
 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE</p>	<p>GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA</p>	<p>CÓDIGO: MN-COM-02</p>
		<p>VERSIÓN: 01</p>
	<p>MANUAL DE COMUNICACIONES</p>	<p>FECHA: 28/09/2023</p>
		<p>Página 1 de 19</p>




MANUAL DE COMUNICACIONES


	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 2 de 19

Contenido

1. OBJETIVO	4
2. ALCANCE	4
3. RESPONSABLES	4
4. DEFINICIONES.....	4
5. CONDICIONES GENERALES	5
5.1 POLÍTICA DE COMUNICACIONES	5
5.2 Lineamientos generales.....	6
5.3 Propósito de la comunicación en la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte	6
5.4 Adopción del lenguaje claro e incluyente.....	6
5.5 Lineamiento de comunicación clara e incluyente libre de sexismo y discriminación	7
6. Manual de Identidad.....	10
6.1 Estrategia de comunicación pública	10
6.2 Definición de forma de trabajo en la Oficina Asesora de Comunicaciones según la estrategia de comunicación pública.....	11
6.3 Responsabilidades de la Oficina Asesora De comunicaciones.....	11
6.4 Lineamiento para la elaboración de comunicados de prensa	11
6.5 Para el manejo de protección de datos personales y derechos de autor	12
6.6 Para el manejo de bases de datos	12
6.7 Para la elaboración de piezas audiovisuales.....	12
6.8 Para la elaboración de impresos	12
7. PARA LA PUBLICACIÓN DE AVISOS DE PRENSA.....	12
8. PARA LA TRANSMISIÓN DE EVENTOS O STREAMING EN LAS REDES SOCIALES	13
9. PÁGINA WEB	13
9.1 Contenidos noticiosos en la página web.....	13
9.2 Contenidos de documentación y consulta transparencia.....	13
9.3 Uso y alcance de los contenidos en la página web	13
9.4 Manejo de Redes Sociales.....	14
10. ORGANIGRAMA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	14

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 3 de 19

11.	COMUNICACIÓN INTERNA.....	15
11.1	Brief	16
12.	MANUAL DEL VOCERO	16
13.	MANEJO DE CRISIS.....	17
14.	Recomendaciones finales.....	17
15.	Control de cambios.....	18
16.	Responsables de elaboración, revisión y aprobación	18

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 4 de 19

1. OBJETIVO

El presente manual será una guía para servidores, servidoras y contratistas de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, frente a los lineamientos en materia de comunicaciones internas y externas.

En este documento se condensan las políticas de comunicación interna y externa, así como la estrategia de comunicación pública. Con la publicación de este documento aseguramos que la comunidad institucional conozca la forma en que se debe realizar la divulgación de contenidos, el diseño de piezas y se familiarice con los canales de difusión, así como con cada uno de los procesos que involucra la comunicación de información externa e interna de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

2. ALCANCE

Los lineamientos establecidos en el presente manual están alineados al manual de comunicaciones del Distrito y aplican para todas las comunicaciones, internas o externas, que divulguen la gestión realizada por la Secretaría Distrital De Cultura Recreación y Deporte, a través de los diferentes medios y mecanismos de información.

3. RESPONSABLES

Jefe de la Oficina Asesora de comunicaciones

4. DEFINICIONES

Backing: Bastidores de gran formato que pueden ser usados en escenarios, estands, set de fotografía y demás espacios; es una pieza del material gráfico que lleva en su imagen la campaña que se esté desarrollando y las marcas o logos que respaldan el evento.


Branding: Se refiere al uso de la marca un evento se puede hacer branding en productos en espacios o haciendo uso de piezas gráficas como (pendones, backing, banderas, etc.)

Brief: Documento donde se plasma la información referente a un servicio o tema en particular como insumo para el desarrollo de una pieza gráfica o campaña de divulgación.

BTL: la técnica publicitaria 'below the line' que en español significa 'bajo la línea' (BTL, por sus siglas en inglés), consiste en el empleo de formas alternativas de comunicación diferentes a los medios de comunicación tradicionales (ATL), con las que se buscan acercamientos directos con los consumidores.

Boletín de Prensa: producto de comunicación que presenta información de interés para el público en general y que es divulgada a través de los medios de comunicación. Tanto en su estructura como en su lenguaje, debe seguir los principios del periodismo en cuanto a claridad, brevedad, precisión, sencillez, interés y fluidez.

Boletín informativo: Informe digital o impreso de contenido noticioso con periodicidad semanal, quincenal o mensual que resume hechos de interés general para un público objetivo.

