueno, de su director o jefe.

Las áreas deben enviar estos insumos mínimo 3 días antes del evento, con el fin de que el profesional de comunicaciones tenga tiempo suficiente para elaborar las ayudas para el vocero o en dado caso el discurso.

Algunas recomendaciones:

. No olvide solicitar la lista de protocolo del evento, la cual incluye los nombres y cargos de las personalidades que van a asistir y a quienes mencionará el vocero del Ministerio del Deporte en el saludo o inicio del discurso.

. Relacione el tipo de evento con alguno de los planes o programas que lleva a cabo el ministerio, de esta manera podrá hablar sobre las acciones que adelanta la entidad en la región o los resultados alcanzados.

. Se debe incluir datos sobre actuaciones sobresalientes de los deportistas de la región, indicadores de metas de gobierno, estadísticas, datos de obras que se adelantan con el apoyo de la entidad.

4.3.6.2 Elaboración de boletines de prensa

El Ministerio del Deporte produce dos tipos de boletines informativos:

- 1. Comunicados Oficiales:** los proyecta el área técnica o especializada en el tema, los revisa y ajusta el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones, los aprueba el responsable del tema y su difusión se realiza con visto bueno previo del (la) ministro (a).
- 2. Boletines de Prensa:** las notas las producen los enlaces de comunicaciones o el equipo transversal y son aprobadas por el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones. Se difunden a través de correo electrónico, ruedas de prensa (en los casos que así se programe), publicación en página Web y redes sociales.

Recomendaciones para las dependencias:

1. Entregar periódicamente la información sobre eventos y actividades que se deben difundir, con el objetivo de que el Grupo de Comunicaciones emita la información de manera oportuna.
2. Los enlaces de comunicaciones, con visto bueno del (la) director(a) de área, debe socializar la información seleccionada para las estrategias de comunicación y prensa con la coordinación del GIT Comunicaciones en las reuniones semanales de planificación.
3. Las demás áreas que soliciten elaboración de información noticiosa deben cumplir por lo indicado en el procedimiento: Elaboración de Información, GC-PD-008.

NOTA: la única dependencia del Ministerio del Deporte que está autorizada para elaborar comunicados de prensa o material periodístico y publicarlos en la Web o enviarlos a medios de comunicación es el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones.

. El GIT Comunicaciones tendrá la autonomía para editar la información que envía cada enlace, sin alterar el contexto general de la misma. De igual manera, podrá decidir si la información se envía a los medios de comunicación o solo se divulga a través de la página Web o las redes sociales.

. Para evidenciar la difusión y posicionamiento de las actividades del ministerio en el plan anual de medios se incluirá como producto el análisis y monitoreo de medios.

. Las bases de datos de periodistas de todo el país (radio, prensa, televisión e Internet), solo pueden ser administradas por el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones.

. **Conductos de aprobación:** la Coordinación del GIT de Comunicaciones se encargará de verificar el cumplimiento de los conductos de aprobación de la información que se difunde, documentando el autor de la nota periodística, quién se encarga de hacer la revisión de esta y la fecha en que se hace. En el formato Control de Notas de Prensa, GC-FR-008, se llevará el control de las notas que se producen diariamente.

4.3.7 Cubrimiento de eventos y manejo de protocolo

4.3.7.1 Generalidades

El Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones debe recibir la solicitud del cubrimiento de los eventos externos como mínimo 5 días antes a través de correo electrónico, con el fin de cumplir con los requerimientos o apoyos requeridos para el evento y los trámites internos sobre desplazamiento exigidos por los procesos administrativos. La solicitud debe especificar si se requiere o no el liderazgo para el manejo de protocolo y presentación.

Cada área debe entregar desde comienzo del año un cronograma de actividades, o por lo menos trimestral, para que el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones tenga claras las prioridades y pueda programar con tiempo las estrategias para el acompañamiento y cubrimiento del evento.

Los productos informativos son: fotografías, audios, piezas gráficas, videos y notas para boletines de prensa.

Nota: en este punto se deben cumplir los lineamientos del procedimiento Cubrimiento de Eventos y Protocolo GC-PD-007..

4.3.7.2 Protocolo en eventos

El profesional designado por la coordinación del Grupo de Comunicaciones y el área de protocolo liderará todos los aspectos protocolarios y de imagen cuando la entidad organiza eventos en todas las regiones del país.

Es importante indicar que el protocolo en todos los actos, fija las reglas y facilita la organización de estos haciendo respetar que la prioridad es el orden deportivo.

Inicialmente se efectuará una reunión de planificación para definir la metodología y determinar todos los temas a cubrir como actos promocionales, deportivos y sociales, el orden de invitados, la precedencia, la utilización de los símbolos patrios, la elaboración y emisión de las invitaciones, la atención, servicios y controles de invitados VIP, recibimiento y despedida de invitados, atención a personalidades, maestro de ceremonias o presentador, medios de comunicación, himnos, banderas y logística general.

Los encargados del evento procederán a programar diseño de piezas, elaborar base de datos de los invitados y de las personalidades de manera independiente, así como a establecer todos los detalles relacionados con la organización general. También serán los encargados de hacer la convocatoria al evento.

Dicha convocatoria es responsabilidad de cada dirección, pero es importante aclarar la necesidad de tener una línea de invitados muy clara y con aprobación del despacho, especialmente en lo referente a invitados de Gobierno y especiales.

Se realizará una publicación de nota enunciando el evento. Se difunde a los medios informativos internos y externos (radio, prensa, tv, internet) a través de canales como el correo electrónico, página web y redes sociales. A nivel interno de la entidad se transmitirá por medio de la intranet y en algunas ocasiones por mailing.

El profesional asignado del GIT de Comunicaciones y el área de protocolo elaborarán la ficha protocolaria para el evento con todas las especificaciones y determinarán quién es el anfitrión. Así mismo, según aplique se preparan los himnos, libreto, discursos, precedencias, protocolo de bienvenida o instalación, habladores y discursos para el ministro o su representante.

Según aplique el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones elaborará un guion general para el evento (minuto a minuto), así como el libreto general para la presentación del evento.

Se elaboran textos protocolarios como preparar himnos, libretos, discursos, protocolo de bienvenida o instalación y discursos para el representante del Ministerio del Deporte, de acuerdo con la política editorial.

4.3.7.3 Tareas específicas para la organización de eventos

- El montaje y desmontaje de los eventos de acuerdo con las especificaciones que se determinen será acompañado siempre de la asesoría de los profesionales del GIT Comunicaciones y del equipo de logística, protocolo y relaciones públicas.

- En el caso que se use atril, este debe estar en lo posible ubicado a la derecha de la mesa central, manteniendo la organización general del evento.

- Las banderas que se utilicen deben estar ubicados en el orden de precedencia establecido de acuerdo con su jerarquía. De igual manera, deben estar en perfecto estado de presentación teniendo en cuenta que van colgadas en una asta de manera que nunca toquen el piso.

- En todo evento la bandera de Colombia estará ubicada al centro, en el caso de tener la del ministerio conservará siempre la derecha. Si hay más de dos banderas, la de Colombia conservará el centro y se ubicaran de derecha a izquierda en orden de precedencia.

- El himno de Colombia será incluido en los actos o eventos de carácter nacional, de gobierno y que muestren identidad como país al momento de la apertura del evento. Se definirá de acuerdo con el caso y los recursos audiovisuales y de sonido con los que se cuente, si se reproduce en pista o video.

- El GIT Comunicaciones y el equipo de logística, protocolo y relaciones públicas establecerá la estrategia para recibir a los invitados, así como la ubicación de estos en el escenario (filas- hileras-mesas) de acuerdo con el montaje del recinto. Siempre se buscará respetar las precedencias de las personalidades y asistentes.

- El grupo de logística, protocolo y relaciones públicas dirigirá la ubicación de las autoridades en la mesa principal o línea de

honor revisando todos los detalles de esta.

