

Lineamientos de
comunicaciones de la
Secretaría General
de la **Alcaldía Mayor**
de Bogotá



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

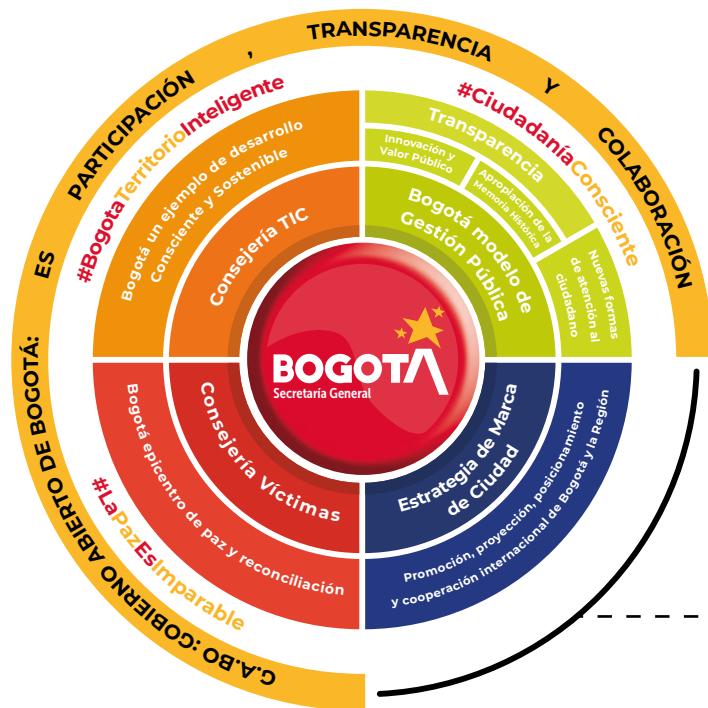
SECRETARÍA
GENERAL



Lineamientos de comunicaciones de la **Secretaría General** de la **Alcaldía Mayor de Bogotá**

Teniendo en cuenta que el Plan de Desarrollo: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del siglo XXI plantea varios retos para consolidar un gobierno abierto, transparente y una ciudadanía consciente. Es necesario desde la comunicación lograr consolidar una gestión pública proba, transparente e íntegra del sector gestión pública, cuya cabeza es la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Bajo lo estipulado en el plan de desarrollo la estructura de la gestión de comunicaciones será la siguiente:



Estructura de Gestión de Comunicaciones 2020-2024

Está será la estructura de comunicaciones con sus respectivos ejes temáticos que tendrá la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá en la vigencia 2020-2024, acorde con los nuevos objetivos que tendrá a cargo.

Qué: Mantener una oportuna comunicación con públicos internos y externos (Servidores, colaboradores, ciudadanía y grupos específicos)

Cómo: Elaborar material informativo y piezas según los públicos a comunicar

Dónde: Utilizar los medios internos y externos para divulgar información (Medios internos: Soy 10 Te Conecta, Soy 10 al día y Soy 10 T.V. Medios externos: Sitio web, redes sociales y relacionamiento con medios de comunicación)

Cuándo: La información objeto de divulgación interna y externa se realizará a demanda

En ese sentido, la estrategia tendrá un eje integrador del sector que estará fundamentado en el Gobierno Abierto de Bogotá – GABO, cuya puesta en marcha marcará un nuevo relacionamiento de la Administración Distrital con la ciudadanía para reducir el riesgo de corrupción e incrementar el control ciudadano del gobierno.

Es así que las acciones que se implementen en Bogotá un Territorio Inteligente, Bogotá Epicentro de Paz y Reconciliación, Bogotá con una Ciudadanía Consciente y el tema de Marca de Ciudad de una u otra manera tienen implícitas acciones de ese nuevo enfoque ante la ciudadanía.

Dentro de las áreas que emiten información en el Sector Gestión Pública, se contemplan los temas de Servicio a la Ciudadanía, Empleo Público, donde se realizan acciones integrales del fortalecimiento de las competencias de los equipos de trabajo de Distrito e Innovación y Valor Público, donde se encuentran los temas de transparencia y MIPG, entre otros.

También se encuentran temas de las Consejerías de Tecnologías de Información y Comunicación y de Víctimas, Paz y Reconciliación. Así como temas de posicionamiento de marca de ciudad, del Archivo de Bogotá y del Centro de Memoria, Paz y Reconciliación entre otros.