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 5 de 19

Canal de Comunicación: Se refiere al medio que se usa para enviar mensajes a los diversos públicos y que ofrece la oportunidad para interactuar, de tal forma que se establezca contacto directo entre el emisor del mensaje y los receptores de este.

Clientes, Usuarios o Grupos de Valor: son los diversos públicos que tienen relación directa y/o indirecta con la Entidad, ya sea en cumplimiento de procesos propios de funcionamiento o para comunicar mensajes e información; se conocen también como partes interesadas

Comunicación: se define como un proceso que hace posible que el emisor y el receptor se relacionen, se conecten, intercambien información, compartan ideas, datos o significados que son comprensibles y de interés para ambos.

Comunicación Interna: actividades efectuadas por la Entidad para la generación y fortalecimiento de relaciones positivas entre directivos, funcionarios, contratistas y aprendices en la búsqueda de un diálogo continuo que permita a los integrantes de la Entidad apropiarse y contribuir al cumplimiento de la misión y visión de la misma, así como en el crecimiento individual de quienes la conforman.

Comunicación Externa: Comprende las acciones que desde el quehacer comunicativo de la Entidad se orientan a sus públicos externos, tales como: Relacionamiento con los medios de comunicación de orden nacional, departamental, regional y local; Interacción con otras organizaciones e instancias gubernamentales, sector productivo y académico; Eventos propios y del contexto, en los que participa; Presentaciones en público por parte de directivos de la Entidad y sus voceros oficiales; Estrategias de comunicación, acciones institucionales y todo el contenido editorial que además de permitir la divulgación del quehacer institucional, contribuye a proyectar la imagen positiva de la Entidad.

Comunicado de Prensa: información específica a través de la cual la entidad hace alguna aclaración sobre un hecho importante o que afecte la imagen de la Entidad.

Correo Masivo: herramienta de difusión de información institucional, comercial y/o académica a través del cual se transmiten contenidos concisos y claros para incentivar a los destinatarios a acceder a beneficios y/o informarse de hechos cotidianos de la Entidad.

Emisor: es quien asume el rol de codificar, generar y emitir información de interés a través de diferentes medios y canales.


Estrategia de Comunicación: conjunto de ideas que tienen por objeto establecer los lineamientos específicos al momento de trazar un objetivo de comunicación.

Free Press: es una práctica que permite divulgar ampliamente información a través de los medios de comunicación masiva, sin tener que invertir recursos financieros para llegar a las audiencias.

5. CONDICIONES GENERALES

5.1 POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La comunicación debe tener como marco de actuación el respeto, la colaboración, la transparencia, la oportunidad, la pertinencia y la veracidad y estar orientada al relacionamiento cercano con los grupos de interés teniendo como centro a los ciudadanos y las ciudadanas, para contribuir en la ampliación de la democracia, impulsando las apuestas del Plan Distrital de Desarrollo desde el sector cultura, recreación y deporte. La política completa se puede consultar en

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 6 de 19

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/politica_y_lineamientos_de_comunicacion_publica_julio_2020.pdf

5.2 Lineamientos generales

La comunicación del sector cultura, recreación y deporte se caracteriza por la cercanía, cordialidad, rigor técnico y sensibilidad estética, propias del sector que representamos. En todo caso, la comunicación debe estar alineada a la identidad gráfica indicada en el manual de marca ciudad y las directrices de imagen institucional orientadas desde la Alta Consejería de Comunicación del distrito.

Es importante mantener el tono cercano que caracteriza las comunicaciones de la SCR D, así como cuidar las normas ortográficas y de redacción, ya que todo documento que se genere debe cumplir con estos estándares mínimos de escritura para ser publicados, divulgados o compartidos por cualquier medio.

5.3 Propósito de la comunicación en la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte


Incidir: Propiciar conversaciones con propósito – **Conectar:** Encontrarnos para transformarnos – **Cocrear:** Reconocer la capacidad creadora de todos y todas - **Potenciar:** El valor de lo público y de la democracia.

5.4 Adopción del lenguaje claro e incluyente

Como lo establece el manual de comunicación del Distrito, todas las comunicaciones emitidas deben ser claras, amables, cercanas y entendibles. Por lo cual es esencial implementar el uso del lenguaje sencillo y claro por parte de las servidoras y los servidores públicos del Distrito, dando prioridad a la transparencia, lo que facilitará a la ciudadanía ejercer sus derechos y cumplir con sus obligaciones.

La labor que realiza la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte es esencial para construir la sociedad soñada. Día a día estamos en contacto con cientos de ciudadanos y ciudadanas que confían en nuestra capacidad de crear lado a lado un entorno donde cada persona se sienta partícipe de la ciudad que nos une y la cultura que enriquece nuestras vidas cotidianas.