- Se debe determinar el lugar o zona de trabajo de los medios de comunicación de acuerdo con la importancia del evento (sala de prensa, zona de prensa delimitada con sillas, tarimas para ubicación de camarógrafos y fotógrafos, entre otros).
- Siempre se realizará previo al evento un periodo de pruebas de equipos de sonido o reproducción audiovisual con el fin de prever cualquier novedad.
- El profesional responsable del GIT Comunicación redactará la nota de prensa con la información básica del evento para entrega a los periodistas y medios que cubran el evento.
- La moderadora/o o presentadora/o realizarán un ensayo general del evento con el personal de protocolo, logística, y el GIT Comunicaciones y de invitados involucrado en el minuto a minuto con el fin de detallar cada punto.
- Momentos antes de iniciar el acto, el maestro de ceremonias hará llamado a los asistentes para dar orden al escenario e invitará a estar en disposición total para atender el evento.

4.3.7.4 Para ruedas de prensa

Para las ruedas de prensa de temas deportivos relacionados con los organismos del sector para anuncios, presentación de delegaciones, presentación de un evento del calendario deportivo nacional o internacional:

1. El organismo del Sistema Nacional del Deporte envía una comunicación al despacho de la ministra (o) solicitando el acompañamiento de ella (él) o de un delegado.
2. El organismo relaciona el tema de interés que se va a presentar/anunciar.
3. Una vez agendado, el grupo de protocolo entra en contacto con el representante del organismo deportivo para detallar la logística del evento.
4. Notificados del día, la hora y el lugar, el GIT Comunicaciones entra en contacto con prensa del organismo para:
 - Definir los términos de la convocatoria a medios.
 - Elaborar el listado de medios a convocar.
 - Elaborar nota de prensa de la convocatoria.
 - Difusión de la convocatoria (por los menos 3 días antes) a través de bases de datos, redes sociales y página web.
 - Definir las piezas gráficas para la convocatoria a través de las redes sociales.
 - Definir los portavoces.
 - Elaborar el dossier de prensa, que es la información que se entrega a los periodistas de manera impresa.
 - El GIT Comunicaciones realiza el seguimiento y la confirmación de los medios asistentes.

Para el caso de las ruedas de prensa de anuncios propios u oficiales del ministerio:

1. Definir con el área misional el tema que se va a comunicar.
2. Definir lugar, hora, fecha y vocero/a.
3. Definir si se hace transmisión en directo (streaming).
4. Una vez agendado, el grupo de protocolo se encarga de la logística del evento.
5. Notificados del día, la hora y el lugar, el GIT Comunicaciones:
 - Define moderador, periodista encargado del cubrimiento, equipo audiovisual que hace el registro.
 - Elabora el libreto del moderador.
 - Elabora bullets o palabras para el vocero.
 - Define los términos de la convocatoria a medios
 - Elabora el listado de medios a convocar
 - Elabora nota de prensa de la convocatoria
 - Publica la nota de prensa en la WEB www.mindeporte.gov.co y en las redes sociales de las cuentas oficiales del ministerio @MindeporteCol.
 - Realiza la difusión de la convocatoria (por los menos 3 días antes) a través de bases de datos, redes sociales y página web.
 - Diseña las piezas gráficas para la convocatoria a través de las redes sociales.
 - Elaborar el dossier de prensa, que es la información que se entrega a los periodistas de manera impresa.
 - El GIT Comunicaciones realiza el seguimiento y la confirmación de los medios asistentes.

En cualquiera de los dos casos descritos antes, los productos periodísticos de las ruedas de prensa son:

1. Boletín de prensa
2. Paquete de fotografías
3. Video de resumen/imágenes de apoyo
4. Difusión en redes sociales

4.3.7.5 Registro y divulgación de información

El profesional asignado del GIT Comunicaciones se encargará de registrar el evento mediante notas de prensa, material fotográfico, audio o audiovisual. Se debe hacer difusión de las noticias y demás información sobre el evento a los medios informativos de todo el país (radio, prensa, tv, internet), a través de canales como correo electrónico, página web y redes sociales.

4.3.7.6 Para eventos externos

Para eventos externos se realiza el mismo procedimiento, adicionalmente dependiendo del acto y de lo acordado con el organizador de este, se considera si se requiere desplazamiento y acompañamiento a la ministra (o). Si es así, se realiza la gestión para los trámites de tiquetes, comisiones y solicitudes de transporte (si tienen lugar) de acuerdo con el procedimiento

vigente.

4.3.8 Manejo y solicitud de imágenes

El GIT Comunicaciones cuenta con un archivo de imágenes que podrá ser consultado con previa solicitud al profesional encargado del GIT de Comunicaciones. Si las áreas quieren utilizar estas imágenes para alguna publicación, deben consultar con anterioridad al encargado de verificar que la calidad de la fotografía, así como la de la imagen, sean las adecuadas para dicha publicación.

NOTA: es importante tener en cuenta los lineamientos establecidos por ley sobre los derechos de autor para el uso del material de fotografía y de video tanto en las publicaciones digitales e impresas, como en la página web y en redes sociales.

4.3.8.1 Para la elaboración de piezas audiovisuales

Las piezas audiovisuales (videos, clips, comerciales de televisión, programas de televisión o documentales) deben cumplir con unos estándares de calidad, tanto en el contenido como en el manejo de la imagen.

Por ese motivo, las direcciones o grupos que decidan realizar alguna de estas piezas, deben contar con la asesoría del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones y la aprobación del Despacho, desde donde se asegura el buen uso de la imagen institucional y la veracidad y pertinencia de los contenidos.

El GIT de Comunicaciones es el encargado de revisar y editar los textos para las cuñas de radio, los avisos de prensa o los comerciales de tv, los cuales serán aprobados por las áreas antes de la grabación.

NOTA: en el caso de los comerciales que requieren del trámite o solicitud de un Código Cívico, el Grupo Interno de Trabajo asesorará sobre los trámites requeridos para su emisión. De acuerdo con la reglamentación de la CRC y de Gobierno Digital, el material de video que se publique a través de los diferentes canales debe estar subtítuloado, con recuadro de intérprete de señas o debe producirse con la función de Close Caption.

4.3.8.2 Para la elaboración de diseños e impresos

Para el diseño de piezas gráficas, pendones, cartillas, folletos, brochures, manuales, guías, invitaciones y material POP entre otros, se debe hacer teniendo en cuenta la Guía de Sistema Gráfico Gobierno de Colombia y los lineamientos dados por el procedimiento GC-PD-006, Imagen y Diseño.

El diseño se entregará en medio digital al solicitante, si se necesita impresión, será este el encargado de hacerlo con un tercero.

4.3.8.3 Imagen Corporativa

La Guía de Sistema Gráfico Gobierno de Colombia reúne todos los estándares de diseño y de identidad corporativa necesarios para establecer un mensaje visual claro y definido que se pueda aplicar a todos los materiales que se utilicen para su proyección. Con el fin de hacer entendible el desarrollo de elementos, símbolos, identificadores y gráficas complementarias, se hace necesario remitirse a esta Guía, de la Presidencia de la República.

Consideraciones:

1. Dependiendo del tipo de diseño requerido, el área interesada debe hacer la solicitud con mínimo tres días hábiles de anterioridad al evento o a la publicación. La solicitud debe ser remitida por correo electrónico a la Coordinación del GIT o al profesional asignado.

2. Una vez elaborada la pieza, el encargado del diseño solicitará al área interesada el visto bueno. Quien realizará hasta tres cambios en la propuesta, bajo los parámetros profesionales de manejo de color y tipografía, diagramación, estilo, proporciones, contraste, composición, entre otros.

3. Las fotografías que acompañen los diseños y las publicaciones deben ser de autoría del Ministerio del Deporte o deben descargarse de la plataforma autorizada para tal fin. En caso contrario, el área debe entregar al Grupo de Comunicaciones una comunicación que certifique la cesión de derechos de manera vitalicia. La utilización de fotografías con imágenes de población infantil se hará de acuerdo con las recomendaciones del ICBF y demás autoridades que lo regulan, así mismo debe contar con la autorización de los padres o tutor del menor de edad.

