

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2023



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE
SEGURIDAD, CONVIVENCIA
Y JUSTICIA



CONTENIDO

1. OBJETIVO.....	3
2. ALCANCE.....	3
3. GLOSARIO.....	3
4. REFERENCIAS NORMATIVAS.....	7
5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA	8
6. DESARROLLO DEL DOCUMENTO	8
ESTRATEGIA 1	9
ESTRATEGIA 2.....	11
ESTRATEGIA 3.....	13
ESTRATEGIA 4.....	14
ESTRATEGIA 5.....	16
ESTRATEGIA 6.....	17
7. MONITOREO Y SEGUIMIENTO	18
8. BIBLIOGRAFÍA.....	19
9. CONTROL DE CAMBIOS.....	19

1. OBJETIVO

Dar a conocer y comunicar la gestión y los servicios de seguridad, convivencia y justicia, a través de la implementación del plan estratégico de comunicaciones, con el propósito de interactuar y mantener informada la ciudadanía, a los servidores públicos y demás grupos de interés, posicionando la entidad

2. ALCANCE

Inicia con la formulación del plan estratégico de comunicaciones continúa con la implementación y ejecución de un plan estratégico de comunicaciones y finaliza con la evaluación de la divulgación a través de los canales internos y externos de la Entidad.

3. GLOSARIO

Administrador o Gestor de comunidades (Community Manager): persona encargada de administrar, crear contenido y recibir información que se publica en las redes sociales.

Afiches: medios gráficos impresos en diferentes tamaños, que promocionan las actividades institucionales.

Agenda: se denomina al documento que contiene, ordenadamente, un conjunto de temas, tareas o actividades para su realización en un periodo de tiempo determinado.

Banner web: Elemento visual de comunicación digital publicado en la página web de la entidad para hacer el llamado de atención sobre información específica

Boletín interno: producto de comunicación interna cuyo contenido informativo gira en torno a la cultura organizacional y de interés para servidores y contratistas.

Boletín de prensa: documento informativo de carácter noticioso con cifras datos y/o fulles

Brochure: es un impreso de un número reducido de hojas, que sirve como instrumento divulgativo o publicitario con contenido explicativo.

Campaña: es una estrategia en la que se realizan un conjunto de acciones ejecutadas en diferentes medios para dar a conocer una temática de interés en la ciudadanía.

Cartelera digital: son canales de comunicación digital ubicado estratégicamente en espacios de alta movilidad y rotación de público interno y externo, de manera tal, que emiten contenido audiovisual en las diferentes pantallas (LED o LCD), distribuidas en las diferentes sedes de la Entidad.

Cartillas instructivas: publicación impresa o digital que contempla una serie de explicaciones e instrucciones que son agrupadas, organizadas y expuestas de manera práctica.

Cartelera física: canal de comunicación interna ubicado estratégicamente donde se alberga información tangible sobre temas de interés para el público interno y externo.

Clip para redes: video realizado para redes sociales, el cual está editado, incluye musicalización, créditos, cortinillas, etc.

Comité directivo: Este comité determina los lineamientos de la información a transmitir

públicamente. Para ello posee un asesor de comunicaciones y prensa quien coordina la implementación de las decisiones comunicacionales para la relación con los diferentes actores.

Comité de crisis: se conforma por el equipo de comunicaciones liderado por la jefa de la Oficina Asesora de Comunicaciones para abordar tema o situación catalogada como de crisis para saber el actuar bajo las directrices de la SDSCJ y de la Consejería para las Comunicaciones de la Alcaldía Mayor.

Comunicado de prensa: es un documento que contiene pronunciamientos institucionales. Es opinión y debe enmarcarse dentro de un estilo editorial.

Corrección de estilo: parte del proceso de edición por el que se revisan y corrigen textos, de acuerdo con un conjunto de criterios y normas para la redacción de documentos, en los aspectos relacionados con gramática, puntuación y ortografía.

Correo Masivo: canal de comunicación con alcance al público interno cuyo contenido hace referencia a información de carácter institucional.

