



LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

*Un camino para impulsar el
orgullo y la confianza en
Bogotá.*



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



JUSTIFICACIÓN

Desde el sector Cultura, Recreación y Deporte contribuimos al legado de la Administración Distrital que pretende aumentar los indicadores de orgullo y confianza en la ciudad, trabajando por el reconocimiento, respeto, diálogo y unión a partir de la diversidad que converge y constituye la esencia de Bogotá.

En Bogotá

LA DIVERSIDAD QUE NOS

UNE



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



MARCO CONCEPTUAL

- **Bogotá** es una ciudad de puertas abiertas que acoge y reconoce la diversidad del país.
- **En Bogotá habita toda Colombia**, en ella converge la diversidad étnica, regional, artística y creativa, que representa culturas, acentos, tradiciones, saberes y maneras de ver, expresar y habitar el mundo.
- **La diversidad** nos identifica, nos potencia e impulsa el trabajo conjunto por transformar y construir una mejor ciudad.
- Reconocer **nuestra diversidad dignifica las relaciones**, mejora la convivencia y los lazos de confianza y afecto, y repercute en calidad de vida y bienestar para los ciudadanos.

En Bogotá

LA DIVERSIDAD QUE NOS

UNE



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



MARCO CONCEPTUAL

- **La diversidad es uno de los mayores orgullos** y activos de quienes habitan, tanto en la ruralidad como en la ciudad, y es parte de lo que podemos ofrecerle a Colombia y al mundo.
- La diversidad **es un valor que impulsa la unión** y nos proyecta internacionalmente como un gran destino cultural y deportivo.
- **La diversidad se constituye también como el respeto hacia los otros** y por el reconocimiento de nuestros deberes y obligaciones comunes como habitantes de un mismo territorio.

En Bogotá

LA DIVERSIDAD QUE NOS

UNE



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE





LÍNEAS NARRATIVAS:

- Bogotá, modelo de transformación comunitaria, cultural y territorial
- Bogotá, referente en políticas públicas culturales y deportivas
- Bogotá, destino cultural y deportivo de talla mundial

LÍNEAS NARRATIVAS: LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

BOGOTÁ, MODELO DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA, CULTURAL Y TERRITORIAL

- Bogotá se potencia a través de la diversidad cultural, recreativa y deportiva de sus barrios. Es allí donde se tejen los afectos, las memorias, las luchas comunes y los lazos de solidaridad que la ciudad necesita para construir confianza y orgullo.
- Bogotá genera transformaciones culturales y comportamentales: al reconocer la diversidad, mejoramos nuestra relación con los otros, pero también asumimos nuestros deberes y responsabilidades con el espacio público, el medio ambiente y los recursos naturales.
- Reconocer la diversidad implica desarrollar acciones territoriales situadas para mejorar la calidad de vida y el bienestar de los habitantes de Bogotá.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



LÍNEAS NARRATIVAS: LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

BOGOTÁ, MODELO DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA, CULTURAL Y TERRITORIAL

- Bogotá es referente en pensamiento, políticas y experiencias culturales en Iberoamérica.
- Bogotá reconoce y apoya la diversidad de sus talentos culturales, artísticos y deportivos. Favorece la creación, la circulación y la construcción de sentido a través de convocatorias y estímulos pensados para diferentes sectores, intereses y poblaciones.
- Bogotá se vive de noche a través del arte, la cultura y el entretenimiento. Es una ciudad vibrante, creativa y despierta 24/7, con una diversa programación y experiencias únicas para sus habitantes y visitantes que, así mismo, amplía las oportunidades de empleo para el sector cultural y artístico.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



LÍNEAS NARRATIVAS: LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

BOGOTÁ, MODELO DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA, CULTURAL Y TERRITORIAL

- Bogotá sueña, narra y cree con esperanza en su futuro, imaginando sus diversas posibilidades desde el arte, la creatividad, el patrimonio cultural y las nuevas tecnologías.
- En Bogotá las bibliotecas son epicentros culturales y agentes de transformación social, ofrecen espacios acogedores, seguros y conectados con las necesidades de la ciudadanía; lugares de encuentro y creación en los que se recupera la memoria local, se comparten conocimientos y se vive la diversidad de la ciudad a través de múltiples prácticas artísticas.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



LÍNEAS NARRATIVAS: LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

BOGOTÁ, REFERENTE EN POLÍTICAS PÚBLICAS CULTURALES Y DEPORTIVAS

- Bogotá es una ciudad diversa, de puertas abiertas al mundo que promueve la cooperación técnica y financiera para potenciar la circulación, investigación y formación, así como el intercambio bilateral y multilateral entre ciudades y organismos del sector cultural.
- Bogotá participa y asume liderazgos en diversas redes de ciudades, mercados y espacios de promoción cultural a nivel nacional y regional.
- Bogotá fortalece los lazos culturales con Iberoamérica a través de la formación, la investigación y el intercambio, explorando la relación de la cultura con las políticas públicas, la transformación digital y el desarrollo de las ciudades.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



