
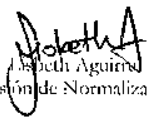
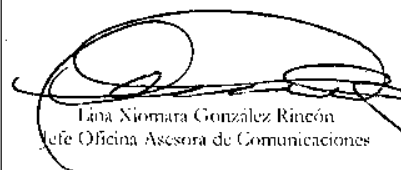
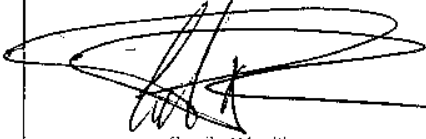

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

CONTROL DE CAMBIOS		
VERSIÓN¹	FECHA	DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACION
1	05 de diciembre de 2016	Primera emisión del documento, el cual contiene las Instrucciones de los diferentes temas desarrollados en el procedimiento de comunicaciones externas. Los documentos relacionados en las presentes instrucciones ya existían como instructivos, pero debido a la necesidad de consolidarlos en un solo documento se le realizaron los cambios y ajustes correspondientes.
01	30 de noviembre de 2017	Se realiza la actualización del documento teniendo en cuenta la Resolución 0162 de 2017 Por medio de la cual se adopta el Marco Estratégico y Mapa de Procesos de la Secretaría Distrital de Gobierno.

¹ Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

<p>Elabora:</p>  Paola del Pilar Pérez Profesional Comunicación Interna	<p>Revisa:</p>  Joseph Aguilar Revisión de Normalización	<p>Aprueba:</p>  Lina Niomara González Rincón Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
 Camilo Díaz Tovar Analista de Proceso		

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

1. INFORMACIÓN GENERAL

Propósito:


Brindar lineamientos operativos para la realización de las actividades propias del Procedimiento para Comunicación Estratégica Externa, para la generación y la difusión de información de interés para la ciudadanía, en los diferentes canales de comunicación externos con que cuenta la Entidad, tales como: Página Web, Redes Sociales, programa de radio institucional, espacio televisivo institucional (cuando aplique) y a través de estrategias comunicativas tales como: Eventos, campañas, ruedas de prensa, cubrimiento periodístico y monitoreo de medios.

Responsable:

Oficina Asesora de Comunicaciones y Equipos de Comunicaciones y Prensa Locales.

Glosario:

- **Página Web:** Es el nombre de un [documento](#) o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada [World Wide Web](#), y que puede ser accedida mediante un [navegador](#).
- **World Wide Web (WWW):** Red informática mundial comúnmente conocida como la web.
- **Metadatos:** es información sobre datos específicos que se busca en un sitio web, de acuerdo con una palabra clave en un motor de búsqueda.
- **Accesibilidad web:** Es lograr que las páginas web sean utilizables por el máximo número de personas, independientemente de sus conocimientos o capacidades personales o características técnicas del equipo utilizado para acceder a la Web.
- **Usabilidad:** Se refiere a la experiencia del usuario al interactuar con un sitio web, donde se muestra la información de una forma clara y sencilla de entender por el usuario final.
- **Hipertexto:** Texto que nos lleva a otro contenido.
- **Sitio Web:** Es un gran espacio documental organizado o una colección de [páginas de internet](#) relacionadas y comunes a un [dominio de Internet](#) o [subdominio](#) en la [World Wide Web](#) en [Internet](#). Ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, compra electrónica, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular.
- **Multimedia:** Se refiere a un sistema que utiliza múltiples medios de expresión físicos o digitales para presentar o comunicar información. Los medios pueden ser variados, desde [texto](#) e [imágenes](#), hasta [animación](#), [sonido](#), [video](#). También se puede calificar como multimedia a los [medios electrónicos](#) u otros que permiten almacenar y presentar contenido multimedia.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

SIGLAS

- **WEBM:** Es un formato multimedia abierto y libre compuesto por código para vídeo y audio.
- **MP4:** Es un formato que contiene archivos de audio, sonido y video.
- **JPG:** Es un formato de compresión de imágenes, tanto en color como en escala de grises, con alta calidad (a todo color).
- **.PNG:** Es un [formato gráfico](#) que permite almacenar imágenes con mayor profundidad de contraste.
- **DPI:** (Sigla en inglés dots per inch (dpi) es una unidad de medida para resoluciones de [impresión](#), concretamente, el número de puntos individuales de tinta que una [impresora](#) o [tóner](#) puede producir en un espacio lineal de una [pulgada](#).
- **PX (Píxeles):** (Sigla en [inglés](#) picture element, ‘elemento de imagen’), es la menor unidad homogénea en [color](#) que forma parte de una [imagen digital](#), ya sea [fotografía](#), un [fotograma](#) de [vídeo](#) o [gráfico](#).
- **PDF:** (Sigla del [inglés](#) portable document format, formato de documento portátil) es un [formato de almacenamiento](#) de documentos digitales independiente de plataformas de software o hardware. Este formato es de tipo compuesto ([imagen vectorial](#), [mapa de bits](#) y texto).
- **Social Media:** El concepto de medios sociales (social media) precede a Internet y a las herramientas tecnológicas, aunque el término no fuera popular en el pasado. Se trata de la producción de contenidos de manera descentralizada y sin el control editorial de los grandes grupos. Es decir: significa la producción de muchos para muchos.

2. INSTRUCCIONES:

Tabla de Contenido

INSTRUCCIONES PARA EL NIVEL CENTRAL

Capítulo I: Instrucciones para la Realización de Eventos

Capítulo II: Instrucciones para la Administración de Contenidos en página web

Capítulo III: Instrucciones para la Realización de Campañas Institucionales


Capítulo IV: Instrucciones para la Realización de Ruedas de Prensa

Capítulo V: Instrucciones para el Monitoreo de Medios

Capítulo VI: Instrucciones para la Solicitud de Campañas y/o Piezas Comunicativas

Capítulo VII: Instrucciones para la Publicación en Redes Sociales Institucionales

Capítulo VIII: Instrucciones para la Realización de Cubrimientos Periodísticos

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

INSTRUCCIONES PARA LAS ALCALDÍAS LOCALES

Capítulo IX: Instrucciones para la Realización de Declaraciones a Medios y Ruedas de Prensa Local

Capítulo X: Instrucciones para el Monitoreo de Medios Local

Capítulo XI: Instrucciones para la Solicitud de Campañas y/o Piezas Comunicativas Locales

Capítulo XII: Instrucciones para la Publicación de Contenidos en Redes Sociales Institucionales Locales

Capítulo XIII: Instrucciones para la Publicación del Periódico Local.

INSTRUCCIONES PARA EL NIVEL CENTRAL

Capítulo I

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS

Estas instrucciones aplican para todos los procesos de la entidad que requieran organizar y realizar un evento, quienes contarán con la orientación de la Oficina Asesora de Comunicaciones, tanto en el Nivel Central como en las Alcaldías Locales.

ACTIVIDADES PREVIAS AL EVENTO

a. Definir el objetivo del evento


Defina claramente que se busca con el evento, a que público está dirigido, el alcance, las actividades a desarrollar y clase de evento (social, académico, protocolar, recreativas, etc.).

b. Definir el desarrollo del evento y el orden del día

Coordinar las actividades que se desarrollarán en el evento. Para el caso de eventos formales se debe definir la agenda de cada una de las intervenciones que se realizarán como parte del orden del día. El orden de las presentaciones se establece de acuerdo a la jerarquía de los ponentes, teniendo en cuenta que la persona que tenga el cargo más importante debe ser el último en intervenir.

c. Coordinación con Alcaldía Mayor de Bogotá D.C

Realice la coordinación necesaria con la oficina de protocolo de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, en caso de que el evento requiera la presencia del Alcalde Mayor de Bogotá D.C. Para ello se debe diligenciar y enviar el formato dispuesto por la Secretaría Privada de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

d. Definir responsables

Defina el coordinador general de la actividad y los roles de cada uno de los organizadores del evento: convocatoria, confirmación de invitados, relator, registro de asistentes, fotógrafo, realización del registro filmico, apoyo logístico, personal que reciba, informe y ubique a los asistentes y al presentador. Los organizadores del evento deben portar en un lugar visible el documento que lo acredite como funcionario de la Secretaría Distrital de Gobierno.

e. Seleccionar el lugar donde se realizará el evento

Seleccione el lugar para la realización del evento de acuerdo con los requerimientos necesarios (auditorios, plazoletas, parques, colegios, salones comunales etc.) y lleve a cabo los trámites necesarios para su alquiler o préstamo. El lugar seleccionado, debe contar con: baños fijos o portátiles, sonido, ayudas audiovisuales, de no tenerlas hay que garantizarlas para el evento, pantallas de proyección y mobiliario propio o alquilado (sillas, mesas -principal y de registro-, carpas, tarimas, señalización etc.), según las necesidades de la actividad.

Para la selección del lugar se debe tener en cuenta la capacidad del mismo Vs. el número de invitados, para evitar que se exceda el cupo del sitio o que el lugar se vea vacío.

f. Realizar visita previa

Realice una visita previa al lugar donde se ejecutará la actividad, con el fin de verificar el cumplimiento de los requerimientos logísticos, identificar el lugar donde se ubicará la mesa de inscripciones, entrega de refrigerios y/o almuerzos, primeros auxilios, salidas de emergencia, baños y teléfonos, de tal forma que se garantice la seguridad de los asistentes y el éxito del evento.

g. Solicitar la base de datos de los invitados


Elabore una base de datos de los asistentes al evento, que contenga: nombre, entidad, cargo, dirección, teléfono, fax, correo electrónico y ciudad.

h. Definir y garantizar el envío de las invitaciones

Las invitaciones (pueden ser cartas o tarjetas previamente diseñadas, de acuerdo al evento a realizar), la entrega puede ser: personalizada, por fax o por correo electrónico, al menos con una semana de anterioridad a la fecha del evento y se debe hacer la confirmación telefónica del recibo de la invitación y de la asistencia. Igualmente, garantizar el envío de las invitaciones para los invitados especiales (ponentes, personas de la mesa principal, Gabinete Distrital y Nacional, concejales, etc.)

i. Listado de invitados especiales

Se debe elaborar un listado que clasifique los invitados de acuerdo a su importancia, protocolo que defina la mesa principal y generales, con el fin de ubicarlos al momento de su llegada y garantizar su saludo por parte del secretario (a) de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

j. Gestionar servicio de alimentos y bebidas

Gestione, de ser necesario, el suministro de alimentos y bebidas ya sea por contratación externa, convenio o donación y confirmar previo al evento su entrega oportuna.

k. Gestionar y coordinar servicio de transporte

Gestione y garantice el servicio de transporte para el montaje y desmontaje del evento.

l. Definir maestro de ceremonia

Seleccione la persona que hará la presentación del evento.

m. Elaborar libreto de maestro de ceremonias o presentador

Elabore el libreto del presentador que incluya: orden del día, invitados mesa principal, invitados especiales, expositores con su perfil profesional y el contenido de su presentación, así como textos que permitan hacer énfasis en el objetivo del evento.

n. Establecer metodología de preguntas del público

Establezca la metodología para la recepción de preguntas del público (de requerirse en el desarrollo del evento).

o. Realizar el montaje de stand

Si el evento lo requiere verifique su montaje o mobiliario institucional y las personas que lo atenderán, antes de iniciar formalmente el evento.

p. Confirmar himnos

Pruebe con anterioridad los himnos de Colombia y Bogotá, y el que se requiera en un evento determinado, de acuerdo a este, se define la pertinencia de ponerlos o no.