Creación de contenidos: proceso mediante el cual se crea información para publicar a través de los canales oficiales de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Convocatoria de medios: es la invitación que le hace a los periodistas de los diferentes medios de comunicación a través del grupo de WhatsApp de prensa para que asistan a ruedas de prensa u otros eventos públicos de interés.

Copy: texto descriptivo, informativo y complementario que acompaña un elemento audiovisual a la publicación en las redes sociales.

Cover Redes Sociales: elemento visual digital especializado para cada red social utilizado para personalizar los perfiles con marca de la entidad.

Difusión de información: es el envío de información a las partes interesadas y grupos de valor a través de los canales oficiales de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Diseño: proceso de creación, diagramación y desarrollo de material visual con contenido gráfico.

Entrevista: conversación que un periodista mantiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.

Estrategia integral: es la orientación o el conjunto de orientaciones determinadas para dar cumplimiento al objetivo establecido. Para construir la estrategia es conveniente formular las siguientes preguntas: ¿Qué se quiere conseguir?, ¿A quiénes se va a dirigir la comunicación?, ¿Qué se quiere que la gente haga con la información?, ¿Qué mensajes se quieren transmitir?, ¿De cuánto presupuesto se dispone?, ¿Cuáles son los medios apropiados?, ¿Cómo se van a realizar el seguimiento y la medición?

Eucol: vallas publicitarias que se ubican generalmente en los paraderos de transporte público.

Facebook: es una herramienta social para divulgar campañas, avances de la gestión y convocatorias sobre los temas misionales de la entidad: seguridad, convivencia y justicia

Facebook Live: herramienta que tiene la red social de Facebook que nos permite hacer transmisiones en vivo de eventos y actividades de interés para unos grupos específicos. Se puede hacer a través de *Stremyard* o por la plataforma virtual.

Folleto: obra de papel impreso, plegado en diferentes cuerpos (de acuerdo con la cantidad de información), se utilizan para proporcionar información precisa sobre la Entidad, de

manera condensada.

Fondo de pantalla: es una imagen que suele tener formato JPG (y se usa para visualizar información de interés sobre la administración dirigida a los servidores(as) de la Entidad.

Full: video de una persona hablando a la cámara.

Full en formato de audio: archivo de audio, principalmente en formato .mp3 el cual contiene la misma información del *full* pero sin video.

Full con apoyos: video editado, el cual tiene como base el full, más una edición de video donde sobre el full van imágenes de acuerdo a lo hablado o a la actividad realizado.

Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital: documento que brinda los lineamientos para hacer uso del lenguaje incluyente en todas las comunicaciones de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Grupo de difusión: herramienta de la aplicación tecnológica de *WhatsApp* donde se encuentra un grupo de periodistas de los medios de comunicación nacional con el objetivo de compartir información de carácter institucional o noticioso:

Habladores: elemento impreso utilizado en eventos para visualizar los nombres de los invitados.

Hashtag: inicia con el símbolo numeral y continua con una o unas palabras clave que sirven para identificar o etiquetar un mensaje.

Instagram: es una red social que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc. Esta red maneja formatos como fotografías, los reel, historias y en vivos.

Intranet: es una plataforma vista como un repositorio informativo, donde los servidores y contratistas pueden encontrar documentación relacionada con la misionalidad de la Entidad.

Key Visual: referencia gráfica utilizada para campañas o estrategias de comunicación.

Mailing: elemento visual digital con información concreta de eventos, novedades o programaciones de la entidad, enviado por correo electrónico.

Maestro/a de ceremonias: es la persona que se encarga de presentar el evento en sus diferentes fases.

Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital: documento expedido por la Oficina Consejería de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., que contiene lineamientos sobre todos los asuntos en materia de Comunicación Distrital.

Manual de Uso de Marca Ciudad “BOGOTÁ”: herramienta para construir, a partir de un sistema de elementos de comunicación gráfica y conceptual, la implementación en piezas y mensajes que componen la personalidad y el lenguaje de la Marca Bogotá.

Medios de comunicación: son plataformas de información a través de las cuales se emite información de actualidad, se clasifican en radio, televisión, medios impresos y digitales.