NOTA: si se necesita impresión del diseño será el área interesada la encargada de realizar los trámites administrativos para su impresión con un tercero.

4.3.8.4 Autorización derecho del uso de la imagen

Para garantizar que la difusión de los contenidos audiovisuales del Ministerio del Deporte no infrinjan la Ley Estatutaria 1581 2012 cuyo objeto es "desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma" se establece el siguiente protocolo para los cubrimientos audiovisuales de los diferentes eventos sociales o deportivos.

El GIT Comunicaciones solicitará autorización a los ciudadanos que participen de las diferentes actividades y programas, así como de las ruedas de prensa, y en general de cualquier reunión en la que se haga registro audiovisual, para que se pueda utilizar la imagen en las diferentes redes sociales, página web y productos audiovisuales, tanto externos como internos.

- Eventos Públicos Masivos

La recomendación es no utilizar los primeros planos de individuos, mucho menos de menores de edad. Los realizadores deben

establecer los planos generales como registro de los acontecimientos basándose en el artículo 20 de la Constitución que "garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios de comunicación masiva. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

- Eventos Interno Auditorio

La persona que presente o modere el evento debe dejar en claro lo siguiente antes de iniciar: "Este evento será transmitido en vivo y, o registrado en video y fotografía para efectos de difusión en medios de comunicación quien tenga algún inconveniente por favor alzar la mano para ser identificado.

- 1) La identificación de los individuos será tenida en cuenta por los realizadores para evitar la captura de imágenes.
- 2) Los organizadores del evento reacomodarán a las personas en algún sitio del recinto distante a la mesa principal para evitar la interferencia en las fotografías.

- Eventos Multideportivos

Para eventos deportivos organizados por el Ministerio de Deporte se debe incluir una cláusula dentro de alguno de los documentos que firman los participantes cuando son mayores de edad o los acudientes cuando el participante es menor de edad. O generar un documento propio para que la dirección de Ministerio del Deporte que organice el evento lo incluya dentro de los documentos que tienen que entregar los participantes. El texto base sería:

"El Ministerio del Deporte podrá filmar, fotografiar o grabar el desarrollo de las actividades deportivas que constituyen el evento y hacer el registro de las reacciones/testimonios de los participantes. Los participantes y/o acudientes legales de los participantes mediante la aceptación de los presentes términos y condiciones, autorizan el uso de sus imágenes para que sean publicadas en medios de comunicación como, televisión, radio, prensa, internet, entre otros por existir".

Para eventos Multideportivos no organizados por el Ministerio de Deporte se debe hacer firmar con la entidad organizadora del evento un documento donde se autoriza: "filmar, fotografiar o grabar el desarrollo de las actividades deportivas que constituyen el evento y hacer el registro de las reacciones/testimonios de los participantes por parte del Ministerio de Deporte para que su difusión en los medios de comunicación autorizados por la entidad organizadora".

- 1) Se debe suscribir en documento legal entre las partes donde se autoriza la grabación y difusión del material por parte de Mindeporte.
- 2) Formalizar el registro audiovisual con los formatos tipo según la población. (Menor o mayor de edad).

- Formato tipo para firma por parte de acudientes de menores de edad:

AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE IMAGEN SOBRE FOTOGRAFÍAS Y PRODUCCIONES AUDIOVISUALES (VIDEOS) OTORGADO AL MINISTERIO DEL DEPORTE

Este documento deberá ser firmado por los padres de familia o acudientes de los niños, niñas y adolescentes (NNA) previo a los registros audiovisuales a cargo del equipo de comunicaciones del Ministerio del Deporte.

Con mi firma autorizo al Ministerio del Deporte a recolectar, usar y tratar mis datos conforme con la Política de Tratamiento de Datos Personales, en cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 y demás normas complementarias. También autorizo a tomar registro fílmico y/o fotográfico personal y/o de mi hijo(a), el cual servirá como difusión del evento _____, para promover y a la vez ilustrar tanto las publicaciones en diferentes medios de comunicación como presentaciones institucionales y material audiovisual. Para todos los efectos la responsabilidad del niño, niña, y adolescente está en el padre, madre de familia o acudiente.

-Formato tipo para firma mayores de edad:

- AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE IMAGEN SOBRE FOTOGRAFÍAS Y PRODUCCIONES AUDIOVISUALES (VIDEOS) OTORGADO AL MINISTERIO DEL DEPORTE

Yo, _____, identificado con cédula de ciudadanía, _____, de, _____, obrando en mi propio nombre y representación, participante del evento _____ autorizo a tomar registro fílmico y/o fotográfico persona por parte del Ministerio del Deporte, el cual servirá como difusión del evento _____, para promover y a la vez ilustrar tanto las publicaciones en medios de comunicación como presentaciones institucionales y material audiovisual.

4.3.9 Participación Ciudadana

El Ministerio del Deporte cuenta con la Política Institucional de Servicio al Ciudadano (SI-PO-001), que define los lineamientos para el acceso efectivo, oportuno y de calidad de los ciudadanos a sus derechos en todos los escenarios de relacionamiento con el Estado. Allí se habla de la relación Estado-Ciudadano, de la gestión de la participación ciudadana, donde se indica que "los grupos de valor en la gestión de la entidad es el principal insumo para mejorar las actividades de elaboración de normativa, elaboración de diagnósticos, formulación de la planeación, formulación y ejecución de políticas, programas y proyectos, así como para la rendición de cuentas, la racionalización de trámites y la promoción del control social y veedurías ciudadanas".

4.3.10 Rendición de Cuentas

El Ministerio del Deporte se ciñe al Manual Único para Rendición de Cuentas de la Función Pública, desde el que se establece el proceso que permite la interlocución entre la entidad y los ciudadanos, de tal manera que estos acceden con mayor facilidad a información sobre la gestión realizada y los resultados obtenidos por la entidad, generando mayor transparencia, confianza y activación del control social.

Adicionalmente, se genera el Procedimiento Estrategia de Rendición de Cuentas y el instructivo Espacios de Diálogo Rendición

de Cuentas, que tiene por objetivo formular e implementar la estrategia que el Ministerio del Deporte utiliza para la presentación de los resultados de su gestión a la ciudadanía, a través de actividades de participación ciudadana fortaleciendo la cultura de transparencia activa, acceso a la información pública, control social y evaluación constructiva a la gestión pública.

4.4 Comunicaciones Internas

4.4.1 Generalidades

Las comunicaciones internas del Ministerio del Deporte dependen del Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones y está considerado como un proceso de apoyo, transversal a los demás.

La información por divulgar debe cumplir los lineamientos establecidos por este documento y debe ser revisada previamente por cada director(a) técnico, jefe(a) de oficina y coordinadores (as) de grupos internos antes de su emisión, cuando la información involucre otras dependencias.

La publicación de información o boletines internos debe ser aprobada por comunicaciones. Lo anterior con el fin de cuidar la armonía institucional en cuanto a la imagen que desde las áreas se desea proyectar.

Todos los funcionarios y contratistas del Ministerio deberán tener correo institucional. Los correos institucionales se manejan bajo los lineamientos establecidos en las políticas de seguridad de TIC's.

Para la realización de eventos internos se deben cumplir los lineamientos del procedimiento: GC-PD-007, Cubrimiento de Eventos.

En atención a los lineamientos de Gobierno, el Grupo Interno de Trabajo Comunicaciones debe apoyar la política de "Eficiencia Administrativa y Cero Papel", para tal caso se debe promover, desde las comunicaciones internas, la sustitución de memorandos y comunicaciones internas en papel así como otros tipos documentales de conservación temporal, por soportes electrónicos, sin perjuicio del cumplimiento de la normatividad vigente, en especial aquella formulada por el Archivo General de la Nación.

El mismo documento, menciona desde las comunicaciones internas, se debe promover la automatización o eliminación de trámites y procedimientos administrativos a partir del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el desarrollo de estos.