Nota: Se debe tener en cuenta igualmente el protocolo general de la Secretaría Distrital de Gobierno para la realización de eventos.




Organización del salón



DURANTE EL EVENTO

- Registro de participantes.
- Garantice el registro de los asistentes (en una planilla que contenga nombre, entidad, cargo, dirección, teléfono, celular, correo electrónico y firma). Verifique el material de entrega a los

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- participantes (carpeta, esferos, escarapelas, memorias etc.).
- c. Realizar la línea de saludo
 - d. Los nombres de las personas que se deben saludar.
 - e. Iniciar el evento
 - f. Inicie y desarrolle el orden del día, de acuerdo con la agenda prevista.
 - g. Entregar a los periodistas los comunicados de prensa relacionados con el contenido del evento, en caso de requerirse. El periodista de la Entidad, encargado del cubrimiento del evento, debe acompañar a los periodistas de los medios externos para que entrevisten al vocero de la entidad.

ACTIVIDADES POSTERIORES AL EVENTO

Son las actividades que se deben realizar para evaluar la efectividad de la actividad.

- a. **Verificar la realización del desmontaje**
Verificar el desmonte de los equipos y del escenario que hizo parte del evento y realizar la entrega de manera oficial del sitio y los equipos audiovisuales utilizados.
- b. **Realizar evaluación interna**
Evalúe los resultados obtenidos, aspectos positivos y negativos.

Nota: Todas estas actividades son responsabilidades de las Direcciones, Dependencias, Áreas y Proyectos encargadas de la organización del evento, quienes podrán contar con la orientación de la Oficina Asesora de Comunicaciones.


En caso de requerir Cubrimiento de Medios

- a. Realizar la solicitud de cubrimiento por medio del *formato de Solicitud de servicios de comunicaciones Código CES-F001*, Coordinar con el periodista asignado por la Oficina Asesora de Comunicaciones o por el Equipo de Comunicaciones y Prensa Local, la elaboración del comunicado de prensa y la convocatoria de los medios de comunicación, para que realicen el cubrimiento noticioso del evento y el registro fotográfico y filmico de la actividad; indicando objetivo del evento, público al que está dirigido, alcance, actividades a desarrollar, clase de evento (Social, académico, protocolar, recreativas, etc.), fecha, hora, lugar y personajes invitados.
- b. Garantizar el lugar para ubicar la prensa, y en caso de realizarse rueda de prensa, garantizar el espacio para la caja de sonido.

EVENTOS DE ALTA COMPLEJIDAD

Se considera evento de alta complejidad a aquellos que determina el SUGA (Sistema único de Gestión de Aglomeraciones) del IDIGER, los cuales generan afectación al normal funcionamiento de la ciudad; con un alto impacto a las condiciones de salubridad, seguridad y convivencia y una alta probabilidad de que se generen riesgos en el interior y/o en el exterior del evento.

Por lo tanto, los organizadores deberán cumplir con la siguiente obligación: Presentar un plan de

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

emergencias y contingencias o implementarlo, si éste existe, registrarlo en la ventanilla única del SUGA en las condiciones y términos establecidos en el Decreto que lo rige y asistir a las reuniones previas de coordinación y verificación de las condiciones de seguridad del montaje en el escenario y del PMU durante el desarrollo del evento.

De requerirse publicidad del evento debe ser solicitada a la Oficina Asesora de Comunicaciones o al equipo de Comunicaciones y Prensa Local, según sea el caso, a través del *formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones código CES-F001*.

Nota: Todo cubrimiento de eventos debe ser registrado en el *“Formato de Cubrimiento periodístico código Formato Cubrimiento Periodístico”* con el fin de llevar la trazabilidad de los mismos.

Capítulo II

INSTRUCCIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS DE PÁGINA WEB

ROLES DE UN GRUPO WEB:

Es un grupo de personas que aportan su conocimiento en la revisión, corrección, aprobación y actualización de los contenidos para los portales Web de la entidad.

NIVEL CENTRAL


- **Arquitecto de Información:** Responsable de la conceptualización inicial del sitio Web, filosofía y mapa del sitio.
- **Corrector de Estilo:** Responsable de la revisión de contenidos y realización de las correcciones finales para su posterior publicación.
- **Administrador de Contenidos:** Responsable de publicar y divulgar la información aprobada, en los portales web.
- **Social Media:** Responsable de administrar las redes sociales institucionales y sitio web con la información y campañas que salen desde la oficina de comunicaciones.

ALCALDÍAS LOCALES:

En las alcaldías locales el profesional de comunicaciones y prensa local asumirá los roles de Corrector de Estilo, Administrador de Contenido y Social Media. Estará encargado de las diferentes etapas para la publicación de contenidos en las páginas locales. En caso de existir el Administrador Web, éste asumirá la responsabilidad de publicar los contenidos aprobados por el Profesional de comunicaciones y prensa local.

LINEAMIENTOS BÁSICOS PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN PÁGINAS WEB:

- En caso de utilizar siglas en un contenido, se debe identificar a qué hace referencia, la primera vez que se menciona en el texto.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- Escribir en tercera persona del singular.
- No publicar propaganda política, religiosa o referente a un grupo social en particular.
- No publicar ofertas laborales ajenas a la entidad, excepto aquellas aprobadas por Convenio.
- Evitar el uso de regionalismos
- Ubicar geográficamente los territorios mencionados en el contenido, tales como ciudad, localidad, UPZ, barrio, de acuerdo al contexto de la información.
- Hipervincular textos de noticias relacionadas para generar un mayor tráfico dentro de la páginas web y canales digitales.
- Las piezas gráficas deben cumplir con los lineamientos del Manual de Imagen Institucional del Distrito.

ETAPA DE RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN A PUBLICAR

Las solicitudes se registrarán en el formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones, se podrán enviar a través del correo electrónico comunicaciones.sdg@gobiernobogota.gov.co en el caso del Nivel Central; para las Alcaldías Locales se debe enviar la solicitud al correo electrónico designado por el/la profesional responsable de Comunicaciones y Prensa Local, con el formato debidamente diligenciado.

CARACTERÍSTICAS DEL CONTENIDO A PUBLICAR

- Los contenidos de cada archivo deben cumplir las siguientes indicaciones:
- Responder las preguntas (Qué, quien, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué)
- Claro y amigable al lector.
- Vigente, relevante, veraz y confiable.
- No ser ofensivo ni discriminatorio.
- Respetar el derecho de autor y de propiedad intelectual.
- Cuidar la redacción, ortografía y puntuación.

Archivos de Texto


- Los formatos admitidos para texto son .doc., .odt, .txt.
- Los textos deben ser cortos, concretos, claros y simplificados.

Archivos Multimedia (videos, imágenes):

- El formato admitido para videos es mp4.
- Los formatos admitidos para imágenes son .jpg y .png.
- La calidad de la imagen debe estar en alta resolución.
- Evitar imágenes descargadas de bancos de imágenes.
- El nombre del archivo debe identificarse con el texto al cual pertenece y no incluir caracteres especiales (vocales tildadas, punto, ñ, -), se puede usar barra al piso_.

Documentos

Deben ser cargados en PDF con el fin de disminuir su peso y protegerlos de modificaciones. Se sugiere que los documentos tengan un peso menor a 4 megas, si el archivo tiene una dimensión

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

mayor a la sugerida, se debe enviar el archivo en medio magnético y realizar el trámite con mesa de servicios y la Dirección de Tecnologías e Información.

ETAPA DE REVISIÓN DE CONTENIDOS

La revisión de los contenidos está a cargo del periodista designado para realizar la nota, quien debe tener en cuenta la pertinencia, oportunidad, sintaxis y gramática. La revisión se realiza con el fin de darle claridad, concisión, armonía y valor agregado a los textos. Se tendrá en cuenta lenguaje utilizado, calidad de redacción, ortografía, puntuación, extensión del texto, tamaño de la multimedia y los documentos.

ETAPA DE APROBACIÓN DE CONTENIDOS

Una vez revisados los contenidos, se envían a el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones para su corrección y aprobación final, o en el caso de las Alcaldías Locales, al responsable de Comunicaciones y Prensa Local. El/la Jefe de Comunicaciones o el responsable del Equipo de Comunicaciones y Prensa Local, enviará el documento corregido y aprobado al periodista encargado de la nota con el fin de que lo envíe al Administrador de contenidos para su publicación.


ETAPA DE PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS

El Administrador de Contenidos alojará la información en el lugar dispuesto dentro del sitio, en las condiciones y características solicitadas y aprobadas por el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones o el responsable del Equipo de Comunicaciones y Prensa Local.

