



Política de Comunicaciones

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	1 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado

Contenido

Presentación	2
Objetivo general	3
Justificación	3
Marco normativo	5
Enfoques	7
Principios	9
Comunicación Interna	10
Canales para la Comunicación Interna	10
Intranet	10
Boletín de noticias	11
Correo electrónico	11
Protectores de pantallas	12
Cartelera y/o pantallas de comunicación en sedes físicas	12
Chat de divulgación por WhatsApp	13
Chat de articulación regional por WhatsApp	14
Comunicación externa	14
Canales para para la Comunicación externa	15
Redes sociales:	15
Medios de comunicación:	16
Canales de campañas offline y online	17
Actores y responsabilidades	19
Actores internos	19
Equipo de comunicaciones:	19
Oficina de Tecnologías de la información	21
Áreas y oficinas del ICAANH	22
Actores externos	22
Instrumentos de procesos comunicativos de la entidad	23
Autorización Imagen y voz:	23
Cubrimiento de actividades	23
Seguimiento y evaluación	24
Referencias Bibliográficas	25

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	2 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Presentación

El Instituto Colombiano de Antropología e Historia - ICANH presenta su Política de Comunicaciones con el propósito de establecer los lineamientos, estrategias e instrumentos para el desarrollo de la comunicación externa e interna de la entidad. Lo anterior, desde una visión estratégica que permita orientar el fortalecimiento de la identidad institucional y su posicionamiento, así como promover el diálogo entre diversos actores estratégicos dentro y fuera de ella.


En ese sentido, este instrumento de planeación propone una hoja de ruta para la toma de decisiones en los procesos de comunicación en la entidad. Al entender la comunicación desde una perspectiva que reconoce la complejidad y dinamismo de los ecosistemas comunicativos en la actualidad, la misionalidad del Instituto como establecimiento público de carácter nacional y las necesidades, diferencias y pluralidad de actores y ciudadanías con las que dialoga la entidad.

Asumir la comunicación como un bien público al que se le confiere un carácter estratégico implica reconocer su valor en la entidad como vehículo para posicionar y amplificar lo que se hace en ella en el marco del sector cultura y para incidir, desde diferentes niveles, en procesos de articulación y construcción de puentes de comprensión entre los y las colaboradores del Instituto, así como con sus grupos de interés.

La política de comunicaciones se construye dando cumplimiento a lo establecido en la Constitución Política de 1991 que define a Colombia como un Estado social de derecho, democrático y participativo.

Asimismo, se orienta por el Decreto 0993 de 2025 que establece que el ICANH es un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Cultura, creado mediante el Decreto 2667 de 1999 que tiene por objetivo “el fomento, la realización, la publicación y la divulgación de investigaciones antropológicas, arqueológicas, históricas y sobre el patrimonio cultural de la Nación” y adicionalmente, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Cultura (Ley 397 de 1997) es “la institución competente en el territorio nacional respecto del manejo del patrimonio arqueológico”.

En particular, se resalta lo estipulado en el Artículo 4 -numeral 10 del Decreto 0993 de 2025, que indica que el ICANH es el encargado de “Difundir y divulgar los resultados de las investigaciones realizadas en el desarrollo de su objeto y funciones”. En ese sentido, en cumplimiento con el citado decreto, es importante dirigir el desarrollo de publicaciones, exposiciones, proyectos patrimoniales y producción de contenidos para la valoración,

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	3 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



apropiación y otros mecanismos de divulgación en torno al patrimonio arqueológico y cultural de la Nación.

Objetivo general


Orientar los procesos y canales de comunicación del Instituto Colombiano de Antropología e Historia mediante parámetros y lineamientos claros, al tiempo que se dinamiza el posicionamiento institucional a través de sus apuestas estratégicas, fortaleciendo los procesos, procedimientos, contenidos y canales de comunicación internos y externos del ICANH.

Justificación

Para el año 2032, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia se proyecta como una entidad con presencia regional fortalecida que encara los desafíos globales, reconoce las diferencias sociales, y facilita el diálogo y la gobernanza intercultural. Es referente en la producción y democratización del conocimiento; y orientador en la gestión integral del patrimonio arqueológico de la nación como un principio ordenador del territorio con enfoque sostenible

Por otra parte, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia definió como programa en la Plataforma Estratégica Institucional el “Conocimiento público para la construcción de la paz” cuyo objetivo estratégico es “fortalecer los procesos de producción, coproducción, fomento y divulgación del conocimiento y la investigación interdisciplinaria en la esfera pública con un enfoque de construcción de la paz”. En ese sentido, los procesos de comunicación en la Entidad corresponden a una labor misional desde la cual se desarrollan conjunto de actividades y productos desplegados en el tiempo que interpretan y hacen accesible el conocimiento científico o técnico a la sociedad, a través de la producción de contenidos y actividades en múltiples formatos y desde variadas escalas.

Dichas acciones de comunicación del Instituto son lideradas por el equipo de Comunicaciones y se generan en el marco de mapa de procesos de la entidad que considera la Comunicación como un proceso transversal a las diferentes acciones – misionales, estratégicos y de apoyo– del ICANH. Esta política se constituye como una herramienta de planeación que establece los parámetros que guían las acciones de comunicación, que y que busca garantizar ejercicios coherentes, plurales, transparentes, coordinados y efectivos en materia de:

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	4 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



- a) **Comunicación interna**
- b) **Comunicación externa**
- c) **consolidación de imagen institucional**
- d) **Divulgación de contenidos y comunicación pública.**

El ICANH, entonces, requiere de procesos de comunicación que promuevan –en términos de relacionamiento– la interacción intersectorial, interinstitucional y con grupos de valor e interés. Lo anterior con el objetivo de posicionar sus acciones a través de relacionamientos públicos, eventos y espacios de co-construcción y lugares de enunciación para dialogar con las ciudadanías. Así como dar asesoría y apoyo a entidades y actores interesados en los temas sobre los cuales el ICANH es autoridad o tiene experticia.


El ICANH requiere unos lineamientos para orientar –en términos comunicativos– la promoción y apropiación compartida de la misión, visión, valores, funciones y objetivos de la entidad entre sus colaboradores y generar canales de diálogo e interacción para garantizar la transmisión efectiva de información entre ellos y ellas.