LÍNEAS NARRATIVAS: LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

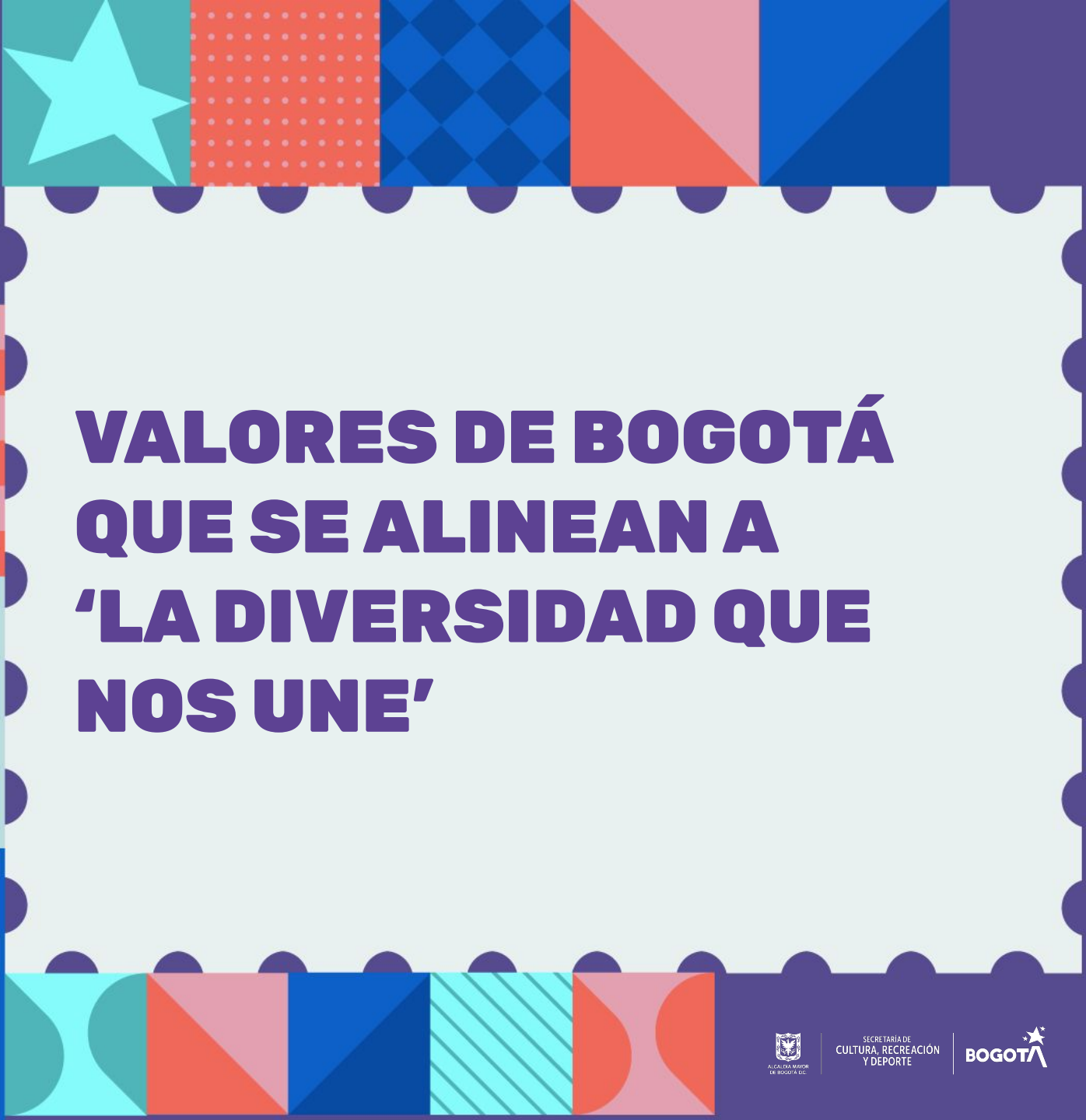
BOGOTÁ, DESTINO CULTURAL Y DEPORTIVO DE TALLA MUNDIAL

- Las y los bogotanos se sienten orgullosos de la oferta y la infraestructura cultural, patrimonial y deportiva que les ofrece la ciudad y está dirigida a todas las edades, gustos y poblaciones.
- Bogotá se posiciona en la escena internacional como una capital de las artes, la cultura y el deporte, al ser sede de eventos de talla mundial y ofrecer a sus ciudadanos y visitantes más de 18.000 actividades anuales, lo cual dinamiza la economía, el turismo y el empleo.
- Bogotá se potencia internacionalmente como Ciudad Creativa de la Música reconocida por la Unesco, gracias a la diversidad de sus expresiones tradicionales, populares, urbanas, y a un fuerte movimiento de música académica y de vanguardia con una oferta de festivales y una escena vibrante.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE





VALORES DE BOGOTÁ QUE SE ALINEAN A 'LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE'

VALORES DE BOGOTÁ QUE SE ALINEAN A LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

- En un solo trayecto en TransMilenio conviven historias que atraviesan toda Bogotá: una rapera improvisa versos, un abuelo lee a Gabriel García Márquez, una mujer afro se maquilla usando su celular como espejo. Un grupo de jóvenes de diferentes colores de piel y acentos, en un mismo uniforme colegial, ríen y gritan sin reparo. El rap se vuelve ópera, joropo, jazz y música clásica. Alguien abre la ventana para evitar el calor y la cierra tan solo unas cuerdas después para que no entre la lluvia. El paisaje en las ventanas varía y en el ambiente se escuchan diversas voces. En las conversaciones se mezclan confesiones, preocupaciones y anhelos de un futuro mejor.
- Las plazas de mercado en Bogotá son un banquete de diversidad: El ajiaco comparte mesa con la lechona tolimense, el ceviche chocoano y las empanadas vallunas. Cada bocado cuenta la historia de una región y de todas y todos aquellos que han llegado a la capital buscando una oportunidad para tener un presente y un futuro mejor.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



VALORES DE BOGOTÁ QUE SE ALINEAN A LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

- En una misma noche bogotana, los parlantes sueltan una cumbia endiablada en el centro, un jazz melancólico en Teusaquillo y un reggaeton explosivo en el sur. Bogotá suena a vanguardia y tradición.
- El recorrido de pocas cuadras en el tradicional ‘Septimazo’ de Bogotá es un viaje en el espacio y en el tiempo. La música, el baile y la comida callejera nos transportan a otros rincones del país y del mundo. Los libros, los vinilos, la ropa de segunda y los objetos encontrados y recuperados, nos conectan con nuestra memoria y la de toda la ciudad.
- Un restaurante peruano en Chapinero, un puesto de arepas venezolanas en el centro, un local de comida árabe en Cedritos, representan la diversidad que se saborea en la ciudad.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



VALORES DE BOGOTÁ QUE SE ALINEAN A LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE

- El Día de la Afrocolombianidad en una biblioteca pública, el Festival de la Chicha en La Perseverancia, la Marcha del Orgullo por la Séptima, el Día del Campesino en Sumapaz, el Festival Jizca Chia Zhue en Bosa: Bogotá celebra todos los días su diversidad.
- Rock, salsa, joropo, gospel, hip hop, vallenato, jazz, popular. No hace falta decir mucho más para reconocer que Bogotá celebra la cultura sin etiquetas y que cada expresión tiene su público.



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



VALORES DE LA COMUNICACIÓN

INNOVACIÓN

Marcar paradigmas y conectar con las audiencias de manera alternativa, disruptiva y original.

TRANSFORMACIÓN

Cambiar imaginarios y modificar comportamientos de cara a mejorar la convivencia, el bienestar y el sentido de pertenencia hacia la ciudad.

ORGULLO

Fortalecer el sentido de pertenencia y el vínculo emocional de los bogotanos con su oferta e infraestructura cultural, patrimonial, gastronómica, recreativa y deportiva.

CONFIANZA

Generar cercanía física y emocional para conectar con las experiencias y expectativas de la ciudadanía.

DIVERSIDAD

Divulgar y hacer que entren en diálogo las múltiples formas de entender, expresar y habitar la variedad cultural y deportiva de la ciudad.

En Bogotá
LA DIVERSIDAD QUE NOS UNE



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



ARMONIZACIÓN CON CAMPAÑA DISTITAL

AQUÍ SÍ PASA: BOGOTÁ, MI CIUDAD, MI CASA

La aplicación de la campaña distrital 2025 ‘Aquí sí pasa en Bogotá, mi ciudad, mi casa’, es de uso imprescindible.

‘La diversidad que nos une’ será una narrativa transversal que acompañará y complementará la marca distrital.

Se recomienda que en todos los espacios y productos, tanto misionales como de comunicación del sector, internos y externos, se implemente el uso de la narrativa y de los conceptos de la diversidad.

Ejemplos:

-Comunicaciones: boletines de prensa, estrategias, discursos, producción gráfica y audiovisual, mensajes en redes sociales, etc.

-Misional: programas y acciones comunicativas con el sector como conversatorios, laboratorios de cocreación, etc.