Todo lo anterior a partir de una constante modernización en las comunicaciones, tal cual lo sugiere el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

NOTA: con el fin de dar a conocer al detalle todo el contenido de las comunicaciones internas, se hace necesario remitirse al Manual de Comunicaciones Internas (GC-MN-002).

A través de un formato se llevará el control de las solicitudes internas que hacen las áreas para difundir la información, este permitirá que se establezca la fecha de la solicitud, el área que solicita, el tema general, el mensaje y en cuál o cuáles medios internos se deberá publicar.

NOTA: Alcance de las comunicaciones internas lideradas por el GIT Comunicaciones:

El GIT Comunicaciones tendrá bajo su responsabilidad ofrecer servicios relacionados con la publicación, socialización y difusión de información de interés general (no individual o de interés personal), de tipo noticioso y de carácter informativo, dirigida a los colaboradores de la entidad.

En tal sentido, estará a cargo de manejar los canales de información corporativos tales como: página web (actualización de contenidos), redes sociales, correo de comunicaciones internas e intranet. Derivado de esta responsabilidad, estará en capacidad de diseñar campañas internas de comunicación que refuercen los valores corporativos y afiancen los procesos transversales o misionales para ampliar el sentido de pertenencia de los colaboradores con la entidad. En ningún caso, el GIT Comunicaciones será el responsable del seguimiento del cumplimiento de lineamientos, directrices y procedimientos organizacionales relacionados con el Sistema de Gestión Documental.

Los servicios, las campañas y los productos informativos o noticiosos, dependerán de las solicitudes hechas por las áreas.

4.4.2 Intranet corporativa

Es una herramienta que permite tener en un solo lugar la información de las diferentes áreas de la entidad, los boletines, las fotos, los videos, las aplicaciones más utilizadas, la información institucional, los principales servicios para los colaboradores y el acceso a las redes sociales entre otros. Tecnológicamente es un sistema de red privado que permite compartir recursos entre sus miembros.

Es responsabilidad de todos los colaboradores de la entidad, funcionarios y contratistas, ingresar diariamente a la intranet para estar enterados de las noticias, novedades e información que se comparte a través de esta aplicación, es el medio oficial interno de la entidad.

La plataforma de comunicación interna está alojada sobre aplicación SharePoint en Office 365 de Microsoft, un servicio basado en la nube que permite compartir documentos e información con todos los colaboradores (funcionarios y contratistas).

Para el uso de la intranet se debe tener en cuenta:

- . El soporte técnico de la aplicación estará a cargo del GIT de Tic's.
- . El profesional asignado del GIT de Tic's será el encargado de administrar los permisos de actualización e ingreso al sitio.
- . La actualización es responsabilidad del profesional asignado del GIT de Comunicaciones, quien se encargará de mantener al

día todas las noticias, novedades, eventos, boletines y en general toda la información que está alojada en la plataforma.

. A la aplicación podrán ingresar todos los funcionarios y contratistas que tengan el correo institucional.

4.4.3 Detección de las necesidades de comunicación

Cada director(a) Técnico (a), jefe (a) de Oficina y Coordinadores (as) de los grupos internos durante la planeación inicial de cada año, identifica los lineamientos generales a comunicar y diligencian el formato GC-FR-006 Matriz de Comunicaciones Internas (Ver anexo).

Estas necesidades de comunicación deben ser enviadas a Gestión de Comunicaciones para su consolidación.

4.4.4 Medios de comunicación interna

Se cuenta con los siguientes medios de comunicación interna:

- . Intranet corporativa
- . Correo masivo
- . Circulares
- . Boletines
- . Carteleras digitales
- . Memorandos
- . Isolución <http://sig.mindeporte.gov.co/Isolucion/PaginaLogin.aspx>
- . GESDOC, http://gesdoc.mindeporte.gov.co/SGD_WEB/main/login.jsp

De acuerdo con lo establecido en la matriz de comunicaciones se emplean los diferentes medios establecidos para la divulgación de la información que se requiera.

Los medios internos de comunicación también se aplican para aquellas comunicaciones que se generan de manera cotidiana y que no estén incluidas en la Matriz de Comunicaciones, GC-FR-006.

4.4.5 Pautas para la utilización del correo masivo

El envío frecuente de correos masivos puede generar entre los colaboradores de la entidad rechazo hacia la comunicación, razón por la cual se dan algunas pautas para la correcta utilización de este medio interno de comunicación:

. Todas las comunicaciones de eventos, capacitaciones, novedades, información de actividades, de actualización de formatos, campañas internas y boletines de las áreas, entre otros, las seguirá socializando el GIT de Comunicaciones y serán comunicadas a través de la Intranet.

. Por el correo masivo de Comunicaciones Internas se enviarán piezas correspondientes a las campañas desarrolladas por el GIT de Comunicaciones que corresponden a piezas que necesitan interacción.

. Los correos electrónicos que tengan la funcionalidad de hacer envíos masivos se utilizarán solo para hacer comunicaciones de última hora y enviar directrices de corto tiempo.

. Las comunicaciones que se envíen por dichos correos que tienen la funcionalidad de masivos serán formales.

. Es responsabilidad de los colaboradores que tengan asignados los correos, desde donde se pueden enviar comunicaciones a toda la entidad, la utilización racional de esta herramienta.

4.4.6 Diligenciamiento matriz de comunicaciones

La matriz de comunicaciones (Ver anexo) debe diligenciarse anualmente así:

- . Proceso: establecer el proceso del Sistema integrado de gestión emisor de la comunicación.
- . Mensaje ¿qué se comunica?: establecer clara y puntualmente el mensaje a comunicar.
- . Emisor ¿quién lo comunica?: establecer cargos directos o áreas responsables de emitir la comunicación. No se deben poner nombres de personas.
- . Estrategias/ Actividades / Acciones a ejecutar ¿cómo se comunica?: establecer las estrategias que empleará el proceso para comunicar. Pueden incluir: capacitaciones, sensibilizaciones, inducción, re-inducción, avisos, entre otros.
- . Medios ¿qué medios se emplean?: determinar los medios de comunicación interno que serán empleados para divulgar la comunicación:
 - Intranet corporativa
 - Correo masivo
 - Circulares
 - Boletines
 - Carteleras digitales
 - Memorandos
 - Web
 - Isolución
 - GESDOC
- . Frecuencia o periodicidad ¿cuándo se comunica? Determinar la frecuencia en la que realizará la comunicación
- . Receptor ¿a quién se comunica? Establecer el o los receptores a los que va dirigida la comunicación.

4.4.7 Plantillas de comunicaciones oficiales y de actos administrativos para uso general de la entidad

Las plantillas de correspondencia y de actos administrativos son para uso general del Ministerio del Deporte, diseñadas de

acuerdo con la normatividad vigente y son de obligatorio cumplimiento por parte de las distintas dependencias de la entidad.

Las plantillas de actos administrativos son generadas por el proceso Gestión Documental y las de correspondencia por el proceso Gestión Jurídica, serán estos dos procesos los encargados de establecer los lineamientos institucionales para estos documentos.

Nota: Plantilla de presentación

La plantilla de presentación (PPT) oficial de la entidad debe regirse por los lineamientos dados por la Presidencia de la República, estos están plasmados en la Guía del Sistema Gráfico de Gobierno de Colombia. La plantilla de presentación es de obligatorio cumplimiento por parte de las distintas áreas cuando se usa en una reunión, comité, congreso y diferentes eventos en los que haga presencia la entidad. (GC-DI-006).

4.4.8 Lista de cargos autorizados para firmar comunicaciones oficiales externas enviadas por Gesdoc

La lista de cargos autorizados para firmar las comunicaciones oficiales externas enviadas se establece de acuerdo con Decreto 1671 de 2019, "Por el cual se establece la planta de personal del Ministerio del Deporte", así como por la Política de Gestión Documental (Ver anexo):

Los cargos son:

1. Ministro (a)
2. Viceministro (a)
3. Secretario(a) General
4. Directores (as) Técnicos (as)
5. Jefes (as) de Oficina
6. Coordinadores (as) de los Grupos Internos de Trabajo
7. Supervisores (as) de contratos o convenios.
8. Persona designada por el ministro (a) en casos excepcionales, a través de comunicación formal escrita.