Monitoreo de medios: es el seguimiento que se realiza a las noticias emitidas por los medios de comunicación para alertar a los tomadores de decisión sobre el enfoque de temas o noticias de última hora que requieren que se adopten medidas o posturas de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Paquete de medios: una carpeta que se envía por medio electrónico, compuesta por reel de prensa, full y full en formato de audio.

Pendones: elemento publicitario impreso de material perdurable, generalmente de gran formato que tienen como finalidad anunciar y acompañar una actividad.

Pieza comunicacional: es un elemento multimedia diseñado con un mensaje de interés para un grupo objetivo específico.

Piezas Gráficas: son productos con gran carga visual e informativa, que pueden ser digitales o impresos emitidos en distintos soportes y formatos destinados a comunicar una idea concreta a un público específico en un tiempo determinado.

Pieza para Redes Sociales: elemento de comunicación digital con formatos adecuados para cada canal.

Presentaciones: formato digital realizado con el fin de ofrecer y mostrar información de datos y resultados de la gestión de la entidad.

Plegables: su presentación es en media carta. Se utilizan para proporcionar información precisa sobre la Entidad.

Propuesta: documento que describe el contenido del evento, el tipo de público y el presupuesto requerido.

Públicos de interés o público objetivo: es una noción que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un ciudadano representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

Realizador audiovisual: responsable de plasmar en imágenes los contenidos del guion de video.

Reel de prensa: video de aproximadamente un minuto y medio compuesto por las mejores tomas de video de una actividad en particular.

Reel de edición: video de tiempo indeterminado compuesto por todas las tomas útiles de video de una actividad en particular.

Red social: es un sitio en Internet que integra personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí para interactuar de manera virtual, compartir contenido o crear comunidades sobre intereses similares. A través de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y YouTube, la Secretaría de Seguridad Convivencia y justicia se mantiene en contacto con los ciudadanos, líderes de opinión, medios de comunicación y otras entidades de interés, y se logra una gestión pública efectiva, transparente y participativa.

Rueda de prensa: es un acto informativo en el que un vocero entrega información a los medios de comunicación. Adicionalmente, contesta preguntas de los periodistas para ampliar la información en temas específicos.

Streaming: servicio que transmite video de manera online, puede ser en vivo o diferido.

Twitter: es una red social de mensajería instantánea de corta longitud que genera tendencia en las conversaciones a través de numerales o palabras claves. Pueden contener fotos, videos, enlaces y texto.

Vocero – portavoz: es un representante de la entidad con un cargo directivo, ya sea el secretario, los Subsecretarios o directores que tengan en sus manos la responsabilidad de abanderar un tema y abordarlo frente a medios de comunicación para emitir un mensaje relevante.

Volante: papel impreso que se distribuye directamente de mano en mano y en el cual se anuncia algo. Su mensaje es breve y conciso, por lo cual se diferencia del folleto.

TikTok: es una red social basada en vídeos cortos que se repiten en bucle.

WhatsApp: aplicación de mensajería instantánea utilizada como canal oficial para brindar instrucciones, enviar y recibir documentos, audios, textos, enlaces, fotografías y videos.

Youtube: es un sitio web de alojamiento gratuito para subir y compartir Videos.

4. REFERENCIAS NORMATIVAS

Constitución Política de Colombia 1991.

Ley 23 de 1982 "Sobre derechos de autor".

Ley 679 de 2001 (Manejo de redes de información, derechos del menor).

Ley 1098 de 2006, Código de infancia y Adolescencia.

Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales "Por medio de la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales".

Ley 1680 del 20 de noviembre de 2013, "Por la cual se garantiza a las personas ciegas y con baja visión el acceso a la información, a las comunicaciones, al conocimiento y a las tecnologías de la información y las comunicaciones".

Ley 1712 de 2014, "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones". Corregida por el

Ley 1519 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 materia de acceso

Decreto Nacional 1377 de 2013 "Por medio del cual se reglamenta parcialmente la Ley 1581 de 2012".

