

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 1 de 24

POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

FECHA DE APROBACIÓN
17 de junio de 2025

SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 2 de 24

Tabla de contenido

Contenido

1. POLÍTICA.....	3
2. OBJETIVO.....	5
3. MARCO CONCEPTUAL.....	6
4. FUNDAMENTO LEGAL DE LA POLÍTICA.....	7
5. ALCANCE.....	16
6. ÁMBITOS DE APLICACIÓN.....	18
7. CONSIDERACIONES.....	21
8. CONTROL DE CAMBIOS.....	23
9. RESPONSABLES DE ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN.....	23

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 3 de 24

1. Política

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 valor y de interés teniendo como centro a la ciudadanía, para contribuir en la ampliación de la democracia, impulsando las apuestas del Plan de Desarrollo Distrital desde el sector Cultura, Recreación y Deporte.

Todo tipo de comunicación que se genere en el sector Cultura, Recreación y Deporte, debe estar alineada con el plan de desarrollo de la ciudad, buscando fortalecer las relaciones de mutuo beneficio con los grupos de valor y de interés y contribuyendo desde la misionalidad de la entidad al logro de los propósitos del Plan de Desarrollo Distrital (PDD) 2024–2027 ‘Bogotá camina segura’.

En las entidades adscritas al sector Cultura, Recreación y Deporte, la gestión de la comunicación es responsabilidad primaria del nivel directivo y de todos los líderes y colaboradores, corresponsables de promover una comunicación asertiva y alineada con las apuestas del PDD y la vocación de servicio que reconoce al ciudadano como el centro de nuestras acciones. Para materializar las iniciativas de comunicación, alineadas a esta visión, las entidades cuentan con la coordinación y asesoría de los equipos de comunicación, en el marco de la Política Institucional de Comunicación Pública. El Alcalde Mayor, los directivos del Distrito y del sector son quienes dan el alcance y determinan las prioridades e hitos de comunicación.

1.1. Flujos de la información

La comunicación es responsabilidad primaria de los directivos, líderes de procesos y equipos de trabajo, quienes deberán usar los canales, medios y espacios de interacción establecidos para garantizar los flujos multidireccionales de la información, asegurando el acceso a la misma, la difusión adecuada de los contenidos y la disposición de espacios de encuentro y diálogo con los grupos de valor y de interés según el caso. Los colaboradores de todas las entidades del sector Cultura, Recreación y Deporte deberán dar un uso responsable a la información y respetar las condiciones de confidencialidad cuando estas existan. En el uso de las redes sociales personales, los colaboradores deberán considerar que sus publicaciones no afecten la imagen de cualquiera de las entidades del

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 4 de 24

Distrito privilegiando un trato ejemplar, profesional y respetuoso con todos los ciudadanos con los que interactuamos.

1.2. Estilo de la comunicación

La comunicación del sector Cultura, Recreación y Deporte se caracteriza por la cercanía, cordialidad, el rigor técnico y la 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.

1.3. Direccionamiento de medios

La Secretaría y las entidades del sector, según su misionalidad y particularidades, tienen autonomía para el desarrollo de contenidos y medios de información y comunicación. Estas deberán atender los lineamientos de la presente política. Con el propósito de que los medios del sector enriquezcan la visibilidad e impacto de todas las iniciativas y apuestas del sector en su conjunto, al servicio de la ciudadanía, las entidades deberán propender por favorecer la inclusión de contenidos sectoriales cuando la naturaleza de cada medio lo permita, amplificando la incidencia y enriqueciendo el trabajo colaborativo sectorial.

Los responsables de la gestión de la comunicación de cada entidad coordinan la relación con los medios de comunicación masivos y alternativos, atendiendo la adecuada coordinación de agendas y atendiendo los lineamientos de vocería y otras disposiciones detalladas en la presente política. Es responsabilidad de los equipos de comunicación de las entidades actuar de manera coordinada y colaborativa, atendiendo los lineamientos de la presente política institucional. Desde la SCRDR, como cabeza de sector, la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene como responsabilidad propender por la articulación sectorial para impulsar acciones de comunicación pública para la incidencia inspiradas en el enfoque y apuestas estratégicas del sector y del Distrito.

1.4. Lineamientos de comunicación 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 reconocimiento a la

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 5 de 24

diversidad como riqueza de la ciudad. Desde la SCRD se dispone de un sistema de medios de difusión sectorial 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.

1.5. Valores de la comunicación

- **Innovación:** Marcar paradigmas y conectar con las audiencias de manera alternativa, disruptiva y original.
- **Transformación:** Cambiar imaginarios y modificar comportamientos de cara a mejorar la convivencia, el bienestar y el sentido de pertenencia sobre la ciudad.
- **Orgullo:** Afianzar el sentido de pertenencia y el vínculo emocional de los bogotanos con su oferta e infraestructura cultural, patrimonial, gastronómica, recreativa y deportiva.
- **Confianza:** Generar cercanía física y emocional para conectar con las experiencias y expectativas de la ciudadanía.
- **Diversidad:** Divulgar y hacer que entren en diálogo las múltiples formas de entender, expresar y habitar la variedad cultural y deportiva de la ciudad.

