

Política editorial y actualización de datos

Introducción

La Auditoría General de la República –AGR- en cumplimiento de lo establecido en el capítulo cinco del Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea, correspondiente a las entidades de control, establece su política editorial y de actualización de datos para el portal web www.auditoria.gov.co.

El portal, del que está a cargo la Dirección de Planeación y la Oficina de Estudios Especiales, deberá alinearse con los parámetros de usabilidad, accesibilidad, dinamismo y participación contemplados en la Estrategia de Gobierno en línea.

Es por ello que el grupo de comunicaciones de la AGR determina las pautas a seguir para la publicación y actualización de información en el sitio web de la entidad, buscando que esta sea clara, accesible y oportuna. Además se incluyen los parámetros de publicación en redes sociales.

La presente política tiene como fin *“contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo, y que preste mejores servicios a los ciudadanos y a las empresas, a través del aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación”*, tal y como lo establece el Decreto 1151 de 2008.

Este documento es susceptible de modificaciones y actualizaciones que respondan a los avances tecnológicos y a los lineamientos entregados por el Gobierno Nacional.

1. Descripción del portal

El portal web de la Auditoría General de la República es una de las principales herramientas de comunicación con los públicos de interés. Su función es mantener informadas a las contralorías del país y a la ciudadanía en general sobre el quehacer misional e institucional de la entidad, así como crear espacios para la interacción con los diferentes tipos de usuarios.

Siguiendo los lineamientos del Manual 3.1 de Gobierno en línea, el portal web se concibe como un espacio para la publicación de información institucional y noticias de la entidad, la participación ciudadana, la difusión de la normatividad vigente aplicable a organismos de control fiscal y otra información relevante.

2. Tipos de contenidos

Contenidos noticiosos

Información para el conocimiento público sobre la gestión y resultados de la Auditoría General de la República, el proceso auditor y los programas que se ejecutan.

Información institucional

Información general de la AGR entre la que se encuentra la misión, visión, funciones, directorio de funcionarios, documentos y demás datos incluidos en el componente número dos del Manual 3.1 de Gobierno en línea.

Eventos

Información sobre eventos en los que participa la Auditoría General de la República y sus funcionarios, bien sea como promotores o como invitados.

Normatividad

Son todas las normas, leyes, decretos y circulares que aplican para la entidad.

Campañas de comunicación

Información que se produce para una campaña específica en un momento determinado y que puede ser gráfica, textual o multimedia (Ej: landing pages, videos, piezas gráficas)

3. Generación de contenidos

El grupo de comunicaciones adscrito a la Oficina de Estudios Especiales de la Auditoría gestiona la creación y publicación de contenidos noticiosos y boletines de prensa para el sitio web teniendo en cuenta la información suministrada por las diferentes áreas de la entidad.

Procedimiento

- La información que se considere noticiosa y de interés público debe ser suministrada al grupo de comunicaciones.
- Los periodistas se encargarán de la redacción de las notas.
- Las imágenes que acompañan la nota pueden ser tomadas del archivo fotográfico de la Auditoría, suministradas por otras entidades a las que le serán reconocidos los derechos o tomadas directamente por funcionarios de la AGR.
- El administrador del sitio web los publica.

4. Roles

Responsabilidades del grupo de comunicaciones de la AGR

- Producir noticias y boletines de prensa para su publicación en la web.
- Publicar de manera oportuna la información.
- Hacer un buen uso del lenguaje.
- Administrar el sitio web.
- Asignar los permisos de los web locales.
- Renovar el banner y las piezas gráficas que se utilizan en la página web.

Responsabilidades de las demás dependencias de la AGR

- Cada área deberá asignar a un web local que se encargue de la recopilación, publicación y actualización de la información institucional de la que es responsable en los tiempos establecidos por la ley.
- Cada web local deberá informar al grupo de comunicaciones sobre las nuevas publicaciones, actualizaciones o eliminación de información.

- Los web locales deben verificar periódicamente la vigencia de la información publicada y el funcionamiento de los vínculos.
- La clave de usuario de cada web local es personal e intransferible.
- Los web locales deberán capacitar a su reemplazo en momentos de vacancia temporal o definitiva.
- La información noticiosa deberá ser entregada al grupo de comunicaciones con mínimo dos días de antelación y realizar la solicitud de publicación por medio electrónico.
- El grupo de comunicaciones es la única dependencia autorizada para crear boletines de prensa y artículos noticiosos.
- La Oficina de Planeación es la encargada de recibir y dar trámite a los requerimientos técnicos del sitio web.

5. Tipos de usuarios

Administrador de contenidos: tiene a su cargo la gestión, carga y publicación de los contenidos del home. Está habilitado para crear los perfiles de los usuarios editores y asignarles los permisos requeridos para cada caso. Verifica que el sitio web funcione de manera óptima y que cumpla con los estándares que establece la Entidad.

Administrador técnico: tiene conocimientos de programación y es quien puede modificar las especificaciones técnicas (código) de la página, así como crear micro sitios o landing pages cuando sea requerido.

Usuarios editores: son designados por cada dependencia para cargar documentos y actualizar información de su área.

6. Política editorial¹

Teniendo en cuenta las características de los medios digitales, la exposición de la información y la rápida propagación de la misma, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones en el marco de la Estrategia de Gobierno en línea, creó la política editorial que las entidades del Estado colombiano deben acoger para la publicación de contenidos en sus medios electrónicos.

Para dar seguimiento a los criterios detallados abajo, la Auditoría General de la República por medio de la Resolución reglamentaria 005 de 2014 conformó el Comité Antitrámites y de Gobierno en Línea.