Decreto 2573 de 2014 "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones".

a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos"

Decreto 2199 de 2015, 'por el cual se corrige un yerro en la Ley 1712 de 2014', publicado en el Diario Oficial No. 49.693 de 11 de noviembre de 2015. Corregida por el Decreto 1862 de 2015, 'por el cual se corrige un yerro en la Ley 1712 de 2014', publicado en el Diario Oficial No. 49.637 de 16 de septiembre de 2015. Corregida por el Decreto 1494 de 2015, 'por el cual se corrigen yerros en la

Decreto 1078 de 2015, Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones– Gobierno en Línea.

Decreto 413 del 30 de septiembre de 2016, "Por medio del cual se establece la estructura organizacional y las funciones de las dependencias de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia y se dictan otras disposiciones.

Circular 002 de 2021 Oficina Consejería de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C. lineamientos para el uso de mensajes institucionales y/o marca ciudad en las acciones y/o campañas de comunicación pública y piezas de divulgación o identificación institucional.

Circular 003: alcance a la Circular 002 de 2022 lineamientos "lenguaje claro e incluyente".

Directiva 009 del 2021. Secretaría Jurídica Distrital. Buenas prácticas en el uso de fotografías y videos. Protección de los derechos de autor.

5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Caracterización ciudadanos, usuarios y grupos de interés de la SDSCJ
- Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital
- Gestión de Comunicación Interna PD-GC- 6
- Coordinación, Producción y Aprobación de Piezas Gráficas y Audiovisuales. PD-GC- 7
- Acompañamiento de eventos PD – GC 8
- Publicación de Contenidos Digitales PD-GC- 9
- Gestión de Comunicación Externa PD-GC - 10
- Lineamientos de Accesibilidad para la Publicación de Documentos en el Sitio Web I-GC- 2
- Formato de Acompañamiento de Eventos F – GC- 569
- Solicitud de Productos de Comunicación F-GC - 571
- Autorización de Uso de Imagen y Obra F-GC- 572
- Acta de Reunión F - DS - 10
- Plantilla presentación SDSCJ
- Plantilla Boletín de Prensa GC 01
- Plantilla Comunicado de Prensa
- Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital
- Manual de Uso de Marca Ciudad “Bogotá”
- Membrete manual de marca
- Cartilla Mujeres reveladas: Recomendaciones para prevenir la discriminación en los medios hacia las mujeres en sus diferencias y diversidad.

6. DESARROLLO DEL DOCUMENTO

El Plan Estratégico de Comunicaciones se deberá desarrollar en cumplimiento a las funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones enmarcadas en el Decreto 413 del 30 de septiembre de 2016, “Por medio del cual se establece la estructura organizacional y las funciones de las dependencias de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia y se dictan otras disposiciones.

Aplica para todas las comunicaciones que divulguen información de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia y del Sector (Bomberos) a través de los canales de oficiales de la entidad.

El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones velará por el cumplimiento de las directrices de comunicación de la Alcaldía de Bogotá, impartidas a través de la Alta Consejería de las Comunicaciones en cuanto a campañas de comunicación, mensajes estratégicos, manejo de crisis y relacionamiento con los medios de comunicación. Así como de los lineamientos en cuanto al uso de la imagen institucional, el slogan de gobierno y el manual de marca.

El presente documento se deberá revisar y actualizar al menos una vez al año, por el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y el servidor o la servidora que designe. En dado caso que el documento no requiera actualización, se dejará un acta en el formato 'F-DS-10 Acta de reunión', como registro en el que conste que el documento fue revisado y se encuentra actualizado.

En todas las estrategias contenidas en el presente Plan Estratégico de Comunicaciones, así como en la administración de las distintas cuentas en redes sociales, se deberá tener la titularidad o autorización de los derechos de autor, para poder hacer la difusión de las imágenes y audios que se suban a las redes sociales, así como el de conocer, respetar y adecuar los procedimientos internos a la Ley Estatutaria 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, referente al Régimen General de Protección de Datos Personales, y se reconocerá además, por cada grupo y funcionario perteneciente a la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia la aplicación de la Política de Tratamiento de Información, la Política de Seguridad de la Información y la Política de Privacidad pertinente.