PUBLICACIÓN DE COMUNICADOS DE PRENSA

- Para los comunicados de prensa, tanto en el Nivel Central como en las Alcaldías Locales, no aplicará la etapa de recepción de información, ya que son emitidos directamente por la Oficina Asesora de Comunicaciones o por el equipo de Comunicaciones y Prensa Local, se deben publicar una vez hayan sido aprobados.
- Por orden de el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones o el profesional responsable de comunicaciones y Prensa Local, se define el evento o tema a cubrir.
- El periodista asignado realiza el cubrimiento.
- El Periodista asignado redacta el comunicado de Prensa.
- El Periodista envía el comunicado elaborado al Jefe/(a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones o al responsable del Equipo de Comunicaciones y prensa Local, para su respectiva corrección.
- El/la Jefe realiza la corrección y aprobación del comunicado y lo envía al periodista encargado de la nota para envío al administrador de contenidos.
- El periodista encargado envía el texto final aprobado al administrador de contenidos de página web para su publicación.
- El Administrador de Contenidos publica el comunicado aprobado en la Página Web.
- Para las Alcaldías Locales, el profesional responsable de Comunicaciones y Prensa Local y su equipo serán los encargados de realizar el cubrimiento del evento o tema y la elaboración, corrección y aprobación del comunicado para su publicación.

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS E INFORMES

NIVEL CENTRAL:

Toda publicación de documentos o informes en la página web debe solicitarse a través del “Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones”.

El documento debe encontrarse en formato PDF a menos que el solicitante requiera la publicación en el formato original del documento. Se publicarán en formato editable los documentos a que hace referencia la Ley 1712 de Transparencia y Acceso a la Información Pública. El Administrador de Contenidos alojará el documento o informe en el sitio correspondiente, de acuerdo a la solicitud realizada.

ALCALDÍAS LOCALES:

El Profesional responsable de Comunicaciones y Prensa Local, es el encargado de realizar las diferentes etapas para la publicación de documentos e informes en la página web de la Alcaldía Local. Si el documento se encuentra en un formato diferente a PDF, el responsable de Comunicaciones y Prensa Local podrá designar a quien corresponda realizar la conversión. El responsable de la Oficina de Comunicaciones Local o el Administrador Web, alojará el documento o informe en el sitio correspondiente, de acuerdo a la solicitud realizada. El contenido y los plazos de entrega para la publicación de los informes y documentos son responsabilidad de cada una de las dependencias que los generan.

CAPÍTULO III

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES


Identificar la necesidad de realizar una campaña institucional

Identifique la necesidad de realizar una campaña masiva o directa de comunicación, de acuerdo con los siguientes aspectos:

- a. Cumplimiento del Plan de Desarrollo.
- b. Temas prioritarios para la Administración.
- c. Temas críticos y de interés para la ciudadanía, entre otros.
- d. Temas para promover la comunicación interna y cultura organizacional
- e. Grupo objetivo al cual se dirigirán los mensajes.

Definir el tema, objetivo y alcance de la campaña

Determine el tema, objetivo y actividades, a partir de la identificación de necesidades.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Investigar sobre el tema a tratar en la campaña

Investigue el tema a tratar en la campaña, recopilar los documentos técnicos, legislación y fotografías que sirvan como soporte para la construcción de la propuesta creativa.

Diseñar la campaña

Diseñe la imagen y el slogan de la campaña de acuerdo al objetivo ya establecido y a los lineamientos definidos en el formato de solicitud de servicios de Comunicaciones.

Socializar y aprobar la imagen y el slogan de la campaña

Socialice a la persona responsable de la dependencia solicitante la propuesta de imagen y slogan de campaña para la aprobación de su jefe inmediato. Si se requieren correcciones se debe ajustar cada una de las piezas de acuerdo con las observaciones realizadas por la respectiva dependencia.

Una vez ajustadas las observaciones se realizará la aprobación. Las piezas gráficas para las campañas tanto externas como internas darán estricto cumplimiento al Manual de Imagen Institucional del Distrito y se aprobarán desde la Oficina Asesora de Comunicaciones.


Para el caso de las Alcaldías Locales, las piezas gráficas para campañas externas serán revisadas y aprobadas mediante código que será expedido por la Oficina Asesora de Comunicaciones. Para las campañas internas se dará cumplimiento a lo establecido en el Manual de Imagen Institucional del Distrito y las piezas no requerirán código de aprobación.

Definir las piezas divulgativas que identificarán la campaña.

Defina las piezas divulgativas que se van a elaborar para la campaña entre las que pueden estar:

RADIO	Cuñas, mención en programa, visita a emisoras y entrevistas, serie radial, sección de programa.
PRENSA	Avisos, publirreportajes, crónicas, entrevistas y breves, en revistas, periódicos, medios especializados y comunitarios.
TELEVISIÓN	Comerciales, menciones, sección de programa, serie de programas, visita a noticieros, entrevistas en directo y pregrabadas. Cada una de estas piezas puede ser divulgada en medios masivos y comunitarios.
MEDIOS ALTERNATIVOS	Publimilenio (avisos en las estaciones y portales de Transmilenio), eucoles (avisos en los paraderos de buses), Pendones de poste (Codensa) HERRAMIENTAS WEB/ CAMPAÑA VIRAL- Facebook, twitter, blog spot, multimedia y Correo Directo (diseño y elaboración de piezas creativas que se envían de forma directa a periodistas y actores clave).
MATERIAL IMPRESO	Afiches, volantes, plegables, cartillas, libros y pendones etc.
MERCHANDISING	Elementos promocionales que permiten generar recordación de la campaña, entre los que se podrán encontrar: cachuchas, botones, camisetas, esferos, llaveros, tropezones, etc.
ACTIVIDADES BTL	Sketch, teatro, cuentería, títeres, danzas, grupos musicales, clown.

Diseñar las piezas divulgativas que identificarán la campaña

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Diseñe las piezas divulgativas de la campaña, dando estricto cumplimiento al manual de Imagen Institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

Aprobación de piezas comunicativas

Las piezas comunicativas darán estricto cumplimiento al Manual de Imagen Institucional del Distrito. Para el caso de las Alcaldías Locales, las piezas generadas para comunicaciones estratégicas externas deberán tener código de aprobación expedido por la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría de Gobierno. A través de correo electrónico se envía la respectiva pieza de la campaña o la pieza individual, al correo Institucional designado por la Oficina Asesora de Comunicaciones, donde se le asignará un código de aprobación.

Producir piezas divulgativas

Elabore las piezas divulgativas teniendo en cuenta los convenios públicos o privados con los que cuente la Entidad en el momento (Imprenta Distrital, Imprenta Nacional, entre otros).

Establecer y Fijar Plan de Medios

Fije un plan de medios, de acuerdo al público objetivo, en el que se describan las características de los medios locales y masivos en los que se divulgarán los mensajes de campaña.

Para Radio	Se debe definir: cadena, emisora, programa, frecuencia de emisión, horario, número de impactos e índice de sintonía, tiempo de duración.
Para Prensa	Se debe determinar nombre del medio escrito, zona de distribución, sección, página, tamaño de los avisos, tiraje, color (policromía, blanco y negro)
Para Televisión	Establecer: canal, programa, horario, índice de audiencia y formato- comercial, mención en programa, tiempo de duración.
Medios Digitales	Establecer los medios digitales y redes sociales a través de los cuales se dará a conocer la campaña

Estos planes son elaborados y aprobados por el/la Jefe (a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Así mismo, se podrá realizar divulgación de la campaña con el apoyo de los medios de comunicación masivos, alternativos y/o comunitarios.


Nota: Para el posicionamiento de la campaña se requiere un presupuesto que permita la ejecución del Plan de Medios.

Elaborar cronograma de ejecución

Elabore un cronograma de ejecución de campaña, donde se indique las fechas y lugares de cada una de las actividades previstas, incluyendo la elaboración de piezas y sus tiempos de producción (ver Formato de Necesidades de Comunicación CES-F002) y el lanzamiento de la campaña.

Iniciar campaña

Inicie la ejecución de la campaña, de acuerdo al cronograma establecido.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Realizar convocatoria a medios

Realice la convocatoria a los medios en caso de ser necesario, para esto se realiza un resumen de la campaña, se elaboran comunicados de prensa y se convoca a los periodistas a las actividades desarrolladas en el marco de la campaña, siguiendo los procedimientos previstos para estas actividades.

Realizar el lanzamiento de la campaña

Estructure y realice una actividad de lanzamiento de la campaña, (puede ser un evento o rueda de prensa), donde se invite a actores claves y a medios de comunicación, con el fin de darla a conocer a la ciudadanía.

Ejecutar la campaña

Ejecute todas las actividades previstas en la estrategia de comunicación, es decir, poner en marcha los planes de medios, distribuir el material elaborado y realizar las actividades académicas, lúdicas o divulgativas que se requieran para el desarrollo de la campaña.

Evaluar las campañas

Las campañas se evaluarán de manera interna, mediante reunión en la cual se analizarán los aspectos positivos y negativos en la ejecución de la misma.

CÁPITULO IV

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE RUEDAS DE PRENSA

Las ruedas de prensa serán autorizadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones previo visto bueno del Despacho del secretario (a) de Gobierno.

Recopilación de información


El periodista asignado por la oficina Asesora de Comunicaciones recopilará la información que se utilizará para la rueda de prensa, detallando expresamente los puntos principales sobre los cuales se debe hacer énfasis en las declaraciones a los medios.

Definir la Agenda

Defina la fecha, el lugar y la hora, en que se realizará la rueda de prensa, de acuerdo con la agenda del secretario/a y/o de los directivos que asistirán a la rueda de prensa.

Verificar agenda de Alcaldía y de otras entidades

La Oficina Asesora de Comunicaciones verificará la agenda de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C y la de otras entidades para que no exista cruce de agendas que resten importancia a la rueda de prensa programada o que impidan que los periodistas asistan.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Realizar visita previa

La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará una avanzada para identificar el lugar donde se llevará a cabo la rueda de prensa y verificará si cuenta con los elementos necesarios, de acuerdo con el tema a tratar.

Elaborar documento de apoyo

La Oficina Asesora de Comunicaciones elaborará un documento de apoyo para el secretario/a o vocero/a de la entidad que éste designe, con información detallada del tema a tratar, con estadísticas y datos oficiales debidamente verificados.