Fuente de información, públicos y temáticas

Información

Consejería de Tecnologías
de Información y
Comunicación



Públicos

- Ciudadanía
- Universidades
- Gremios de tecnología y operadores de telefonía celular
- Entidades nacionales y distritales
- Medios de Comunicación
- Concejo de Bogotá
- Organismos de control

Temas

- Analítica de datos
- Internet
- Zonas Wifi
- Formular Política TIC en el Distrito
- Asesorar 16 agendas de transformación digital sectoriales

Resultado incidente del mensaje:

- Generar valor público a partir del uso y aprovechamiento estratégico de las TIC
- Contar con servicios digitales que atiendan las necesidades de los grupos de interés.

Información

Consejería de Víctimas,
Paz y Reconciliación



Públicos

- Ciudadanía
- Asociaciones de víctimas
- Organismos multilaterales
- Embajadas
- ONG
- Entidades nacionales y distritales
- Medios de Comunicación
- Concejo de Bogotá
- Organismos de control

Temas

- Atención
- Cobertura
- Nuevos emprendimientos
- Centro Memoria
- Política de Paz en Bogotá
- Crear dos PDET para la promoción de una adecuada integración social y territorial

Resultado incidente del mensaje:

- Implementar el acuerdo de paz en la ciudad
- Impulsar la reconciliación en el territorio

Información

Gestión Pública



Públicos

- Ciudadanía
- Servidores públicos
- Asociación de usuarios
- Universidades
- Entidades nacionales y distritales
- Organismos multilaterales
- Medios de Comunicación
- Concejo de Bogotá
- Organismos de control

Temas

- Atención a la ciudadanía
- Patrimonio documental
- Avances en indicadores
- Modelo distrital para la gestión del conocimiento y la innovación
- Transparencia y lucha contra la corrupción
- Avances MIPG
- Empleo público

Resultado incidente del mensaje:

- Transparencia
- Fortalecer y modernizar la gestión pública
- Generar valor público en la gestión

Información

Servicio a la ciudadanía



Públicos

- Ciudadanía
- Servidores públicos
- Asociación de usuarios
- Universidades
- Entidades nacionales y distritales
- Entidades privadas con servicios en la RedCADE
- Medios de Comunicación
- Concejo de Bogotá
- Organismos de control

Temas

- Atención a la ciudadanía
- Servicio y atención con enfoque diferencial
- Racionalización y virtualización de trámites
- Rutas de atención para población vulnerable
- Atención preferencial

Resultado incidente del mensaje:

- Nuevas formas y canales de atención
- Calidad para la efectividad en la atención ciudadana
- Mejoramiento continuo de la atención de todos los canales de la RedCADE

Información

Gestión Corporativa



Públicos

- Ciudadanía
- Servidores públicos
- Contratistas
- Entidades distritales
- Sindicatos
- Medios de Comunicación
- Concejo de Bogotá
- Organismos de control

Temas

- Fortalecimiento de la capacidad institucional de la Secretaría General
- Dotar e intervenir la infraestructura de las sedes de la entidad
- Gestión del talento humano en la entidad
- Avances en temas jurídicos, de planeación, contractual y control interno, entre otros.

Resultado incidente del mensaje:

- Gestión efectiva al servicio de la entidad





Características de una **buena comunicación**

- Mantener una centralidad, uniformidad y coordinación en los mensajes a comunicar
- Impulsar un eficiente flujo de información de las áreas generadoras de datos o sucesos
- Uso adecuado y riguroso del manual de imagen
- No basta con tener unos adecuados canales e infraestructura tecnológica sino se tiene la habilidad y capacidad de “comunicar” la información que genera el sector gestión pública.
- Conceptualización de piezas de comunicación para el entorno digital que comprende sitio web y sus minisitios, redes sociales e intranet, carteleras virtuales y en síntesis para los diferentes canales y necesidades según público.

Lenguaje claro e incluyente

Sin excepción, todas las comunicaciones emitidas por las entidades distritales deben ser claras, amables, cercanas y entendibles. Por esto, es fundamental hacer uso del lenguaje claro por parte de los servidores públicos del Distrito, dando prioridad a la transparencia, lo que facilitará a la ciudadanía ejercer sus derechos y cumplir con sus obligaciones.

Como complemento, es necesario hacer uso del lenguaje incluyente en todas las comunicaciones de las entidades del Distrito Capital con la ciudadanía, con el objetivo de emplear expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino y la diversidad de género, y contribuyan a la igualdad y a la visibilización de la mujer en todos los ámbitos.

