POLITÍCA OPERACIONAL

1. Derechos de autor

Radio Televisión Nacional de Colombia RTVC SAS es el titular de los derechos de autor del presente documento, en consecuencia, no se permite su reproducción, comunicación al público, traducción, distribución, adaptación, arreglo o cualquier otro tipo de transformación total o parcial, ni almacenamiento en ningún sistema electrónico de datos sin autorización previa y escrita de la Gerencia.

2. Acerca de este documento

El Decreto 1083 de 2015, Decreto único del Sector Función Pública, modificado por el Decreto 1499 de 2017, establece el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG, el cual surge de la integración de los Sistemas de Desarrollo Administrativo y de Gestión de la Calidad en un solo Sistema de Gestión, y de la articulación de este con el Sistema de Control Interno.
Dando cumplimiento a lo anterior mediante la Resolución No. 0327 del 2022 "Por medio de la cual se adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, se conforma el Comité Institucional de Desempeño en Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC S.A.S y derogan las resoluciones 421 de 2020, 147 de 2018" , y teniendo en cuenta la incorporación de las políticas que la gestión y el desempeño permite asegurar de manera razonable la ejecución de obligaciones, actividades y tareas de acuerdo con lo planeado, contando con controles necesarios para la realización eficiente y efectiva de los planes, programas, proyectos, políticas operacionales y procesos de la entidad, que permitan evidenciar las posibles desviaciones y tomar las decisiones oportunas para el cumplimiento de objetivos, y así controlar la gestión de la entidad con integridad y calidad en el servicio a través del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG.

3. Políticas de carácter general o transversal

Los siguientes aspectos descritos, son lineamientos transversales a todos los procesos y contribuyen al buen funcionamiento de la Entidad:

1. Todos los procesos realizan actividades de autocontrol, de acuerdo con el esquema de líneas de defensa indicado en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG.
2. En RTVC SAS son responsables por la organización, conservación, uso y manejo de los documentos en cualquier soporte, todos los servidores y empleados públicos como los colaboradores, aplicarán las normas adoptadas para tal fin por la Entidad, las cuales están basadas en lo establecido por el Archivo General de la Nación[1].

3. Toda comunicación oficial (Comunicaciones recibidas o producidas en desarrollo de las funciones de una entidad, independiente del medio utilizado[2]), enviada o recibida debe ser registrada en el sistema de gestión documental Orfeo para oficializar su trámite, asignándoles un consecutivo único de radicado y cumplir con los términos de vencimiento establecidos por la Ley[3].

[1] Artículo 2.8.2.5.3 Decreto 1080 de 2015 Ministerio de Cultura
[2] Acuerdo 027 de 2006 Archivo General de la Nación
[3] Acuerdo 060 de 2001 Archivo General de la Nación

4. En todas las reuniones que se realicen en las áreas, se debe llevar registro de asistencia o acta de reunión, de acuerdo con los formatos establecidos en el Sistema Integrado de Gestión - SIG, así mismo será viable realizar el registro a través de medios electrónico tales como:

    - Módulo de actas en el sistema de planeación y gestión en el Aplicativo Vigente, apta para todo tipo de reuniones y una vez esta se encuentre aprobada, se debe archivar el documento electrónico en pdf.
    - Empleo del formato de "acta de reunión" publicado en el sistema de planeación y gestión en el Aplicativo Vigente, el cual debe ser diligenciado digitalmente, y enviado y aceptado a través de correo electrónico.
    - Formato de asistencia a reuniones diligenciada y aceptadas a través de correo electrónico (este formato de acuerdo con las recomendaciones de la coordinación de talento humano y en el marco del protocolo de bioseguridad, se evitará en la medida de lo posible, ser diligenciado de manera física, esto hasta que dicha coordinación considere lo contrario).
    - Como soporte de la asistencia a reuniones realizadas de forma virtual, en cualquiera de las aplicaciones tecnológicas disponibles utilizadas, se podrá aportar captura (s) de pantalla en la que se visualicen los asistentes a la misma, como evidencia de su realización y se aportaran las necesarias. En el caso de las reuniones en la que haya quórum, la (s) captura (s) de pantalla se realizaran en el momento de su verificación.