En Bogotá

LA DIVERSIDAD QUE NOS

UNE



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE





NUMERALES:

#LaDiversidadQueNosUne

#AquíSíPasa

#CulturaBogotá

#BogotáMiCiudadMiCasa



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



OBJETIVO GENERAL

Cultura
BOGOTÁ

HACER VISIBLE Y PARTICIPATIVA A LA SCRD PARA INCIDIR EN:

- La oferta cultural, recreativa y deportiva
- La conversación en diferentes sectores
- La opinión pública
- Los territorios

Generando temas de

**INTERÉS, DEBATE, CONOCIMIENTO Y
REFLEXIÓN.**



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ~ **Entregar información** clara y oportuna que despierte interés sobre la gestión, los compromisos, avances, logros y las acciones innovadoras y recurrentes de la SCRD.
- ~ **Aplicar un componente pedagógico** a la comunicación sobre formación, circulación, distribución, estímulos, oportunidades de sostenibilidad y fuentes de financiación.
- ~ **Incentivar la participación ciudadana** para el ejercicio de los derechos culturales y el uso, la apropiación y el cuidado del espacio público.
- ~ **Fomentar el diálogo social**, la transformación de comportamientos para la convivencia, el cuidado de los recursos y la construcción de orgullo y de confianza en la ciudad, los ciudadanos y sus instituciones.
- ~ **Posicionar a la Secretaría** de Cultura, Recreación y Deporte como referente en política y gestión cultural en Colombia e Iberoamérica.
- ~ **Potenciar la comunicación** desde los barrios, visibilizando sus historias, relatos, hitos y protagonistas; fortaleciendo los medios comunitarios y alternativos, y las iniciativas culturales.

NIVELES DE COMUNICACIÓN

Cultura
BOGOTÁ ≈



Informativo



Pedagógico



Movilizador



Inspirador

AUDIENCIAS

Cultura
BOGOTÁ ≈



**Ciudadanía
en general**



**Organizaciones
y colectivos**



**Empresa privada
y gremios**



**Agentes del
sector cultura y
deporte**



Aliados



**Medios de
comunicación y
líderes de opinión**



**Entidades de la
administración
distrital**



**Funcionarios y
contratistas**

**Entidades y
organismos
internacionales**

COMPONENTES DE LA COMUNICACIÓN:

Cultura
BOGOTÁ ≈

- ~ 1. Campañas y conceptos creativos
- ~ 2. Digital
- ~ 3. Audiovisual
- ~ 4. Acciones territoriales y eventos
- ~ 5. Proyectos especiales
- ~ 6. Publicidad y alianzas
- ~ 7. Medios y relaciones públicas
- ~ 8. Gráfico y editorial
- ~ 9. Comunicación interna

1. CAMPAÑAS Y CONCEPTOS CREATIVOS 360

¿Qué vamos a hacer?

Diseñar e implementar campañas y conceptos creativos para la difusión de proyectos, estrategias, eventos e iniciativas de la SCRD a partir de acciones disruptivas de alto impacto y recordación. Las campañas tienen todas un objetivo estratégico, transversal y 360.

1. CAMPAÑAS Y CONCEPTOS CREATIVOS 360

Acción / Producto	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento
La diversidad que nos une y sello Cultura Bogotá	• Video manifiesto La diversidad que nos une • Serie de videos desde la ciudadanía como manifestaciones de diversidad: espacios políticos, deportivos, religiosos, regionales, gastronómicos, transporte, fiestas, etc. • Estrategia territorial de entrega de los posters de Cultura Bogotá en 300 establecimientos públicos y privados del sector cultural. • Animación del sello y logo Cultura Bogotá, presencia en pantallas de grandes eventos y en publicaciones de la OAC. • Balance de la campaña.	Juan Pablo Roa Santiago Rivas	Permanente	Mayo 2025
CULTURA CIUDADANA: agua, residuos, TransMilenio y Metro	• Diseño y presentación de campañas: narrativas, slogans, imagen institucional, guiones y piezas. • Articulación con otras entidades • Convenios para la difusión. • Producción de video sombrilla de cada una de las estrategias. • Estrategia gráfica, audiovisual digital y territorial.	Juan Pablo Roa Ana María Montoya	Según necesidad estratégica	Enero 2025

1. CAMPAÑAS Y CONCEPTOS CREATIVOS 360

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento
CENTRO FELICIDAD CHAPINERO	• Diseño de marca: personalidad, narrativa, nombre, eslogan, logo y aplicaciones en los diversos canales de comunicación y en la señalética del edificio. • Articulación con el equipo de comunicaciones del CEFE Chapinero. • Video manifiesto del Centro Felicidad Chapinero. • Animación del logo Centro para manejo en diferentes publicaciones. • Acciones digitales y territoriales para la divulgación de la programación del CEFE Chapinero.	Juan Pablo Roa Santiago Rivas Elenssy Góngora Rafael Molano Jose Urbina Sayyid Ovalle	Permanente	Mayo
ESTRATEGIAS Y CONTENIDOS PARA INICIATIVAS Y PROGRAMAS DE LA SCRD: → Diseño de narrativas. → Expectativa, lanzamiento, sostenimiento y balance. → Articulación intersectorial. → Estrategia y producción 360: gráfica, editorial, digital, audiovisual, territorial y de medios.	• Bienal Internacional de Arte y Ciudad, BOG 25 • Concurso Internacional de Violín • Encuentro Acción Cultural Iberoamericana • Barrios Vivos • Plan de Cultura de Bogotá • Bogotá 24/7 • Proyectos en Red • El Centro Vive • Cumpleaños de Bogotá • Navidad es Cultura • Balance de gestión	Juan Pablo Roa Santiago Rivas Juan Martín Fierro Diego Giraldo Equipos editorial, digital y audiovisual.	Permanente	Mayo