Adicionalmente, es importante incluir en las diferentes transmisiones y productos audiovisuales a los intérpretes de señas para que los mensajes lleguen también a la población que requiere este lenguaje (Lengua de Señas Colombiana LSC). Por lo anterior, se recomienda consultar la Guía de lenguaje claro e incluyente del Distrito Capital que podrás encontrar en: www.secretariageneral.gov.co en la sección **Atención y servicio a la ciudadanía** dando clic en **guía de lenguaje claro e incluyente**.



Relaciones **estratégicas**

Mantener una comunicación efectiva con los medios de comunicación, es decir, con los periodistas que cubren la fuente directamente. Realizar rondas de encuentros con generadores de opinión y periodistas para comentarles los avances del sector. Empezar un cronograma de giras locales con medios comunitarios y autoridades zonales para informar los principales objetivos del sector gestión pública.

Es importante mantener un cronograma de eventos académicos con temas relevantes del sector como foros, seminarios y congresos para lograr la participación de la entidad y aprovechar esos espacios como escenarios de posicionamiento.

Alianzas **público-privadas**

Buscar alianzas público-privadas que permitan una efectiva colaboración entre el sector público, el sector privado y las organizaciones de la sociedad civil. Este tipo de alianzas permiten alcanzar objetivos comunes y generar un impacto positivo ante las audiencias de interés. Además, que generan una economía a escala importante en el manejo de recursos públicos.



Protocolo para el manejo de información en el sector **Gestión Pública**

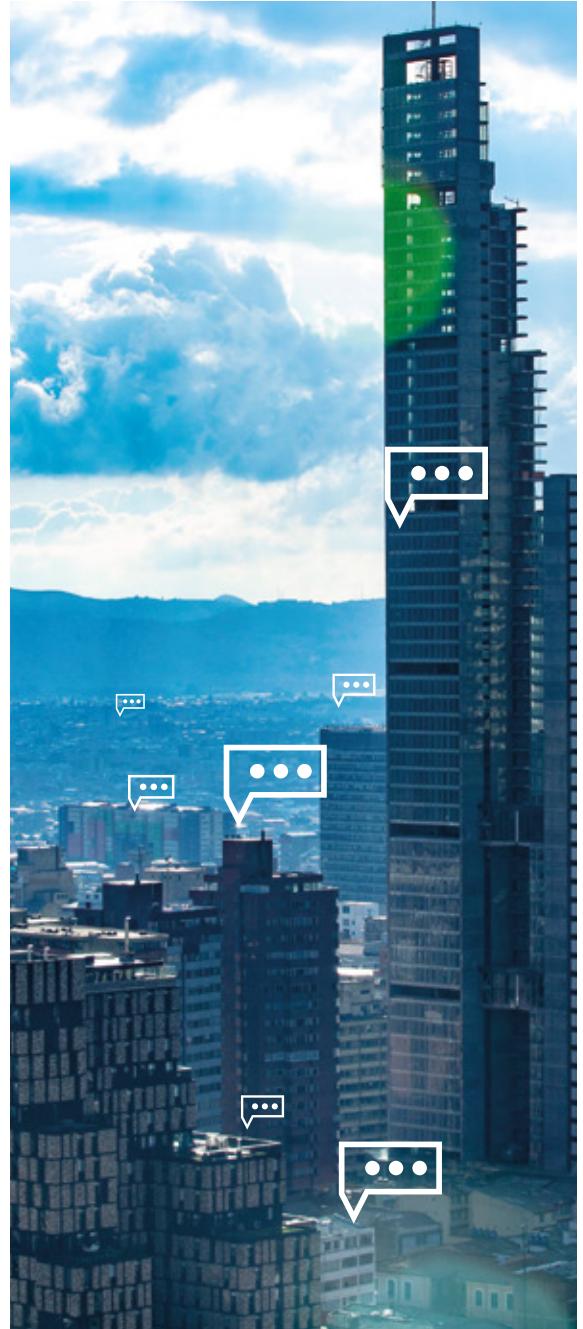
La comunicación de doble vía resulta vital para la legitimidad y efectividad de cualquier gestión tanto pública como privada.

La información oportuna y adecuada facilita en las audiencias la comprensión de acciones o sucesos.