Convocar medios de comunicación

La Oficina Asesora de Comunicaciones convocará a los medios de comunicación para que asistan a la rueda de prensa.

Desarrollar la rueda de prensa

El/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones o quien este designe, actuará como moderador de la rueda de prensa.

El moderador deberá recibir a los periodistas.

La persona designada para la logística se encargará de coordinar el lugar, el sonido y demás elementos para la realización de la misma.

Presentar a los funcionarios encargados de entregar la información a los periodistas.

La persona designada como moderador organizará a los periodistas para que intervengan en orden durante la rueda de prensa.

Intervención del funcionario o los funcionarios que darán las declaraciones a los periodistas la noticia o los anuncios institucionales.


El equipo periodístico de comunicaciones coordinará el envío de material informativo para las publicaciones en redes sociales.

El equipo periodístico de comunicaciones suministrará el material de apoyo (si los hay) videos, documentos, informes, fotografías, a los periodistas de los diferentes medios, que lo soliciten.

El moderador de la rueda de prensa realizará el cierre de la misma.

Redactar comunicado de prensa y enviar a medios.

El periodista asignado para cubrir la rueda de prensa redactará un comunicado sobre el tema tratado y lo enviará a los medios para su divulgación.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

CAPÍTULO V

INSTRUCCIONES PARA EL MONITOREO DE MEDIOS

El monitoreo de medios es una acción que se realiza con el fin de conocer qué información están divulgando los medios de comunicación sobre la Secretaría Distrital de Gobierno y el impacto que tiene en la percepción de la ciudadanía.

El monitoreo de medios se realiza a través de las siguientes etapas:


- a. **Seguimiento:** Diariamente se realiza una revisión mediática para identificar las noticias referentes a la SDG.
- b. **Recopilación:** Se Hace una selección propia de actores y temas del Distrito con un énfasis en el Sector Gobierno, información que se clasifica y se analiza.
- c. **Clasificación:** Se selecciona la información registrada en los diversos medios virtuales y se suben al Sistema de información y Gestión para la Gobernabilidad – SIGOB, herramienta catalogada como aplicativo estratégico en el Sistema de Gestión de Calidad.
- d. **Análisis:** Documento necesario para brindar información a la Oficina Asesora de Comunicaciones y a la Dirección de Relaciones Políticas para la toma de decisiones. Este análisis se hace teniendo en cuenta la necesidad de verificación de hechos noticiosos y temas coyunturales en los que la entidad se ve involucrada y está obligada a reaccionar de forma inmediata. La Oficina Asesora de Comunicaciones suministra la información registrada en el SIMAT y la Dirección de Relaciones Políticas realiza su análisis.
- e. **Resumen de noticias:** selección y reseña de las noticias que se emiten en los medios a lo largo del día, indicando el medio que la genera.
- f. **Divulgación:** El monitoreo de medios se envía a la Oficina Asesora de Comunicaciones a través de correo electrónico con el fin de que se entere del tema noticioso que se está registrando diariamente. Igualmente, este monitoreo sirve como insumo del Sistema de Gestión de Calidad para los informes de Gestión que solicita la Oficina Asesora de Planeación

Actualización del SIMAT: este es un sistema que permite el registro, clasificación y análisis de la información difundida por los medios de comunicación sobre actores, temas y hechos significativos para el Gobierno Distrital, con el fin de tener una base de datos consolidada. [Sitio Online del SIMAT para monitoreo de noticias](http://sigob.segobdis.gov.co/simatweb/default.aspx) <http://sigob.segobdis.gov.co/simatweb/default.aspx>

Durante el proceso de actualización del SIMAT se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Hacer un resumen de la noticia que indique hecho, lugar (barrio y/o localidad) y tiempo; además de actores, instancias y temas referidos
- b. Realizar un escaneo o grabación (soporte): este procedimiento es realizado por la empresa monitorea

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera “Copia no Controlada”. La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- que contrate la entidad.
- c. Llenar la forma de monitoreo del SIMAT en el sitio web
 - d. Incluir en dicha forma los soportes

El/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones garantizará un equipo de trabajo o persona que se hace responsable de la actualización de la información en el SIMAT.

El detalle de la actualización del SIMAT, debe ser consultado en la Dirección de Tecnologías e Información.

La Secretaría Distrital de Gobierno desarrolla el monitoreo de medios con la herramienta del SIGOB mediante el trabajo de profesionales del área de comunicaciones. Esta labor tendrá mejores resultados cuando la Secretaría Distrital de Gobierno, cuente con una empresa monitorea contratada, que permita obtener los soportes de información con todos los requerimientos técnicos.

CAPÍTULO VI

INSTRUCCIONES PARA LA SOLICITUD DE CAMPAÑAS Y/O PIEZAS COMUNICATIVAS

Radicar Solicitud

Toda solicitud de campaña o piezas comunicativas debe ser realizada mediante el “Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones”, el cual puede ser enviado al correo comunicaciones.sdg@gobiernobogota.gov.co, previamente diligenciado y con el visto bueno del jefe de la dependencia solicitante.

Asignación de profesional para trámite del requerimiento

Una vez recibida la solicitud, el/la Jefe/a de la Oficina Asesora de Comunicaciones asignará a un/a profesional del área para atender el requerimiento de acuerdo a lo solicitado.


Nota aclaratoria para campañas comunicativas: Cuando se requiera el diseño de una campaña comunicativa que incluya comerciales de televisión, cuñas radiales y red de comunicación externa, la solicitud deberá hacerse con dos meses de anticipación, lo anterior teniendo en cuenta los tiempos del proceso creativo y de producción de cada formato en particular.

Proceso creativo

De acuerdo a la información registrada en el “Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones”, se diseña la imagen de la campaña o del evento y se presentan varias propuestas al solicitante para su aprobación. Etapa que puede tardar máximo 7 días hábiles.

Correcciones y generación de las piezas

Teniendo en cuenta la opción elegida se realizarán los cambios solicitados y se generarán la totalidad de las piezas comunicativas requeridas. Etapa que puede tardar máximo 6 días hábiles.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Preproducción

Una vez aprobadas las piezas finales, estas serán enviadas a producción a la Imprenta Nacional o Distrital según se requiera. Esta etapa puede durar 2 días.

Producción de piezas en la Imprenta Distrital

Se realiza la impresión de las piezas. Etapa que puede tardar máximo 6 días hábiles, dependiendo del tipo de pieza. Los tiempos que maneja la Imprenta Distrital para la producción de piezas comunicativas son los siguientes:

Tipo de piezas comunicativas	Tiempo de producción
Piezas impresas por una sola cara, sin plegar y sin barnizar	3 días hábiles
Piezas impresas por una cara barnizada	4 días hábiles
Piezas impresas por ambas caras, sin plegar y sin barnizar	4 días hábiles
Piezas impresas por ambas caras, plegadas	6 días hábiles
Piezas de hasta 48 páginas, con carátula, cosida al caballete	8 días hábiles
Piezas de 49 a 100 páginas, con carátula, cosida al caballete	10 días hábiles
Piezas de hasta 100 páginas con carátula, pegue hot melt	10 días hábiles
Piezas de más de 101 páginas, con carátula, pegue hot melt	15 días hábiles
Piezas tipo periódico, con alzado manual	10 días hábiles
Libretas numeradas	30 días hábiles

Distribución


Se procede a recoger el material en la Imprenta Distrital y se hace entrega a la dependencia solicitante para su distribución. Etapa que puede tardar máximo 2 días hábiles.

Fijado

En el caso de los afiches, pendones o backing se instalarán en los lugares requeridos. Etapa que puede tardar máximo 2 días hábiles.

Tiempo mínimo de divulgación de la pieza comunicativa (5 días calendario), previo a la realización del evento o actividad.

Nota: La producción de las piezas comunicativas se podrá realizar a través de la Imprenta Distrital u otro operador autorizado por la Secretaría Distrital de Gobierno, según sea el caso.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

CAPÍTULO VII


INSTRUCCIONES PARA LA PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

Para el desarrollo de estas instrucciones, se requiere un profesional que administre las redes sociales y formule estrategias digitales para la divulgación de la información institucional, denominado Social Media Manager.

LINEAMIENTOS BÁSICOS PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

A continuación, se establecen las instrucciones y recomendaciones para el buen uso de las redes sociales con el fin de potencializarlas como escenarios de comunicación, complementando los otros medios y favoreciendo la imagen institucional:

- En las cuentas institucionales se publicará únicamente información generada por la Entidad y/o relacionada con el Sector Gobierno y el Distrito, que sea de interés general y que esté alineada con las políticas de comunicación del Gobierno Distrital.
- Se publicará información oportuna y noticiosa, con mensajes cortos y concisos. Cuando sea necesario ampliar la información se incluirá un enlace a la página Web institucional.
- Generar contenidos de calidad, actuales y verídicos.
- Evitar la publicación de material incompleto.
- No publicar propaganda política, religiosa o referente a un grupo social en particular.
- No publicar ofertas laborales ajenas al Distrito, excepto aquellas aprobadas por Convenio.
- Los mensajes deben ser claros y con un lenguaje amable y respetuoso. Evitar el uso de metáforas. No usar palabras excluyentes, discriminatorias o que puedan herir susceptibilidades. Evitar mensajes negativos.
- Cuando sea posible ubicar geográficamente los territorios mencionados en el contenido, tales como localidad, UPZ o barrio, de acuerdo al contexto de la información.
- En el momento de utilizar URL para vincular enlaces a la información, se utilizará “reductor de URL” disponible.
- Las piezas gráficas que acompañan la difusión en redes de las campañas institucionales deben dar estricto cumplimiento al Manual de imagen institucional del Distrito. Cuando se requieren imágenes adicionales para reforzar el impacto de los mensajes publicados, deben contar con la aprobación de el/la jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Cuidar la calidad de gráficos, videos, imágenes y fotografías, entre otros.
- Mantener la privacidad de las personas mencionadas en las publicaciones.
- Respetar el derecho de autor y de propiedad intelectual. Dar crédito de las imágenes que se utilizan y en caso de generar imágenes propias, se sugiere utilizar una firma (nombre de la persona, nombre de cuenta con @, institución, o marca de agua).
- Cuidar la redacción, ortografía y puntuación.
- Cuidar la reputación de la entidad a través del manejo adecuado de la información.
- Identificar temas que requieran un manejo especial, dado que pueden generar controversia con algún grupo de la sociedad debido a que su temática trasgreda principios éticos, políticos, religiosos, entre otros, y considerar en su caso la pertinencia de su publicación.