2. Objetivo

Incidir en la conversación pública que ponga en valor la capacidad creadora de cada ciudadano y ciudadana, propiciando cambios culturales que movilicen nuevos relatos para fortalecer los vínculos entre todos los agentes del sector cultural y potencien la presencia del arte, la cultura, la recreación y el deporte en la vida cotidiana de Bogotá.

2.1. Objetivos específicos

- Incrementar y fortalecer la incidencia de las comunicaciones, logrando impacto en el relacionamiento con todos los grupos de valor y de interés en términos de acceso a la información y participación en las agendas de la entidad y del sector.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 6 de 24

- Generar mecanismos de participación de los grupos de valor y de interés en las agendas de la entidad y el sector.
- Desarrollar mecanismos de intercambio de contenidos de la entidad con los diferentes grupos de valor y de interés.
- Fortalecer el relacionamiento de la entidad y del sector con los agentes culturales del territorio.
- Favorecer el diálogo y la interacción permanente con los equipos de trabajo de la entidad y el sector, 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.

3. Marco Conceptual

Desde el sector Cultura, Recreación y Deporte contribuimos al legado de la Administración Distrital que pretende aumentar los indicadores de orgullo y confianza en la ciudad, trabajando por el reconocimiento, respeto, diálogo y unión a partir de la diversidad que converge y constituye la esencia de Bogotá. En ese sentido, la Oficina Asesora de Comunicaciones propone estos mensajes para construir las narrativas:

- Bogotá es una ciudad de puertas abiertas que acoge y reconoce la diversidad del país.
- En Bogotá habita toda Colombia, en ella converge la diversidad étnica, regional, artística y creativa, que representa culturas, acentos, tradiciones, saberes y maneras de ver, expresar y habitar el mundo.
- La diversidad nos identifica, nos potencia e impulsa el trabajo conjunto por transformar y construir una mejor ciudad.
- Reconocer nuestra diversidad dignifica las relaciones, mejora la convivencia y los lazos de confianza y afecto, a la vez que repercute en calidad de vida y bienestar para los ciudadanos.
- La diversidad es uno de los mayores orgullos y activos de quienes vivimos en la ciudad y en la ruralidad; es parte de lo que podemos ofrecerle a Colombia y al mundo.
- La diversidad es un valor que impulsa la unión y nos proyecta internacionalmente como un

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 7 de 24

gran destino cultural y deportivo.

- La diversidad pasa también por el respeto de la pluralidad de los otros y por el reconocimiento de nuestros deberes y obligaciones comunes como habitantes de un mismo territorio.

4. Fundamento legal de la Política

La Política de Comunicaciones de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte se fundamenta en el marco normativo que regula el derecho a la información, la participación ciudadana, la transparencia institucional y la gestión pública eficiente en Colombia y el Distrito Capital. Entre las principales disposiciones que sustentan esta política se encuentran:

a. Constitución Política de Colombia (1991)

Artículo 20: Garantiza el derecho a recibir información veraz e imparcial, así como la libertad de expresar y difundir pensamientos y opiniones.

Artículo 74: Establece que toda persona tiene derecho a acceder a documentos públicos, salvo los casos que la ley determine como confidenciales.

Artículo 23: Reconoce el derecho de los ciudadanos a presentar peticiones respetuosas a las autoridades y obtener pronta respuesta.

b. Ley 489 de 1998

Establece normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del Estado. En su artículo 3º, promueve los principios de transparencia, participación ciudadana y responsabilidad en la gestión pública.

c. Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional)

Regula el derecho fundamental de acceso a la información pública y establece obligaciones a las entidades del Estado para garantizar la disponibilidad, calidad, veracidad y accesibilidad de la información que generan o custodian.

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 8 de 24

d. Ley 1757 de 2015 (Ley de Participación Ciudadana):

Reconoce y promueve mecanismos que garantizan la participación de los ciudadanos en la gestión pública, lo cual implica el deber de las entidades de establecer canales de comunicación efectivos y accesibles.

e. Decreto 1499 de 2017

Por el cual se actualiza el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), incluyendo como uno de sus ejes la comunicación estratégica para la gestión institucional.

La Guía Distrital para la Gestión de las Comunicaciones, emitida por la Alta Consejería Distrital de TIC, establece orientaciones para fortalecer la comunicación pública como herramienta estratégica de gestión institucional, acceso a la información y relación con la ciudadanía.

Cada entidad, según su misionalidad y estructura, y de manera autónoma, coordinará la forma de trabajo de su oficina de comunicaciones, asegurando que se atiendan todos los ámbitos aquí enunciados. Dado el espíritu colaborativo que inspira el trabajo de nuestro sector, las entidades están llamadas a apoyarse mutuamente con capacidades y recursos que favorezcan el desarrollo de iniciativas que desde comunicaciones impulsen el interés común y favorezcan las apuestas misionales del sector y del PDD.