Cómo debemos comunicarnos

Para todos los tipos de información, se debe enfatizar en:

- *“El sector viene trabajando en...”*
- *“En nuestro compromiso con la ciudad buscamos...”*
- *“Con una visión integral orientada a resultados pretendemos...”*
- *“Nuestro compromiso con la ciudadanía es...”*
- *“En el marco del Plan Distrital de Desarrollo se establece...”*





Coherencia

En la comunicación pública es muy importante tener coherencia entre los que se **dice** y lo que se **hace**. Debe existir una relación entre la **identidad** (lo que se es), la **comunicación** (lo que se dice) y la **imagen** (lo que se cree que es).

Vocería ante los medios de comunicación

La vocería ante los medios de comunicación cuando se trata de temas estructurales es la Secretaria General de la Alcaldía Mayor de Bogotá y en su momento se delegará la vocería en la Subsecretaría de Servicio a la Ciudadanía y la Subsecretaría Técnica.

Entre los pronunciamientos a cargo de la Secretaria General:

- Balance de metas
- Noticias relevantes del sector
- Alianzas público y privadas
- Políticas, planes y programas
- Proyectos de ley de carácter primordial para el sector

Recomendaciones reuniones virtuales

La nueva normalidad ocasionada por la emergencia sanitaria del Coronavirus, ha llevado a las organizaciones a buscar en la tecnología las herramientas necesarias para continuar con su gestión y metas trazadas mientras se desarrolla el trabajo en casa.

Por ello, es importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones para reuniones en teams, zoom y facebook live, entre otros:

1. Seleccionar el espacio donde mantendrás la reunión virtual
2. Verifica los botones de cámara y audio
3. Tener en cuenta no quedar en contraluz
4. Toda la escenografía comunica, es decir, todo lo que aparecerá en la pantalla
5. El vestuario también comunica, no lo olvides
6. Ubica la cámara a la altura del rostro
7. Siempre manten contacto con la cámara del computador
8. El 50% de la imagen eres tu, el restante es el fondo o escenografía
9. Ten mucho cuidado con los gestos
10. Recuerda apagar el sonido al salir

Todo comunica y como servidores públicos tenemos una responsabilidad mayor.



Canales del sector **gestión pública**

Ecosistema digital

Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá

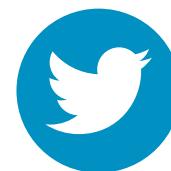
Sitio web principal
www.secretariageneral.gov.co