5. Todas las áreas deben estar en constante actualización de la normatividad legal que les aplique para el desarrollo de sus funciones.
6. En todos los procesos de RTVC se da prioridad y estricto cumplimiento a los requerimientos de los órganos de control.
7. Todo trámite, diligencia o proceso adelantado por RTVC, se realiza de conformidad con la normatividad vigente y lo establecido en los diferentes manuales y procedimientos registrados en el sistema integrado de gestión
8. El monitoreo y revisión a los mapas de riesgos debe ser realizado por los responsables de los procesos, como parte del ejercicio de autocontrol; lo anterior, para identificar todas las situaciones o factores que pueden influir en la aplicación de las acciones preventivas.
9. Todas las personas y los procesos deben considerar y aplicar la política operacional de seguridad de la información y seguridad digital de RTVC dentro de sus actividades y como parte de sus responsabilidades para el buen manejo de la información de empresa.
10. Todas las personas y los procesos deben considerar y aplicar la política de protección de datos dentro de sus actividades y como parte de sus responsabilidades para el buen manejo de la información de empresa y de los terceros que tenga en su poder.
11. Todas las personas y los procesos deben considerar y aplicar la política gestión ambiental y los diferentes programas dentro de sus actividades y como parte de sus responsabilidades para el buen manejo de los recursos.

4. POLÍTICA OPERACIONAL DE GESTIÓN DE COMUNICACIONES

Introducción

La Política de Comunicación de RTVC establece los lineamientos para desarrollar estrategias que difundan los objetivos misionales, a los grupos de interés internos y externos de la entidad, mediante contenidos escritos, audiovisuales, radiofónicos y gráficos puestos a disposición en multiplataformas convergentes para su oportuno acceso.

Este documento demarca la ruta de acción de las comunicaciones externas e internas de RTVC, con el fin de velar por la salvaguarda de la marca RTVC, así como de sus medios: Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional de Colombia, Radiónica, Señal Memoria, RTVCPlay, productos y plataformas digitales.

Objetivo General

Establecer los lineamientos estratégicos de comunicación de RTVC hacia sus grupos de interés, bajo la premisa de la creación de contenidos de alta calidad para su correcta y oportuna emisión y/o publicación, con un lenguaje claro, formador y apropiado en todas sus plataformas.

Objetivos Específicos

Establecer una comunicación clara, precisa y oportuna para:

- Posicionar a RTVC como el Sistema de Medios Públicos de los colombianos, un activo valioso del país que enorgullece a toda una nación por su trabajo para la audiencia de las grandes ciudades, pero especialmente de las regiones.

- Visibilizar las distintas producciones de radio, televisión y contenidos digitales que recogen las voces y expresiones artísticas, independiente de su raza y creencias.

- Destacar que RTVC es el más grande aliado de la industria audiovisual colombiana, al trabajar de la mano de casas productoras de Colombia, junto a quienes celebra permanentemente nominaciones y premios nacionales e internacionales.

- Mostrar que la entidad es un referente en Latinoamérica y el mundo por sus producciones de altísima calidad en radio, televisión y contenidos digitales desde su plataforma gratuita online, lo que ha llevado a grandes alianzas con importantes productoras internacionales.

- Destacar su importante papel en la historia audiovisual colombiana a través de su estrategia de salvaguarda y difusión del archivo de la radio y la televisión pública de Colombia.

- Generar una comunicación fluida con nuestros grupos de interés, bajo la premisa #Orgullo RTVC, pues no en vano, Great Place to Work® ha venido destacando a la entidad por su sobresaliente gestión del Ambiente Laboral.

- Recordar que a RTVC la hacemos todos, por eso en nuestras comunicaciones internas visibilizamos el trabajo que, desde las áreas de RTVC, con sus campañas, su trabajo y su compromiso, aportan permanentemente las personas.

- Manifestar el respeto por la ciudadanía, por eso nuestra página web oficial de RTVC es cercana, veraz y muy útil.