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:** Medios de comunicación nacionales, locales, alternativos y comunitarios; contenidos digitales y comunicación gráfica.
- **Comunicación pública:** Campañas de incidencia, agendas territoriales y temáticas, acciones colectivas, narrativas y comunicación digital.

f. Acuerdo 257 de 2006 – Concejo de Bogotá

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 9 de 24

Define la estructura administrativa del Distrito Capital. Establece que las entidades distritales deben garantizar procesos de gestión comunicativa y relaciones con la ciudadanía como parte de su responsabilidad institucional.

g. Decreto Distrital 140 de 2021 – Alcaldía Mayor de Bogotá

Establece lineamientos para la gestión pública en el Distrito Capital, incluyendo directrices para la comunicación institucional y la divulgación de información a la ciudadanía.

h. Decreto Distrital 079 de 2024 – Alcaldía Mayor de Bogotá

Modifica el artículo 12° del Decreto Distrital 140 de 2021, fortaleciendo las funciones de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones en la formulación y orientación de políticas y lineamientos en materia de estrategias de información y comunicación a nivel distrital, con el fin de asegurar una comunicación armónica entre los diferentes niveles de la entidad, organismos distritales, usuarios y ciudadanía en general.

i. Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital – Secretaría General

Documento que establece las directrices y buenas prácticas para la gestión de la comunicación estratégica en las entidades del Distrito Capital, promoviendo la coherencia, eficacia y eficiencia en los procesos de divulgación y relacionamiento institucional.

4.1. Lineamientos Relacionamiento sectorial desde comunicaciones

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte tiene como parte de su razón de ser, el compromiso de articular las acciones comunicativas que impulsen el logro de las apuestas sectoriales desde el PDD y den visibilidad e impacto a las agendas estratégicas priorizadas. Para lograrlo, dará lineamientos a las entidades adscritas y vinculadas, orientados a la coordinación interinstitucional y a la proyección de una apuesta conjunta que impulse los resultados del sector y posicione sus iniciativas. Para asegurar una adecuada articulación sectorial, la Oficina Asesora de Comunicaciones de la SCR, propenderá por favorecer un diálogo abierto y permanente con las entidades que posibiliten el colegaje y trabajo colaborativo. En desarrollo de este propósito, la Oficina Asesora de Comunicaciones liderará un comité sectorial de

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 10 de 24

comunicaciones con periodicidad semanal que permita el diálogo y la colaboración entre las entidades, conociendo sus apuestas, actividades, avances y retos.

Igualmente, la OAC de la SCRD ofrece espacios de encuentro y aprendizaje desde comunicaciones que enriquecen tanto el colegaje y la colaboración, como el desarrollo de nuevas habilidades en el equipo de comunicaciones de todas las entidades al servicio de la ciudadanía. La Oficina Asesora de Comunicaciones de la SCRD, en cumplimiento de sus funciones, propenderá por:

- Que todas las entidades del sector acojan y den cumplimiento a la presente política y los lineamientos de comunicación, al reconocer su pertinencia y relevancia para el óptimo desarrollo de los propósitos misionales y sectoriales.
- Acoger las recomendaciones que las entidades aporten a la presente política con el propósito de asegurar su pertinencia y contribución al adecuado relacionamiento e incidencia de las entidades del sector al servicio de la ciudadanía.
- Acoger las orientaciones, los protocolos y manuales, y demás lineamientos, liderados desde la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Velar por el relacionamiento cercano y asertivo con todos los grupos de interés, que propicie una adecuada percepción ciudadana sobre la entidad y el sector.
- Actualizar y socializar el protocolo de crisis, y actuar de manera coordinada para prevenir y mitigar el impacto ante situaciones de crisis.
- Seguir orientaciones de la Alcaldía Mayor que favorezcan la proyección adecuada de los mensajes institucionales a través de los líderes.
- Velar por la adecuada gestión de los procesos de comunicación que aporten a la gestión de la organización hacia el logro de los objetivos estratégicos y compartir orientaciones y herramientas que favorezcan dichos procesos con las entidades del sector.

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 11 de 24

- Impulsar iniciativas comunes que promuevan las apuestas del sector, tanto aquellas que surjan desde la SCRD, como las lideradas desde cualquiera de las entidades, al servicio de los propósitos misionales que nos vinculan como sector.

Son además funciones de esta oficina:

- Diseñar e implementar el plan estratégico de comunicación de la entidad, el cual debe contribuir a la implementación de la política de comunicación, así como a integrar las necesidades y propuestas institucionales con visión sectorial y alineada a las apuestas del Plan Distrital de Desarrollo.
- Velar por el fortalecimiento del proceso de comunicación pública, impulsando iniciativas que promuevan el relacionamiento cercano y significativo con los distintos grupos de interés de la entidad y del sector, fortaleciendo la imagen y posicionamiento ante la ciudadanía.