Minisitios

• <http://archivobogota.secretariageneral.gov.co>

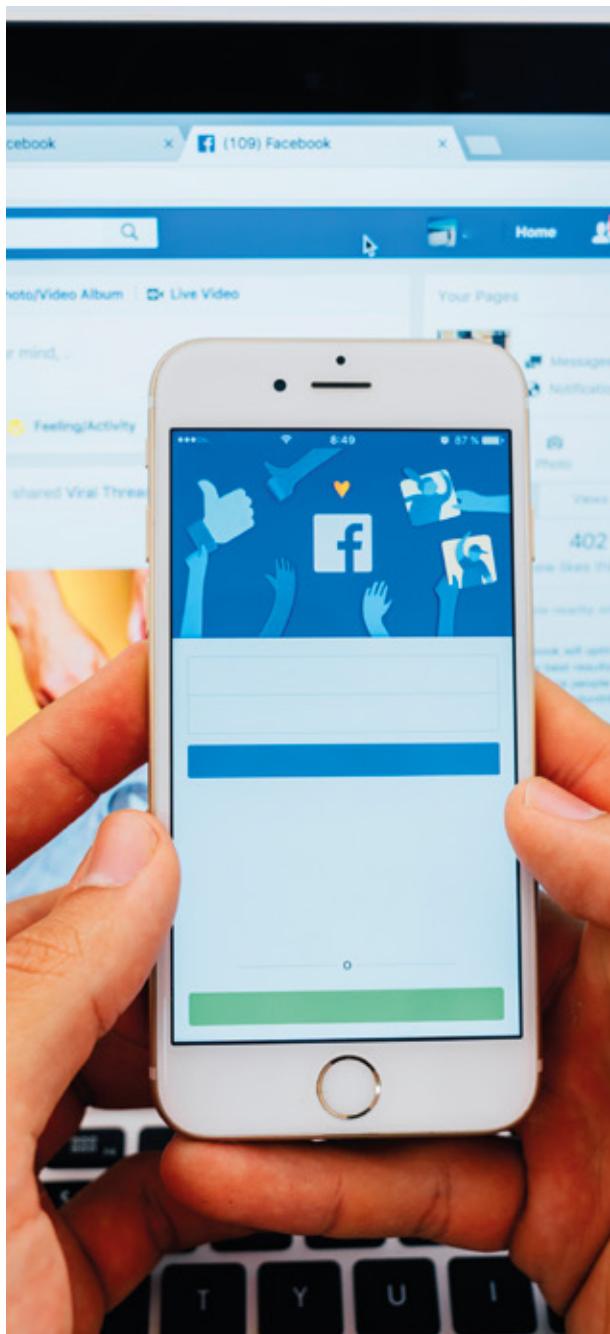
Twitter

- Secretaria General:
[www.twitter.com/sgeneralbogota](https://twitter.com/sgeneralbogota)
- Línea 195:
<https://twitter.com/195bogota>
- Archivo de Bogotá:
<https://twitter.com/ArchivodeBogota>
- Bogotá Internacional
https://twitter.com/BogotaInter_nal



Facebook

- Secretaría General
www.facebook.com/sgeneralbogota
- Archivo de Bogotá
www.facebook.com/archivobogota



Youtube

• Secretaría General

https://www.youtube.com/channel/UCpCIAwhtQHZ6Xcwo7vaz2Jw?view_as=subscriber



Departamento Administrativo de Servicio Civil

• **Sitio web**

<https://www.serviciocivil.gov.co>

• **Twitter**

<https://twitter.com/ServicioCivilD>

• **Facebook**

<https://www.facebook.com/Departamento-Administrativo-del-Servicio-CivilDistrital>

Consejería de Víctimas, Paz y Reconciliación

• **Sitio web**

<http://victimasbogota.gov.co/>

• **Twitter**

<https://twitter.com/VictimasBogota>

• **Facebook**

<https://www.facebook.com/victimasbogota/>

Centro Memoria, Paz y Reconciliación

• **Sitio Web**

<http://centromemoria.gov.co/>

• **Facebook**

<https://www.facebook.com/CMPreconciliacion>

• **YouTube**

<https://www.youtube.com/user/VictimasBogota/videos>

Consejería de Tecnologías de Información y Comunicación

- **Sitio Web**

<http://ticbogota.gov.co/>

- **Twitter**

<https://twitter.com/ConsejeriaTIC>

- **Facebook**

<https://www.facebook.com/ConsejeriaTIC/>

En sus respectivas redes sociales, la entidad cuenta con más de 250 mil seguidores, haciendo una suma de los canales digitales en los que tiene presencia. Adicionalmente, en términos de visitas a los sitios web y minisitios, como resultado se puede llegar a una cifra superior a los 3 millones.

Al referirnos a ecosistema digital hablamos de la generación de conexión entre el sitio web y las redes sociales que permiten la interacción entre ciudadanía y la administración distrital al tiempo que se incrementa el tráfico hacia la información oficial emitida por la entidad. Una estrategia de posicionamiento en redes sociales no puede estar desligada del sitio web y viceversa. Precisamente, ahora con la pandemia por coronavirus la consulta en redes sociales y sitios presentaron un incremento porque los ciudadanos están en casa y han aumentado su consumo a internet lo que ha generado como resultado, un aumento en el acceso a contenidos de comunicación a través de estos canales digitales.

Por ello, el ecosistema debe generar contenidos de pertinencia para sus audiencias a fin de estimular espacios interactivos con el ciudadano, trinos, implementar el uso de videos, animaciones, fotografía y stories, entre otros, teniendo en cuenta que todos deben contar con vínculo a notas que estén en el sitio web, esto con el fin de generar narrativas que permitan tener cautivas a las audiencias y llegar a nuevos públicos.

El trabajo de SEO será importante para lograr que los contenidos que genera la entidad aparezcan en los buscadores. La generación de nuevas narrativas serán fundamentales siempre con acciones diferenciales según nuestras audiencias.

Será muy importante tener actualizados los perfiles para ofrecer contenido innovador. En ese sentido será necesario producir un calendario de contenidos en el que se tenga como referencia efemérides, fechas especiales, conmemorativas, entre otros; realizar monitoreo constante para participar activamente de las coyunturas; programar publicaciones sin descuidar la interacción por parte del seguidor; incluir en las publicaciones llamadas de acción o participación; incentivar la generación de contenido colaborativo, realizar trabajo en conjunto con entidades afines con el objetivo de amplificar el alcance de los contenidos y generar valor a nivel distrital, invitar a la participación por parte de influenciadores que permitan atraer nuevos públicos y por último analizar periódicamente los resultados de interacción para tomar medidas de mejora frente a tonos, horarios y contenido publicado.