1. CAMPAÑAS Y CONCEPTOS CREATIVOS 360

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento
AGENDA CULTURAL DE BOGOTÁ: IMPERDIBLES	- Mejorar el impacto y el posicionamiento de la agenda cultural y deportiva en Bogotá a través de la estrategia IMPERDIBLES. - Apoyar la divulgación de las iniciativas culturales territoriales y comunitarias. - Continuar con la producción y publicación de la agenda web y en video. - Implementar nuevos canales para la publicación de la agenda: canal de WhatsApp, mailing, etc. - Estrategia de colaboración con otras entidades, artistas, gestores, colectivos, instituciones educativas, centros culturales, equipamientos culturales, páginas, privados, influencers, perfiles y medios de comunicación que trabajen el tema de la agenda. - Articulación con el podcast CULTURA BOGOTÁ.	Juan Pablo Roa Santiago Rivas Heidy Romero Equipos editorial, digital y audiovisual.		

2. DIGITAL: OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la segmentación de redes como Facebook, Instagram y TikTok
- Aumentar en 15% anual los seguidores en todas las redes de la Secretaría, 100k seguidores nuevos aproximadamente para llegar a una meta cumplible en 2025.
- Impulsar Tik Tok con contenidos exclusivos y transmisiones en vivo en eventos específicos.
- Optimizar la respuesta a los usuarios con respuestas acertadas y a tiempo.
- Utilizar contenido a modo de TBT para posicionar nuevamente productos de alto flujo de interacción, recordando acciones previas.

COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

2. DIGITAL: REDES SOCIALES

¿Qué vamos a hacer?

Posicionar los canales digitales de la SCRD como autoridad y referente en materia de cultura, recreación y deporte, estableciendo una comunicación de doble vía con la ciudadanía que incida en la conversación digital de la ciudad, divulgando la oferta cultural, patrimonial y recreativa de Bogotá.

TOTAL DE LA COMUNIDAD DIGITAL SCRD: 457.844



195.865



125.899



107.625



15.860



9.572



8.966



1.211

**TOTAL APROX JUNTO A ENTIDADES:
MÁS DE 2.500.000**

2. DIGITAL: PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

Acciones recurrentes

- Sinergias con los canales digitales de las entidades adscritas y aliados de la SCRD.
- Publicación de cubrimientos y actividades coyunturales.
- Renovar y potenciar la agenda de Imperdibles de la SCRD reestructurando el sitio web, mostrando una diferencia significativa con respecto a los demás sitios web de eventos culturales de la ciudad.
- Optimizar el envío de mensajería masiva digital a base de datos de medios y del sector basados en las bases de los periodistas.
- Actualización permanente de la página web.
- Actualización y reactivación del micrositio Bogotanitos.

2. DIGITAL: PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

Acciones innovadoras

Identidad gráfica, audiovisual y parrilla de contenidos para las diferentes redes sociales: informativo, pedagógico, movilizador e inspirador.

Distinción Cultura Bogotá: entrega de 50 para creadores de contenidos y periodistas (Placa tipo YouTube).

Red de generadores de contenidos culturales digitales:

- Amateurs: identificar, formar, acompañar y potenciar la generación de contenidos (10 influenciadores capacitados y fidelizados).
- Expertos: trabajo colaborativo de capacitación a los generadores de contenidos amateurs.

Estrategia SEO: Mantener el posicionamiento de la página web en el primer lugar y mejorar el de las redes sociales en buscadores de forma orgánica.

- Actualización de micrositios para mantener la información vigente.

Canal de WhatsApp e Instagram: Aumentar los seguidores para potenciar la divulgación de eventos, contenidos digitales y contacto con la ciudadanía. Así mismo, aumentar el alcance de contenidos de valor y resultados demostrando la eficiencia administrativa de la entidad.

2. DIGITAL: PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

Acción	Descripción	Responsables	Canal digital	Periodicidad	Fecha lanzamiento
Lo + Top	Publicación de las 3 noticias de la semana en TikTok e Instagram	Equipo digital	 	Semanal (Lunes)	Se lanzó en abril 2025
Acciones en territorio	Carrusel semanal destacando actividades de las áreas en territorio.	Equipo digital + periodistas	 	Semanal (Viernes)	Se lanzó en abril 2025
Memes tendencia	Imágenes en tendencia que muestran la información de una manera disruptiva, espontánea y diferente.	Equipo digital	  	Semanal (Jueves)	Desde marzo 2025
Encuestas canal WhatsApp	Preguntas sobre efemérides o temas estratégicos.	Equipo digital		Según tema	Mayo
Imperdibles	Agenda cultural, recreativa y deportiva (Imperdibles) Fortalecimiento de la agenda del sector cultura, recreación y deporte.	Richie García Paola Lozano Astrid Ávila Heidy Romero	    	Semanal	Se está ejecutando, web en proceso de actualización