También, los procesos de comunicación implican la generación y divulgación de contenidos diversos y rigurosos que permitan acercar a la ciudadanía a las acciones del Instituto, que impulse sus resultados y posicione sus iniciativas en la esfera pública.

Para ello se requiere, en primer lugar, la producción de contenidos desde la multiplicidad de narraciones y formatos, teniendo como faro la importancia y necesidad de construir sentidos y comprensiones alrededor del conocimiento científico y especializado y de los saberes populares/ancestrales/comunitarios que respondan a los intereses y misionalidad del ICANH, a los intereses y necesidades de las audiencias, ciudadanías y grupos de valor y a las dinámicas de circulación, apropiación y participación de los mismos.

En segundo lugar, respecto a la circulación, la entidad requiere de la divulgación de la gestión que lleva a cabo en todo el territorio nacional a través de contenidos con información clara, veraz, oportuna y de calidad, y que se exprese en un lenguaje accesible a toda la ciudadanía. Dicha divulgación implica activar y mantener canales de divulgación autónomos y en alianza con otros actores de la sociedad como medios de comunicación masivos, comunitarios y académicos, actores de la academia, organizaciones sociales, entre otros.

Para el desarrollo continuo y coherente de estos procesos, se requiere la identificación de actores responsables y corresponsables; la generación de una hoja de ruta con acciones y procedimientos específicos para llevar a cabo un buen desarrollo de los mismos con

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	5 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



canales y productos definidos; los enfoques y principios que guiarán su implementación; y unas pautas para su seguimiento y evaluación.

Marco normativo

La Política de Comunicaciones se fundamenta en normativas y políticas que rigen la gestión de la comunicación en entidades públicas.

- Ley 1712 de 2014 o “Ley de transparencia y del derecho al acceso de información: El objeto de esta Ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.
- Resolución 1519 de 2020 del Ministerio de Tecnologías de la Información: por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos en materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos”. La Resolución 1519 del 2020 contiene cuatro anexos, el primero desarrolla las directrices de accesibilidad web; el segundo incorpora nuevos estándares de transparencia y divulgación de contenidos; el tercero dispone medidas en materia de seguridad digital; y el cuarto dispone condiciones sobre datos abiertos.

Se destaca el Anexo 1 el cual “define los estándares de accesibilidad para todas las personas y para el acceso autónomo e independiente de las personas con discapacidad, principalmente de aquellas con discapacidad sensorial e intelectual a los sitios web y los contenidos a cargo de los sujetos obligados” y el Anexo 2 el cual “aplica a los medios electrónicos, sitios web y sedes electrónicas de los sujetos obligados., y contiene los estándares de publicación y divulgación de información para cumplimiento de los sujetos obligados”.

- Ley 2052 de 2020: por medio de la cual se establecen disposiciones transversales a la Rama Ejecutiva del nivel nacional y territorial y a los particulares que cumplan funciones públicas y/o administrativas, en relación con la racionalización de trámites, con el fin de facilitar, agilizar y garantizar el acceso al ejercicio de los derechos de las personas, el cumplimiento de sus obligaciones, combatir la corrupción y fomentar la competitividad.

En particular se destaca el Art. 28 LENGUAJE CLARO. Los sujetos obligados, con el propósito de facilitar la comunicación entre los ciudadanos y el Estado, deberán incorporar en la creación e implementación de los formularios únicos,

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	6 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



procedimientos y esquemas de comunicación, publicación e información pública relacionados con los trámites que se adelanten en su entidad, las recomendaciones y lineamientos que defina el Gobierno nacional.

- Ley 1581 de 2012 y política interna de protección de datos en Colombia: Que regula el tratamiento de datos personales en entidades públicas y privadas para garantizar los derechos de los ciudadanos a la privacidad y al control sobre su información.
- Circular 01 del 22 de marzo de 2019 de la Presidencia de la República: la cual plantea recomendaciones en términos de buenas prácticas en el manejo y uso de las redes sociales de los servidores y entidades públicas, ambos de la rama ejecutiva del orden nacional.
- Resolución 1519 del 2020, la cual establece estándares y directrices para la publicación de información conforme a la Ley 1712 del 2014, abordando aspectos de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital y datos abiertos.
- Manual de Gobierno Digital para la implementación de la Política de Gobierno Digital, Decreto 1008 de 2018 la cual tiene como objetivo “Promover el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones para consolidar un Estado y ciudadanos competitivos, proactivos, e innovadores, que generen valor público en un entorno de confianza digital”.

Además, como se mencionó en la presentación de este documento, la Política de Comunicaciones del ICANH adhiere al rediseño institucional del ICANH, aprobado mediante el Decreto 0993 de 2025 del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. Así mismo, tiene en cuenta lo estipulado en:

- Política de Servicio al Ciudadano del Instituto Colombiano de Antropología e Historia – ICANH la cual tiene como propósito fortalecer los mecanismos de servicio al ciudadano a través de la identificación y puesta en marcha de líneas estratégicas y de acción, que consisten en la automatización de plataformas y red TIC, así como proporcionar herramientas que faciliten la autogestión de los usuarios en el acceso a la oferta institucional.
- Política editorial del ICANH la cual es el conjunto de lineamientos técnicos y procedimentales para orientar todo lo referente a las publicaciones de la Entidad; establece los parámetros del proceso editorial, la evaluación académica, la distribución y difusión de las publicaciones, tanto impresas como en formato digital, y conforma las colecciones de libros, entre otros asuntos.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	7 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Las Políticas de Tecnología y Sistemas de la información que tiene como objetivo establecer para el Instituto Colombiano de Antropología e Historia los parámetros para la gestión y actualización de la infraestructura tecnológica y los sistemas de información alineados con las necesidades del Instituto y los objetivos institucionales y sectoriales. La Política de comunicaciones se alinea con:

- Política General de Seguridad y Privacidad de la Información del ICANH: establece los lineamientos para la protección, manejo seguro y resguardo de la información institucional, incluidos los contenidos digitales generados y difundidos en los canales de comunicación oficiales.
- Política de Tratamiento de Datos Personales del ICANH: define las reglas para el manejo, custodia y uso adecuado de datos personales en los procesos de comunicación interna y externa, garantizando los principios de legalidad, finalidad y seguridad de la información.
- Lineamientos de Seguridad Digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MinTIC: orientan las medidas obligatorias de protección, autenticación, gestión de accesos y reducción de riesgos asociados a los canales digitales utilizados por el Instituto. Estos lineamientos impactan de manera directa la operación tecnológica y requieren articulación permanente con la Oficina de Tecnologías.