Por lo anterior como comunidad institucional consultamos y trabajamos a partir del manual de lenguaje incluyente que complementa la implementación de todas las comunicaciones internas y externas. De esta manera garantizamos que las comunicaciones incluyan tanto al género femenino como al masculino, que se refieran de forma correcta ante la diversidad de género, raza, edad y capacidades para contribuir al trato igualitario a todas las personas en todos los ámbitos. Adicionalmente, es importante incluir en las diferentes transmisiones y productos audiovisuales a intérpretes de señas para que los mensajes lleguen también a la población que requiere este lenguaje (Lengua de Señas Colombiana LSC).

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE</p>	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 7 de 19

La guía de lenguaje claro e incluyente del Distrito Capital se encuentra en el siguiente enlace:

<https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/conoces-la-guia-de-lenguaje-incluyente>

5.5 Lineamiento de comunicación clara e incluyente libre de sexismo y discriminación

Las entidades del sector cultura, recreación y deporte están llamadas a privilegiar en todas sus comunicaciones, internas y externas, contenidos libres de sexismo y discriminación, incluyendo imágenes y contenidos que evidencien su compromiso con la equidad y reconociendo en la diversidad una de las mayores riquezas de la ciudad.

Desde la SCRD se dispone de un sistema de medios de difusión sectorial de Cultura en Bogotá multiplataforma, que se enriquece con contenidos de todas las entidades, para lo cual se requiere la coordinación y aporte de contenidos de cada entidad según el formato y plan de trabajo previamente acordado.

El valor de incluir los lineamientos de lenguaje claro e incluyente en las comunicaciones de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte reside en que de esta manera se responde, con el mismo nivel de importancia, a todas las realidades de la gente, lo que genera otras relaciones más cercanas y amables con la ciudadanía. Esta experiencia, que mejoraría el relacionamiento, dará por sí misma cuenta de la importancia de la guía de lenguaje incluyente y su aplicación, lo que a la larga permitirá que la comunidad institucional adopte los lineamientos más allá de la vida laboral para aplicarlos en la vida cotidiana.


Trabajamos, entonces, para lograr que el cambio en el uso del lenguaje ocurra desde el interior de cada persona, para que perdure en el tiempo y permee otras esferas de la vida cotidiana.

Lineamientos de la política de lenguaje incluyente

A continuación, se citan los lineamientos incluidos en la política los cuales se pueden consultar en:


https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/adjuntos_paginas/lineamientos_lenguaje_incluyente_dascd.pdf#overlay-context=conoces-la-guia-de-lenguaje-incluyente

- La utilización del lenguaje incluyente se entiende como acción afirmativa a ser cumplida por las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital.
- El uso del lenguaje incluyente comprende las expresiones cotidianas, el lenguaje verbal y el lenguaje no verbal, por lo que las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito deberán cuidar sus palabras, expresiones, comportamientos y actitudes, a fin de no incurrir en estigmatización, vulneración o rechazo de otras personas.
- El lenguaje incluyente evita la estigmatización de personas proclives a sufrir discriminación en razón de su etnia, religión, condición social, situación económica, condiciones de salud, origen, orientación sexual, identidad de género y/u otras, por lo que


	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 8 de 19

las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital deberán observar respeto e inclusión en todos los documentos, trato con otras personas y/o diálogos, referencias sobre otros.