Las entidades tienen la autonomía y responsabilidad de liderar la organización de eventos y espacios de interacción con sus distintos grupos de interés. Cuando, dadas las características y temáticas, se involucre la participación de otras entidades del sector y del Distrito, se requiere la preparación de una sinergia para asegurar la unidad de mensajes y la adecuada coordinación de vocerías. Todo espacio de encuentro deberá contar con tiempos fijados y concertados para atender inquietudes y preocupaciones de la ciudadanía que enriquezcan la toma de decisiones de las entidades.

4.2. Lineamientos comunicación interna

Todos los servidores del sector, desde su ingreso a las entidades y en desarrollo de sus funciones, tienen el compromiso de representar las apuestas misionales de la ciudad, la entidad y el sector, y actuar con liderazgo reconociendo la comunicación como una acción cotidiana de corresponsabilidad involucrada en todos los detalles y procesos a su cargo. En este sentido, estamos comprometidos con:

- Conocimiento de la entidad, sus funciones y procesos que le permita hacer un adecuado uso, entrega y apropiación de la información.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 12 de 24

- Comunicación interpersonal respetuosa, empática y comprometida con privilegiar a los ciudadanos como centro de nuestros esfuerzos y criterios de acción.
- Compromiso y coherencia con los mensajes institucionales y su misión.
- Compromiso con el mejoramiento continuo que asegure la pertinencia de las acciones institucionales hacia sus grupos de interés, entendiendo los retos de cada época y las circunstancias particulares del entorno, actuando con sensibilidad humana, flexibilidad y capacidad adaptativa.

4.3. Lineamientos imagen institucional

Las entidades del sector están llamadas a promover y proyectar la imagen del Distrito, el sector y cada una de las entidades, manteniendo la coherencia y unidad de criterio en los mensajes e imágenes, favoreciendo la incidencia y posicionamiento adecuado ante los distintos grupos de valor y de interés. Para ello, se tendrán en cuenta las siguientes disposiciones:

- Las entidades del sector Cultura, Recreación y Deporte adoptarán los criterios de manejo de la imagen corporativa que dicta la Alcaldía Mayor de Bogotá a través del Manual de Identidad Visual que elabora la Secretaría General.
- Cada entidad deberá socializar este manual y contar con un procedimiento interno de manejo de piezas promocionales y su adecuada distribución.
- Los comunicados, boletines, informativos y demás mensajes sobre eventos o estrategias de carácter sectorial incluirán la referencia a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, y a la entidad ejecutora, con el propósito de proyectar visión sectorial y coherencia institucional.
- Todas las páginas web y redes sociales del sector Cultura, Recreación y Deporte tendrán como elemento identificador la línea de color indicada en el manual de marca ciudad orientado desde la Secretaría General. Se coordinarán piezas y mensajes de acuerdo a las prioridades y agendas comunes del sector, que contribuyan a proyectar cohesión sectorial para ser vinculadas tanto en las páginas web como en las redes sociales de las entidades.

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 13 de 24

- En el caso de actividades transversales y/o de carácter metropolitano, las piezas de comunicación del sector Cultura, Recreación y Deporte se trabajarán de manera articulada con la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría y según los lineamientos dados por la Alcaldía Mayor de Bogotá.

4.4. Lineamientos vocería institucional

Las entidades del sector deberán acoger los lineamientos aportados por la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte:

- Para aquellos casos extraordinarios que escapan a los lineamientos comunes acordados, será el director de cada entidad en diálogo con el Secretario o Secretaria y con la Alta Consejería de Comunicaciones, quienes de manera estratégica orienten el manejo de la temática con el acompañamiento de la oficina de comunicaciones de cada entidad y de la SCRD, según corresponda.
- El sector Cultura, Recreación y Deporte dispone de un protocolo para la gestión de crisis, liderado desde la SCRD a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Este protocolo podrá ser adaptado a las particularidades de cada entidad según su estructura y misionalidad, siempre que acoja los lineamientos generales indicados por la Alta Consejería de Comunicaciones del Distrito y la presente Política Institucional de Comunicación Pública.
- El Secretario (a) de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, será el/la vocero (a) ante la ciudadanía y los medios de comunicación de la entidad y del sector en caso en que los proyectos y/o actividades sean de carácter metropolitano y transversal, tanto como en situaciones de coyuntura que involucren al sector. Estará en cabeza del Secretario y el o la jefe de la OAC delegar uno o más voceros adicionales en caso de ser necesario.
- La vocería de las entidades adscritas y vinculadas la ejercerá el(la) director(a) de cada entidad o su delegado(a).
- Mediciones de percepción: las oficinas de comunicaciones de las entidades del sector liderarán la realización periódica de estudios o investigaciones que indiquen el índice de satisfacción

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 14 de 24

ciudadana, percepción y posicionamiento de la imagen de las entidades y del sector, con el fin de enriquecer las estrategias y mejorar los procesos de comunicación de las entidades. Estas investigaciones se realizarán en alianza con la Dirección del Observatorio y Gestión del conocimiento de la SCRD y se analizarán con las áreas misionales y estratégicas de las entidades, con el fin de definir de manera conjunta acciones de mejora a los procesos y a la prestación de bienes y servicios.