4.1 Grupos de Interés

Público Interno: son las personas que tienen una relación con la entidad y se ven influidas por las decisiones administrativas y gerenciales que se tomen.

- Trabajadores oficiales
- Empleados públicos
- Contratistas
- Proveedores que le aplique

Público Externo: son las personas que interactúan con RTVC a través de las comunicaciones emitidas, pero que no pertenecen a la entidad. Nos interesa que conozcan nuestra gestión, decisiones administrativas, pero sobre todo que sean testigos del trabajo adelantado como Sistema de Medios Públicos de los colombianos.

- Medios de comunicación tradicionales de prensa, radio, televisión y portales de internet a nivel nacional: directores, columnistas, críticos y periodistas de distintas fuentes de interés para la entidad.
- Medios de comunicación alternativos, agencias de noticias, blogueros y publicaciones especializadas.
- Casas productoras nacionales e internacionales.
- Entidades del Estado con programas en las parrillas de los canales de RTVC.
- Colegios y universidades.
- Gobierno y Estado.
- Ciudadanía en general

4.2 Principios de la Política de Comunicaciones de RTVC

Nos regimos por los mismos principios éticos del periodismo:

Verdad: cada una de las comunicaciones generadas obedecerán a hechos verídicos y la información suministrada será ampliamente confirmada con las fuentes involucradas.

Imparcialidad: la información entregada no tendrá sesgos políticos, de género, raza, religión o ningún otro y será inclusiva y respetuosa con la fuente y con los grupos de interés.

Independencia: aunque la información siempre requiere trabajar de la mano de aliados externos e internos, las comunicaciones se realizan de acuerdo al conocimiento y la experiencia de la oficina de Gestión de Comunicaciones con los grupos de interés.

Rigor: en cada uno de los procesos comunicativos adelantados se debe reflejar el compromiso por realizar un trabajo con el máximo esfuerzo, el máximo de las posibilidades y la máxima claridad en lo que se quiere alcanzar.

Además…

Identidad: se requiere conocer la entidad antes de comunicarla. Para esto se hace necesario entender su carácter público, de servicio, su trayectoria, su importancia como Sistema de Medios Públicos de los colombianos y mantener un carácter formal en las comunicaciones.

Planeación: aunque son muchas las variables en la comunicación, dado su sentido de doble vía, siempre se trabajará intentando cubrir todas las posibles necesidades: redacción adecuada, entrega de materiales con las características requeridas, calidad en diseño de las piezas, envíos con suficiente tiempo de anticipación, entre otras.

Diferenciación: es importante tener en cuenta que no toda la información que se genera es de interés y utilidad para todos los grupos, por eso el trabajo de gestión requiere una clara diferenciación entre lo que quiero comunicar y el tipo de información que le interesa al receptor. Se vale ser selectivo.

Relacionamiento: es indispensable tener una relación con los grupos de interés, más allá del bombardeo permanente de información a través de correos electrónicos o redes sociales, pues no siempre "más es mejor". Se hace necesario entablar una conversación permanente con ellos para conocer sus opiniones, tiempos y necesidades, y atenderlas.

4.3 Lineamientos de la Política de Comunicaciones de RTVC

- La ejecución y cumplimiento satisfactorio del Plan Estratégico de Comunicaciones de RTVC requiere de la participación activa de las áreas de RTVC, por lo tanto, cada una tiene la responsabilidad de mantener informada a la Coordinación de Comunicaciones de sus necesidades de campañas y/o piezas y mensajes.

- No obstante, las estrategias de comunicación externas e internas de cualquiera de las marcas o áreas de RTVC, frente a los grupos de interés anteriormente mencionados, obedecen a decisiones establecidas en reuniones o comités con la Coordinación de Comunicaciones, dada que es una responsabilidad propia de esta oficina frente a la entidad y la Gerencia.

- Las piezas generadas, los horarios y canales de envíos también deberán ser acordados con la Coordinación de Comunicaciones, bajo la premisa de que RTVC es la que comunica, aunque siempre se hará claridad de cuál área es la que entrega el mensaje.