ESTRATEGIA 1

Asesorar al despacho y demás dependencias de la Entidad en el diseño e implementación de estrategias de comunicación interna que se requieran en los diferentes niveles de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Cómo:

- Diseñar estrategias de comunicación interna, según la coyuntura o las necesidades de las áreas.
- Trabajar en conjunto con el equipo directivo documentos estratégicos sobre la gestión de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, así como los lineamientos para sus productos comunicativos.
- Unificar los mensajes y los criterios técnicos con los que la Secretaría de Seguridad entrega información a los servidores de la Entidad.
- Divulgar, a través de los canales oficiales y/o medios de comunicación, la estructuración de campañas, la gestión y logros de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Socializar directrices sobre el manejo de imagen institucional para las direcciones, impartidas por la Alcaldía de Bogotá.
- Promover la intranet, la página web y las redes sociales como los medios de comunicación institucionales.
- Solicitar información sobre la agenda semanal y mensual de las dependencias, con el

interés de planear los eventos urgentes y priorizar el trabajo de la oficina.

- Programar encuentros, con la periodicidad que se requiera, con las dependencias a fin de establecer planes de trabajo de acuerdo con sus agendas y llevar a cabo el seguimiento a los mismos (asesorías sobre el qué se comunica y el cómo se comunica).
- En un Comité Técnico y/o reunión de los integrantes de la de la Oficina Asesora de Comunicaciones, liderada por el/la jefe de las dependencias, se define la estrategia, los productos y canales a través de los cuales se divulgará la información.
- El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones asignará las tareas específicas para el desarrollo de la elaboración de los productos comunicativos, así como la revisión y aprobación de los mismos.
- El jefe, los periodistas, el equipo digital, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones apoyarán a las direcciones en la gestión de la comunicación interna.
- El jefe, los periodistas, el equipo audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones actualizarán con información institucional las pantallas digitales de todas las sedes de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Posicionar la plataforma Yammer como nuevo canal de comunicación interna.

Responsable:

Los responsables del contenido de la información a divulgar son, el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, el líder de comunicación interna, los periodistas, diseñadores, fotógrafo, realizador y equipo digital quienes trabajan con los insumos suministrados para elaborar productos comunicativos que deberán ser aprobados por los Subsecretarios o Directores de Oficina de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia y/o la jefa de la OAC.

A quién se le comunica:

- **Partes interesadas:** colaboradores (funcionarios y contratistas) de la Secretaría Distrito de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Canales de comunicación:

- Mensajes verbales directos desde el personal de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Redes sociales a través de las cuales se envían mensajes o se promueven los productos comunicativos. (Yammer)
- Página de intranet.
- Página web
- Correo electrónico: comunicaciones@scj.gov.co

- Carteleras digitales y físicas (pantallas)
- Yammer

Productos:

- Boletines internos.
- Fotografías.
- Videos.
- Audios.
- Cartillas, folletos, piezas gráficas.
- Notas para intranet.
- Mensajes para redes sociales.
- Especiales multimedia.
- Material para pantallas digitales y físicas.

Cuándo se comunica:

La comunicación es permanente; es decir no podrá pasar un día sin que se publique y/o actualice información a través de cualquier canal oficial de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia; la periodicidad varía dependiendo de la coyuntura o las necesidades informativas.

ESTRATEGIA 2

Proponer al Despacho, Subsecretarías y Dependencias de la Entidad, el diseño e implementación de estrategias de comunicación con el ciudadano para promover los programas y proyectos de la Secretaría.

Cómo:

- Implementar campañas de comunicación externa de acuerdo con las necesidades de cada Dependencia.
- El jefe, los periodistas y el equipo digital de la Oficina Asesora de Comunicaciones solicitarán insumos a las dependencias para generar información que se publicará a través de los canales oficiales, la generación de campañas y free press.
- Se utilizará el lenguaje incluyente y herramientas digitales para posicionar los temas estratégicos de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Se harán videos, infografías, fotos, transmisiones en vivo, uso de hashtags para posicionar los temas priorizados a través de medios digitales de la Secretaría Distrital de

Seguridad, Convivencia y Justicia.