4.5. Lineamientos comunicación pública

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte, de manera colaborativa con los equipos de comunicación de las entidades, liderará y ejecutará estrategias de comunicación pública para la incidencia, orientadas a promover el vínculo de los ciudadanos con su capacidad creadora, el impulso a los saldos pedagógicos propios de todos los proceso de creación y el reconocimiento del arte, la cultura, el patrimonio, la recreación y el deporte como actos cotidianos que dignifican la vida individual y colectiva. Dichas estrategias darán impulso a las apuestas de la entidad y la apropiación ciudadana de las iniciativas y propósitos del PDD. Estas estrategias se realizarán teniendo en cuenta la diversidad de grupos de valor y de interés del sector, con el fin de lograr incidencia e impacto. A continuación, indicaciones a tener en cuenta por cada oficina de comunicación del sector:

- Cada entidad, en atención a su misionalidad, está llamada a impulsar campañas de difusión de alto impacto, contando con el respaldo tanto de la SCRD como de las entidades del sector para la amplificación y promoción de mensajes que enriquezcan las apuestas del sector y acerquen a la ciudadanía de manera creativa y empática a nuestro quehacer.
- De manera colaborativa se impulsarán estrategias y alianzas intersectoriales que garanticen el desarrollo de iniciativas comunes a partir de temáticas y actividades, con el fin de aumentar la cobertura informativa y comunicativa del sector para una mayor incidencia con los distintos grupos de interés.
- Para el desarrollo de estrategias de incidencia en el posicionamiento de temas y agendas de largo plazo y que impulsen cambios profundos en el sector y sus dinámicas, serán lideradas desde el Despacho del Secretario/a, en diálogo con los líderes de las entidades involucradas y

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 15 de 24

serán coordinadas desde la Oficina Asesora de Comunicaciones, que, a su vez, activará los equipos de trabajo y plan de acción requeridos para el logro de los propósitos de cada caso y la difusión y socialización que cada tema amerite.

- Para el desarrollo de agendas territoriales y temáticas, y la activación de acciones colectivas, las entidades contarán con el respaldo de la OAC según lo requieran, impulsando las alianzas y coordinaciones necesarias tanto a nivel territorial como distrital y nacional para una mayor incidencia de las mismas.
- El desarrollo de narrativas y nuevos medios que impulsen de mejor manera las apuestas de las entidades y del sector, serán construidas colaborativamente atendiendo los lineamientos aportados en la presente política y que tengan como prioridad el impulso a los propósitos del PDD vinculados al sector. Las entidades tendrán autonomía en proponer e impulsar dichas iniciativas, propendiendo por la articulación y el trabajo en equipo para lograr mayor impacto e incidencia.
- Los equipos de comunicaciones de manera colaborativa y atendiendo el enfoque propuesto por la presente política, impulsarán acciones y estrategias de comunicación digital que acerquen de manera asertiva las conversaciones y apuestas de la entidad y del sector a los distintos grupos de interés. Este liderazgo será compartido dados los énfasis de cada entidad, su experticia y recursos. La OAC de la SCRD ejercerá un rol de coordinación para favorecer afinidad y coherencia en las apuestas digitales, favoreciendo la optimización de los recursos, el intercambio de capacidades entre entidades y la amplificación e incidencia de las propuestas en beneficio de toda la ciudadanía y en diálogo con las apuestas y orientaciones que desde comunicación digital lidera el distrito.
- Se podrán diseñar y realizar estrategias y alianzas con medios de comunicación y otras entidades públicas y privadas para fortalecer los canales de comunicación y divulgación de las entidades, respetando los principios y bajo los criterios de la política de comunicación pública del sector además de las orientaciones del distrito.
- Se recomienda vincular en toda iniciativa de comunicación pública el trabajo con medios alternativos y comunitarios y con colectivos culturales y de comunicación presentes en los

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 16 de 24

territorios, según las temáticas y particularidades de cada iniciativa, con el fin de fortalecer los procesos de participación locales de la ciudad y de acercar los contenidos a las redes locales de impacto directo entre las comunidades, impulsando la sostenibilidad, incidencia y el alcance a largo plazo de las apuestas emprendidas.