- Frente a temas institucionales y corporativos el gerente de la entidad es el vocero natural o en su defecto quien él/ella disponga. Esto se extiende a las redes sociales, donde ningún funcionario de planta o contratista puede atribuirse la facultad de responder en nombre de la entidad. Lo que sí debe hacer es notificar sobre cualquier información de interés.

- Los responsables de las áreas de RTVC garantizan que en sus dependencias se cumplan los lineamientos de la Política de Comunicaciones, con el fin de lograr una comunicación coordinada y de doble vía para el tratamiento de la información.

- El relacionamiento con los medios de comunicación es una labor propia de la Coordinación de Comunicaciones, si se llega a dar un contacto directo con un periodista para adelantar algún tipo de entrevista, esto deberá ser informado para trabajar de manera conjunta el requerimiento.

- Las agendas de entrevistas, a propósito de campañas de lanzamientos o sostenimiento de producciones de Señal Colombia, Canal Institucional, Radio Nacional, Radiónica, Señal Memoria y RTVCPlay y los productos Mi Señal, Señal Deportes, RTVC Noticias, Al Oído, Canal Exploremos y otras que surjan, serán gestionadas por la Coordinación de Comunicaciones.

- En caso de que las oficinas de prensa de las casas coproductoras propongan adelantar este tipo de trabajo, es responsabilidad de los directores de las marcas y sus productores delegados establecer una comunicación entre estas y la Coordinación de Comunicaciones, para no entorpecer la estrategia que se adelanta desde RTVC.

- De igual manera es responsabilidad de los productores delegados de las marcas, garantizar la realización de materiales fotográficos y audiovisuales durante la grabación de las producciones en la calidad y en los formatos requeridos, que deberán ser entregados a la Coordinación de Comunicaciones para usarse en las campañas de comunicación interna y externa.

- En caso de presentarse alguna imprecisión grave que lesione la marca RTVC en las publicaciones en medios de comunicación, será el coordinador(a) quien solicite la rectificación, siempre en aras de salvaguardar la relación con el medio y el periodista responsable, sin detrimento de los intereses de RTVC.

- La realización de eventos que se generen desde los diversos procesos misionales y de soporte institucional, deben contar con el acompañamiento y asesoría de la Coordinación de Comunicaciones de RTVC.

- El manejo de la imagen y publicaciones institucionales se rige por el Manual de Marca, Manual de Políticas Editoriales para sitios web y redes sociales y el Manual de Comunicaciones, vigentes.

- Todas las comunicaciones de RTVC Sistema de Medios Públicos se realizan bajo los principios contemplados en el código de integridad de RTVC: honestidad, respeto, compromiso, diligencia, justicia, transparencia y creatividad.

- Garantizar la aplicación de los lineamientos vigentes de la Guía de Lenguaje Claro para servidores públicos de Colombia del Programa Nacional de Servicio al Ciudadano del Departamento Nacional de Planeación (DNP), en las comunicaciones de la Entidad.

4.4 Comunicaciones Externas

Las comunicaciones externas son el resultado de temáticas establecidas por las necesidades de la Gerencia, las Subgerencias y las Direcciones de las marcas, que hacen parte de RTVC, y que se identifican en comités y

reuniones con la gerencia y/o las marcas. Sin embargo, la experiencia del coordinador(a) de comunicaciones de la entidad y del grupo de colaboradores que conforman esta oficina, permiten también establecer contenidos distintos a la agenda de estrenos.

Los materiales generados para entregar a los medios de comunicación obedecen a los requerimientos propios del periodismo en narrativa, extensión, formatos y resolución, para garantizar mayores probabilidades de publicación. La temática y el enfoque de los materiales pueden ser sugeridos por el coordinador de la oficina y los colaboradores de la misma, luego de escuchar los planteamientos de la marca y los productores a cargo.

Es la Coordinación de Comunicaciones, de acuerdo con el conocimiento de los medios y la experiencia, quien decide los tiempos y los materiales a entregar en kits de prensa alojados en Dropbox o cualquier otra herramienta digital que considere la más adecuada.