2. DIGITAL: PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

Acción	Descripción	Responsables	Canal digital	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Notas, entrevistas o crónicas	Contenido escrito con información de valor, ejemplo “10 motivos para ser un gestor cultural” evergreen y estrategia SEO	Equipo digital Astrid Ávila	   	Permanente	Ya se utiliza
Videopodcast Conversaciones desde Bogotá	Contenido de entrevistas a personas destacadas de la cultura en Iberoamérica	Equipo digital / audiovisual	 	Quincenal	Segunda temporada mayo 2025
Podcast Cultura Bogotá	Podcast magazine para contar las historias de los barrios.	Santiago Rivas	   	Semanal	mayo
Tik Tok de la Secretaría	Contenidos especiales para TikTok	Equipo digital		semanal	Ya se utiliza
Encuestas de interacción	Encuestas de interacción con los seguidores del canal Whatsapp	Equipo Digital		Según interacción y tema	Julio

2. DIGITAL: TIKTOK SCRD

Acción	Descripción	Responsables	Canal digital	Periodicidad	Fecha lanzamiento
Lo + Top	Publicación de las 3 noticias de la semana en TikTok e Instagram	Equipo digital		Semanal (Lunes)	Abril
Productos Vox Pop	Entrevistas en territorio a ciudadanos en donde nos hablen de los temas pilares (<i>informativo, pedagógico, movilizador e inspirador</i>). con preguntas puntuales	Equipo digital		Según cubrimientos	Mayo
Imperdibles	Este producto de hace multi redes, sin embargo el formato y efectos están diseñados para impactar en esta red social.	Equipo digital		Semanal (Viernes)	Marzo
Pauta	Promocion paga a productos específicos para aumentar alcance y seguidores	Richie García		Según productos	Abril
Tendencias	Productos que sean tendencia (fotos o video) y apliquen en nuestro temas.	Equipo digital		Según tendencias	Abril

2. DIGITAL: REDES SOCIALES SECRETARIO SANTIAGO TRUJILLO

¿Qué vamos a hacer?

- Potenciar las redes sociales del Secretario con contenido de valor relacionado al sector cultural hablando en primera persona.
- Destacar sus habilidades elocuentes como artista, gestor, líder cultural, experto en política pública, músico, etc.
- Acercarlo a las comunidades y mostrarlo a través de sus redes sociales.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

Acciones Recurrentes:

- Registrar, editar y publicar fotos y videos de los diferentes eventos y programas en donde asista el secretario y mostrarlo de una manera no institucional.
- Crear productos específicos que muestren al secretario interactuando con la comunidad.
- **Abrir** cuenta de LinkedIn.

2. DIGITAL: REDES SOCIALES
SECRETARIO SANTIAGO TRUJILLO

Acción	Descripción	Responsables	Canal digital	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Productos en primera persona	Fotos y videos grabados en diferentes espacios mostrando experiencias vistas desde el Secretario.	Equipo digital Equipo audiovisual Periodistas	   	Semanal	julio
Recomendados del Secretario	Videos y fotos con contenido de valor con recomendaciones literarias, musicales, de podcast y gastronómicas.	Equipo digital / audiovisual Periodistas	   	Quincenal	Por definir
Datos curiosos	Datos culturales curiosos relacionados a efemérides	Equipo digital Periodistas	   	Por efeméride	Ejecutando según calendario de efemérides
Audio WhatsApp Canal SCRD	Nota de voz anunciando acciones en territorio, agradecimientos e invitaciones directas desde la voz del secretario	Equipo digital		semanal	Por definir

COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

2. DIGITAL: ACCIONES EN TERRITORIO SECRETARIO (Escucha activa, empatía y claridad del mensaje)

- Jornada de activación **Ruta del Sello Cultura** Bogotá con equipo directivo.
- Creación de parrilla específica con vídeos, oferta cultural y convocatorias para difundir en la **redes de comunicación comunitaria**.

3. AUDIOVISUAL

¿Qué vamos a hacer?

Generar contenido impactante, memorable y con sello autoral (video, audio, foto) que refleje, tanto el cubrimiento cotidiano de las actividades culturales y deportivas de importancia para la Secretaría, como el presente, la historia y el debate cultural de actualidad alrededor de sus hechos relevantes y sus protagonistas.