- El lenguaje incluyente permite que lo masculino no sea el único referente, por lo que las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital, deberán incluir tanto a hombres como a mujeres en su relato tanto verbal como escrito.
- La utilización del lenguaje incluyente permite visibilizar a grupos tradicionalmente excluidos, por lo que las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital, en toda la documentación, comunicaciones externas e internas, presentaciones, charlas, conferencias, etc., en las que se refieran a individuos y/o grupos de personas, tales como minorías étnicas, personas con discapacidad y/o personas LGBTI, deberán hacerlo de manera respetuosa.
- El lenguaje incluyente evita que lo que se considera “femenino” se subordine a lo “masculino”, por lo que las entidades del Distrito asegurarán la utilización del lenguaje incluyente en sus espacios laborales, mediante la aplicación las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital deberán revisar las ilustraciones, fotografías, relatos escritos, relatos verbales y procurar la resignificados de los tradicionales roles de género. A manera de ejemplo: crear y socializar imágenes en las que aparezcan las mujeres en cargos de dirección (la mujer médica y el hombre enfermero; la mujer jefa y el hombre secretario), en espacios públicos, conduciendo vehículos y a los hombres ubicarlos en el espacio privado, cumpliendo con sus obligaciones en lo doméstico y en la crianza de los hijos. Sin depender del contenido que se socialice, al momento de ilustrarlo con una imagen se deberán tener en cuenta estas apreciaciones.
- Las Entidades del Distrito velarán porque tanto las personas que laboran en las mismas como quienes son contratistas, conozcan y hagan uso del lenguaje incluyente y se abstengan de referirse de manera excluyente a otras personas, por lo que, desde el saludo en adelante, las servidoras y los servidores públicos de las entidades del Distrito Capital se referirán a los hombres y las mujeres, tanto en los documentos escritos como en presentaciones y /o charlas.
- Las Entidades del Distrito garantizarán que se utilizará el lenguaje incluyente en todas sus comunicaciones internas y externas escritas, orales y/o visuales.
- Las Entidades del Distrito utilizarán en todas sus comunicaciones internas o externas sustantivos colectivos o genéricos universales. Como ejemplo: no referirse a “los bogotanos” si no a la ciudadanía bogotana.
- Las entidades del Distrito evitarán el uso del género gramatical masculino que solo nombra a los hombres.

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 9 de 19

- Las Entidades del Distrito utilizarán los artículos para nombrar la diferenciación del género sin que para ello sea necesario repetir el sustantivo. En consecuencia, se deberá alternar la concordancia ente el último artículo y el sustantivo, por ejemplo: Es incorrecto decir: “Los empleados deben hacer pausas activas”. Es correcto decir: “Los y las trabajadoras deben hacer pausas activas”.
- Las Entidades del Distrito deberán usar la tercera persona del singular o bien utilizar formas impersonales con el verbo en voz pasiva, esto es conjugado en tercera persona antecedido por la palabra “SE”, por ejemplo: Es incorrecto decir: “a los visitantes les recordamos que...” Es correcto decir: “A quienes nos visitan SE les recuerda que...”
- Se deberá evitar el uso del masculino cuando se esté refiriendo específicamente a una mujer, en el que implique una referencia al título académico y/o técnico, por ejemplo: “Sandra Pérez, la médica de la EPS”. Es correcto decir: “Sandra Pérez, la médica de la EPS”
- En cuanto a la utilización de imágenes, las Entidades del Distrito evitarán dañar a las personas y/o vulnerar sus derechos, por lo que presentará a las personas desempeñando roles libres de estereotipos y de manera equilibrada.
- En referencia a las personas con discapacidad se deberán usar los íconos que sean reconocidos internacionalmente.
- La forma de referirse a la población con discapacidad no será como “discapacitado, inválida, “enfermita”, etc. Para ello deberá tratarle como personas con discapacidad.
- En cuanto a las imágenes que presenten personas con discapacidad, éstas deberán aparecer en roles y campos laborales, deportivos y académicos.
- En lo posible se presentarán imágenes de grupos en roles de toma de decisión, en escenarios académicos y deportivos.
- Las y los servidores del Distrito, así como colaboradores y colaboradoras, deberán evitar referirse, con burlas, menosprecio, odio y/o cualquier tipo de señalamiento a las personas de los sectores LGBTI, personas con discapacidad, grupos étnicos, habitantes en calle, víctimas, en situación de prostitución, niñas, niños, adolescentes, personas mayores y/o mujeres.
- Las y los servidores del Distrito, así como colaboradores y colaboradoras deberán ser respetuosos sin importar que la interlocución sea con personas de los sectores LGBTI, personas con discapacidad, grupos étnicos, habitantes en calle, víctimas, en situación de prostitución, niñas, niños, adolescentes, personas mayores y/o mujeres.
- Todas las comunicaciones, señalética y/o mensajes emitidos por las Entidades del Distrito deberán evitar la utilización del masculino para nombres que cuentan con su

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 10 de 19

correspondiente femenino. Por ejemplo, es incorrecto decir: “Yolanda González, la juez de...” mientras que lo correcto es decir “Yolanda González, la jueza de...”

- Todas las comunicaciones, señalética y/o mensajes emitidos por las Entidades del Distrito deberán utilizar el genérico y no el masculino. Por ejemplo: Es incorrecto nombrar “Los jefes de ...” y es correcto decir: “Las jefaturas de ...”. También es incorrecto referirse a “Los vicepresidentes”, mientras que lo correcto, es decir: “Las vicepresidencias”.
- En lo referente a la utilización de paréntesis o diagonales, todas las comunicaciones, señalética y/o mensajes emitidos por las Entidades del Distrito deberán incluir tanto a hombres como a mujeres. Por ejemplo, es incorrecto decir: “Estimado doctor”, mientras que lo correcto, es decir: “Estimado(a) doctor(a)”. También es correcto decir: “Estimado/a doctor/a”.