Cartelera virtual en puntos de afluencia masiva

La Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá cuenta con 49 cartelera virtual, de las cuales 11 están ubicadas en las sedes de la Secretaría General (Archivo de Bogotá, Imprenta, Centro Memoria y Manzana Liévano) y 38 ubicadas en la Red CADE con información con destino a público interno y externo.

Adicionalmente, en el SuperCADE de la 30 y Suba se cuenta con dos video Wall ubicados en punto preferencial de acceso para garantizar la visibilidad directa de los usuarios.

Endomarketing

El endomarketing también es conocido como marketing interno que es la estrategia de comunicación que la entidad realiza para mantener informado a su equipo de colaboradores no sólo en temas de la Secretaría sino en los aspectos de bienestar, actividades para hijos, jornadas de esparcimiento y salud en el trabajo, entre otros.

Actualmente las organizaciones han priorizado sus objetivos en la comunicación organizacional para impulsar el talento humano como eje central. Por ello, reconocer la esencia especial que imprimen los equipos de trabajo a la construcción de una mejor ciudad es prioridad.

En este sentido, la Administración Distrital diseñó la marca Soy 10, un sello o símbolo que identifica al servidor y lo dota de atributos diferenciales, necesarios en la nueva gestión de lo público. Lo relevante es que esta marca más allá de una característica en la oficina es un rótulo que recoge elementos del ser humano en sus diferentes roles de la vida como es la familia, el trabajo y los amigos.

Soy 10 impulsa primero el comportamiento integro del individuo, "el deber ser" y segundo, con el objetivo o fin último de la Administración Distrital: servir a la ciudadanía, con buena actitud y calidad sea en el servicio o producto. El 10 representa la calificación para ser o estar entre los mejores. El 10 es esa nota alta que siempre impulsa llegar a la meta.

Esta marca es el eje central de la comunicación interna hacia los servidores; un concepto sombrilla bajo el cual se esta desarrollando la estrategia del sector gestión pública en varios temas como son: medio ambiente, gestión de calidad y transparencia, entre otros.

Los canales de soy 10 son:

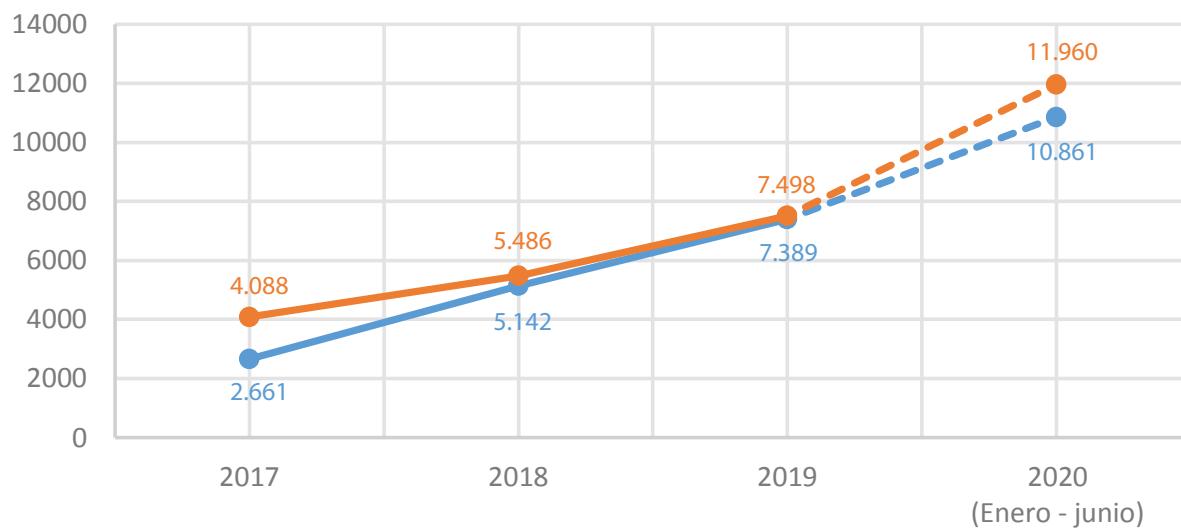
- Soy10 aprende, la cual tiene por objetivo divulgar la oferta académica que tiene el Distrito en materia de transparencia, integridad y acceso a la información, entre otros.
- Soy10 Te conecta que es la intranet de la Secretaría General y funciona como una red social
- Soy10 al día que es un news semanal con destino a los equipos de colaboradores de la Secretaría General
- Soy10 Te ve que es la red de carteleras virtuales que están en la entidad y en los puntos de atención de la RedCADE.