4.5 Correo electrónico

4.5.1 Generalidades

El correo electrónico es un medio de comunicación para divulgación de información tanto interna como externa. Posibilita el envío y recepción de textos, imágenes y videos.

4.5.2 Lineamientos para su uso

Para su uso correcto se deben tener en cuenta ciertos lineamientos:

- . Es importante leer todos los correos que se envían y así estar al tanto de lo que se presente.
- . Leer los correos con detenimiento para evitar interpretaciones distintas de objeto del mensaje.
- . Redactar los correos de manera clara, con buena ortografía y gramática.
- . Evitar jergas y modismos.
- . Poner siempre un asunto.
- . Si un correo tiene un mismo asunto que otro, es importante ponerle el mismo título, para llevar un historial.
- . Utilizar el Cc únicamente a las personas que se necesita y evitar poner "responder a todos" si solo le debes responder a una persona en específico.
- . Evitar el envío de cadenas e información que no sea de carácter institucional.
- . Mantener un tono cordial.
- . Enviar los archivos comprimidos para evitar que se devuelvan los correos y no lleguen a su destinatario.
- . Utilizar colores sobrios como el negro o el gris y tamaño de letra no mayor a 14 puntos.
- . Si se quiere resaltar alguna información utilizar negrilla.
- . Si se utiliza información gráfica debe cumplir con la imagen corporativa del Ministerio.

4.5.3 Firma

Cada funcionario o contratista del Ministerio del Deporte debe tener predeterminada y unificada la firma de su correo, con el logo del Ministerio, su nombre, cargo, área, teléfono, dirección de la entidad, correo electrónico, página web y las redes sociales de la entidad, según la directriz dada desde el GIT Comunicaciones, utilizando la plantilla que se compartirá oportunamente y se difundirá por los medios internos. Se recomienda mantener la firma siempre uniforme y sin alteraciones.

4.6 Lenguaje hacia la ciudadanía

La comunicación entre la ciudadanía y la entidad debe ser clara y comprensible para responder a sus necesidades. Todos los documentos, memorandos, circulares, oficios, notas informativas, comunicados, boletines y formatos de trámites o servicios, deben ser sencillos de manera que la ciudadanía pueda entender la información brindada y obtenga lo que necesita saber.

El sector público debe satisfacer las demandas de la sociedad en temas como la transparencia y la rendición de cuentas. El lenguaje claro permite:

- . Acerca a la ciudadanía a las entidades para conocer su funcionamiento y gestión pública.
- . Mejora la confianza entre la ciudadanía y las entidades.
- . Simplifica y agiliza los procesos de las entidades.
- . Fomenta la eficiencia en la gestión de la entidad.
- . Fortalece la inclusión social.
- . Permite que las entidades se evalúen y corrijan sus políticas y proyectos.

Los ciudadanos necesitan comprender qué hacen las entidades públicas, el servicio que prestan y la información que se les entrega para resolver sus inquietudes. De esta forma se genera confianza y credibilidad. Es un deber proporcionar la información

de manera clara, simple y directa, ajustándose a las necesidades de las personas.

4.6.1 Acciones para brindar una información clara

Para difundir una información y orientar la comunicación, se debe identificar el perfil al que es dirigido. De esta forma se evalúa qué tanto lenguaje técnico, jurídico, financiero, político, administrativo puede entender la persona.

1. Identificar lo que se debe informar y a quienes se va a informar.
2. Se recomienda investigar a quién se le va a comunicar el mensaje, definir su perfil demográfico, psicográfico, socio-económico, educativo, culturales, cognitivo, qué información necesita saber, cómo leerá el documento entregado, etc.
3. Es importante realizar una caracterización de usuario de los grupos de interés de cada área de la entidad.
4. Relacionar la información con la realidad y vida del ciudadano, según las necesidades, expectativas, e intereses, entender lo que se informa y definir si se va a utilizar un lenguaje formal o informal.
5. Transformar la información en un lenguaje claro para su comprensión.
6. Seleccionar y analizar cuáles estrategias de difusión utilizar.

4.6.2 Características de información

Para que los ciudadanos comprendan lo que la entidad les está informando es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- . La información debe estar completa, organizada y actualizada.
- . La información debe ser detallada de trámites y servicios.
- . Lograr un proceso de comunicación efectiva.
- . Responder el qué, quién, cómo, dónde, cuándo, por qué y para qué.
- . La información debe tener un lenguaje simple y directo.

4.6.3 Lineamientos de estilo y lenguaje

- . Escribir de manera explicativa y sencilla.
- . Pensar cómo la persona a la que es dirigido el mensaje lo lee o leerá.
- . Evitar el uso de tecnicismos, Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado de este inmediatamente después de ser utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.
- . Evitar la utilización de abreviaturas. Si es necesario, estas deben ir referenciadas entre paréntesis, inmediatamente después del texto al cual hacen referencia.
- . Utilizar el idioma español, evitar utilizar idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse en caracteres itálicos y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- . Proporcionar un glosario.
- . Si la información es escrita, el tamaño de la letra debe ser legible.
- . Si se exponen cifras, se deben explicar de manera gráfica.
- . Apoyo de ayudas visuales, ilustraciones, gráficos, tablas, organigramas, diagramas de flujo, tablas, infografías, imágenes y fotos.
- . Explicar las siglas utilizadas e indicar referencias.
- . Citar solamente las leyes que sean necesarias.
- . En los escritos evitar el uso excesivo de mayúsculas y gerundios.
- . Usar palabras y oraciones positivas.
- . En exposiciones o capacitaciones utilizar voz activa.
- . Usar secciones, viñetas, números y subtítulos.
- . Con fin de incorporar y mejorar la atención de la población en situación de discapacidad auditiva, se es necesario tener un lenguaje comprensible en lengua de señas.
- . Tener en cuenta utilizar un lenguaje para diferentes edades, comunidades étnicas y tanto para género femenino como masculino. Según los artículos 1, 2, y 3 en los cuales se habla del uso del lenguaje incluyente en documentos y eventos públicos "Entiéndase por lenguaje incluyente, el uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos y no el uso exclusivo del género masculino". Texto extraído del Acuerdo 381 del 2009, artículo 3.

5. Uso del lenguaje no sexista

Para todos los documentos de la comunicación, tanto externa, como interna, de Mindeporte deben impulsar la utilización de un lenguaje incluyente, que no fomenten la discriminación, ni la desigualdad entre el género femenino y masculino. En la comunicación escrita, lenguaje verbal y el uso de las imágenes se eliminará el uso de estereotipos de género que vayan en contra vía de la igualdad entre hombres y mujeres.

5.1 El lenguaje de género incluyente

Aquí se dan algunas pautas de cómo utilizar el lenguaje:

- . Se propiciará la emisión de mensajes que no vayan contra la dignidad de mujeres y hombres, con el fin de fomentar una comunicación no discriminatoria.
- . Se eliminará el lenguaje sexista y para esto se tendrán alternativas de redacción. Por ejemplo:

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
Los indígenas tendrán créditos	La población indígena tendrá créditos
Los jóvenes que deseen hacer deporte	La juventud que desee hacer deporte
Los ciudadanos se unieron	La ciudadanía se unió
Los niños tendrán acceso a la recreación	La infancia tendrá acceso a la recreación

. El lenguaje incluyente debe ser utilizado en todos los documentos que se producen en el Ministerio, tanto oficiales, como los dirigidos a medios de comunicación, redes sociales, intranet y que sirven para hacer difusión de la gestión de la entidad.

. Se recomienda el uso de diferentes técnicas como alternativa para hacer una redacción incluyente y no sexista donde prime el masculino o en caso contrario el femenino únicamente, es importante siempre tener en cuenta y utilizar un lenguaje en el que mujeres y hombres se sientan reflejados y reconocidos.