¹ Tomado de la "Guía para la elaboración de la política editorial, actualización y plan de administración del sitio web". Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Estrategia de Gobierno en línea. Versión 1.0, 2011.

Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso

- Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo. No debe 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 se necesita utilizar abreviaturas, éstas deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar siglas sin que al pie se especifique qué significan.
- No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es 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, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.

Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos

- Los contenidos que el Estado ofrezca por medios electrónicos deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos, que genere algún beneficio para los clientes y que no dé 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 sólo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre los cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un

tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados. 6

- 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.
- Las imágenes, dibujos, 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 éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.
- Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.

Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios

- Los contenidos provistos por medios electrónicos por el Estado Colombiano de ninguna forma pueden ser considerados como ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, en la medida que contenidos ofensivos atentan contra derechos fundamentales de los particulares.
- En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen del Estado.
- 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 que se provean no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún 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.

Los contenidos deben mantener la 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 en este punto 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 el caso de antecedentes penales o disciplinarios, sólo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique, se deberán mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.
- En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

Los contenidos deben observar el derecho de autor y de propiedad intelectual

- Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios 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 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.

7. Periodicidad y responsables de la actualización de los contenidos en el sitio web

El administrador de contenidos, los usuarios editores y las direcciones de área son responsables de los contenidos que se publican en el sitio web.

Sección	Periodicidad	Responsable
Home	Cuando se requiera (Según flujo de información)	Grupo de comunicaciones
Auditoría		
Qué es la AGR, misión/visión, estructura organizacional, funciones de la AGR, principios	Atemporal (cuándo se presenten cambios en la información)	Grupo de comunicaciones

éticos y valores, reseña biográfica, directorio de funcionarios, entorno institucional, ubicación y atención, informes de gestión.		
Procesos misionales		
Gestión del proceso auditor	Cuando se requiera	Delegada
Gestión de procesos fiscales	Semanalmente	Responsabilidad Fiscal
Participación ciudadana	Trimestralmente	Grupo de participación ciudadana
Coadyuvancia	Cuando se requiera	Oficina de Estudios Especiales
Procesos institucionales		
Gestión del talento humano	Cuando se requiera	
Gestión de recursos físicos y financieros	Mensualmente	Recursos Físicos y Recursos Financieros
Gestión jurídica		
Orientación institucional	Cuando se requiera	Dependencias involucradas en el proceso.
Gestión Tics	Cuando se requiera	Planeación
Biblioteca virtual		
Publicaciones	Cuando se requiera	Oficina de Estudios Especiales
Prensa	Cuando se requiera	Oficina de Estudios Especiales
Archivo documental	Cuando se requiera	Todas las dependencias

8. Procedimiento de manejo del buzón de PQR

1. Todo requerimiento ciudadano hace entrada oficial a la entidad a través de ORFEO.
2. Las modalidades de derecho de petición se registran en el Sistema de Atención al Ciudadano (SIA-ATC), el cual permite la consulta por parte del ciudadano en tiempo real.

3. Se analiza el requerimiento y si es de competencia se asigna a la dependencia de la AGR correspondiente. Si no es competencia de la AGR se traslada a la autoridad competente anexando copia del oficio del traslado dentro de los diez días siguientes al radicado.
4. La Auditoría se comunica con el ciudadano dentro del plazo legal dependiendo de la modalidad del derecho de petición. Los plazos son:

- Solicitar reconocimiento de un derecho, que se le preste un servicio, pedir información, consultar, examinar y requerir documentos, formular consultas, quejas, denuncias, reclamos, entre otras, deberá resolverse salvo norma especial, dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su recepción.

Términos para actuaciones especiales:

- Traslado a la entidad competente y comunicación al ciudadano: Dentro de los 10 días hábiles siguientes a su recepción.
 - Solicitudes de información, copias y certificaciones: Dentro de los Diez (10) días hábiles siguientes a su recepción.
 - Conceptos o consultas: Dentro de los Treinta (30) días hábiles siguientes a su recepción.
 - Las solicitudes de información realizadas por el Congreso de la República: Dentro de los Cinco (5) días hábiles siguientes a su recepción. (Ley 5 de 1992).
 - Peticiones entre autoridades: Dentro de los Diez (10) días hábiles siguientes a su recepción.
 - Entrega de copias: En caso de no responder a una petición de documentos dentro de los 10 días hábiles siguientes a su recepción, la administración tendrá que entregar las copias dentro de los tres (3) días hábiles siguientes.
5. La Auditoría General de la República realiza las acciones necesarias para atender el requerimiento en forma oportuna y respondiendo todos los asuntos planteados en la respuesta de fondo.

Responsable: Grupo de atención ciudadana.

9. Redes sociales

El grupo de comunicaciones es el encargado de crear la estrategia de redes sociales y darle continuidad por medio de la publicación regular y la interacción con los públicos en Facebook, Twitter y YouTube.

Tono comunicacional

- Se manejará un tono formal, respetuoso y neutro.
- No se usará jerga ni humor.
- El vocabulario debe ser universal y de fácil comprensión para la audiencia objetivo.
- Se hará buen uso de las normas gramaticales.
- En las redes sociales el trato será de *usted*.

Temas tratados

- Temas relacionados con el Control Fiscal.
- Iniciativas que promuevan la transparencia y el rechazo a la corrupción.
- Los retos de los órganos de control en relación con los daños ambientales.
- Noticias que involucren a la entidad.
- Hallazgos e información pública de los procesos de auditoría adelantados en las contralorías del país.
- Memoria de los eventos, firma de convenios y actividades promovidas por la entidad.

Periodicidad de actualización:

Facebook: mínimo tres veces a la semana.

Twitter: mínimo cuatro tweets a la semana.

YouTube: cada que se requiera.