 <p>ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno</p>	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- Verificar que la información no sea de carácter confidencial.
- No involucrar personajes o temas polémicos.
- Teniendo en cuenta los lineamientos de comunicaciones, por este medio no se realizará la publicación de los aspectos e impactos ambientales generados en la Entidad.

Actualmente la Secretaría Distrital de Gobierno cuenta con las siguientes redes sociales oficiales, que son administradas por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Twitter: www.twitter.com/@gobiernobta

Se contará con la cuenta del Secretario/a de Gobierno que se encuentre vinculada a la entidad.

Facebook: www.facebook.com/gobiernobta

YouTube: www.youtube.com/gobiernobta

Para generar los contenidos de redes sociales se tienen en cuenta las siguientes fuentes:

- Comunicados de prensa publicados en la página web.
- Ruedas de prensa y/o declaraciones del Secretario/a de Gobierno o vocero/a autorizado/a.
- Insumos entregados por las dependencias y aprobados por el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones para la difusión de información.
- Cubrimiento periodístico de eventos en cumplimiento de la misionalidad de la Entidad.
- Teniendo en cuenta que toda solicitud de trámite, información y consulta, es concebida como un Derecho de Petición, para el caso en que se reciban requerimientos (Quejas, reclamos, peticiones u otros) a través de las redes sociales, se le informará al usuario que debe radicar el requerimiento a través del Sistema Distrital de Quejas y Soluciones – SDQS, a través del Link : <http://bogota.gov.co/sdqs>, la línea 195 o hacer el trámite a través de los CDI dispuestos en los Cades de Suba, Américas y 26 , o en los puntos de Servicio de Atención a la Ciudadanía (SAC) de las 20 Alcaldías Locales y el Nivel Central.
- Los formatos para video sugeridos son: .MPEG4 y para imagen .JPG y .PNG.

NOTA: Las imágenes para las redes sociales, en ningún caso pueden ser descargadas de internet.


Twitter

- La información que se publica debe redactarse de manera precisa y clara sin alterar el idioma y evitando abreviaciones no aceptadas por la Real Academia Española.
- El uso del # (hashtag) debe ser acorde a la estrategia digital institucional y/o distrital, respondiendo a la necesidad de la publicación.
- En caso de utilizar siglas en un contenido, se debe generar una nueva publicación explicando su significado.

Facebook

- Ofrece tres tipos de cuentas: Perfil, de uso personal y Fan Pages, un servicio para organizaciones, empresas o marcas y grupos para causas o intereses comunes.

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- Las publicaciones en Facebook siempre deben contener algún complemento, preferentemente imágenes y en el caso del uso de textos puros, evitar también sobrepasar los 110 caracteres para que el texto no sea cortado automáticamente por la plataforma y se elimine la posibilidad de llamar la atención de los usuarios.

YouTube

- Todos los vídeos deben llevar un título y una leyenda que los describan, con la indicación de los nombres de las personas involucradas, lugar y fecha (día, mes, año).

NOTA: La entidad reconoce como únicas cuentas oficiales en las redes a:

- La cuenta de la Secretaría de Gobierno.
- La cuenta del Secretario/a de Gobierno que se encuentre vinculada a la entidad.
- **Twitter:** [@GobiernoBTA](http://www.twitter.com/gobiernoaldia)
- **Facebook:** www.facebook.com/GobiernoBTA
- **YouTube:** www.youtube.com/gobiernobta

De acuerdo con lo anterior, No deben existir cuentas alternas a las anteriormente descritas.

PUBLICACIÓN POR SOLICITUDES


Todas las dependencias del nivel central podrán realizar solicitudes de publicación de información en las redes sociales institucionales.

ETAPA DE RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN A PUBLICAR

Toda solicitud de publicación en redes sociales se realizará mediante el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones. Las solicitudes podrán ser recibidas a través del correo electrónico con el formato debidamente diligenciado y visto bueno del jefe de la dependencia solicitante.

USO DE CONTRASEÑAS

- Toda cuenta se debe asociar a una contraseña robusta para evitar que sea vulnerada. Debe incluir letras mayúsculas y minúsculas, números, signos de puntuación (puntos, comas, paréntesis y caracteres especiales)
- Se recomienda cambiar la contraseña periódicamente para mantener un mecanismo donde sólo el personal autorizado tenga acceso a ella.
- El profesional asignado para la administración de las redes sociales deberá informar los cambios de contraseña al Jefe (a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Se debe modificar la contraseña cada vez que se realicen cambios en el personal involucrado en el manejo de las redes sociales.
- Si se accede frecuentemente a las cuentas desde algún dispositivo móvil, es importante colocar un

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- patrón de desbloqueo seguro de acceso al dispositivo.
- Si el dispositivo o equipo de cómputo con el que usualmente se accede a las cuentas de redes sociales se va a cambiar o transferir a personal distinto, es importante borrar el caché y contraseñas almacenadas en los navegadores.
- Tener un control de las herramientas y aplicaciones que se utilizan (nombres de usuario y contraseñas). Desinstalar y eliminar las herramientas y aplicaciones que ya no se utilicen.


APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS:

Una vez revisados y corregidos los contenidos que hacen parte de las estrategias digitales (guía de trinos, imágenes, guiones de video, entre otros), se envían a el/la Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones para su aprobación, quien enviará el documento aprobado al Social Media Manager o Administrador de contenidos de redes sociales, para su publicación.

CAPÍTULO VIII

INSTRUCCIONES PARA LA REALIZACIÓN DE CUBRIMIENTOS PERIODÍSTICOS

- El profesional designado para realizar el cubrimiento del evento recibe la notificación de parte del Jefe/a de la Oficina Asesora de Comunicaciones, o del responsable del equipo de Comunicaciones y Prensa Local, realiza la cobertura y la registra en el formato de cubrimiento periodístico.
- Elabora la nota informativa y la envía para su validación y posterior publicación al Jefe/a de la Oficina Asesora de Comunicaciones o responsable del equipo de Comunicaciones y Prensa Local.
- El profesional responsable del proceso fotográfico baja al computador las fotografías tomadas en cada uno de los eventos, las edita, crea una carpeta codificada y las almacena etiquetadas por mes, año y nombre del evento y elabora al finalizar cada año un Back Up de las fotografías. Entrega el archivo de las mismas al finalizar el año al profesional encargado de coordinar el archivo de la dependencia.
- La nota es publicada de acuerdo al canal o canales institucionales elegidos por el/la Jefe (a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- Si el evento lo amerita se dispondrá de un camarógrafo para que realice la respectiva nota audiovisual y sea publicada en los medios internos o externos dependiendo del tipo de información.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

INSTRUCCIONES PARA LAS ALCALDÍAS LOCALES

Para el caso de las Alcaldías Locales aplican las siguientes instrucciones del Nivel Central:

Capítulo I: Instrucciones para la Realización de Eventos

Capítulo II: Instrucciones para la Administración de Contenidos en página web

Capítulo III: Instrucciones para la Realización de Campañas Institucionales

Capítulo VIII: Instrucciones para la Realización de Cubrimientos Periodísticos

CAPÍTULO IX

REALIZACIÓN DE DECLARACIONES A MEDIOS Y RUEDAS DE PRENSA LOCAL

Las declaraciones a medios y ruedas de prensa serán concertadas entre el Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales y los Alcaldes/as Locales.

a. Recopilación de información

El Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales recopilará la información suministrada por los responsables de las diferentes áreas para las declaraciones a medios y ruedas de prensa, detallando expresamente los puntos principales sobre los cuales se debe hacer énfasis en las declaraciones a los medios.

En los casos que se requiera, se proveerá material de apoyo a los medios para la realización de las mismas.

b. Definir la Agenda

Defina la fecha, el lugar y la hora, en que se realizarán las declaraciones a medios y ruedas de prensa, de acuerdo con la agenda del Alcalde/sa y/o de los directivos que asistirán.


Nota: Si se requiere la presencia del Alcalde Mayor, el Secretario (a) de Gobierno u otros directivos del Distrito, el Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales verificará previamente la agenda de la Alcaldía Mayor y la de otras entidades para que no exista cruce de agendas que resten importancia a las ruedas de prensa o que impidan que los periodistas acudan.

c. Realizar visita previa

El Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales realizará una avanzada para identificar el lugar donde se llevará a cabo la rueda de prensa y/o declaración, además verificará si cuenta con los elementos necesarios de acuerdo con el tema a tratar.

d. Elaborar documento de apoyo

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

El Equipo de Prensa y Comunicaciones de las Alcaldías Locales elaborará un documento de apoyo para el Alcalde/sa o vocero/a de la entidad, con información detallada del tema a tratar, con estadísticas y datos oficiales debidamente verificados con los profesionales de las diferentes áreas de las alcaldías.

e. Convocar medios de comunicación

El Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales convocará a los medios de comunicación para que asistan a la rueda de prensa o declaraciones a medios.

f. Desarrollo de las declaraciones a medios

- El Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales coordinará con el medio, el Alcalde/sa Local y/o voceros autorizados, el desarrollo de la misma.
- La persona encargada de las redes sociales deberá publicar la información en tiempo real sobre las declaraciones que entreguen los funcionarios.


g. Desarrollo de la rueda de prensa

- El Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales actuará como moderador de la rueda de prensa.
- El moderador deberá recibir a los periodistas.
- La persona designada para la logística se encargará de coordinar el lugar, el sonido y demás elementos para la realización de la misma.
- Presentar a los funcionarios encargados de entregar la información a los periodistas.
- La Persona designada como moderador organizará a los periodistas para que intervengan en orden durante la rueda de prensa.
- Intervención del funcionario o los funcionarios que darán las declaraciones a los periodistas, la noticia o los anuncios institucionales.
- La persona encargada de las redes sociales deberá publicar la información en tiempo real sobre las declaraciones que entreguen los funcionarios.
- El moderador de la rueda de prensa realizará el cierre de la misma.