6. Manual de Identidad

La imagen corporativa de una entidad es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

La identidad visual es la imagen que proyecta el carácter de la institución por lo cual siempre debe guardar ciertos parámetros en todos los ámbitos donde se proyecte.


La Identidad visual de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte corresponde a los lineamientos establecidos en el Manual de identidad el cual se puede consultar en [Manual de Identidad Visual 23/12/2020](#), el mismo reúne todos los estándares de diseño y de identidad corporativa necesarios.

Dicho manual debe ser consultado y aplicado en todas las piezas, digitales o impresas, piezas gráficas y demás elementos usados en la comunicación interna y externa de la SCRD

6.1 Estrategia de comunicación pública

La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte cuenta con una estrategia de comunicación pública, la cual esta cimentada en seis pilares que definen la razón de ser de cada acción de comunicación donde lo más importante es generar espacios de encuentro y diálogo permanente con la comunidad.

1. La comunicación es el vehículo que amplifica y pone en valor el ADN de la Secretaría, trasciende la responsabilidad de la oficina de comunicaciones y se convierte en nuestra manera de hacer las cosas y de relacionarnos entre nosotros y nosotras, y con las comunidades con las que interactuamos.
2. Partimos de una visión de la comunicación para la incidencia que propicia transformaciones culturales y se refleja en el hacer y actuar cotidiano de todos los equipos de trabajo. Incluye distintos niveles de incidencia.

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 11 de 19

3. Partimos de la comunicación centrada en la escucha y la conversación, cuyo sentido principal es construir puentes, ampliar comprensiones en la ciudadanía y posibilitar nuevas versiones de nosotros mismos, nosotras mismas, y de la realidad que habitamos.
4. Entendemos la comunicación como el entrelazamiento de conversaciones que construyen vínculo y encuentro, aún en contextos de tensión o visiones distintas.
5. Entendemos la comunicación en el ámbito de lo público como la arena en la que se amplía la democracia y se pone en valor la institucionalidad al servicio de la ciudadanía como valor social compartido.
6. Entendemos el rol de la comunicación en clave de saldos pedagógicos, poniendo en valor no sólo los mensajes y los medios sino, y principalmente, los aprendizajes propios y de los y las demás en el tránsito de cada conversación y el valor que aporta a todas y todos los involucrados en términos de sentido de reciprocidad, valor compartido y relaciones de largo plazo. Toda la estrategia de comunicaciones se puede consultar en:

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/estrategia_general_compublica_scrd_vf_jn8_2021_1.pdf#overlay-context=organigrama/oficina-asesora-de-comunicaciones

6.2 Definición de forma de trabajo en la Oficina Asesora de Comunicaciones según la estrategia de comunicación pública

La estrategia de comunicación pública define tres células de trabajo donde cada una tiene una meta definida. Reconocemos como ámbitos de comunicación para la incidencia los siguientes:

Relacionamiento: Comunicación institucional/corporativa, interacción sectorial, relaciones públicas, eventos y espacios de interacción.

Divulgación e información: Sistema de medios, divulgación y prensa, contenidos y comunicación gráfica


Comunicación pública: Campañas de incidencia, agendas territoriales y temáticas, micro acciones colectivas, narrativas y nuevos medios y comunicación digital.

6.3 Responsabilidades de la Oficina Asesora De comunicaciones

La oficina de Comunicaciones tendrá la autonomía para escribir editar y decidir sobre los contenidos que se van a divulgar en los diferentes medios de comunicación y página web.

6.4 Lineamiento para la elaboración de comunicados de prensa

La elaboración de los comunicados de prensa debe realizarse siguiendo las bases de la estrategia de comunicación pública que se encuentra publicada en

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 12 de 19

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/estrategiacomunicacion_2020-2023_scrd_1_0.pdf

6.5 Para el manejo de protección de datos personales y derechos de autor

El equipo de la Oficina de Comunicaciones debe garantizar que se respete la cita de derechos de autor en la gestión y publicación de contenidos audiovisuales, escritos y fotográficos cuando se requiera. Por lo anterior debe asegurar que se cuente con los permisos de publicaciones de imágenes, en caso de menores de edad el permiso debe ser autorizado por el padre y/o la madre del menor.