5. Alcance

- Gobierno:

Distrito (Alcaldía Mayor de Bogotá y demás entidades del Distrito)

Entidades del sector Cultura, Recreación y Deporte

Gobierno nacional y otras regiones del país

Gobiernos de países y ciudades con quienes se tejen lazos de cooperación

- Artistas, gestores, creadores y otros agentes del sector cultural:

Emprendedores culturales

Empresarios y promotores culturales

Sistema Distrital de Participación en Arte, Cultura y Patrimonio

Consejos DRAFE

Artistas en espacio público

- Organismos internacionales de arte, cultura, patrimonio, recreación y deporte:

Redes de ciudades

Sistema de Naciones Unidas

BID - OIM

Instancias internacionales de arte, cultura y patrimonio

- Organismos de control:

Concejo de Bogotá

Congreso de la República

Entes de control como Procuraduría, Veeduría y Contraloría

- Medios de comunicación y líderes de opinión:

Periodistas

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 17 de 24

Medios comunitarios y alternativos

Medios masivos

Líderes de opinión del sector artístico, cultura, de recreación y deporte

- Colectivos y líderes sociales:
 - Colectivos artísticos y culturales
 - Organizaciones sociales
 - Líderes comunitarios
- Sector privado:
 - Empresarios
 - Privados
- Academia y expertos:
 - Expertos en arte, cultura y patrimonio
 - Expertos en economía cultural y creativa
 - Expertos en política cultural
 - Publicaciones especializadas en arte, cultura, patrimonio, recreación y deporte
 - Publicaciones especializadas en cambio cultural y ciencias del comportamiento
- Aliados y operadores de proyectos:
 - Entidades aliadas de la SCRD y del sector en la ejecución de programas y proyectos
- Equipos de trabajo SCRD y sector Cultura, Recreación y Deporte
 - Equipo humano de la SCRD
 - Equipo directivo de la SCRD
 - Equipos directivos de las demás entidades del sector

6. Ámbitos de aplicación

6.1. Presencia de Secretario o Secretaria en eventos y espacios públicos de relacionamiento

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 18 de 24

Cuando los espacios de interacción pública (recorridos, lanzamientos, anuncios y encuentros territoriales) y eventos incluyan la presencia del Secretario, se deberá coordinar el respectivo cubrimiento y articulación de manera coordinada entre la entidad anfitriona y la Oficina Asesora Comunicaciones para contar con una línea común de comunicación y registro de la actividad, según el caso, impulsando de mejor manera los mensajes y objetivos del espacio.

6.2. Comunicación pública para la participación y la incidencia

Este ámbito de la comunicación aborda todas las campañas de difusión, estrategias de incidencia, agendas territoriales y temáticas, microacciones colectivas, narrativas y nuevos medios, y las estrategias de comunicación digital. La Secretaría y las entidades del sector poseen mecanismos de concertación, participación y construcción colectiva, involucrando a las y los ciudadanos como creadores y fortaleciendo su vínculo cotidiano con el arte, la cultura, el patrimonio, la recreación y el deporte. Estas acciones propenden por garantizar los derechos culturales, recreativos y deportivos de los bogotanos y cualificar el diálogo y la incidencia de todos los agentes del sector impulsando la corresponsabilidad y la ampliación de la democracia. Toda acción de comunicación pública, tendrá como prioridad promover el valor de las agendas del sector en la vida cotidiana de las personas como oportunidad para dignificar y enriquecer la vida individual y colectiva y, a su vez, posicionar las apuestas del sector, promoviendo el acceso a los servicios e iniciativas de cada una de las entidades.

Estas iniciativas están llamadas a promover la construcción colectiva y el vínculo entre los ciudadanos y la creación que fortalezca, cualifique y naturalice el valor que representan el arte, la cultura, el patrimonio, la recreación y el deporte para todo ser humano.

6.3. Estrategias de comunicación en las localidades

- La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte cuenta con el equipo de la Dirección de Asuntos Locales y Participación cuya función principal es la de colaborar con el desarrollo cultural de las comunidades en cada localidad, acercando la oferta institucional al territorio y las iniciativas de los territorios a la agenda de la SCRD y del sector, de manera recíproca.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 19 de 24

- La OAC y el equipo de comunicaciones de las entidades adscritas están llamados a vincular de manera permanente a las y los gestores territoriales, aportando contenidos de interés para las comunidades y logrando mayor cercanía e incidencia en los territorios.
- El equipo de la OAC y el enlace de comunicaciones de la Dirección de Asuntos Locales y Participación de la SCRD, liderarán un plan de trabajo conjunto y de formación para los enlaces territoriales, con el fin de que se haga extensivo el enfoque y los lineamientos de esta política de comunicaciones.
- Las entidades que cuentan con equipos de trabajo territorial están llamadas a vincular a dichos equipos con el trabajo colaborativo entre entidades, logrando cohesión y colegaje de cara a la ciudadanía.