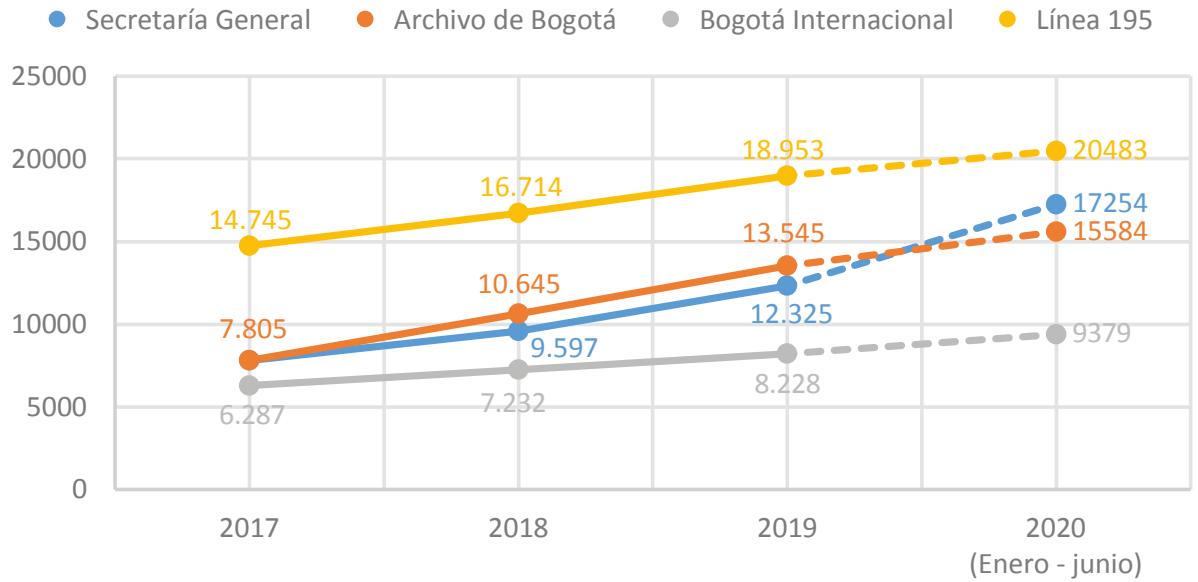
Cifras relevantes

Incremento de seguidores en Facebook

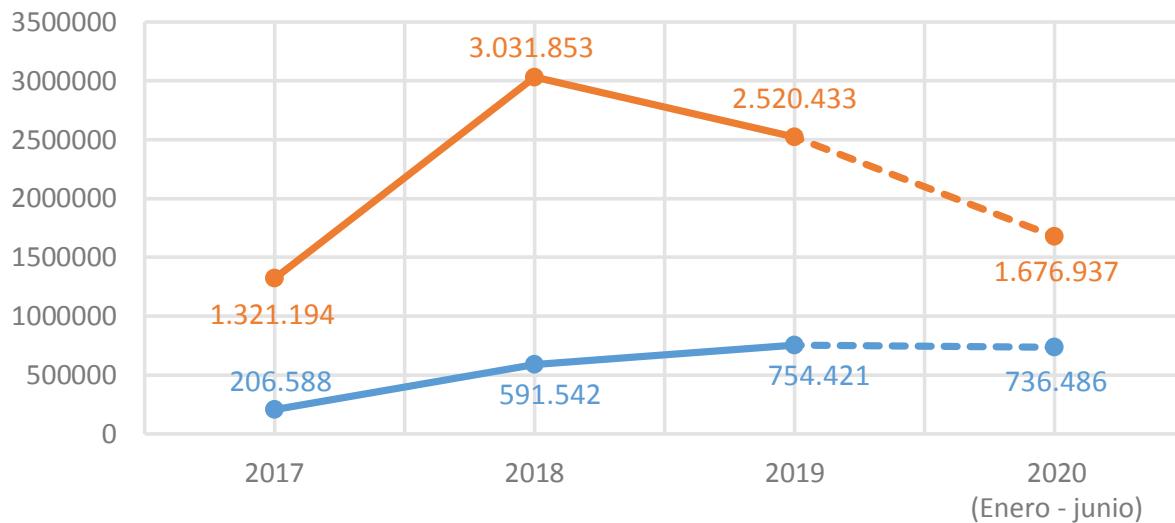
● Secretaría General ● Archivo de Bogotá