- El jefe y los periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones construirán una base de datos de validadores, tanto externos como internos, de la información, para *tagearlos* o hacerles menciones cuando se publique información de su interés.
- Los equipos digitales, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones actualizarán o desarrollarán especiales multimedia.
- El jefe, los periodistas, el equipo digital, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones, seguirán los lineamientos de gobierno en línea para garantizar una comunicación incluyente.
- El jefe, los periodistas, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones promoverán la página Web como medio de comunicación institucional.
- El jefe, los periodistas, el equipo digital, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones identificarán las propuestas de las campañas de comunicación con carácter externo que sean afines con la misionalidad de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones asignará las tareas específicas para el desarrollo de la elaboración de los productos comunicativos, así como la revisión y aprobación de los mismos.

Responsable:

La Oficina Asesora de Comunicaciones, coordinará y centralizará los mensajes que se publican a través de los canales informativos.

A quién se le comunica:

Grupos de valor: Estado y Gobierno, comunidad grupos de alta sensibilidad, medios de comunicación.

Grupos de interés: direcciones, dependencias, sedes de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, planta interna y externa y colaboradores.

Canales de comunicación:

- Página web de la Secretaría www.scj.gov.co
- Página web: www.scj.gov.co
- Twitter: @SeguridadBOG
- Facebook: secretariadeseguridadbogota
- Youtube: SecretariadeSeguridadBogotá

- Instagram: seguridad_bogota
- Tik Tok: @seguridad_bogotalntranet
- Medios de comunicación masiva
- Pantallas

Productos:

- Trinos.
- Notas para la página web.
- Fotos.
- Videos.
- Especiales multimedia.
- Boletines de prensa.
- Comunicados de prensa.

Cuándo se comunica:

La comunicación es permanente y su periodicidad varía dependiendo de la coyuntura o las necesidades informativas.

ESTRATEGIA 3

Implementar estrategias para aumentar la cantidad de seguidores y el alcance de las publicaciones de las redes sociales de la Entidad.

Cómo:

- En un comité técnico y/o reunión de los miembros de la OAC, el jefe, los periodistas, el equipo digital, audiovisual y de diseño de la Oficina Asesora de Comunicaciones definirán los contenidos que se desarrollarán según las necesidades de comunicación para los grupos de valor y las partes interesadas.
- El jefe, los periodistas, el equipo digital, de la Oficina Asesora de Comunicaciones utilizarán los canales y redes oficiales de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia para divulgar información a los grupos de valor y las partes interesadas.
- Aumentar 200 seguidores trimestrales en las redes sociales de la Entidad.
- Generar mensajes que produzcan mayor interacción en la ciudadanía.

Canales de comunicación:

- Página web: www.scj.gov.co
- Twitter: @SeguridadBOG
- Facebook: secretariadeseguridadbogota

- Youtube: SecretariadeSeguridadBogotá
- Instagram: seguridad_bogota
- Tik Tok: @seguridad_bogotalntranet

Productos:

- Notas para la página web.
- Trinos.
- Fotos.
- Videos.
- Especiales multimedia.
- Notas para Intranet.
- Historias
- Crónicas

Responsables:

Oficina Asesora de Comunicaciones.

Grupo de periodistas área digital y audiovisual.

A quién se le comunica:

Grupos de valor: Estado y Gobierno, comunidad grupos de alta sensibilidad, medios de comunicación.

Grupos de interés: Direcciones, dependencias, sedes de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Cuándo:

La comunicación es permanente y su periodicidad varía dependiendo de la coyuntura o las necesidades informativas.

ESTRATEGIA 4

Monitorear las publicaciones en medios de comunicación masiva sobre la gestión de la Entidad y del sector de Seguridad, Convivencia y Justicia e informar al Despacho, al secretario, subsecretarios y directivos las noticias relacionadas.

Cómo:

- Realizar un informe general mensual sobre las noticias de la Entidad, registradas en los medios masivos de comunicación.
- Atender los requerimientos de los periodistas externos.