Nota: en el caso en que la rueda de prensa sea presidida por el Alcalde/sa Mayor, el Secretario/a de Gobierno u otros directivos del Distrito, actuará como moderador el equipo de comunicaciones de dicha entidad.

h. Redactar comunicado o boletín de prensa y enviar a medios

El Equipo Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales asignado para cubrir las declaraciones a medios o las ruedas de prensa, redactará un comunicado o boletín de prensa, si lo requiere, sobre el tema tratado por los funcionarios y lo enviará a los medios para su divulgación.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

CAPÍTULO X

MONITOREO DE MEDIOS LOCAL


El monitoreo de medios es una acción que se realiza con el fin de conocer qué información está divulgando los medios de comunicación que involucre a las Alcaldías Locales y el impacto que ellas tienen en la percepción de la ciudadanía y en los medios masivos de comunicación.

El monitoreo de medios se realiza a través de las siguientes etapas:

- A. **Seguimiento:** Diariamente se realiza una revisión mediática para identificar las noticias referentes a las Alcaldías Locales, con la ayuda de las alertas de Google, Revisión de Prensa (Según sea el caso) y el Free Press realizado por el responsable de Comunicaciones y Prensa Local.
 - B. **Recopilación:** El profesional responsable de Comunicaciones y Prensa Local hace una selección propia de las noticias producto de las acciones de la Alcaldía Local a su cargo para ser analizadas y clasificadas.
 - C. **Clasificación:** Se distribuyen las noticias según temáticas, fecha, importancia, pertinencia e impacto.
 - D. **Análisis:** El profesional responsable de Comunicaciones y Prensa elabora un documento de análisis del monitoreo de medios realizado, necesario para brindar información y asesoría a los Alcaldes (sas) Locales para el mejoramiento de la imagen institucional. Según sea el caso, el informe de análisis de Monitoreo de Medios se realiza según la necesidad y los temas coyunturales en los que las Alcaldías Locales se ven involucradas y están obligadas a reaccionar de forma inmediata frente a los medios de comunicación.
- NOTA:** Es de resaltar que el Monitoreo de Medios en las Alcaldías Locales puede ser enviado a la Oficina Asesora de Comunicaciones del Nivel Central, según la necesidad de la Alcaldía Local, para que sea registrado en la plataforma del SIMAT (Sistema de Monitoreo de Actores y Temas), perteneciente al SIGOB (Sistema de Información de Gobierno).
- E. **Resumen de noticias:** Recuento de las principales noticias que han emitido los medios en las últimas horas sobre temas de interés para las Alcaldías Locales, haciendo un pequeño resumen de cada noticia e indicando los medios emisores.
 - F. **Divulgación:** El resumen de noticias del monitoreo de medios se realiza con el fin de brindar un panorama noticioso de manera quincenal al Alcalde Local, por lo tanto, el Equipo de Comunicaciones y Prensa envía dicha información al Mandatario Local vía correo electrónico, con el fin de que esté enterado de primera mano sobre las noticias generadas. A su vez de manera trimestral se entregará un informe de análisis de monitoreo, con las recomendaciones frente a los tratamientos de los diferentes temas que permitan mejorar la imagen institucional.

Actualización del SIMAT:

Este es un sistema que permite el registro, clasificación y análisis de la información difundida por los medios de comunicación sobre actores, temas y hechos significativos tanto para el nivel central de la entidad como para Las Alcaldías Locales, con el fin de tener una base de datos consolidada.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

El proceso de actualización del SIMAT es realizado por el Proyecto de Comunicaciones del Nivel Central y se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a. Hacer un resumen de la noticia que indique: Hecho, lugar (barrio y/o localidad) y tiempo; además de actores, instancias y temas referidos.
- b. Realizar un escaneo o grabación (soporte).
- c. Llenar la forma de monitoreo del SIMAT en el sitio web.
- d. Incluir en dicha forma los soportes.

El equipo de personas que lleva a cabo la clasificación de noticias toma como materia prima el monitoreo previamente realizado. La clasificación es la labor de etiquetar la noticia para que pueda ser fácilmente buscada dentro del sistema. Dentro de los espacios de clasificación que deben ser llenados están: actores, instancias y temas referidos en la noticia, clasificadores generales y calificación de la nota. La calificación es particularmente importante porque permite hacer valoraciones, particulares y generales, acerca de la forma en que los medios están mostrando un tema, un actor o una instancia en un momento dado.

La persona o personas encargadas de hacer la clasificación, también deben hacer un control de calidad constante a la forma en cómo se está llevando a cabo el monitoreo de noticias teniendo en cuenta: ortografía, redacción, correcto llenado de los espacios indicados en el formato de monitoreo del SIMAT y calidad de los archivos anexos.

El Jefe (a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones garantizarán siempre un grupo de trabajo o persona que se hace responsable de la actualización de la información en el SIMAT.


NOTA: En el caso en que las alcaldías locales deseen registrar el monitoreo de sus noticias en la plataforma del SIMAT, deberán manifestarlo mediante solicitud vía correo electrónico al Jefe (a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones y al profesional o contratista responsable de esta labor para hacer el envío respectivo de dicha información y sus soportes correspondientes (Prensa, audio y video).

Monitoreo Contratado:

Cuando las Alcaldías Locales cuenten con una empresa monitorea contratada para la realización de la labor de monitoreo de noticias de medios impresos, radio, televisión, Internet y redes sociales, esta información servirá de insumo para la recopilación, clasificación, análisis, actualización del SIMAT y deberá ser enviada a la Oficina Asesora de Comunicaciones para su registro correspondiente.

Solicitud de informes de monitoreo:

Funcionarios de las Alcaldías Locales pueden solicitar el resumen de Monitoreo de Noticias quincenal al correo del Equipo de Comunicaciones y Prensa Local. El suministro de la información será realizado por la persona que elabora el monitoreo, quien podrá entregarla en medio físico o digital.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

CAPÍTULO XI

SOLICITUD DE CAMPAÑAS Y/O PIEZAS COMUNICATIVAS LOCALES

A. Diligenciar Formato. Toda solicitud de campaña o pieza comunicativa deberá ser registrada en el formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones y tener el visto bueno del jefe (a) inmediato de la dependencia solicitante, podrá ser enviada al correo del equipo de Comunicaciones y Prensa Local, previo diligenciamiento.

B. Radicar Solicitud. Una vez realizada la solicitud, la persona solicitante podrá acercarse al profesional responsable de comunicaciones a radicar su solicitud, para iniciar el trámite. El requerimiento será remitido por el profesional responsable del Equipo de Comunicaciones y Prensa Local al diseñador o profesional gráfico que atenderá dicha solicitud.

Nota aclaratoria para campañas comunicativas: En los casos en que sea solicitada una campaña comunicativa que incluya comerciales de televisión, cuñas radiales y red de comunicación externa, el Equipo de Comunicaciones y Prensa Local podrá solicitar apoyo a la Oficina Asesora de Comunicaciones del nivel central, según su necesidad. El tiempo promedio del proceso creativo de este tipo de campañas es de mínimo un mes.

C. Proceso creativo. De acuerdo a la información registrada en el formato solicitud del servicio, se diseña la imagen de la campaña o del evento y se presenta la propuesta al solicitante para su aprobación. Etapa que puede tardar entre 3 y 8 días hábiles, dependiendo del tráfico de requerimientos y manteniendo el orden de llegada de la solicitud.


D. Revisión por parte del solicitante. La dependencia solicitante tendrá un plazo máximo de un día para revisar la propuesta presentada por el Equipo de Comunicaciones y Prensa local y solicitar cambios. El diseñador registrará en el formato de solicitud la fecha de las correcciones, si las hubiere.

E. Correcciones y generación de las piezas. Se realizarán los cambios solicitados y se generarán la totalidad de las piezas comunicativas requeridas. Etapa que puede tardar entre 3 y 8 días hábiles, dependiendo del tráfico de requerimientos y manteniendo el orden de llegada de la solicitud.

F. Reproducción. Una vez aprobadas las piezas finales estas serán enviadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones del Nivel Central para la revisión en relación al cumplimiento del Manual de Imagen Institucional del Distrito y para la expedición del código de aprobación, etapa que dura dos (2) días hábiles.

Nota: En caso de requerir producción con Imprenta Distrital se ingresará la pieza al Sistema IDEL (Imprenta Distrital en Línea). En este momento se verificará que los archivos digitales cumplan con los requerimientos técnicos necesarios. Etapa que puede tardar máximo 2 días hábiles.

Para el caso en que no sea posible la producción con la Imprenta Distrital, la Alcaldía Local analizará con que operador se producirán las piezas comunicativas. En otros casos, el Fondo de Desarrollo Local destina presupuesto en cada uno de los proyectos que requieren diseño e impresión de piezas gráficas para la divulgación de campañas o eventos, las cuales son generadas por el operador contratado en cada Alcaldía Local. En este caso, el tiempo de la producción e impresión de las piezas es de 3 a 5 días hábiles.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Nota: Para aquellas publicaciones que no estén ligadas a un proyecto específico, cabe la posibilidad de usar los recursos destinados al rubro de Impresos y Publicaciones, según lo haya destinado cada Alcaldía Local.

G. Producción de piezas en la Imprenta Distrital. Se realiza la impresión de las piezas. Etapa que puede tardar máximo 6 días hábiles, dependiendo del tipo de pieza y de la cantidad de servicios en trámite que tenga la Imprenta Distrital.

Nota: Para realizar la producción con Imprenta Distrital, las Alcaldías Locales deben contar con un contrato de suministro de insumos, de acuerdo a los requerimientos que determine esta entidad en el proceso de cuantificación.