6.4. Atención a la ciudadanía

- Toda solicitud de la ciudadanía deberá ser atendida sin excepciones. Las entidades definirán mecanismos para la atención de las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias de los grupos de valor y de interés.
- Las páginas web de las entidades proveerán una sección en línea de trámites y servicios, así como espacios que permitan la participación, transparencia e interacción con la ciudadanía.
- Las entidades están llamadas a propiciar espacios y mecanismos de comunicación que permitan la participación y aportes de la ciudadanía, además del acercamiento a sus necesidades e inquietudes, de manera que se enriquezcan las decisiones y acciones de mejora a que haya lugar.
- Cada entidad del sector es responsable de la actualización permanente de información a través de sus medios y canales de comunicación y de Servicio al Ciudadano.
- Cada entidad compartirá con el Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital la información de interés para los servidores y funcionarios del distrito. La Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte actualizará los reportes sectoriales.

	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 20 de 24

- Las entidades definirán criterios y realizarán acciones que faciliten el acceso a la información de personas en condición de discapacidad. Se realizarán estrategias de comunicación que promuevan el acceso y participación de personas habitantes de zonas rurales del distrito a las acciones promovidas por la Secretaría y el Sector.
- Las estrategias, los medios, productos y espacios comunicativos dispuestos por las entidades mantendrán un lenguaje incluyente que garantice el acceso comunicativo a todos los grupos de valor y de interés.

6.5. Relación Estado – ciudadano

- Se garantizará la calidad y oportunidad en la atención, los servicios y trámites para los ciudadanos y ciudadanas, incorporando enfoques diferenciales (poblacional, de género y de derechos humanos). Así mismo, la interlocución y comunicación efectiva entre la administración y el ciudadano, posibilitando la creación de mecanismos de participación y coordinación con diferentes instancias de gobierno de conformidad con el Plan de Desarrollo Distrital (Art. 4 Decreto 197 de 2014).
- Se implementará una estrategia de lenguaje claro en todos los canales de interacción, comunicaciones y actos administrativos. Para estos efectos, las entidades podrán seguir los lineamientos expedidos por la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., mediante la Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital. (Art. 10 Decreto 847 de 2019). De igual manera, podrá ser utilizada la Guía de Lenguaje Claro del Departamento Nacional de Planeación.
- En los canales de comunicación, se desarrollarán "acciones encaminadas a promover la inclusión de personas con discapacidad, población étnica, mujeres, víctimas del conflicto armado y población LGBTI, entre otras; en la información, el acceso, accesibilidad y prestación del servicio a la ciudadanía". (Art. 5 del Decreto 293 de 2021).

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 21 de 24

7. Consideraciones

Esta política se actualizará y socializará en cada cambio de administración con el fin de promover escenarios de reflexión sobre las necesidades y consecuencias que generan las actuaciones en comunicación realizadas en la entidad, promover la apropiación compartida de las convicciones y producir propuestas para la actualización de los planes estratégicos de comunicación. Se garantizarán los recursos técnicos y financieros que permitan la ejecución de estrategias de comunicación sectorial, así como el buen ejercicio de la comunicación en las instituciones del sector.

7.1. Seguimiento y ejecución

El Comité de Comunicaciones de cada entidad apoyará y velará por el seguimiento e implementación de la Política Institucional de Comunicación Pública en cada entidad, bajo el liderazgo de las oficinas de comunicaciones y el acompañamiento de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte para acompañar y coordinar acciones de alcance sectorial a que haya lugar. Las Oficinas de Control Interno de las entidades velarán por el cumplimiento de la Política de Comunicación.

7.2. Indicadores y proceso de comunicación

Los alcances de la presente política se materializan mediante estrategias y planes de acción que serán medidos a través de indicadores y metas en cada una de las entidades, atendiendo su sistema de gestión y direccionamiento estratégico. La actualización y mejoramiento de la política de comunicación se verá reflejada en los procesos de comunicación estratégica y seguimiento y evaluación a la gestión.

En el caso de la SCRD, la OAC es responsable de actualizar y asegurar el adecuado desarrollo del proceso de comunicación estratégica, en el marco del Sistema de Gestión. La Oficina Asesora de Comunicaciones garantizará la actualización de los procedimientos, instructivos y manuales asociados al proceso de comunicación estratégica de forma periódica, en atención a las necesidades de la gestión. Así mismo, se deberá revisar de forma anual la actualización y pertinencia de cada uno de estos documentos.

7.3. Medios y canales de comunicación

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: COM-PL-01
		Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	Versión: 2
		Página 22 de 24

Todos los medios y canales de comunicación de cada una de las entidades del sector serán coordinados por las oficinas de comunicaciones, asegurando la atención precisa de los lineamientos establecidos en la presente política de comunicaciones.

7.4. Publicaciones

Todas las publicaciones realizadas por las entidades del sector deberán atender los lineamientos para publicaciones del Distrito. Para publicaciones de alcance sectorial se convocará un comité de publicaciones conformado, según cada caso, por los expertos técnicos de las áreas promotoras y responsables de los contenidos, la oficina de comunicaciones de la entidad, la OAC de la SCRD y otros invitados que se estimen relevantes para el adecuado desarrollo de la iniciativa. Los créditos -bandera- de cada publicación al igual que la aplicación de logos, deberán seguir las pautas de jerarquía y protocolo indicadas por la Alcaldía Mayor.