- Asesorar y apoyar a las dependencias que tengan encuentros con los grupos de valor.
- Atender acercamientos con los periodistas que cubren la fuente.
- Generar dinámicas proactivas de comunicación que pongan los temas en la agenda.
- Promover encuentros con otros periodistas que puedan impulsar la agenda de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Construir contenidos o comunicados para luego difundirlos a los medios de comunicación.
- Revisar los monitoreos de prensa para evaluar si el mensaje está llegando como se estructuró.
- Analizar el crecimiento de los seguidores en las redes sociales y de la interacción con ellos.

Responsables:

Secretario, subsecretario y directivos, que dan visto bueno al producto comunicativo. Las personas delegadas que operen como voceros y los periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

A quién se le comunica:

Grupos de valor: Estado y Gobierno, comunidad, grupos de alta sensibilidad, medios de comunicación.

Canales de comunicación:

- Comunicados de prensa
- Entrevistas para medios de comunicación
- Rondas radiales.
- Ruedas de prensa
- Streaming a través de redes sociales.
- Mensajes en redes sociales.
- Declaraciones a medios.
- Briefings a periodistas.
- Fotos, audios y videos.

Cuándo:

La comunicación es permanente y su periodicidad varía dependiendo de la coyuntura o las

necesidades informativas.

Productos:

- Notas de prensa.
- Especiales multimedia.
- Streaming a través de redes sociales y página web.
- Mensajes en redes sociales.
- Folletos.
- Ruedas de prensa.
- Agenda con medios de comunicación
- Fotos
- Audios.
- Videos.

ESTRATEGIA 5

Contribuir al posicionamiento de los avances y servicios de la política de seguridad, convivencia y justicia en la opinión pública, realizando la difusión de información requerida para el cumplimiento de la estrategia permanente de Rendición de Cuentas.

Cómo:

- Publicar el 100% de la información requerida por la Entidad, para la difusión de la estrategia permanente de Rendición de Cuentas.
- Informar al despacho y directivos sobre la información publicada en medios y en redes sociales que pueda afectar la imagen de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Realizar seguimiento al impacto de las comunicaciones con el fin de garantizar eficacia y eficiencia en las labores de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Revisar los monitoreos de las noticias publicadas en medios de comunicación.
- Realizar audiencia pública de Rendición de Cuentas con enfoque de género para el sector de Seguridad, Convivencia y Justicia donde se den a conocer los logros y avances de la gestión de la entidad.
- Generar espacios en los medios institucionales para promover el dialogo ciudadano.

Responsable:

Oficina Asesora de Comunicaciones.

A quién se le comunica:

Partes interesadas: ciudadanía, funcionarios y contratistas, Grupos de Interés y Grupos de Valor.

Cuándo:

Cuando se requiera.

ESTRATEGIA 6

Controlar el uso de la imagen corporativa de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Cómo:

- Se adoptará el Manual de imagen de la Administración Distrital impartido por la Alcaldía de Bogotá.
- Toda pieza gráfica que realicen las dependencias deberá ser revisada y aprobada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, o quien este designe.
- El jefe y los periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones en conjunto con el equipo de diseño socializarán directrices sobre el manejo de imagen institucional las direcciones y los programas de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- El jefe y los periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones en conjunto con el equipo de diseño realizarán piezas comunicativas para posicionar los logros institucionales.
- El jefe y los periodistas de la Oficina Asesora de Comunicaciones deberán velar por el buen uso de la imagen en los proyectos interinstitucionales, contando el apoyo del equipo de diseño.
- Los funcionarios de la Secretaría deben comunicar oportunamente al jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones los eventos públicos, presenciales o virtuales, a los que sean invitados.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones centralizará la información e informará si la participación del funcionario en el evento es autorizada por el Despacho del secretario.
En caso de que la participación del funcionario sea autorizada, sus intervenciones deben seguir los lineamientos que le proveerá la Oficina de Comunicaciones, previamente autorizados por el Despacho del Secretario.
- En términos generales, las intervenciones públicas autorizadas deben seguir la narrativa y mensajes específicos.