Los textos generados por el equipo de externas tendrán que contar siempre con la aprobación del coordinador(a) o quien este delegue y, solo si la cabeza de la oficina lo considera pertinente, se solicitará la aprobación de la marca o su representante, frente a temas puntuales.

Tanto los materiales generados como las publicaciones logradas, a partir del envío de boletines de prensa, textos entregados de manera exclusiva, o entrevistas propias de los medios, todos como resultado de una gestión personalizada del equipo de externas, deberán ser consignados en un informe de gestión mensual. Este documento deberá estar dispuesto para ser consultado por la Gerencia de la entidad, los directores de las marcas, por la oficina Control Interno Disciplinario o cualquier ente de control.

El equipo de la Coordinación de Comunicaciones deberá garantizar la actualización permanente de una base de datos de las fuentes de Cultura, Televisión y Entretenimiento a nivel nacional, que es un activo de RTVC, independiente del profesional en el cargo de coordinador(a).

Comunicación Digital

Para RTVC la página web y las herramientas que existen en ella son fundamentales para facilitar la interacción entre la ciudadanía y la entidad, lograr una mayor transparencia y eficiencia en la gestión, potenciar la capacidad de escucha activa y socializar los contenidos que generan nuestras plataformas.

La página web institucional, www.rtvc.gov.co, deberá cumplir con todos los criterios establecidos en las fases de desarrollo de la estrategia de Gobierno Digital y la Resolución N° 1519 de 24 de agosto de 2020, 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.

Adicionalmente, se tendrán en cuenta los lineamientos que se establezcan en el Manual de Políticas Editoriales para sitios web y redes sociales y en la propia Estrategia Digital. Cabe anotar que estos canales digitales de comunicación son complementarios a los canales tradicionales y, a través de ellos, surgen más oportunidades y posibilidades para interactuar rápida y eficazmente con todos los grupos de interés de la entidad.

Principios de la comunicación digital

Como principio general, desde los perfiles y cuentas que representen al Sistema de Medios Públicos y sus plataformas, no se pueden emitir opiniones y la línea editorial debe coincidir con la estrategia de comunicación institucional.

Adicional a esto, se establecen los siguientes principios:

Respeto como principio rector: la opinión de los usuarios que están conectados en los canales digitales del Sistema de Medios Públicos y sus plataformas, se debe respetar en todo momento. A pesar de que algunos comentarios se refieran de forma ofensiva hacia la entidad, productos o personas que trabajan en ella, no está permitido eliminar ese tipo de comentarios.

Transparencia: los contenidos que se generan en la web y redes sociales en las que tiene presencia el Sistema de Medios Públicos, deben poner a disposición de la ciudadanía los avances y procesos en la gestión de nuestra entidad.

Cogestión: los equipos digitales del Sistema de Medios Públicos participan de forma conjunta en la difusión de los mensajes estratégicos de la entidad (ámbito corporativo), de las propias plataformas y desde Urna de Cristal o cualquier entidad desde donde se oriente mensajes, en coordinación con comunicaciones.

Calidad: los contenidos que crean los equipos digitales en Internet deben ser atractivos, entretenidos y de interés para la ciudadanía. Se deben regir por la veracidad, inmediatez de la información y el servicio al ciudadano.

Buen uso del idioma: los contenidos en internet deben respetar las normas gramaticales y de ortografía, aún cuando algunas plataformas digitales limiten el uso de caracteres.

4.5 Comunicaciones Internas:

Las comunicaciones internas son el resultado de una planificación organizacional, establecida por el Plan Estratégico de Comunicaciones y Plan Estratégico de la entidad, para sensibilizar y crear ambientes favorables que permitan aumentar el impacto en las acciones de RTVC como Sistema de Medios Públicos, en el público objetivo interno.

Las estrategias de comunicación serán producto del interés o propósito de las áreas de la entidad, de informar mediante la identificación de necesidades, resultados, tendencias e impacto y se actualizará de acuerdo con las solicitudes que vayan surgiendo. La comunicación debe ser siempre veraz, concisa y oportuna. De esta forma el colaborador no se verá agobiado de información.