3. AUDIOVISUAL

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento	Meta de Gestión
Talento de mi barrio	Serie audiovisual con capítulos de 3:00 que ponen a dialogar realidades diversas en la ciudad: calles y carreras / nombres iguales / encuentros de oficios, etc.	Equipo Audiovisual	Mensual	Junio	visibilizar la gestión de los Barrios Vivos, sus personajes y sus vivencias.
Promos La diversidad que nos une.	Promos en video y audio, de piezas de 30 segundos, como manifiestos de la diversidad en Bogotá desde la voces de la gente: espacios, político, deportivo, religioso, regional, gastronómico, transporte, celebraciones, etc.	Líder creativo Equipo audiovisual	quincenal	Agosto	fortalecer el eje de campaña de la secretaría, felicidad, orgullo y DIVERSIDAD.
Argumentales Cultura Bogotá	Miniserie de ficción de 4 micro capítulos de 1 minuto.	Juan Pablo Roa Equipo Audiovisual	semanal	Septiembre	Posicionar con un formato alternativo el sello Cultura Bogotá
Participación en convocatorias, premios y estímulos de comunicación pública.	Participación en convocatorias, premios y estímulos de las producciones de la OAC en festivales de Comunicación Pública.	Sayyid Ovalle Andrea Gamboa Equipo audiovisual	permanente	Junio	Buscar reconocimiento a la labor del equipo de la OAC.

3. AUDIOVISUAL

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento	Meta de Gestión
Documental “Comarseros”	Documental que narra el pasado y presente de los grupo de comparsa en Bogotá con ocasión de los 30 años del desfile del cumpleaños de la ciudad.	Sayyid Ovalle. Juan Pablo Roa Equipo Audiovisual	Única.	Septiembre	Homenajear a las Comparsas de Bogotá en sus 30 años acompañando los cumpleaños de Bogotá.
Documental Barrios Vivos	Documental producido por Canal Capital a partir de las experiencias comunitarias durante la realización de los laboratorios de Barrios Vivos en el que se retratan 4 procesos: Bibliotecas, paz, soluciones y oportunidades.	Juan Pablo Roa Sayyid Ovalle Javier Ballesteros Equipo audiovisual	Única	En curso finalizado en Junio	visibilizar en televisión abierta la gestión de los Barrios Vivos, sus personajes y sus vivencias.
Serie: Todos somos Bogotá.	Encuentro con la vida cultural de Bogotá con un host, influencer, conductor y con posibles patrocinadores. Reportajes en territorio sobre proyectos artísticos y culturales Host: Consuelo Cepeda ***	HOST ESCOGIDO Sayyid Ovalle equipo audiovisual	Mensual	Agosto	Posicionar el sello Cultura Bogotá

3. AUDIOVISUAL

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento	Meta de Gestión
Ampliación de ventanas y canales de comunicación (CONCURSO LIGA CÁNCER)	Presentación de los productos audiovisuales de la OAC en escenarios y pantallas alternativas: OPE - MOVISTAR ARENA - CANAL CAPITAL - TERMINAL / AEROPUERTO / BUSES - FESTIVALES - MEDIOS COMUNITARIOS - TV NACIONAL. CANALES REGIONALES. SALAS DE CINE.	Sayyid Ovalle Andrea Gamboa Katherine Laura Hernández Equipo audiovisual	Permanente	En curso	Ampliar el mensaje de la OAC a otras pantallas, formatos
Cultores de la Cultura	Serie documental (5 minutos / capítulo) de personajes representativos y determinantes de la cultura bogotana. Ejemplo: Maestra Beatriz González	Sayyid Ovalle Equipo audiovisual	Mensual	en curso	homenajear el legado de promotores culturales trascendentales de Bogotá.

4. ACCIONES Y EVENTOS EN TERRITORIO

¿QUÉ VAMOS HACER?

Implementar acciones, activaciones, eventos disruptivos como ferias, festivales, talleres, foros y otros eventos en los barrios y lugares del ecosistema cultural de Bogotá, bajo la marca “Sello Cultura Bogotá, La Diversidad que Nos Une”; que será la herramienta para la construcción de una identidad territorial, informar la gestión de la SCRD a la ciudadanía, incentivar su participación en cada uno de nuestros programas y construir redes de comunicación comunitaria.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