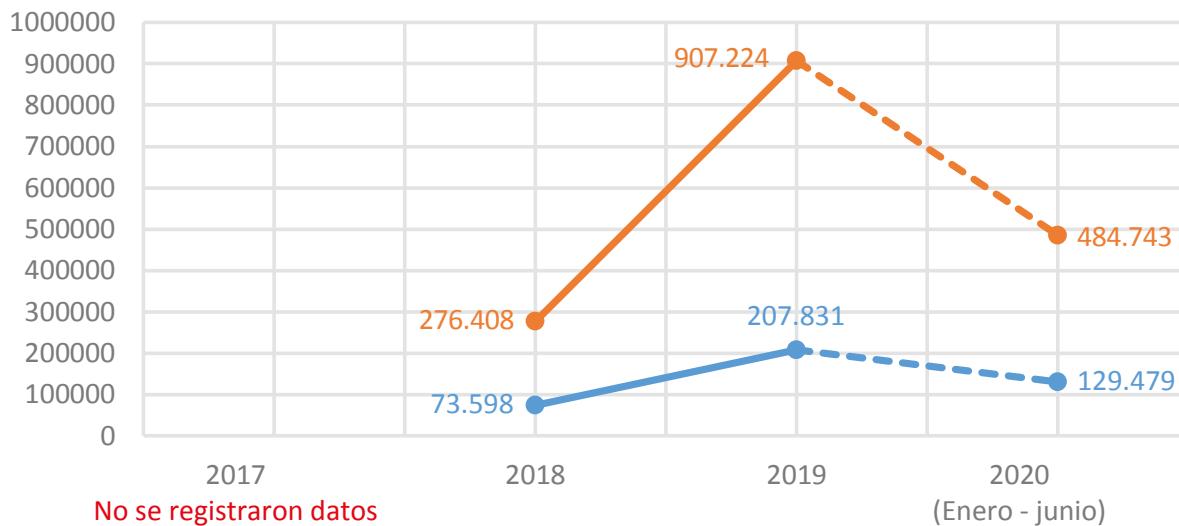
Incremento de seguidores en Twitter



● Total usuarios en sitio web ● Número de visitas a páginas



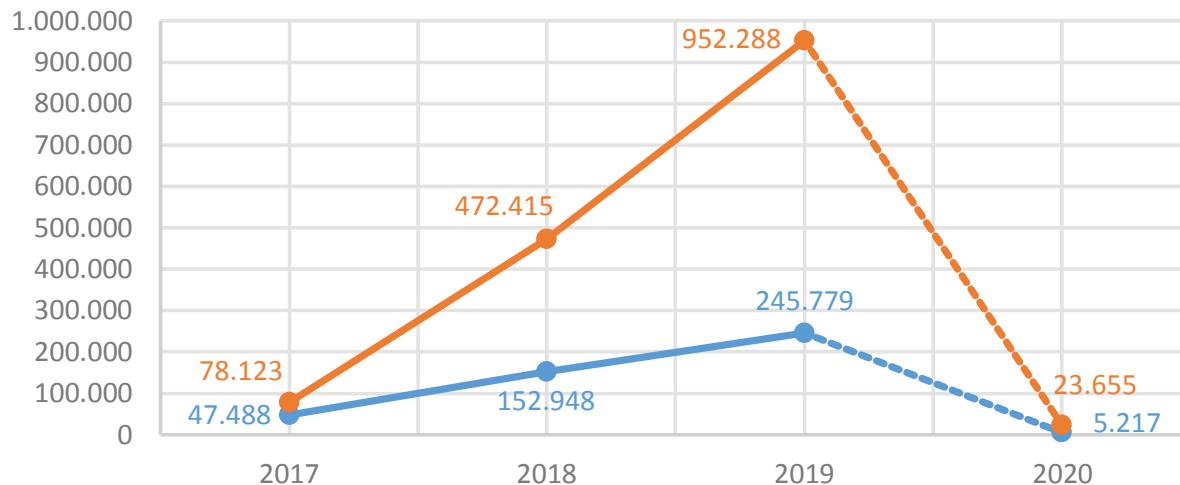
● Total usuarios en sitio web ● Número de visitas a páginas



No se registraron datos en analytics

Sitio web Relaciones Internacionales

● Total usuarios en sitio web ● Número de visitas a páginas



(Con corte a 19 de mayo.
Día en que se apagó el micrositio para pasar al sitio bogota.gov)

BOGOTΛ