Los tiempos que maneja la Imprenta Distrital para la producción de piezas comunicativas son los siguientes:

Tipo de piezas comunicativas	Tiempo de producción
Piezas impresas por una sola cara, sin plegar y sin barnizar	3 días hábiles
Piezas impresas por una cara barnizada	4 días hábiles
Piezas impresas por ambas caras, sin plegar y sin barnizar	4 días hábiles
Tipo de piezas comunicativas	Tiempo de producción
Piezas impresas por ambas caras, plegadas	6 días hábiles
Piezas de hasta 48 páginas, con carátula, cosida al caballete	8 días hábiles
Piezas de 49 a 100 páginas, con carátula, cosida al caballete	10 días hábiles
Piezas de hasta 100 páginas con carátula, pegue hot melt	10 días hábiles
Piezas de más de 101 páginas, con carátula, pegue hot melt	15 días hábiles
Piezas tipo periódico, con alzado manual	10 días hábiles
Libretas numeradas	30 días hábiles

H. Distribución. Se procede a recoger el material en la Imprenta Distrital u operador autorizado, según sea el caso, y se hace entrega de la campaña y/o piezas generadas a la dependencia solicitante, Etapa que puede tardar máximo 2 días hábiles.

I. Fijado: En el caso de los afiches, pendones o backing. El fijado será realizado por la dependencia solicitante. El Equipo de Comunicaciones y Prensa Local se encargará de publicitar únicamente un afiche en la cartelera física institucional de acuerdo con la disponibilidad de la misma y en los canales digitales disponibles.

El tiempo mínimo de divulgación de la pieza comunicativa en cartelera física institucional será (3 días

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

calendario), previo a la realización del evento o actividad.

CAPÍTULO XII

PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES INSTITUCIONALES LOCALES

Teniendo en cuenta las dinámicas de comunicación que se han generado gracias al uso de nuevas tecnologías, es necesario reconocer las redes sociales como canales de comunicación entre la Secretaría Distrital de Gobierno, Alcaldías Locales y la ciudadanía, regular su uso y establecer normas de publicación de contenidos, ya que, aunque se trata de medios no convencionales, representan la voz oficial de la entidad y contribuyen a la reputación de la misma.

Para tal efecto, estas instrucciones aplican al Equipo de Comunicaciones y Prensa de las Alcaldías Locales. Para el desarrollo se requiere de una persona responsable de administrar las redes sociales y crear estrategias digitales para la divulgación de la información institucional, que se denomina Social Media Manager.


A. Lineamientos básicos para la generación de contenidos en redes sociales institucionales:

A continuación, se establecen las instrucciones y recomendaciones para el buen uso de las redes sociales y para potencializarlas como escenarios de comunicación que complementen los otros medios y que favorezcan la imagen institucional:

- En las cuentas institucionales de las Alcaldías se publicará únicamente información relacionada con el Sector Gobierno, la Alcaldía Local y el Distrito, que sea de interés general y que esté alineada con las políticas de comunicación de la Alcaldía Mayor.
- Se publicará información oportuna y noticiosa, con mensajes cortos y concisos. Cuando sea necesario ampliar la información se incluirá un enlace a la página web institucional.
- Generar contenidos de calidad, actuales y verídicos.
- Publicar el material completo (Fotos, videos, enlaces, documentos y demás).
- No publicar propaganda política, religiosa o referente a un grupo social en particular.
- Publicar las ofertas laborales del Distrito. El Alcalde/sa Local aprobará la publicación de ofertas particulares.
- Los mensajes deben ser claros y con un lenguaje amable y respetuoso. No usar palabras excluyentes, discriminatorias o que puedan herir susceptibilidades. Evitar mensajes negativos.
- Cuando sea posible ubicar geográficamente los territorios mencionados en el contenido, tales como localidad, upz o barrio, de acuerdo al contexto de la información.

En el momento de utilizar URL para vincular enlaces a la información, se utilizará “reductor de URL” disponible.

- Las piezas gráficas que acompañan la difusión en redes de las campañas institucionales deben dar cumplimiento al Manual de Imagen Institucional del Distrito, el cual se puede consultar en la Secretaría General de la Alcaldía Mayor.


 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- Cuando se requieran imágenes adicionales para reforzar el impacto de los mensajes publicados, deben contar con la aprobación del Alcalde/sa Local y/o profesional de comunicaciones local. Cuidar la calidad de gráficos, videos, imágenes y fotografías, entre otros.
- Mantener la privacidad de las personas mencionadas en las publicaciones.
- Respetar el derecho de autor y de propiedad intelectual. Dar crédito de las imágenes que se utilizan y, en caso de generar imágenes propias, se sugiere utilizar una firma (nombre de la persona, nombre de cuenta con @, institución, o marca de agua).
- Usar lenguaje sencillo, reducir el uso de metáforas y lenguaje complicado.
- Cuidar la redacción, ortografía y puntuación.
- Cuidar la reputación de la entidad a través del manejo adecuado de la información.
- Identificar temas que requiera un manejo especial, dado que pueda generar controversia con algún grupo de la sociedad debido a que su temática transgrede principios éticos, políticos, religiosos, entre otros, y considerar en su caso la pertinencia de su publicación.
- Verificar que la información no sea de carácter confidencial.
- No involucrar a personajes o temas polémicos.
- Teniendo en cuenta los lineamientos de comunicaciones, por este medio no se realizará la publicación de los aspectos e impactos ambientales generados en la Entidad.

Actualmente las Alcaldías Locales cuentan con las siguientes redes sociales oficiales, que son administradas por el Equipo de Comunicaciones y Prensa Local:

ALCALDÍA LOCAL	URL TWITTER	@ Twitter	URL FACEBOOK
Antonio Nariño	https://twitter.com/ALantonianarino	@Alantonianarino	https://www.facebook.com/AlcaldiaLocalAntonioNarino
Barrios Unidos	https://twitter.com/AlcaldiaBunidos	@AlcaldiaBunidos	https://www.facebook.com/AlcaldiaBarriosUnidos
Bosa	https://twitter.com/AlcaldiadeBosa	@AlcaldiaBosa	https://www.facebook.com/alcaldiabosa
Chapinero	https://twitter.com/AlcaldChapinero	@AlcaldChapinero	https://www.facebook.com/AlcaldiaLocaldeChapinero
Ciudad Bolívar	https://twitter.com/ALCBolivar	@ALCBolivar	https://www.facebook.com/AlcaldiaCiudadBolivar
Engativá	https://twitter.com/Engativacaldia	@Engativacaldia	https://www.facebook.com/www.engativa.gov.co
Fontibón	https://twitter.com/fontibonaldia	@Fontibonaldia	https://www.facebook.com/FontibonAlDia
Kennedy	https://twitter.com/Alcaldiakennedy	@Alcaldiakennedy	https://www.facebook.com/alcaldia.kennedy
La Candelaria	https://twitter.com/Alcandelaria_	@Alcandelaria	https://www.facebook.com/alcaldia.lacandelaria
Los Mártires	https://twitter.com/Alca_Martires	@Alca_Martires	https://www.facebook.com/AlcaldiaLocalDeLosMartires
Puente Aranda	https://twitter.com/Localidad16	@Localidad16	https://www.facebook.com/alcaldialocal.puentearanda
Rafael Uribe Uribe	https://twitter.com/rafaeluribe	@rafaeluribe	https://www.facebook.com/localidad.rafaeluribeuribe
San Cristóbal	https://twitter.com/LocSanCristobal	@LocSanCristobal	https://www.facebook.com/localidadde.sancristobal?fref=ts
Santa Fe	https://twitter.com/AlcaldiaSantaFe	@AlcaldiaSantaFe	https://www.facebook.com/alcaldialocalsantafe
Suba	https://twitter.com/ALCALDIASUBA11	@ALCALDIASUBA11	https://www.facebook.com/alcaldialocalsuba
Sumapaz	https://twitter.com/asumapaz	@asumapaz	https://www.facebook.com/AlcaldiaLocalDeSumapaz

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Teusaquillo	https://twitter.com/teusaquillo13	@teusaquillo13	https://www.facebook.com/pages/Alcaldia-Local-de-Teusaquillo/386569698134386?fref=ts
Tunjuelito	https://twitter.com/ALCtunjuelito	@ALCtunjuelito	https://www.facebook.com/www.tunjuelito.gov.co
Usaquén	https://twitter.com/alcaldiausaquen	@alcaldiausaquen	https://www.facebook.com/AlcaldiadeUsaquen
Usme	https://twitter.com/UsmeAlcaldia	@UsmeAlcaldia	https://www.facebook.com/alcaldialocalde.usme

Para generar los contenidos de redes sociales se tienen en cuenta las siguientes fuentes:

- Comunicados de prensa publicados en la página web.
- Ruedas de prensa, eventos y/o declaraciones del Alcalde/sa Local o vocero/a autorizado/a.
- Insumos entregados por las dependencias y aprobados por el grupo de prensa y comunicaciones local, para la difusión de información.
- Cubrimiento periodístico de eventos en cumplimiento de la misionalidad de las Alcaldías Locales.

Nota 1: Teniendo en cuenta que toda solicitud de trámite, solicitud de información, consulta, es concebida como un Derecho de Petición, para el caso que se reciban requerimientos (quejas, reclamos, peticiones u otros) a través de las redes sociales, se debe indicar al usuario que puede radicar el requerimiento a través del Sistema Distrital de Quejas y Soluciones – SDQS, a través del Link : <http://bogota.gov.co/sdqs>, de la línea 195 o hacer el trámite a través de los CDI dispuestos en los Cades de Suba, Américas y 26, o en las puntos SAC de todas las Alcaldías y Nivel Central.

Twitter:

- La información que se publica debe redactarse de manera precisa y clara sin alterar el idioma y evitando abreviaciones no aceptadas por la Real Academia Española.
- El uso del # (hashtag) debe ser acorde a la estrategia digital institucional y/o distrital, respondiendo a la necesidad de la publicación.
- En caso de utilizar siglas en un contenido, se debe generar una nueva publicación explicando su significado.


Facebook:

- Ofrece tres tipos de cuentas: Perfil, de uso personal y Fan pages, un servicio para organizaciones, empresas o marcas, y grupos, para causas o intereses comunes.
- Las publicaciones en Facebook siempre deben contener algún complemento, preferentemente imágenes y, en el caso del uso de textos puros, evitar también sobrepasar los 110 caracteres para que el texto no sea cortado automáticamente por la plataforma y se elimine la posibilidad de llamar la atención de los usuarios.