Enfoques

Teniendo en cuenta los planteamientos del documento Políticas de Comunicación y Cultura (Dirección de Comunicaciones, Ministerio de Cultura, 2016), la Política de comunicaciones identifica que el desarrollo continuo y coherente de los procesos comunicativos implica apostar por una amplia cobertura geográfica y tecnológica, tener una amplia oferta de contenidos y servicios así como considerar las condiciones de producción de los mismos y las dinámicas de circulación y apropiación por parte de la ciudadanía y los actores estratégicos.

Adicionalmente a ello, la generación y divulgación de contenido requiere una comprensión de los ecosistemas actuales de los medios y canales que visibilice la multiplicidad de propuestas, lenguajes, narrativas y estéticas. Lo cual sitúa la atención en las formas en que desde las TICS se produce sentido de lo social y en los modos de reconocimiento entre la ciudadanía. Por ello, teniendo en cuenta que los procesos de comunicación implican prácticas y procesos que atraviesan los modos de ser, sentir, expresar y dialogar de la

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	8 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



sociedad y que varían dependiendo de contextos, la política tiene el siguiente abordaje de enfoques:

- **Género:** Este enfoque hace un llamado a que el género sea un componente transversal en los procesos de producción, circulación y apropiación de contenidos al tener en cuenta las desigualdades que históricamente han existido entre hombres y mujeres, y entre las diferentes masculinidades y feminidades. El abordaje de este enfoque implica 1) generar contenidos con lenguaje incluyente que permita la identificación y empatía de la ciudadanía, 2) la presencia equilibrada de las fuentes y participantes en las narrativas, 3) promover una cultura de la no violencia libre de sexismo para evitar estereotipos y prejuicios en los contenidos, 4) promover y difundir investigaciones y acciones que promuevan esta perspectiva en el Instituto.
- **Diferencial:** El enfoque diferencial reconoce las particularidades de poblaciones y sectores sociales que habitan en el país en los procesos de producción, circulación y apropiación de contenidos, por eso, tiene en cuenta sus condiciones, situaciones y características y genera acciones en aras de que todos y todas se sientan tanto representados y tengan acceso los contenidos que circulan en los canales del Instituto. Este enfoque implica que la generación de contenidos y acciones comunicativas tenga en cuenta los siguientes elementos: 1) los lineamientos de lenguaje claro, 2) la lengua de señas, 3) lectura en braille, 4) subtítulos reconociendo la diversidad lingüística del país, 4) la generación de contenidos comprendiendo la diversidad de los ecosistemas actuales de los medios y la pluralidad de sus públicos en términos etarios, 5) la representación de diferentes grupos poblacionales y diferenciales en los contenidos y 6) la difusión de investigaciones que promuevan esta perspectiva.
- **Territorial:** Este enfoque tiene en cuenta la misionalidad del Instituto y las apuestas planteadas para el año 2032 en la medida en que busca promover acceso y divulgación de contenidos que respondan a la territorialización del Instituto. En particular es importante que los contenidos respondan a acciones que se desarrollan y/o promueven en todas las sedes del ICANH y en los parques Arqueológicos ICANH. Esta mirada pasa por 1) difundir acciones que estén en las diferentes regiones donde de una u otra manera tiene presencia Instituto, 2) promover relacionamientos con medios y actores estratégicos desde una perspectiva regional y en diferentes escalas y 3) en generar contenidos que lleguen a dichos lugares reconociendo las particularidades de los territorios, así como los vínculos de la ciudadanía con dichos espacios.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	9 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



El abordaje de estos enfoques se realizará de manera gradual, teniendo como faro la generación de acciones de comunicación incluyentes, ya sea en los canales de comunicación interna y externa. Para dicho abordaje se requiere seguir los protocolos de atención con enfoque diferencial implementados en el ICANH, siendo estos:

- [Protocolo de atención a personas con discapacidad y víctimas del conflicto armado](#)
- [Protocolo de atención ciclo de vida](#)
- [Protocolo de atención grupos étnicos colombianos](#)
- [Protocolo de atención mujeres y personas LGBTIQ+](#)

Principios

- **Calidad Informativa:** Garantía la veracidad, claridad y rigurosidad de la información que circula a través de los canales de comunicación. Esto implica revisar y verificar la información antes de publicarla, y asegurarse de que se ajuste a los valores y objetivos estratégicos del Instituto.
- **Rigurosidad científica:** Teniendo en cuenta la misionalidad del ICANH al ser un centro de Investigación en los campos de la antropología, la historia y la arqueología, es importante que circulen contenidos que pongan en circulación procesos, explicaciones y resultados de investigaciones y gestión en estos campos y que sus narrativas tengan la rigurosidad prevista por los y las investigadoras desde una perspectiva clara, creativa y rigurosa que permita que la ciudadanía acceda a temas complejos y especializados.
- **Transparencia:** Garantía para que la ciudadanía en general tenga acceso a la información pública de manera veraz, clara, comprensible y oportuna para su toma de decisiones.
- **Acceso:** Garantía de la cobertura geográfica y tecnológica, amplia oferta de contenidos y acciones de comunicación, así como una respuesta a las demandas y necesidades (de contenidos, canales y formatos) de los distintos actores estratégicos para que los contenidos les lleguen y sea posible su apropiación. Esto implica tener en cuenta el abordaje de los enfoques.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	10 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



- **Participación:** La promoción del reconocimiento de la ciudadanía y de los grupos de valor como partícipes de las acciones del Instituto y como agentes activos en sus canales y acciones de comunicación. Esto implica tener relacionamientos claros, directos y eficientes con los diferentes actores tanto internos como externos a través de los canales de comunicación del ICANH.
- **Seguridad Digital:** Garantizar que los contenidos, plataformas y canales utilizados para la comunicación institucional cumplan con las políticas de seguridad de la información del ICANH, incluyendo autenticación segura, protección de datos personales y mecanismos de resguardo que eviten la pérdida, alteración o divulgación no autorizada de la información.