- Siempre que los funcionarios del nivel directivo de la Secretaría Distrital de Seguridad Convivencia y Justicia sean invitados a un evento público o quieran ellos organizar uno, deben diligenciar y entregar a la Oficina Asesora de Comunicaciones el Formato 572.

Responsable:

Directivo y/o jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones quien autoriza y da visto bueno al producto comunicativo.

A quién se le comunica:

Grupos de valor: Estado y Gobierno, comunidad, grupos de alta sensibilidad, medios de comunicación.

Grupos de interés: direcciones, dependencias, sedes de la Secretaría Distrital de Seguridad, Convivencia y Justicia, planta interna y externa y colaboradores.

Canales de comunicación:

- Intranet.
- Pantallas.
- Correo masivo.
- Pantallas de las sedes.
- Página web de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.
- Redes sociales de la Secretaría de Seguridad, Convivencia y Justicia.

Cuándo:

Los productos de comunicación se realizan de forma permanente de acuerdo con la coyuntura o las necesidades informativas, teniendo en cuenta los manuales de referencia.

Productos:

- Impresos como: volantes, pendones, folletos, entre otros.
- Piezas de comunicación digital: infografías, invitaciones, boletines.
- Piezas de comunicación audiovisual como: videos institucionales, videos promocionales.

7. MONITOREO Y SEGUIMIENTO

La herramienta para el monitoreo y seguimiento del presente Plan Estratégico de Comunicaciones se realizará a través de los reportes periódicos programados en el Plan Operativo Anual (POA) y el Plan Anticorrupción y de Atención Ciudadano (PAAC).

8. BIBLIOGRAFÍA

- Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital
- Manual de Uso de Marca Ciudad “Bogotá”
- Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital
- POA 2023

9. CONTROL DE CAMBIOS

CONTROL DE CAMBIOS		
No. VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
1	05/09/2019	Adopción del documento.
2	11/09/2020	Se realiza la actualización del documento de acuerdo con ajuste de imagen institucional frente a logotipos de la Secretaría Distrital de seguridad, Convivencia y Justicia, logo certificación de calidad y marca Bogotá.
3	05/03/2021	Se realiza la actualización del documento en el objetivo en cumplimiento de la acción de mejora registrada en el Plan de Mejoramiento 2020; en Referencias Normativas , en el Glosario , en los Documentos de Referencia y en la Bibliografía
4	21/09/2021	Inclusión instructivo Lineamientos de Accesibilidad para la Publicación de Documentos en el Sitio Web I-GC-2 en los Documentos de Referencia . Eliminación Plantillas Circular y Resolución de los Documentos de Referencia Se incluyó como numeral 7 MONITOREO Y SEGUIMIENTO donde se definió que la herramienta para evaluar el Plan Estratégico de Comunicaciones serán dos planes el POA y el PAAC. Inclusión términos Estrategia y Realizador audiovisual dentro de las definiciones del procedimiento. Se incluyeron ítems en las estrategias 1,3,5,7.
5	2/12/2021	Inclusión Directiva 009 del 2021. Secretaría Jurídica Distrital. Buenas prácticas en el uso de fotografías y videos. Protección de los derechos de autor. Inclusión Ley 1519 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 materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos”

CONTROL DE CAMBIOS		
No. VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
6	26/01/2023	<p>Actualización términos del glosario</p> <p>Inclusión en referencia normativa: Circular 003 de 2022</p> <p>Inclusión documentos de referencia: Cartilla Mujeres reveladas: Recomendaciones para prevenir la discriminación en los medios hacia las mujeres en sus diferencias y diversidad</p> <p>Documento 'Caracterización ciudadanos, usuarios y grupos de interés'</p> <p>Se eliminó la Estrategia # 7</p> <p>Se actualizó el nombre del Plan. El nuevo nombre es: Plan Estratégico de Comunicaciones para que quede acorde con la nueva caracterización del proceso.</p> <p>Modificación de las 6 estrategias con referencia a las metas propuestas en el POA 2023.</p>

La información de aprobación de este documento podrá ser consultada en el sistema "Portal MIPG" - <https://portalmipg.sci.gov.co/>