. Lo ideal es que el lenguaje sea coherente con lo que se quiere comunicar, utilizando palabras, términos o conceptos neutros o imparciales que no invisibilicen a las mujeres, y así se nombre lo femenino y lo masculino, o se incluya genéricos neutros como: Oficina de Atención a la Ciudadanía. Ejemplo:

La infancia

La niñez en lugar de los niños

La ciudadanía en lugar de ciudadanos

La población en lugar de los habitantes

La ciudadanía en lugar de los ciudadanos

La descendencia en lugar de los hijos

El personal en lugar de los trabajadores

El profesorado

El personal docente en lugar de los profesores

El electorado en lugar de los votantes

La juventud en lugar de los jóvenes

La humanidad en lugar de los hombres

El vecindario en lugar de los vecinos

El electorado en lugar de los electores

El empresariado en lugar de los empresarios

La población colombiana en lugar de los colombianos

. Así mismo, se sugiere sustituir el género masculino por sustantivos colectivos abstractos, que lo que hacen es designar a ambos sexos, sin omitir ninguno de los dos. Ejemplo:

Asesoría en lugar de Asesores/ el asesor

Tutoría en lugar de Tutores/ el tutor

Jefatura en lugar de Los jefes/ el jefe

La dirección en lugar de El director/ los directores

La coordinación en lugar de El coordinador/ los coordinadores

La redacción en lugar de Los redactores

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
Se convoca a los coordinadores	Se convoca a la coordinación de
El director comunica	La dirección comunica
Los asesores recomendaron que	La asesoría recomendó que
Los legisladores establecieron	La actual legislación establece
Se ha pedido a los jueces	Se ha pedido al poder judicial
Se necesitan licenciados en	Se necesitan personas licenciadas

. Otra opción es utilizar recursos lingüísticos, como la conjugación de conjugaciones verbales para evitar la referencia a lo que se ha considerado erróneamente como nombres 'universales', que no lo son:

No representa a toda la humanidad	Representa a la humanidad
Hace 2000 años el hombre vivía de la caza	Hace 2000 años se vivía de la caza
En la época prehispánica los hombres escribían mediante jeroglíficos	En la época prehispánica escribíamos mediante jeroglíficos
El trabajo del hombre mejora su vida	El trabajo de la humanidad mejora la vida
Es beneficioso para el hombre	Es beneficioso para la sociedad/ Es beneficioso para las personas

. Otra alternativa es cambiar el verbo de la tercera persona del singular a la segunda persona del singular (tú o usted).

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
Los lectores del periódico podrán participar en el sorteo.	Si usted lee el periódico podrá participar en el sorteo.
El consumidor estará más seguro si comprueba el precinto del envase	Usted sentirá mayor seguridad al comprobar el precinto del envase

. El uso de los diferentes tipos de pronombres es una buena herramienta para eliminar las expresiones sexistas de la comunicación, es el caso de los pronombres indefinidos, que son la mejor opción para referirse a una persona con independencia de sexo, cuando los mensajes son abiertos o masivos:

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
Uno	Alguien, cualquiera, la persona, una persona, el ser humano.
Si uno recibe	Si alguien recibe Cualquiera que reciba Si una persona recibe

. Caso similar se puede construir con un pronombre ambiguo "el que, los que, aquellos que", por el indefinido cualitativo "quien o quienes":

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
El que solicite una tarjeta	Quien solicite una tarjeta
Los que acudan a la reunión	Quienes acudan a la reunión

. También se puede sustituir "hombre u hombres" por "nos, nuestro, nuestras". Utilizar el pronombre "se" o Sustituir el uso del pronombre impersonal "uno" por "alguien o cualquiera":

Lenguaje sexista	Alternativa de redacción
Lo que es bueno para el bienestar del hombre ...	Lo que es bueno para nuestro bienestar...
El contribuyente tendrá acceso cumpliendo los siguientes requisitos:	Se tendrá acceso cumpliendo los siguientes requisitos:
Cuando uno lee esa noticia	Cuando alguien lee esa noticia

. Otra opción que se debe considerar es la "perífrasis", construcciones lingüísticas que expresan una idea, frase que intenta eludir directamente el asunto del discurso. Así mismo, se recomienda las construcciones metonímicas, designar en sentido figurado una cosa con el nombre de otra:

Lenguaje sexista	Perífrasis / Construcción metonímica
Profesores y alumnos	La comunidad escolar
El interesado gozará del derecho a...	La persona interesada gozará del derecho a...
Consejeros	Miembros del Consejo
Senadores	Integrantes del Senado

. Es importante tener en cuenta los formatos impresos, letreros o avisos:

Gerente /Gerencia

Director/ Dirección

Jefe /Jefatura

Secretario/ Secretaría

Presidente /Presidencia

Vicepresidente /Vicepresidencia

Tesorero /Tesorería

Jueces /Judicatura

Asesores/ Asesoría

Coordinadores/ Coordinación

. Al interior de los textos no debe utilizarse la arroba (@) para nombrar ambos sexos, no es un signo lingüístico, además de no reconocer la diversidad y participación de mujeres y hombres, siendo el sentido del lenguaje y la normativa que lo acompaña, no tiene sonido y es imposible su lectura, su uso es incorrecto.

. El uso de la barra o del paréntesis como una herramienta incluyente, es aconsejable en formatos oficiales, formularios de información, comunicados generales, contratos y cualquier trámite estandarizado. Lo anterior, debido al reducido espacio con que se cuenta en este tipo de documentos.

. Cuando se mencione condición, carácter o calidad de las mujeres en oficios, puestos, profesiones y cargos, en cualquier procedimiento administrativo, se debe utilizar su expresión en femenino, esto contribuye a visibilizar el trabajo de la mujer y su contribución con el mismo. Ejemplo: presidente, presidenta; juez, jueza; arbitro, arbitra.

. Hay que realizar cambios en el lenguaje utilizado frecuentemente y que constituyen expresiones sexistas, ejemplo: no usar el femenino para lo privado o que denoten posesión de las mujeres: "la mujer de Juan", "le otorgó la mano de su hija". Las personas no se poseen.

. No usar frases estereotipadas que consoliden roles tradicionales, eliminar cualquier prejuicio que justifique y normalice la violencia contra las mujeres en la comunicación.: "la gallina protege a sus pollitos", "si quería trabajar, ¿para qué tuvo hijos?"

. El lenguaje es un medio para visibilizar y reconocer los aportes que las mujeres han hecho en la historia y desarrollo en todos los ámbitos como el deporte, la ciencia y política entre otras, por lo cual es importante hacer visible lo femenino. No usar el masculino como universal: "el mundo es de los hombres", "el origen del hombre", "los jóvenes de hoy".

. La realidad se debe nombrar como es, así se transmite una idea exacta de ésta. Si hablamos de las profesiones en femenino estaremos ajustando nuestra comunicación, sea escrita o verbal, a la realidad.

. En el caso de las profesiones se deben utilizar sin dilación, haciendo referencia al género femenino. Existen algunas que tienen sustantivos neutros, en estos casos se deben utilizar acompañados del artículo que sea concordancia con el género de que trate la oración completa. La/el conductor, la/el auxiliar, la/el chef, la/el modelo, la/el dibujante.

5.2 Sexismo en las imágenes

Una imagen es lo primero en que se fija un ser humano, de ahí la importancia de elegir una fotografía, icono o colores en la comunicación iconográfica de Mindeporte. Para hacer un uso adecuado del lenguaje a nivel escrito y visual, de tal manera que no se permita invisibilizar a las mujeres ni continuar reproduciendo violencias y desigualdades en razón al género, pertenencia étnica, discapacidad, ciclo vital, ubicación geográfica y otras diversidades, tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

. Visibilizar a las mujeres identificando también formas adecuadas de representar a personas pertenecientes a grupos étnicos, con discapacidad, que hacen parte del sector LGTBI y que se visibilicen en las imágenes a crear y socializar, no usar solo la figura masculina como genérico.