Comunicación Interna

Tiene como objetivo garantizar la producción, circulación y apropiación efectiva de información entre funcionarios, contratistas y todo personal vinculado que preste apoyo o servicios del Instituto Colombiano de Antropología e Historia. Lo anterior a partir de la consolidación y establecimiento de canales, productos y acciones de comunicación y la generación y promoción de canales de diálogo e interacción para garantizar la transmisión efectiva de información entre los colaboradores del ICANH.

Esta información está relacionada con la estructura del ICANH, su funcionamiento, objetivos, planes, campañas, valores o programas institucionales, así como con los propósitos y retos que deben afrontar para el óptimo desarrollo de su gestión. También hace parte la información que es necesaria y pertinente conocer para la ejecución de procesos internos de la entidad, así como las actividades y resultados de la gestión administrativa y misional.

Canales para la Comunicación Interna

Para poner en circulación la información y contenidos, así como generar espacios de diálogo, se cuenta con los siguientes canales de comunicación interna.

Intranet

Espacio centralizado para la difusión de noticias internas, documentos institucionales y foros de interacción.

Los contenidos publicados en la intranet son responsabilidad de los funcionarios

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	11 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



públicos y líderes de Área o coordinadores designados de la entidad. Cada Área debe designar a los funcionarios responsables de actualizar la información en la intranet, siguiendo los lineamientos establecidos en el formulario de solicitud de publicación web, garantizando el uso de los criterios de accesibilidad definidos en la Resolución 1519 del 2020.

El Equipo de Comunicaciones revisará que la información cumpla con los principios de comunicación establecidos en este documento, así como los requisitos de accesibilidad. La actualización del sitio de la intranet, es responsabilidad del equipo de Comunicaciones del ICANH, a partir de los insumos remitidos por las áreas.

La Oficina de Tecnologías será responsable de asegurar la disponibilidad, estabilidad, mantenimiento técnico, seguridad y cumplimiento de los estándares de accesibilidad digital de la plataforma de Intranet. Adicionalmente, apoyará ajustes técnicos necesarios para garantizar que los contenidos publicados cumplan con la Resolución 1519 de 2020 y las WCAG 2.1 nivel AA.

Boletín de noticias

El Equipo de Comunicaciones envía periódicamente un boletín informativo por correo electrónico interno masivo, que resume la actividad institucional reciente y futura. Los contenidos del boletín son definidos por el equipo de Comunicaciones y se envían desde la cuenta comunicaciones@icanh.gov.co. El boletín de noticias es una herramienta fundamental para divulgar la gestión interna y externa, actividades y procesos institucionales a los funcionarios de planta, trabajadores oficiales y contratistas del ICANH.

El equipo de Comunicaciones formuló la **GUÍA PARA LA GESTIÓN DE BOLETINES DEL ICANH**, para orientar la elaboración, organización y priorización de los contenidos. Esta guía complementa el presente procedimiento y sirve como marco de consulta para ampliar la información sobre estructura, criterios editoriales y pautas de participación de las áreas.

Correo electrónico

La difusión de información institucional a través de correos masivos internos será responsabilidad exclusiva del Equipo de Comunicaciones. Esto incluye campañas, eventos, invitaciones a procesos, capacitaciones, comunicados y toda

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	12 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



comunicación oficial de carácter informativo.

Las áreas del Instituto no podrán enviar correos masivos desde cuentas propias. Únicamente se exceptúan los correos de notificación sobre resoluciones, disposiciones normativas u oficios administrativos, así como las convocatorias o coordinaciones directas a reuniones, los cuales deben ser remitidos por los correos de las direcciones u oficinas responsables.

Los correos electrónicos institucionales deben ser enviados desde correos oficiales y deben tener en cuenta el formato de firma dispuesto por Comunicaciones, que puede consultarse en el [Manual de identidad institucional](#)

La Oficina de Tecnologías administra la plataforma de correo institucional, garantizando seguridad, autenticación multifactor, políticas de contraseñas robustas y cumplimiento de las políticas institucionales de tratamiento de datos. Adicionalmente, apoyará la gestión técnica de correos masivos institucionales, asegurando que se ajusten a las capacidades técnicas y protocolos de seguridad.


Protectores de pantallas

Las pantallas y fondos de pantalla constituyen un canal de comunicación interna para divulgar información relevante para los funcionarios, contratistas y visitantes del ICANH. Los fondos de pantalla son diseñados por el Equipo de Comunicaciones, en línea con las campañas o actividades institucionales que se deseen destacar. Se realizará un cambio periódico de los fondos de pantalla, privilegiando información estratégica para la entidad. Estos fondos deben incluir el logo institucional y el crédito de las imágenes utilizadas. La reproducción de contenidos en las pantallas ubicadas en las instalaciones del ICANH es responsabilidad de Comunicaciones.

La administración técnica de los protectores de pantalla y la gestión del sistema de despliegue estarán a cargo de la Oficina de Tecnologías. Esta área garantizará el funcionamiento adecuado, actualización remota, control de accesos y revisión de integridad de archivos suministrados por Comunicaciones, previniendo riesgos de seguridad, malware o inestabilidad en los equipos.

Carteleras y/o pantallas de comunicación en sedes físicas

El ICANH también utiliza carteleras y/o pantallas de comunicación en sus sedes físicas como medios adicionales para difundir información relevante, con el fin de

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	13 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



captar la atención de los funcionarios, contratistas y visitantes de la entidad. Estas carteleras y pantallas se ubican estratégicamente en áreas de alto tránsito, como entradas, salas de espera y espacios comunes.

El Área de Relacionamiento con la ciudadanía, junto con Comunicaciones, es responsable del contenido de las carteleras y pantallas de comunicación. Se encargan de seleccionar la información más pertinente y actualizada para mostrar en estos espacios. Estos incluyen anuncios de eventos, convocatorias, recordatorios de plazos, noticias relevantes, campañas institucionales, logros destacados, entre otros.