6.6 Para el manejo de bases de datos

La Oficina Asesora de Comunicaciones cuenta con una base de datos de periodistas (radio, prensa, televisión e internet) que se utiliza para el envío de boletines y comunicados de prensa de la SCR D. Esta base solo puede ser administrada por esta área.

6.7 Para la elaboración de piezas audiovisuales

Las piezas audiovisuales que se generen en la SCR D (videos, clips, comerciales de televisión, programas de televisión o documentales), deben cumplir con unos estándares de calidad, tanto en el contenido como en el manejo de la imagen.

Por ese motivo, las direcciones, grupos, unidades administrativas o entidades adscritas que decidan realizar alguna de estas piezas, deben contar con el acompañamiento de la Oficina Asesora de Comunicaciones

6.8 Para la elaboración de impresos

Para la elaboración, diseño y publicación de impresos la SCR D cuenta con un manual el cual puede ser consultado en:


https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/mn-com-01_v1_manual_de_identidad_visual_final_30-12-2020.pdf

La Oficina Asesora de comunicaciones cuenta con un equipo de diseño gráfico que puede apoyar a las áreas en cuanto a la línea que se debe manejar para el diseño de las piezas.

7. PARA LA PUBLICACIÓN DE AVISOS DE PRENSA

La Oficina Asesora de Comunicaciones será la encargada de realizar o revisar (en caso de ser enviados por las direcciones, grupos o áreas), los textos para el aviso de prensa, los cuales serán aprobados por las dependencias antes de la publicación.

La Oficina Asesora de Comunicaciones será quien se encargue de hacer la negociación con los medios la difusión del aviso y su publicación se realizará a través de la central de medios vigente.

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 13 de 19

8. PARA LA TRANSMISIÓN DE EVENTOS O STREAMING EN LAS REDES SOCIALES

El o la jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones es la única persona que podrá autorizar la transmisión de un evento o realización de streaming.

Una vez sea autorizado el evento se revisarán todos los detalles técnicos (guion, entrega de videos, logos, créditos).

Las dependencias de la SCR D deberán solicitar el servicio de transmisión con antelación de mínimo 7 días.

9. PÁGINA WEB

La página web es administrada por la Oficina Asesora de Comunicaciones, quienes se encargan de definir el diseño y contenido a publicar, así mismo será la única autorizada para crear usuarios con permisos de edición y definirá que dependencias podrán acceder a dichos usuarios.

Los contenidos de la página web se dividen en dos:

9.1 Contenidos noticiosos en la página web

Es aquella información producida la Oficina Asesora de Comunicaciones, que se desarrolla con el propósito de divulgar las acciones realizadas en torno a la gestión de la SCR D (eventos, convocatorias, avances de los programas entre otros).

9.2 Contenidos de documentación y consulta transparencia


Corresponde a toda la información producida por las diferentes dependencias (documentos, presentaciones, , informes de gestión, investigaciones, encuestas, textos, presupuestos, balances, entre otros) que se desarrolla con el propósito de promover la transparencia e informar a la ciudadanía.

9.3 Uso y alcance de los contenidos en la página web

Los contenidos noticiosos serán producidos exclusivamente por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Estos contenidos se encuentran ubicados en el home de la página web sin embargo si alguna dependencia requiere que un tema de interés sea publicado en el banner principal debe hacer la solicitud a través de la herramienta Brief el cual encuentra en la intranet:

https://comunicaciones.culturarecreacionydeporte.gov.co/open.php?=&lang=es_es

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 14 de 19

Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en el home de la página web son de manejo exclusivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones por lo cual todas las solicitudes deben ser gestionadas en el brief mencionado anteriormente.

9.4 Manejo de Redes Sociales

Las redes sociales de la entidad son administradas y manejadas exclusivamente por la OAC por lo cual cualquier requerimiento debe ser gestionado a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Así mismo es la Oficina Asesora de Comunicaciones quien define su uso, tono y tipos de interacciones que se manejan en los contenidos, diálogos y acercamientos a la ciudadanía.


¿Cuáles son nuestras redes?

Facebook, Twitter, YouTube e Instagram.

10. ORGANIGRAMA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

Corresponde a la Oficina Asesora de Comunicaciones el ejercicio de las siguientes funciones.