. Visibilizar adecuadamente la imagen femenina reconociendo que "toda pieza comunicativa que representa a las mujeres tenga en cuenta las diferencias y diversidades, particularmente en el diseño de imágenes o en la utilización de fotografías en las piezas comunicativas, sin estereotipos de roles familiares o sociales.

- . Valorar la presencia de hombres y mujeres con distintas características físicas, étnicas, socioeconómicas y de edad.
- . Promover la personalidad de la mujer desde el empoderamiento, el emprendimiento, el asertividad y por el contrario eliminar las que representen siempre el rol en el hogar y la relación con sus hijos y familiares.
- . Propender porque en las piezas gráficas haya un equilibrio numérico entre hombres y mujeres, así como en la representación de roles de poder.
- . Diagramar las imágenes, con un orden equitativo y sin primar hombres sobre mujeres, o mujeres sexualidad sobre otras.
- . En los casos donde se utilice voz en off, debe tenerse en cuenta tanto la voz femenina, como la masculina.
- . Dar una visión igualitaria en las imágenes, incluir a hombres y mujeres en diferentes roles, de forma equitativa en espacios profesionales denotando los diferentes roles en el deporte y prácticas en el sector deporte, quitar a las mujeres de los espacios domésticos y mostrar la diversidad de mujeres que existen, entre otras.

6. Medición y evaluación

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, evaluar es "Estimar, apreciar, calcular el valor.", de allí nace la importancia de establecer mecanismos para conocer si los canales que se utilizan en comunicaciones internas y externas son los adecuados, la información es pertinente y el tono de esta es el apropiado.

Es importante evaluar la comunicación porque para avanzar, corregir y mejorar en los canales, mensajes, servicios, necesitamos conocer la efectividad de las acciones que se llevan a cabo y porque lo que no se mide, no es susceptible de mejorar. En términos generales la evaluación sirve para detectar errores, comprobar avances, resaltar aciertos y mejoras en las acciones trabajadas. Es útil para realizar cambios en el plan de comunicaciones tanto interna como externa: introducir nuevas pautas y recomendaciones y hacer las correcciones necesarias según las dificultades y necesidades observadas. Estará a cargo del GIT de Comunicaciones.

6.1 Evaluación y medición de la comunicación interna

6.1.1 Encuesta de percepción dirigida a colaboradores

Se aplicará a través de la Intranet y por correo masivo una encuesta de percepción de la estrategia de comunicaciones internas dirigida a todos los colaboradores de la entidad (funcionarios y contratistas), dos veces en cada vigencia, con una periodicidad semestral.

6.1.2 Métricas de la intranet

Como parte de los indicadores digitales, se obtendrán las métricas de visitas de la intranet, contenido más visitado y documentos que tuvieron mayor aceptación. Esto se hará anualmente, en el mes de enero con los datos que incluyan hasta el mes de diciembre de cada año.

6.2 Evaluación de la comunicación externa

6.2.1 Encuesta de percepción dirigida a periodistas de medios de comunicación

Se aplicará una encuesta de percepción que se enviará a la base de datos de periodistas que cubren la fuente, para conocer la apreciación que estos tienen sobre el contenido de la información que produce el Ministerio del Deporte, se hará por correo y se aplicará una vez al año.

5.2.2 Métricas de redes sociales

Los medios online permiten realizar una analítica digital, y, dependiendo del canal, es posible medir determinados aspectos, como son: publicaciones, impresiones, alcance, interacciones, seguidores y nuevos seguidores. Esto permitirá evaluar la actividad a través de estadísticas y métricas comparando un año con el inmediatamente anterior. Se hará anualmente, en el mes de enero.

7. Verificación de los documentos de la Gestión de Comunicaciones

7.1 Actualización de los documentos de la Gestión de Comunicaciones

El GIT de Comunicaciones a través del Profesional designado, o quien haga sus veces, debe velar porque todos los documentos que hacen parte de la Gestión de Comunicaciones se encuentren actualizados de acuerdo a los parámetros existentes del rediseño institucional, actividad que se hará cada vez que se requiera por cambios en el contexto o requerimientos recibidos, luego de llevar a cabo mesas de trabajo con las áreas, el enlace de la Oficina Asesora de Planeación o solicitud del Comité de Desempeño Institucional. Como evidencia de que se llevó a cabo la actividad se deberá dejar constancia mediante actas de las mesas de trabajo o soporte de la retroalimentación y la verificación de los cambios debe estar plasmada en los mismos documentos. Esta acción minimizará los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.

7.2 Socialización

El Coordinador (a) del GIT de Comunicaciones velará porque la Política Editorial y todos los documentos de la Gestión de Comunicaciones sea conocida y aplicada por los integrantes del grupo, así como los profesionales que hagan sus veces de enlaces con las direcciones técnicas y demás áreas donde se encuentre un profesional que cumpla esta función.

Al hacer la socialización debe quedar registro de que cada uno de los profesionales recibió los documentos actualizados de la Gestión de Comunicaciones. Esta acción minimizará los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.

Así mismo, a través de los medios internos se socializará a funcionarios y contratistas las directrices que en materia de comunicaciones se produzcan al interior de la entidad, con el fin de que la información se divulgue oportunamente.

7.3 Evaluación de la Política Editorial

Le corresponderá al GIT de Comunicaciones a través de la Coordinación, anualmente evaluar la aplicación de la Política Editorial con los integrantes del grupo y los enlaces de comunicaciones de las direcciones técnicas. Si se encuentra alguna desviación en la aplicación del control se hará una retroalimentación a quien no la aplique y de ser necesario se volverá a actualizar la Política. Para poder verificar el cumplimiento de la actividad se dejará consignado en un acta de la mesa de trabajo o el soporte donde se evidencie la evaluación. Esta acción minimizará los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.

8. Salvaguardar la información

8.1 Activos de información del GIT de Comunicaciones

Un activo es cualquier elemento que tenga valor para la organización. Con el GIT de TICS, quienes son los líderes del proceso de la Gestión de Tecnologías de la Información, el Coordinador (a) del GIT de Comunicaciones o el enlace encargado llevarán a cabo mesas de trabajo para actualizar cada vez que se requiera la Matriz de Archivos de Información.

8.2 Uso de las herramientas tecnológicas

Siguiendo los lineamientos del GIT de TICS se hará uso de todas las herramientas dispuestas para realizar el trabajo colaborativo con todos los funcionarios y contratistas de la entidad, a través del almacenamiento, organización y la posibilidad de compartir información desde cualquier dispositivo, así como acceder a ella. Es así como el GIT de Comunicaciones y cada uno de sus miembros utilizará las plataformas dispuestas por la entidad para almacenar y salvaguardar la información más relevante, en la aplicación SharePoint o la que esté vigente en su momento.

También cada uno de los integrantes del GIT de Comunicaciones deberá velar por que la información que produce se mantenga segura, utilizando archivos en la nube de las aplicaciones dispuestas por Mindeporte para tal fin. Si cuenta con discos duros externos, deberá hacer una relación de los archivos que allí reposan y entregarlos cada vez que sean requeridos a la Coordinación del GIT de Comunicaciones.

El GIT de TICS deberá velar porque se cuente con un espacio (servidor) para salvaguardar la información que produce el GIT de Comunicaciones, material audiovisual, piezas gráficas y los documentos que hacen parte del que hacer del trabajo diario. Si no existe la capacidad, el Coordinador (a) del GIT de Comunicaciones o quien haga sus veces, se encargará de solicitar a TICS, alternativas de almacenamiento para el material, ya sea discos duros extraíbles o aplicaciones más robustas que tengan bastante capacidad.

Nota: estas acciones minimizarán los posibles riesgos de gestión o corrupción caracterizados por el área.

9. De los comités

Los Comités que ejercen como órganos asesores, de toma de decisiones y seguimiento a la gestión, entre otros, del Ministerio del Deporte, atenderán las recomendaciones de comunicaciones emanadas de la Política Editorial.