Las carteleras deben tener vínculos (códigos QR) que permitan acceder a información institucional actualizada relacionada con el Programa de Transparencia y Ética Pública PTEP, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), los riesgos identificados por los procesos de la entidad, los indicadores de gestión y el mapa de procesos de la institución. El contenido será actualizado de manera quincenal con este tipo de mensajes claros, estratégicos y se realizarán mediante piezas visualmente atractivas. Este contenido está a cargo de la Oficina Asesora de Planeación.

La Oficina de Tecnologías será responsable del soporte técnico, conectividad, operación y mantenimiento de las pantallas digitales instaladas en las sedes. Toda pantalla deberá estar integrada a un sistema administrado por el área que garantice la reproducción segura y la protección frente a manipulación no autorizada.

Chat de divulgación por WhatsApp

El Equipo de Comunicaciones administra un grupo de WhatsApp para la difusión de eventos y actividades que se realizan en el Instituto a nivel interno y externo.

El objetivo de este chat es que los trabajadores y colaboradores del ICANH conozcan sobre las actividades que se realizan en otras áreas del instituto y se motiven a asistir a estos espacios; también, que difundan y compartan las piezas de divulgación con interesadas e interesados. El link de acceso al chat se divulgará a través del Boletín interno.

Periódicamente se publicarán las piezas de difusión de dichos eventos.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	14 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Chat de articulación regional por WhatsApp

El Equipo de Comunicaciones administra un chat en el que participan los (las) mediadores (as) de los Parques Arqueológicos ICANH y los - las trabajadoras de las sedes de San José del Guaviare y Santa Marta. El objetivo del chat es poner en conocimiento acciones que se están realizando en estos espacios para su difusión y ser un espacio de encuentro para posibles articulaciones.

El uso de WhatsApp como canal institucional debe regirse por lineamientos técnicos de seguridad digital definidos por la Oficina de Tecnologías. No se permitirá el intercambio de información sensible, confidencial o datos personales sin autorización expresa. La Oficina de Tecnologías verificará la configuración segura de los grupos, identidad de números y medidas de protección.

Comunicación externa


La comunicación externa tiene como objetivo garantizar la producción, circulación y apropiación efectiva de información y contenidos que son generados o provienen de las diferentes áreas funcionales o subdirecciones del ICANH a la ciudadanía, los servidores públicos, los contratistas de la entidad, los proveedores, las fuentes de financiación, los organismos de control, las instituciones y otros actores claves en la sociedad a nivel regional e internacional.

Asimismo, se debe fomentar la participación y el intercambio de información con los diferentes actores involucrados, promoviendo la retroalimentación y la generación de canales de diálogo constructivos.

Los procesos de comunicación externa deben promover –en términos de relacionamiento– la interacción intersectorial, interinstitucional y con grupos de valor e interés para posicionar las acciones del Instituto a través de relacionamientos públicos, eventos y espacios de co-construcción y lugares de enunciación para dialogar con las ciudadanías.

También, los canales de comunicación externa son una oportunidad para generar relacionamientos de carácter público en términos de asesoría y apoyo a entidades y actores interesados en los temas sobre los cuales el ICANH es autoridad o tiene experticia.

Las acciones de comunicación externa implican activar y mantener canales de divulgación autónomos y en alianza con otros actores de la sociedad como medios de comunicación masivos, comunitarios y académicos, actores de la academia, organizaciones sociales, entre otros.

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	15 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Se hace énfasis, teniendo en cuenta la misionalidad del Instituto, en la importancia de generar contenidos que promuevan e incentiven la circulación y apropiación del conocimiento de investigaciones, gestión y del patrimonio en los campos de antropología, historia y arqueología. Lo anterior, a partir de la generación de narrativas que desde una perspectiva clara, creativa y rigurosa que permita que la ciudadanía acceda a temas complejos y especializados.

Canales para para la Comunicación externa

Con el fin de garantizar una difusión efectiva, es deber de las y los funcionarios de planta y las y los contratistas del ICANH utilizar exclusivamente los canales institucionales de comunicación externa disponibles.

Estos canales han sido establecidos con el propósito de satisfacer la necesidad de divulgar de manera adecuada los procesos y los resultados que forman parte de la gestión institucional.

Es fundamental asegurar que la información y la comunicación de la entidad se ajusten de manera adecuada a las necesidades de los interesados. Por lo tanto, se debe tener en cuenta la relevancia y el impacto de los mensajes transmitidos, así como la claridad y la precisión en la presentación de la información, y la normativa y procedimientos establecidos para su accionar.

Redes sociales:

Son canales y plataformas digitales -online- que se utilizan para establecer permanente comunicación con personas que, de una u otra forma, desean obtener información de la gestión y actividades realizadas por el Instituto en las diferentes regiones del país. Además, son un medio para -desde el Instituto- interactuar con la comunidad con contenidos de interés ciudadano, Arqueología, Historia, Antropología y temas afines a la misionalidad del ICANH e identificar cuáles son los temas que generan mayor interés desde la ciudadanía. Las redes sociales del ICANH son:

FACEBOOK: El Icanh


X: @El_icanh

INSTAGRAM: @icanh_co

YOUTUBE: @IcanhCo

LINKEDIN: Instituto Colombiano de Antropología e Historia

TIKTOK: @icanh_co

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	16 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



THREADS: @icanh_co

Cada revista de investigación así como la Biblioteca Especializada pueden tener su cuenta en las redes sociales mencionadas, sin embargo las claves y temas de seguridad están a cargo del equipo de Comunicaciones y estas cuentas deben seguir a cabalidad los lineamientos establecidos por el Proceso de Comunicaciones a través del documento denominado [Protocolo Uso de Redes sociales del ICANH](#), el cual promueve sinergias y coherencia entre las diferentes cuentas y medidas de seguridad necesarias para blindar a la entidad ante cualquier evento que represente un riesgo de seguridad de la información o reputacional por el uso inadecuado de estas cuentas.