Los trabajadores oficiales, empleados públicos y contratistas de RTVC Sistema de Medios Públicos, son el 'recurso' más valioso de la entidad, por eso tener una estrategia permanente de comunicación con ellos, que fomente la creatividad, sentido de pertenencia y trabajo colaborativo es indispensable: queremos hablarles y queremos escucharlos.

Los mensajes para difundir internamente de forma masiva deben estar alineados al Plan Estratégico de Comunicaciones, es decir, contar con la revisión y aprobación por parte del coordinador(a) o quien éste delegue, para tal fin.

Los mensajes generados por el equipo de internas tendrán que contar siempre con la aprobación del coordinador(a) o quien este delegue. El área solicitante será consultada por Comunicaciones sobre temas puntuales en los que se requiera de su conocimiento y aprobación.

El Sistema de Medios Públicos cuenta con las herramientas necesarias para transmitir y difundir los mensajes de forma directa y en cualquier momento entre los miembros de la familia RTVC, para esto ha dispuesto de canales de comunicación internos tales como: mailing masivo, monitores y la intranet, los cuales se han convertido en grandes aliados a la hora de informar.

Además, se cuenta con otros medios como el boletín interno *RTVC se mueve*, que se comparte quincenalmente de forma digital y trae en su portada temas relacionados con fechas especiales, actividades de interés general o estrenos de las marcas. Otras secciones destacadas son las entrevistas con talentos de RTVC y un blog sobre temas de actualidad y de carácter pedagógico o propio de la cotidianidad.

También incluye noticias de los equipos de RTVC en las regiones, entre otras secciones. Un gran atractivo de este boletín es que cualquier persona de la familia RTVC puede participar, especialmente en el podcast *Cuéntame tu cuento*.

Otra estrategia propia de las Comunicaciones Internas es *En el sofá con…* Es un espacio de integración que permite conocer a los colaboradores de las distintas áreas, mostrando su labor al interior de esta y tocando aspectos de su vida personal, en una charla virtual amena que ha llegado a reunir cerca de 200 personas, porque en este sofá caben todos. Su "competencia" más cercana es *Un café con el gerente*, la exitosa iniciativa de la Gerencia que ha logrado superar los 400 participantes.

Las *Visitas guiadas*, que permiten al público externo conocer las instalaciones de RTVC de manera presencial, o virtual en tiempos de pandemia, son un éxito entre estudiantes de colegios y universidades, así como de empresas que desean saber más de la historia de Colombia a través de sus medios públicos.

Finalmente, hay que mencionar a los otros grandes y muy importantes clientes de comunicaciones Internas: las áreas que solicitan apoyo a las que respaldamos en sus campañas, capacitaciones, inducciones, actividades o simplemente mensajes que quieren compartir: Jurídica, Planeación, Talento Humano, Presupuesto, Contabilidad, Gestión Administrativa, Control Interno, Relación con el Ciudadano y las Audiencias y Tecnologías de la Información – T.I.

Las comunicaciones internas se podrían describir tal como estos numerales: #OrgulloRTVC y #SomosRTVC

4.7 Responsable

La Coordinación de Comunicaciones de RTVC es la principal gestora de la Política de Comunicaciones. Su implementación requiere un esfuerzo concertado con la Gerencia, el Consejo Directivo y todas las áreas de la entidad.

La supervisión y aprobación de actividades y estrategias de comunicación institucional propuestas por la Coordinación de Comunicaciones corresponde a la Gerencia de RTVC.

Nota: Esta política fue revisada en el marco del Comité Institucional de Gestión y Desempeño realizado el 21 de noviembre del 2022.

CONTROL DE CAMBIOS

Versión No.	Descripción de Cambios	Área productora	Feche de Aprobación
1	Se ajusta versión teniendo en cuenta que cambia el código al nuevo proceso con prefijo CIN. Se realiza nuevamente el cargue del documento, se ajusta el código de acuerdo con la parametrización de SUITE VISIÓN, se incluye control de cambios, así mismo dando cumplimiento a los lineamientos del manual de marca. V2 y la Guía de Administración de Información Documentada SIG.	Coordinación de Planeación	05/10/2026