Estos, según sus consideraciones y la confidencialidad de la información publicarán, informarán y socializarán con los distintos grupos de interés internos y externos los informes o el resultado de las sesiones, a través de los canales de comunicación que utiliza la entidad, como redes sociales, página web, intranet, correos masivos, Isolucion, Gesdoc y pantallas digitales.

9.1 Lineamientos del Comité Institucional de Coordinación de Control Interno

Este Comité ejerce como órgano asesor e instancia decisoria en asuntos de control interno y del más alto nivel jerárquico de las áreas de la entidad, está articulado con el Comité Institucional de Gestión y Desempeño del Ministerio del Deporte, sus lineamientos están dados por las Resoluciones 01122 de 2017, 000524 de 2019 y 000089 de 2021.

En el caso del Comité Institucional de Coordinación de Control Interno, el jefe de la Oficina de Control Interno - OCI- solicitará al GIT Comunicaciones la publicación de las Actas de las sesiones de este Comité y realizará el cargue de los hallazgos y Observaciones en el aplicativo Isolucion del Ministerio del Deporte.

Canales disponibles para la publicación y socialización de los informes:

- **Isolución:** se cargarán los Planes de Mejoramiento a través de esta plataforma de gestión de calidad. Los procesos serán responsables del cargue de las actividades de mejora, seguimientos y evidencias en la plataforma Isolucion a fin de dar a conocer los avances en la gestión de los Planes Suscritos.

- **Página web:** en el sitio se publicarán los documentos resultado de los Seguimientos Normativos y Auditorías Internas. Además, de forma trimestral se divulgará un banner con el nombre de los informes publicados durante dicho trimestre (abril, julio, octubre, enero), el cual ira en el home del portal de Mindeporte, para hacerlos más visibles y que la ciudadanía pueda tener acceso directo a estos.

- **Redes sociales:** si así se considera, o se solicita, por parte de la OCI se proyectará una parrilla de contenidos digitales para compartir en las redes sociales información de los seguimientos a la gestión de la entidad o los resultados de las sesiones del Comité Institucional de Coordinación de Control Interno, esto acompañado de sus respectivos productos audiovisuales.

- **Intranet:** en el sitio de forma trimestral se divulgará un banner con el nombre de los informes publicados durante dicho trimestre (abril, julio, octubre, enero), el cual ira en el home de la Intranet, para hacerlos más visibles y que los colaboradores puedan tener acceso directo a estos.

- **Gesdoc:** se utilizará este canal como medio de comunicación oficial al ministro, la viceministra, a los directores técnicos, jefes de oficina, coordinadores o enlaces, para dar a conocer los informes finales.

10. Referencias

- [Guía del Sistema Gráfico Gobierno de Colombia](#)
- [Decreto 1671 de 2019](#)
- [Manual Operativo Sistema de Gestión MIPG v2](#)
- [Guía de Lenguaje Claro para los Servidores Públicos de Colombia](#)
- [Manual de Rendición de Cuentas](#)
- [Ley 1712 de 2014](#)
- [Manual de Gobierno en Línea](#)
- [Decreto 2106 de 2019 -Antitrámites en la Administración Pública](#)
- [Resolución 3564 de 2015 -MIN TIC](#)
- [Ley 1967 del 11 de julio de 2019](#)
- [Manual para el uso no sexista del lenguaje](#)
- [Manual de Comunicación NO sexista. Hacia un lenguaje incluyente](#)
- [Manual de Comunicación Incluyente](#)
- [En el lenguaje incluyente está toda la gente. Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital. Alcaldía de Bogotá.](#)

11. Anexos

- [GC-DI-016 - Plantilla de Presentaciones](#)
- [GC-MN-002 - Manual de Comunicaciones Internas](#)
- [GC-FR-006 - Matriz de Comunicaciones](#)
- [GC-IN-002 - Creación y/o Actualización de Contenidos Página Web](#)
- [GC-PD-006 - Imagen y Diseño](#)
- [GC-PD-007 - Cubrimiento de Eventos y Protocolo](#)
- [GC-DI-010 - Plan Operativo de Comunicaciones Internas](#)
- [GC-FR-011 Parrilla de Contenidos Campañas Redes Sociales](#)
- [GC-FR-011 Control de Comunicaciones Internas](#)
- [GC-MN-003 - Manual de Estilo para la Producción Periodística](#)
- [GT-PO-002 - Política Seguridad de la Información](#)
- [GC-FR-010 - Parrilla general de contenidos redes sociales](#)
- [Resolución 001122 del 20 de junio de 2017](#)
- [Resolución 000524 del 22 de abril de 2019](#)
- [GC-PD-008 Elaboración de Información](#)

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
1	15/Ene/2014	Creación del documento
2	09/Jun/2014	Actualización de Definiciones y Anexos, del Manual de Política Editorial
3	14/Nov/2014	Actualización de plantillas de correspondencia con la nueva imagen de gobierno, Matriz de Comunicaciones. Actualización descripción de uso de redes sociales, del Manual de Política Editorial.
4	20/Dic/2016	Actualización de información en los numerales 4, 5 y 6. Inclusión de capítulos e inclusión del formato para el cubrimiento de eventos, del Manual de Política Editorial.
5	26/Sep/2017	Actualización de información en los numerales 4.3.7.9 Imagen Corporativa, 4.4 de Comunicaciones internas. Numeral 4.3.2 de redes sociales, actualización del 4.6 del lenguaje hacia el ciudadano. E inclusión del Manual de Comunicaciones Internas, en el Manual de Política Editorial.
6	01/Feb/2018	Actualización de plantillas.
7	28/Ago/2018	Actualización de plantillas, ajuste en las definiciones, modificación de la matriz de comunicaciones.
8	13/Oct/2020	Cambio en definiciones: directrices de comunicaciones, lenguaje claro. Utilización de lenguaje institucional en redes sociales. Rendición de cuentas, orientaciones básicas para realizar las acciones. Modificación del alcance, modificación del desarrollo de actividades. Ajuste en referencias y anexos. Se cambió Coldeportes por Ministerio del Deporte y de Director por Ministro. Se migra a plantilla tipo "Manual" a plantilla tipo "Política". Ajuste en el alcance, definiciones, consideraciones básicas, directrices generales de comunicaciones, manejo de redes sociales, elaboración de discursos, cubrimiento de eventos y protocolo, se incluyó la intranet corporativa y un capítulo de medición y evaluación, así como se ajustó la numeración.
9	15/Sep/2021	Ajuste en el alcance, se incluyen definiciones, controles de riesgos, inclusión de obligaciones relacionadas con comunicaciones en convenios o contratos, conductos de aprobación, Uso del lenguaje no sexista, verificación de los documentos de la Gestión de Comunicaciones, Salvaguardar la información y obligaciones con respecto a los Comités. Se complementan referencias y

		anexos.
10	26/Dic/2022	Ajuste en el alcance de comunicaciones internas, se incluyen definiciones, se ajustó el manejo de información en la página web en lo referente a sin discriminaciones, se incluye en el manejo de redes sociales dos formatos: parrilla general de contenidos redes sociales y parrilla contenidos campañas redes sociales áreas, también se complementaron las dos redes sociales de Tik Tok y LinkedIn. Se ajustó el aparte de curbrimiento de eventos y protocolo. Se incluyó el protocolo referente a la autorización del derecho al uso de la imagen para los diferentes eventos internos y externos. Así mismo, se incluye el formato de control de comunicaciones internas y se ajustaron las referencias y anexos.

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Nombre: Lilia del Carmen Cadena Garcia Cargo: Profesional Asignado - Comunicaciones Fecha: 26/Dic/2022	Nombre: Yanneth Bibiana Perilla Triana Cargo: Sistema de Gestión de Calidad Fecha: 27/Dic/2022 Nombre: Andrei López Charry Cargo: Sistema de Gestión de Calidad Fecha: 28/Dic/2022 Nombre: Andrea del Pilar Paez Saboya Cargo: Sistema de Gestión de Calidad Fecha: 28/Dic/2022	Nombre: Maria Isabel Urrutia Ocoro Cargo: Ministro Fecha: 10/Ene/2023