Las cuentas existentes actualmente son:

FACEBOOK: Revista Fronteras de la Historia
 Artificios. Revista Colombiana de Estudiantes de Historia
 Revista Colombiana de Antropología
 Biblioteca ICANH

X: @FrontHistoria
 @ArtificiosR
 @IcanhBiblioteca

INSTAGRAM: @artificios
 @RCA revista de antropología

Medios de comunicación:

Las relaciones del ICANH con los medios de comunicación (masivos, comunitarios, académicos y alternativos) deben ser de carácter institucional, salvaguardando la imparcialidad y la autonomía de la entidad y respetando la independencia de los medios, sin verse influenciadas por tendencias políticas u opiniones.

La Dirección general del ICANH en conjunto con el equipo de Comunicaciones tienen la facultad de designar los voceros autorizados para interactuar con los medios de comunicación, teniendo en cuenta su experiencia y conocimiento en los temas relevantes. Estos voceros participarán en diversos canales de comunicación, como comunicados de prensa, entrevistas, ruedas de prensa y ediciones especiales publicadas en medios impresos de amplia circulación.

En caso de que el ICANH se enfrente a una eventual crisis de reputación, el

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	17 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



equipo de Comunicaciones informará a la Dirección General para convocar una reunión extraordinaria con el Comité de crisis, y se seguirá la ruta de atención establecida para gestionar dicha situación de manera efectiva que se encuentra en la [Guía para manejo de crisis](#).

Además, el equipo de Comunicaciones llevará a cabo un monitoreo diario en los medios sociales para verificar donde se menciona a la entidad y/o sus directivos para detectar cualquier tema de discusión que involucre al ICANH, permitiendo así anticiparse a posibles situaciones de crisis y tomar medidas preventivas de manera oportuna.

Es responsabilidad del equipo de Comunicaciones establecer relacionamientos con medios de comunicación y con creadores de contenido en redes sociales a través de un Plan de medios que permita la circulación de acciones realizadas por el ICANH en la esfera pública. Estos medios pueden ser de corte masivo, comunitario, académico, alternativo, en canales online y offline. También pueden surgir a partir del trabajo con Agencias de medios para que se incluya información estratégica del Instituto en la agenda editorial de los medios de comunicación identificados, como contenido patrocinado. O también se pueden generar alianzas con centros de investigación, medios y oficinas de prensa de la Comunidad académica y sinergias con otras entidades del Estado.

Canales de campañas offline y online

Además de los canales de comunicación enunciados anteriormente, para procesos, proyectos o resultados específicos generados desde el Instituto se pueden diseñar y realizar campañas en canales Offline y Online, que permiten realizar activaciones a partir de acciones online y offline. Estas campañas pueden incluir material impreso, contenido web entre otros que tengan en cuenta los nichos segmentados a los que se quiere llegar. Para este tipo de campañas y proyectos comunicativos, es necesario el trabajo conjunto entre el equipo de Comunicaciones en conjunto con el área que realiza el proyecto, iniciativa o evento y requiere un mayor tiempo para su ideación y desarrollo.

El equipo de Comunicaciones apoyará a las diferentes áreas del ICANH a nivel externo a proyectar y llevar a cabo campañas comunicativas. Estas campañas están destinadas a fomentar y difundir los cambios, iniciativas, programas o actividades que se están llevando a cabo en cada área específica.

La metodología utilizada para planificar una campaña de comunicación externa varía según el tipo de campaña y su alcance. Estos son los pasos generales que se siguen para llevar

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	18 de 26

Documento de Carácter Público Reservado Clasificado

a cabo una campaña de publicidad que cumple con la metodología de comunicación:

- **Análisis y definición de objetivos:** En esta etapa, el equipo de comunicaciones trabaja en estrecha colaboración con el área correspondiente para comprender los objetivos específicos de la campaña. Se establecen los mensajes clave y se determina el público objetivo.
- **Estrategia de comunicación:** Se crea una estrategia de comunicación que incluye elegir los canales más efectivos para llegar al público objetivo. Esto puede incluir medios convencionales, como la prensa, la radio y la televisión, así como medios digitales, como las redes sociales, los sitios web y el correo electrónico.
- **Desarrollo creativo:** Se crea el material creativo de la campaña, que puede incluir anuncios publicitarios, videos, gráficos, folletos u otros elementos visuales. Se asegura de que el mensaje sea claro, impactante y coherente con la identidad visual de la institución.
- **Implementación y difusión:** Se pone en marcha la campaña, utilizando los canales de comunicación seleccionados para llegar al público objetivo. Esto puede incluir la publicación de anuncios en medios de comunicación, la difusión de mensajes en redes sociales, el envío de correos electrónicos masivos o la organización de eventos promocionales.
- **Seguimiento y evaluación:** Se realiza un seguimiento de la campaña para evaluar su efectividad y realizar ajustes si es necesario. Se monitorean las métricas clave, como el alcance, la interacción y la respuesta del público. Esto permite evaluar el impacto de la campaña y realizar mejoras en futuras estrategias de comunicación.

Es importante destacar que cada campaña de comunicación externa puede tener sus propias características y enfoques específicos, por lo que el equipo de Comunicaciones adapta la metodología y las acciones de acuerdo con las necesidades particulares de cada proyecto.

El objetivo es generar un impacto positivo en la audiencia objetivo. A través de estas campañas, se busca aumentar el conocimiento y la comprensión de los mensajes clave que la institución desea transmitir. Además, se pretende mejorar el posicionamiento del ICANH como una entidad líder en conocimiento en todos los ámbitos en los que trabaja.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	19 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Para lograrlo, se emplean estrategias de comunicación efectivas que permiten alcanzar a la audiencia de manera relevante y significativa. Las campañas se diseñan cuidadosamente para transmitir mensajes claros, persuasivos y pertinentes, utilizando los canales de comunicación adecuados para llegar al público objetivo.

El impacto positivo generado por estas campañas se traduce en un aumento en el reconocimiento y la visibilidad del ICANH, así como en una mayor apreciación y comprensión de su labor y contribuciones en los campos de investigación, antropología, arqueología, historia, patrimonio, cultura, saberes y diversidad en Colombia.