Youtube:

- La información publicada deberá estar validada por el Alcalde/sa Local y/o el profesional de comunicaciones.
- Todos los vídeos deben llevar un título y una leyenda que los describan, con la indicación de los nombres de las personas involucradas, lugar y fecha (día, mes, año).

Nota 2: El equipo de Comunicaciones y Prensa Local, es el único autorizado para administrar las cuentas oficiales de las redes sociales en las Alcaldías Locales. La cuenta del Alcalde/sa Local puede ser administrada por la persona que él o ella designe para el tema.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

Se recomienda al equipo de Comunicaciones y Prensa Local, el uso de buenas prácticas en las redes sociales, teniendo en cuenta que todo lo que se publique puede ser entendido por los usuarios como mensaje institucional.

Nota 3: Salvaguardar la memoria institucional de las redes sociales, teniendo en cuenta que tienen un término de permanencia de la información y que los mensajes se mantendrán de acuerdo a los términos de permanencia según las políticas de cada red social.

Nota 4: Realizar la entrega correspondiente de usuarios y contraseñas de las redes sociales institucionales cuando haya cambio de personal. (Ver formato: Formato entrega usuarios y contraseñas para cuentas oficiales de correos y redes sociales institucionales- CES-F005).

B. Publicación por solicitudes

Las diferentes dependencias de las Alcaldías Locales podrán solicitar al Equipo de Comunicaciones y Prensa Local, la publicación de información en redes sociales, mediante el previo visto bueno del jefe inmediato.

Etapas de recepción de la información a publicar: toda solicitud de publicación en redes sociales se realizará mediante el Formato de Solicitud de Servicios de Comunicaciones. Las solicitudes podrán ser enviadas al correo electrónico oficial del Equipo de Comunicaciones y Prensa local con el formato debidamente diligenciado y visto bueno del jefe de la dependencia solicitante.

1.1 Características del Contenido a Publicar: La escritura en un medio como internet debe considerar las características de lectura, redacción, tiempo, entre otras, como una forma de normalizar la edición.

Para la recepción de la información los contenidos deben cumplir con los lineamientos descritos a continuación:

- Amigable al lector.
- corto, concreto, claro y simplificado.
- Vigente, relevante, veraz y confiable.
- No ser ofensivo ni discriminatorio.
- Mantener la privacidad de las personas mencionadas en las publicaciones.
- Respetar el derecho de autor y de propiedad intelectual.
- Usar lenguaje sencillo, reducir el uso de metáforas y lenguaje complicado.
- Cuidar la redacción, ortografía y puntuación.


1.2 Archivos de texto: Los textos se añadirán a través de URL.

1.3 Multimedia (videos, imágenes):

a. Videos: Los videos se publicarán en youtube y a través de la URL se replicarán en Facebook y Twitter.

Los formatos que deben tener los videos son:

.MOV. .MPEGPS
.MPEG4 .FLV

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

.AVI .3GPP
.WMV . WebM

b. Imágenes: Los formatos admitidos son: .jpg o .png.


- Twitter
Avatar o foto de perfil: 400 x 400px
Fondo: 2048 x 1600px
Encabezado: 1500 x 500px. Tamaño máximo 3MB
- Facebook:
Avatar o foto de perfil: 160x160px
Header ó cabecera: 851x315px
Imagen de publicaciones: Máximo ancho 504px. Resolución recomendada 1.200 x 1.200 px
- Youtube
Avatar: 1600 x 1600px.
Fondo: 1500 x 2000px.
Imagen de portada: 2560 x 1440px. Tamaño máximo del archivo: 2 MB.

Nota 5: Las imágenes, en ningún caso, pueden ser descargadas de internet.

C. Características del Social Media Manager

En consideración de que las redes sociales institucionales son canales oficiales de la entidad es de vital importancia que el administrador cuente con las siguientes características:

- Velar por la veracidad de la información que se publique, pues al ser una cuenta institucional, representa la voz oficial de la entidad y no debe mezclarse con opiniones personales.
- Tener especial cuidado con la publicación de contenido de terceros y no incurrir en violaciones a los derechos de autor, citar la fuente utilizada y dar crédito al material que utilice.
- Respetar las opiniones de quienes interactúan alrededor de la información que se publica, a las críticas y comentarios negativos debe dárseles un trato cordial y respetuoso, sin atentar contra la integridad de los usuarios.
- Monitorear y moderar de manera permanente las discusiones que se generen en las redes.
- Conocimiento de los objetivos, servicios, misión, visión y valores de la SDG.
- Conocimientos en el manejo de herramientas de gestión y monitoreo para generar reportes periódicos que apoyen a la mejora continua de la presencia digital.
- Considerar que la postura oficial de cada Alcaldía Local, debe partir del vocero oficial de la misma y que los temas que se aborden deberán tratarse desde una perspectiva institucional y no con carácter personal o privado.
- Escalar al responsable del Equipo de Prensa y Comunicación Local, las situaciones especiales que puedan considerarse como riesgo, amenaza o daño de la imagen institucional.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

- Ante cualquier duda sin resolver, abstenerse de publicar.

D. Uso de contraseñas para las redes sociales

- Toda cuenta se debe asociar a una contraseña robusta para evitar que sea vulnerada. Debe incluir letras mayúsculas y minúsculas, números, signos de puntuación (puntos, comas, paréntesis y caracteres especiales).
- Se recomienda cambiar la contraseña periódicamente para mantener un mecanismo donde sólo el personal autorizado tenga acceso a ella e informar el cambio al responsable del Equipo de Prensa y Comunicaciones Local.
- Modificar la contraseña cada vez que se realicen cambios en el personal involucrado en el manejo de las redes sociales.
- Si se accede frecuentemente a las cuentas desde algún dispositivo móvil, es importante colocar un patrón de desbloqueo seguro de acceso al dispositivo.
- Si el dispositivo o equipo de cómputo con el que usualmente se accede a las cuentas de redes sociales se va a cambiar o transferir a personal distinto, es importante borrar el caché y contraseñas almacenadas en los navegadores.
- Tener un control de las herramientas y aplicaciones que se utilizan (nombres de usuario y contraseñas). Desinstalar y eliminar las herramientas y aplicaciones que ya no se utilicen.

E. Aprobación y publicación de contenidos

Una vez revisados y corregidos los contenidos que hacen parte de las estrategias digitales (guía de trinos, imágenes, guiones de video, entre otros), se envían al responsable del Equipo de Prensa y Comunicación Local, quien enviará el documento al Alcalde/sa Local para su visto bueno. Una vez aprobado el documento se envía al administrador de las redes sociales para su publicación.

Capítulo XIII


PUBLICACIÓN EN EL PERIÓDICO LOCAL

El periódico local tiene como propósito informar a la comunidad sobre las distintas políticas, programas, proyectos y actividades que adelanta la Alcaldía Local, para el cumplimiento de su misión.

A. Para producir el periódico local se requiere:

- ✓ Que cada Alcaldía Local destine un rubro presupuestal para financiar el medio durante la vigencia en que se requiera publicar.
- ✓ Contratar un operador que apoye la producción e impresión del periódico.
- ✓ Definir que el supervisor del contrato sea el profesional responsable del equipo de Comunicaciones y Prensa Local.
- ✓ Crear un comité editorial y de redacción entre el equipo Comunicaciones y Prensa y el operador.

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA D.C. Secretaria de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017


- ✓ Precisar los tiempos de producción, impresión y publicación del periódico.
- ✓ Puntualizar los tiempos para las correcciones y ajustes que se requieran.
- ✓ Generar una reunión para la aprobación de la producción del periódico liderada por el Alcalde Local, el responsable del equipo de Comunicaciones y Prensa y/o supervisor del contrato y el operador.
- ✓ Agendar cronograma de distribución del periódico local con previo acuerdo entre el operador y el Equipo de Comunicaciones y Prensa Local.
- ✓ La distribución del periódico local estará a cargo del operador contratado.

B. Apoyo del equipo de Comunicaciones y Prensa Local en la producción:

El equipo de Comunicaciones y Prensa local brindará apoyo y hará seguimiento a la producción del periódico local, de acuerdo a los siguientes lineamientos:

- ❖ Realizar la supervisión al operador contratado.
- ❖ Liderar la creación del comité editorial y de redacción entre el equipo de Comunicaciones y Prensa y el operador.
- ❖ Verificar los textos y el material recopilado que serán publicados en el medio.
- ❖ Garantizar la reunión de aprobación de la producción del periódico.

Agendar cronograma de distribución del periódico local mediante acuerdo con el operador.

 ALCALDIA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. Secretaría de Gobierno	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Código: CES-IN002
	Instrucciones para Comunicaciones Estratégicas Externas	Versión: 01
		Vigencia desde: 30 de noviembre de 2017

3. DOCUMENTOS RELACIONADOS<

3.1 Documentos internos

CÓDIGO SIG	NOMBRE DOCUMENTO
CES-F001	Formato solicitud servicios de comunicaciones
CES-F002	Formato de necesidades de comunicación
CES-F003	Formato cubrimiento periodístico
CES-F004	Formato para control de publicación en pantallas digitales de las alcaldías locales
CES-F005	Formato entrega usuarios y contraseñas para cuentas oficiales de correos y redes sociales institucionales

3.2 Normatividad vigente

NORMA	AÑO	EPÍGRAFE	ARTÍCULO(S)
Ley 87	1993	"Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones"	
Ley 1712	2014	Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional	Título II y V (Artículo 32)
Decreto 208	2016	"Por medio del cual se adopta el Manual de Imagen Institucional de la Administración Distrital y el eslogan o lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., para el período 2016-2019"	
Decreto 1499	2017	Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015	

3.3. Documentos externos

NOMBRE	FECHA DE PUBLICACIÓN O VERSIÓN	ENTIDAD QUE LO EMITE	MEDIO DE CONSULTA
N/A	N/A	N/A	N/A

Nota: Si este documento se encuentra impreso, se considera "Copia no Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la intranet de la Secretaría Distrital de Gobierno.