7.5. Videos y productos audiovisuales

Aplica también la jerarquía de logos y créditos institucionales. Es necesario consultar los lineamientos del manual de marca del Distrito y, cuando no sea clara la aplicación, consultar con la OAC para actuar coordinadamente, según el caso.

7.6. Medios de comunicación internos

Cada entidad dispondrá de medios y canales de difusión e interacción internos que favorezcan la adecuada comunicación, difusión y el relacionamiento con los equipos de trabajo. Además, cada entidad deberá disponer de un documento que dé cuenta de su estrategia de comunicación, el cual será socializado y actualizado cuando se requiera.

8. Control de cambios

Versión	Fecha de Emisión	Cambios realizados
1	31/05/2022	Este documento sustituye la versión de la Política y lineamientos de comunicación pública, de julio de 2020. Ver radicado de actualización fecha 27-05-2022 ORFEO radicado 20221200198873. Se realizan los siguientes ajustes en la política y lineamientos de Comunicación Pública: • Se modifica el nombre del documento • Se incluyen en el pie de página la nota de Copia No controlada • Se ajustan márgenes del documento • Se incluye tabla de contenido • Se ajustan espacios e interlineado. • Se pasan grupos de Interés por Grupos de Valor y de Interés • Se cambia Sistema Integrado de Gestión por Modelo Integrado de Planeación y Gestión- MIPG • Se cambian objetivos estratégicos por institucionales • Se

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE CULTURA RECREACIÓN Y DEPORTE	GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA		Código: COM-PL-01
			Fecha: 17/06/2025
	POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA		Versión: 2
			Página 23 de 24

		incluyen quejas, reclamos, sugerencias y denuncias de la ciudadanía.
2	17/06/2025	Ver solicitud de creación, modificación o eliminación de documentos radicada en GLPI con el consecutivo número 122616 de fecha 13/05/2025. Las principales modificaciones del documento fueron: ajuste de portada, eliminando las entidades adscritas, y ajuste del documento conforme a la plantilla vigente para políticas institucionales, por lo cual se modificó la redacción del contenido de varios numerales, dejando únicamente la información necesaria; se eliminaron los ítems de contexto, presentación, enfoque de comunicación, marco de actuación, alineación estratégica, corresponsabilidad de la información, visión de la comunicación para la incidencia, apuestas estratégicas, elementos centrales de la estrategia, procesos de inducción y reinducción y bibliografía; y por último, se incluyeron los ítems Marco conceptual, Fundamento legal de la política, Alcance, Ámbitos de aplicación y Consideraciones.

9. Responsables de elaboración, revisión y aprobación

ELABORÓ <i>Persona(s) responsable(s) de crear, proyectar la modificación y/o ajuste del documento</i>	APROBÓ <i>Líder del Proceso quién debe hacer cumplir el contenido establecido en el documento</i>	VALIDÓ <i>Persona(s) de la OAP responsable(s) de verificar que el documento contenga los lineamientos establecidos</i>	AVALÓ <i>Comité Institucional de Gestión y Desempeño</i>
NOMBRE: Natalia Rodríguez Fandiño	NOMBRE: Ibon Maritza Munevar Gordillo	NOMBRE: Nelson Javier Velandia C.	NOMBRE: Comité Institucional de Gestión y Desempeño
CARGO: Contratista	CARGO: Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones	CARGO: Profesional universitario	CARGO: No aplica
FIRMA: Firmado Electrónicamente	FIRMA: Firmado Electrónicamente	FIRMA: Firmado Electrónicamente	Aprobada mediante acta No. 21 del Comité Institucional de Gestión y Desempeño del 17 de junio del 2025 con radicado 20251700321773

Documento 20251200361823 firmado electrónicamente por:	
Luis Fernando Mejia Castro	Jefe Oficina Asesora de Planeación Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 18-07-2025 16:40:11
Nelson Javier Velandia Castro	Profesional Universitario Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 18-07-2025 16:35:50
Luisa Margoth Cepeda Cano	Profesional Especializado Código 222 grado 19 Oficina Asesora de Comunicaciones Fecha firma: 18-07-2025 15:34:16



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE CULTURA
RECREACIÓN Y DEPORTE

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

POLÍTICA INSTITUCIONAL Y LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

Código: COM-PL-01

Fecha: 17/06/2025

Versión: 2

Página 24 de 24

**Laura Viviana Hernández
Angarita**

Contratista
Oficina Asesora de Comunicaciones
Fecha firma: 18-07-2025 14:33:07

Natalia Rodriguez Fandiño

Contratista
Oficina Asesora de Comunicaciones
Fecha firma: 17-07-2025 13:13:31

**Ibón Maritza Munevar
Gordillo**

Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
Oficina Asesora de Comunicaciones
Fecha firma: 17-07-2025 10:32:51



38b777c884b5f5436a045977317563d9f9b4a06c72e9d0a79813aba84b7b7770

Código de Verificación CV: 9aa49