- Asesorar en la definición y ejecución de políticas y estrategias de comunicación orientadas a la articulación sectorial, así como a la promoción y apropiación ciudadana de los temas sectoriales.
- Asesorar y proponer acciones y procesos de comunicación sectoriales que contribuyan a garantizar el acceso a la información pública como bien colectivo y propendan por la coordinación y el fortalecimiento de gestión comunicacional de las entidades.
- Desarrollar estrategias de divulgación de contenidos sectoriales en medios de comunicación e incentivar el mejoramiento continuo de los medios de comunicación institucionales con uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación.
- Desarrollar y evaluar, en coordinación con las áreas de la Secretaría, el plan estratégico de comunicación de la entidad de acuerdo con las políticas Distritales y los objetivos estratégicos institucionales.
- Promover el desarrollo de capacidades comunicacionales, así como la generación de contenidos y el adecuado uso de los medios de comunicación en las entidades del Sector Cultura, Recreación y Deporte.
- Diseñar y desarrollar estrategias de comunicación organizacional para las y los servidores públicos de la Secretaría que faciliten los flujos de información de acuerdo con los procedimientos establecidos por la entidad.
- Establecer, gestionar y mantener relaciones permanentes con los medios de comunicación que permitan la generación y seguimiento de una agenda pública institucional sectorial y realizar monitoreo de dicha agenda.
- Conformar y coordinar el comité de comunicaciones y publicaciones de la Secretaría para el seguimiento del plan estratégico de comunicación, así como de políticas y acciones de fortalecimiento de la misma entidad y el sector.

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 15 de 19

- Realizar las actividades necesarias para la publicación de los materiales requeridos por la Secretaría, en coordinación con cada una de sus dependencias, así como diseñar y programar la producción audiovisual, la impresión documental de información y el material de prensa, radio y televisión de la Secretaría.
- Formular lineamientos y técnicas de comunicación a las y los servidores públicos designados por el Despacho de la Secretaría para transmitir comunicados oficiales.
- Diseñar e implementar programas y estrategias de comunicación interna que permitan facilitar y fortalecer la integración y sinergia dentro de la entidad.
- Las demás que le sean propias o asignadas de acuerdo con la naturaleza de la dependencia.

La Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, las entidades adscritas como son el Instituto Distrital de las Artes (Idartes), la Orquesta Filarmónica de Bogotá, la Fundación Gilberto Alzate Avendaño, el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC), el Instituto Distrital de Recreación y Deporte (IDRD) y la entidad vinculada, Canal Capital, reconocen la comunicación como una herramienta estratégica transversal que contribuye al cumplimiento, la promoción y apropiación compartida de la misión, visión, valores, funciones y objetivos de la entidad y el sector. Por este motivo en las entidades se realizarán acciones que permitan orientar la labor e interacciones de las y los servidores hacia un propósito común.

11. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna tiene como propósito favorecer el diálogo e interacción permanente con los equipos de trabajo, que contribuya al logro de los objetivos misionales, conectados al sentido de vida personal y al servicio de la sociedad a la que debemos nuestro hacer.


Dicha interacción es, en esencia, un proceso permanente de comunicación que requiere ser gestionado con lógica, coherencia y estrategia. En la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte se cuenta con una estrategia interna que puede ser consultada en:

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/estrategia_de_comunicacion_interna_scrd_2020-2024.pdf

Canales de Comunicación interna

La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte cuenta con diferentes canales entre los cuales sobresale la Intranet, donde se publica toda la información de interés para las y los funcionarios y contratistas de la entidad

<https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/>

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 16 de 19

La intranet es el medio de todos y todas, pero la administración es exclusiva de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Las dependencias pueden solicitar publicaciones haciendo uso del brief.

Contamos además con un correo masivo que es utilizado para divulgar información de interés general para toda la comunidad institucional de la SCRD, las solicitudes también se realizan a través del brief.

11.1 Brief


La OAC identifica las necesidades de la entidad en materia de comunicaciones y/o recibe las solicitudes requeridas por las áreas. Nota: Únicamente los requerimientos de diseño de las áreas, los requerimientos sobre la página web y los audiovisuales se tramitarán mediante el aplicativo brief (Una vez recibida la solicitud se responderá en un tiempo no mayor a 3 días hábiles y la entrega del producto dependerá de análisis de los requerimientos). A los requerimientos propios de la oficina se les hace seguimiento a través del calendario.

https://comunicaciones.culturarecreacionydeporte.gov.co/open.php?=&lang=es_es

12. MANUAL DEL VOCERO

El documento lineamiento para vocería permite que aquellas personas que han sido designadas para tal fin puedan tener una guía que estandarice los protocolos y dé identidad a toda la comunicación pública de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte.