Además, estas campañas contribuyen a establecer al ICANH como una autoridad en su campo, promoviendo la confianza y el prestigio de la institución tanto a nivel nacional como internacional. Al posicionar al ICANH como líder en conocimiento, se fortalece su capacidad para influir en la sociedad, generar cambios positivos y promover la valoración y protección del patrimonio cultural de Colombia.

Actores y responsabilidades

Esta política está dirigida a la Dirección, funcionarios, contratistas y todo personal vinculado que preste apoyo o servicios del Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Actores internos

Equipo de comunicaciones:

La implementación de la Política es liderada por el Equipo de Comunicaciones del ICANH. Sus responsabilidades son:

- Diseñar, implementar y alinear las estrategias de comunicación teniendo en cuenta los planes estratégicos, las prioridades institucionales y las directrices misionales.
- Generar contenido en diferentes formatos –multimedia, escrito, web, audio, audiovisual, visual– apelando a la rigurosidad y la creatividad para la difusión de material informativo o investigativo generado o que proviene de las diferentes áreas funcionales o subdirecciones del ICANH.
- Apoyar y revisar la elaboración de contenido en diferentes formatos – multimedia, escrito, web, audio, audiovisual, visual- apelando a la rigurosidad, la creatividad y la claridad y la pertinencia para la difusión de material informativo

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	20 de 26

Documento de Carácter

Público


Reservado

Clasificado



o investigativo realizado por las diferentes áreas funcionales o subdirecciones del ICANH.

- Divulgar y poner en circulación la información y contenidos del ICANH a los diferentes grupos de interés y públicos del Instituto mediante acciones de comunicación con el fin de posicionar al Instituto, generar flujos de información y el acceso transparente y eficaz de la información.
- Verificar que las publicaciones en la Sede electrónica del ICANH cumplan con los principios de información y comunicación y enfoques descritos en este lineamiento, previa validación de los responsables de cada dependencia.
- Gestionar los perfiles institucionales en las redes sociales del ICANH y generar contenido para los mismos.
- Definir los canales de comunicación para la interacción con los públicos objetivos del Instituto, tanto internos como externos. Estos pueden incluir, entre otros, sitios web, redes sociales, correo electrónico, boletines informativos, folletos, publicidad, eventos, transmisiones y comunicados de prensa.
- Consolidar una base de contactos para la difusión y acciones de comunicación externa a actores relevantes para la misionalidad del Instituto, teniendo en cuenta los lineamientos de la Política del grupo de Directorio Activo y la Política general de tecnología y sistemas de Información.
- Establecer relaciones eficaces y eficientes con medios de comunicación masivos, comunitarios, académicos e independientes para la difusión y circulación de contenidos e información relevante relacionada con la misionalidad del ICANH.
- Asesorar en la elaboración de comunicados y relacionamiento con la opinión pública de parte del ICANH tanto en casos de posicionamiento e incidencia como de crisis comunicacional.
- Promover y realizar articulación interinstitucional con oficinas de comunicación de entidades públicas u otros actores para el desarrollo de alianzas y/o sinergias comunicacionales.
- Realizar un monitoreo de medios de las menciones de la entidad y sus directivos en los medios sociales y de comunicación para detectar cualquier tema de discusión que involucre al ICANH.

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	21 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



- Apoyar el cumplimiento de la Resolución 1519 del 2020, la cual establece estándares y directrices para la publicación de información conforme a la Ley 1712 del 2014, de la siguiente manera:
 - Apoyar la coordinación de capacitaciones que garanticen que las áreas del instituto cumplan con criterios de accesibilidad en los documentos que producen.
 - Cargar oportunamente la información en la sede electrónica de acuerdo a la solicitud (drive) de las áreas que la producen.
 - Mantener la narrativa institucional y estructura del ITA conforme a los lineamientos del MinTIC y manual de imagen del ICANH.

Oficina de Tecnologías de la información

La Oficina de Tecnologías de la información tiene en sus responsabilidades “dar soporte, asignar, configurar, cambiar y ofrecer asesoría acerca del uso y acceso a la infraestructura y/o servicios tecnológicos y de comunicaciones del ICANH” (Políticas de Tecnología y Sistemas de la información, Política de Tratamiento de Datos Personales y Política General de Seguridad y Privacidad de la Información). En ese sentido, es responsabilidad del área:

- Apoyar las actividades relacionadas con el uso y apropiación de las tecnologías, los sistemas de información y los servicios digitales, promover el uso efectivo del derecho de acceso de todas las personas a las tecnologías de la información y las comunicaciones, dentro de los límites establecidos por la Constitución y la Ley (Políticas de Tecnología y Sistemas de la información, p.3).
- Garantizar la operatividad y seguridad de la infraestructura que soporta los canales de comunicación institucional (Intranet, pantallas internas, correo, herramientas colaborativas, auditorio).
- Validar técnicamente que los contenidos a publicar en la Sede Electrónica cumplan estándares de accesibilidad, metadatos, formatos seguros y compatibilidad tecnológica.
- Evaluar riesgos tecnológicos asociados a la divulgación de información y apoyar los planes de mitigación.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	22 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Áreas y oficinas del ICANH

Adicionalmente, todos las y los funcionarios, contratistas y personal vinculado que preste apoyo o servicios del Instituto Colombiano de Antropología e Historia en cada una de las sedes del instituto y en sus Parques Arqueológicos tienen el deber de seguir lo establecido en el presente documento y su documentación aplicable, con el propósito de satisfacer la necesidad de divulgar de manera adecuada los procesos y los resultados que forman parte de la gestión institucional.

Es deber de cada una de las áreas seguir lo establecido en el procedimiento gestión de contenidos y publicaciones para cualquier solicitud para el desarrollo de las acciones de comunicación Equipo de Comunicaciones.


Con el fin de garantizar una difusión efectiva, las y los funcionarios de planta y contratistas del ICANH deben utilizar exclusivamente los canales institucionales de comunicación externa disponibles y siguiendo el [manual de identidad](#) coherente con los principios de la entidad y los lineamientos que se envíen desde Gobierno.