- Esta es la directriz que deben seguir todas las dependencias de la Alcaldía Mayor de Bogotá asegurando unidad en el mensaje y privilegiando una visión compartida hacia la ciudadanía, evitando caer en desinformación y contradicciones ante los distintos grupos de interés y los distintos medios de difusión tanto propios como externos.
- Es necesario un contacto permanente con la prensa y los distintos grupos de interés que movilizan mensajes y contenidos, con el fin de dar visibilidad a las apuestas, temas y acontecimientos de interés público gestionados por la Alcaldía Mayor de Bogotá y sus distintas dependencias y entidades.
- Es responsabilidad de las y los voceros, aportar información oportuna y veraz acerca de los avances, problemáticas y resultados de la administración distrital.
- Las y los voceros tienen además el deber de informar lo que la Alcaldía y sus dependencias realizan y la disponibilidad de entregar información para gobernar con transparencia, impulsar las apuestas del Plan de Desarrollo y la visión de ciudad y aportar la información que asegure una abierta actitud de confiabilidad. Igualmente reconocer su rol de rendición de cuentas en ejercicio de su cargo y actuar en consecuencia.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE</p>	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 17 de 19

- La información suministrada debe ser precisa, verificable y clara, favoreciendo el adecuado desarrollo de las apuestas del Distrito y mitigando los impactos de posibles acciones de cuestionamiento, distorsión o desinformación deliberada de parte de contradictores o ciudadanía mal informada.

Consulte el lineamiento para voceros en:

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/lineamientos_para_voceros.pptx

13. MANEJO DE CRISIS

Las crisis, desde el punto de vista de las comunicaciones, son el resultado de un conjunto de acciones o situaciones que irrumpen en la dinámica cotidiana y desarrollo armónico de las agendas de la entidad o de algún organismo distrital, y que crean en los distintos grupos de interés una percepción disruptiva negativa sobre algún aspecto específico de la institución. Por lo general las crisis aparecen sin avisar, limitando la capacidad de planeación y reacción, razón por la cual es fundamental disponer de un protocolo que establezca las acciones a seguir para enfrentarlas. La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte cuenta con un Protocolo de comunicaciones para la atención y manejo de crisis el cual puede ser consultado en https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/protocolo_de_comunicaciones.pdf


14. RECOMENDACIONES FINALES

Es importante que se consulte el procedimiento de comunicaciones para resolver cualquier duda sobre el actuar asociado al manejo de las comunicaciones en la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte:

https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/archivos_paginas/divulgacion_prensa_relacionamiento_y_comunicacion_publica_v1.pdf

Recuerde que todos los documentos asociados al proceso de comunicaciones se encuentran publicados en la intranet para su consulta:

<https://intranet.culturarecreacionydeporte.gov.co/mipg/procesos-estrategicos/comunicaciones>

	GESTION DE LA COMUNICACIÓN ESTRATEGICA	CÓDIGO: MN-COM-02
		VERSIÓN: 01
	MANUAL DE COMUNICACIONES	FECHA: 28/09/2023
		Página 18 de 19

15. Control de cambios

No.	CAMBIOS REALIZADOS
1	Este documento se crea por primera vez con ORFEO radicado 20231200386873 Fecha:19/09/2023

16. Responsables de elaboración, revisión y aprobación

ELABORADO POR	APROBADO POR	REVISADO POR	AVALADO POR
NOMBRE: Luisa Margoth Cepeda Leidy Melissa López	NOMBRE: Ángela María Canizales	NOMBRE: Alejandra Trujillo Díaz	NOMBRE: Carlos Alfonso Gaitán S.
CARGO: Profesional especializado Contratista OAC	CARGO: Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones	CARGO: Contratista OAP	CARGO: Jefe de la OAP
FIRMA: Electrónica	FIRMA: Electrónica	FIRMA: Electrónica	FIRMA: Electrónica



Radicado: **20231700398653**

Fecha **28-09-2023 11:58**

Documento firmado electrónicamente por:

Carlos Alfonso Gaitán Sánchez, Jefe Oficina Asesora de Planeación, Oficina Asesora de Planeación, Fecha de Firma: 27-09-2023 10:49:05

ÁNGELA MARÍA CANIZALEZ HERRERA, Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones, Oficina Asesora de Comunicaciones, Fecha de Firma: 28-09-2023 11:55:09

Jenny Alejandra Trujillo Diaz, Contratista, Oficina Asesora de Planeación, Fecha de Firma: 26-09-2023 11:42:19

LUISA MARGOTH CEPEDA CAÑÓN, Profesional Especializado, Oficina Asesora de Comunicaciones, Fecha de Firma: 28-09-2023 11:58:06

Aprobó: Jenny Alejandra Trujillo Diaz - Contratista - Oficina Asesora de Planeación



f70f636c1d0d40914f68663e144df9adcb899028718d177f1edaad6a437ec3d4