Actores externos

Adicional a los actores relevantes a nivel interno, es pertinente tener en cuenta los actores externos específicos que inciden en el objetivo general de la política

- **Periodistas y medios de comunicación:** masivos, comunitarios, independientes y académicos, tanto a nivel regional como nacional e internacional.
- **Oficinas de prensa de entidades gubernamentales.**
- **Oficinas de prensa de centros de investigación y centros educativos.**
- **Generadores de contenido en redes sociales** que atienden públicos segmentados e interesados en la investigación en Antropología, Historia y Arqueología.
- **Investigadores e investigadoras** que hacen parte del ecosistema de investigación liderado por el ICANH en conjunto con universidades de las regiones, con el objetivo de fomentar e incentivar la investigación a nivel nacional en los campos de interés del Instituto.

Es deber del Equipo de Comunicaciones consolidar una **base de datos con los contactos de actores externos clave**, que permita fortalecer la circulación y difusión de los contenidos y la información de la entidad.

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	23 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Instrumentos de procesos comunicativos de la entidad

Para el desarrollo de contenido comunicativo de la entidad se deben seguir lineamientos establecidos en los siguientes protocolos, guías y formatos.

- **Guía de Lenguaje Claro para Servidores públicos de Colombia:**

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/GUIA%20DEL%20LENGUAJE%20CLARO.pdf>

- **Manual de identidad institucional ICANH**

https://drive.google.com/file/d/11k7AymNWgrIPGeY0O8Owyx-ty1Q27d97/view?usp=drive_link

Este manual se actualizará periódicamente siguiendo los lineamientos establecidos por cada administración

- **Manual de identidad visual - Gobierno**

<https://www.presidencia.gov.co/MIV/MIV.pdf>

Este manual se actualizará periódicamente siguiendo los lineamientos establecidos por cada administración.

Autorización Imagen y voz:

Estos documentos buscan garantizar la autorización de uso de derechos de imagen sobre fotografías y producciones audiovisuales (videos) y de propiedad intelectual otorgado al Instituto Colombiano de Antropología e Historia -ICANH-

- **Adultos:**

https://docs.google.com/document/d/1-fYdijKVpNoA7MpEUpz95e_2SL_zrKo8/edit

- **Menores de edad:**

https://docs.google.com/document/d/1_O4qc9h2VMAMEfMDIcJzYxdLPuOGWoF/edit?rtprof=true

Cubrimiento de actividades

Para la difusión de contenido en redes sociales de actividades que se realizan en los parques y sedes del ICANH se dispone de un chat con mediadores(as) de estos espacios.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	24 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



Es su responsabilidad enviar en este chat las actividades realizadas en un plazo de tiempo breve respecto a su ejecución, para que sea publicado por el Gestor de comunidades del Equipo de Comunicaciones. La información solicitada es: descripción de la actividad, con hora y lugar, En el marco de qué proyecto/ciclo/ etc., participantes, fotografía en formato horizontal.

Para la solicitud de equipos de audio y/o video y/o transmisión para el desarrollo de actividades ya sea comunicación interna o externa en el Auditorio del Instituto en la Sede de Bogotá es responsabilidad de cada área solicitar el servicio a través del canal establecido para ello que se encuentra en Intranet:

<https://sites.google.com/icanh.gov.co/intranet/reserva-auditorio#h.o2movnns0v8y>

Es responsabilidad del Área de TI proveer los servicios técnicos para el desarrollo de la actividad y es responsabilidad del Equipo de Comunicaciones llevar a cabo la gestión y seguimiento de las solicitudes.

Asimismo, es responsabilidad y decisión del Equipo de Comunicaciones programar reuniones de coordinación con las áreas del Instituto para diseñar un cronograma de acciones y proyectos comunicativos, a partir de las necesidades y prioridades del Instituto.

Seguimiento y evaluación

Periódicamente se realizará un seguimiento a la política de comunicaciones de la Entidad a partir de los indicadores de gestión y mapa de riesgos establecidos para el proceso de comunicaciones. En ese sentido, estas mediciones permitirán identificar:

- a) Posicionamiento de la entidad en la esfera pública.
- b) Gestión y satisfacción a nivel interno de la política.
- c) Crecimiento de audiencia.
- d) Capacidad de gestión.

La Oficina de Tecnologías participará en los procesos de seguimiento y evaluación aportando indicadores relacionados con accesibilidad digital, seguridad de la información, disponibilidad de plataformas tecnológicas, gestión de riesgos y cumplimiento de estándares de Gobierno Digital en los canales de comunicación institucional.

	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	25 de 26

Documento de Carácter

Público


Reservado

Clasificado



Referencias Bibliográficas

- Dirección de Comunicaciones, Ministerio de Cultura (2016). 'Políticas de comunicación y cultura en Colombia: Convergencias y divergencias'.
- Ley 1712 de 2014 Ley nacional de transparencia y acceso a la información pública.
- Resolución 1519 de 2020 del Ministerio de Tecnologías de la Información.
- Ley 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales.
- Circular 01 del 22 de marzo de 2019 de la Presidencia de la República - Manejo y uso de redes sociales.
- Manual de Gobierno Digital para la implementación de la Política de Gobierno Digital, Decreto 1008 de 2018.
- Políticas del Proceso de Gestión de Tecnologías la Información.
- Proceso de Comunicaciones y documentación aplicable.
- Política de servicio al Ciudadano ICANH

 ICANH	PROCESO DE COMUNICACIONES	CÓDIGO:	COM-PO-01
		VERSIÓN:	02
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PÁGINA:	26 de 26

Documento de Carácter

Público

Reservado

Clasificado



CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha	Descripción general del cambio
01	2023-12-31	Creación del documento.
02	2025-11-27	Actualización de todo el documento frente a lo referente a comunicación interna, externa, enlaces y documentos y observaciones realizadas por la Oficina de Tecnologías.

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Cargo: Profesional Especializado Subdirección de Apropiación y Relacionamiento con el Ciudadano.	Cargo: Profesional Especializado de la subdirección de Subdirección de Apropiación y Relacionamiento con el Ciudadano. Oficina Asesora de Planeación	Cargo: Comité Institucional de Gestión y Desempeño
Fecha: 2025- 09- 23	Fecha: 2025-11- 19	Fecha: 2025-11-27