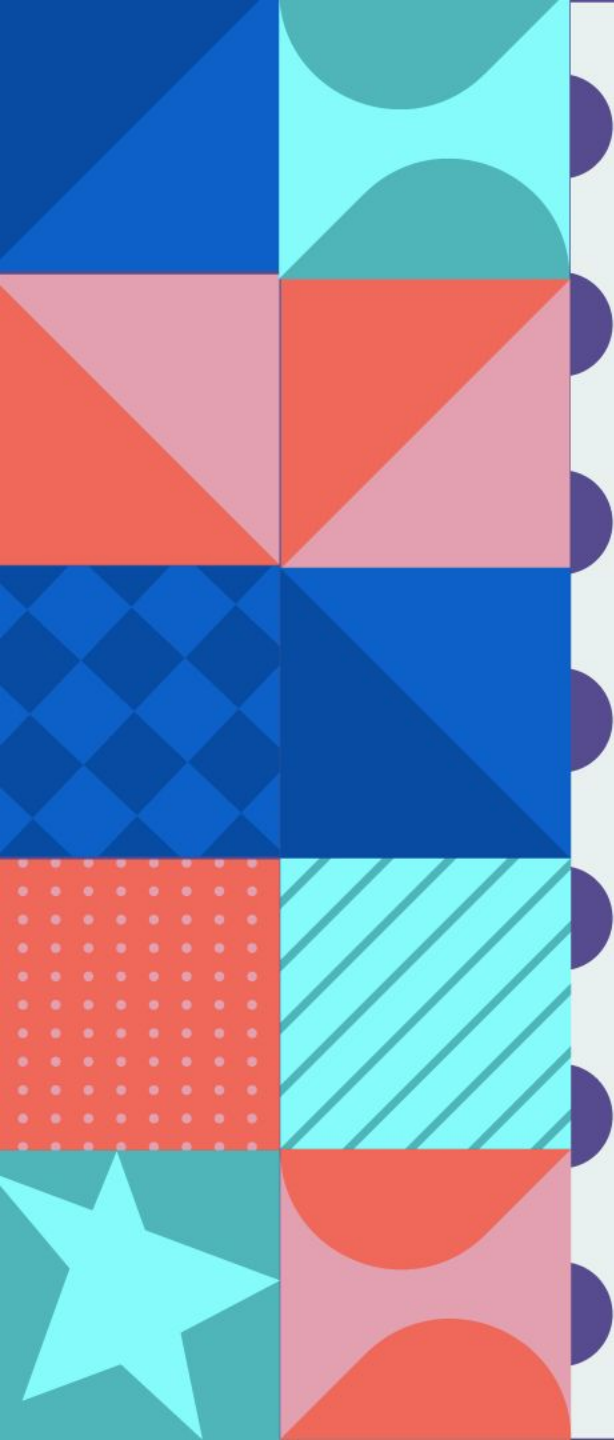
- **Creación de experiencias en territorio** y presencia del “Sello Cultura Bogotá, La Diversidad que Nos Une” en grandes apuestas institucionales como Barrios Vivos, Más Cultura Local, Bienal, Violín y Consejos de Participación entre otros programas.
- **Mapeo de grupos de WhatsApp y bases de datos** de cada una de las áreas de la SCRD para crear una red de comunicación comunitaria que fortalezca lazos entre los habitantes del territorio y la SCRD.

- Creación de la figura de **productor o planner de eventos**, puede ser con una persona que exista en el equipo y que lidere mensualmente un **comité de eventos o experiencias de la SCRD mensual** (calendario de actividades, **brief de evento**, planimetría y avanzada). Integrantes comité: privada despacho Secretario, Ana Boada, Ibon Munevar, Alejandra Bohórquez, Enlace Político SCRD con Bogotá, directores, líderes adscritas)
- Desarrollo de **Taller de marketing territorial** para los agentes territoriales y equipos de trabajo de la SCRD con el objetivo de enseñarles la planeación, convocatoria, desarrollo de los eventos en territorio y ruta de trabajo (manual de eventos o experiencias SCRD). Piloto con Gobernanza DALP/DEEP 26 JUNIO CEFE.
- **La Ruta del Sello Cultura Bogotá** propone un recorrido por diversos lugares de encuentro cultural ubicados en las 20 localidades de Bogotá, que mediante la entrega del retablo del Sello Cultura activará a los habitantes de la localidad y la ciudad frente al orgullo, la confianza y la diversidad que nos une como legados de la SCRD para Bogotá.

HERRAMIENTAS DE ACTIVACIÓN EN TERRITORIO

- Portafolio SCRD impreso.
- Formulario Google Forms /QR Canal de Whatsapp y Redes SCRD
- Popman /prenda institucional /retablos/pines/sticker/ Tablets
-
- Video promocional de la SCRD





INDICADORES DE IMPACTO EN TERRITORIO

- Métricas de crecimiento en canales digitales.
 - Aumento de la participación en la convocatorias y programas de la SCRD.
 - Encuesta de percepción de la SCRD lideradas por el Observatorio Secretaria de Cultura.
 - Crecimiento de las bases de datos e integrantes de la red de comunicación comunitaria de la SCRD.
- 

4. ACCIONES TERRITORIALES Y EVENTOS

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Distinción Sello Cultura Bogotá	Se propone unir los premios de fomento, Barrios Vivos, Filminutos, Arte en la Calle, Premio Vida y Obra con los reconocimientos a periodistas culturales por su trayectoria y aporte a la divulgación de la cultura en Bogotá. Convertirlos en categorías de un solo premio y desarrollar un solo evento de impacto.	Ricardo - Alejandra Fomento	Noviembre	
Entrega sello Cultura Bogotá	Entrega de retablo y símbolo del sello “Cultura Bogotá, la diversidad que nos une” a 300 lugares y organizaciones que sean embajadores y multiplicadores de la cultura en la ciudad. (Permanente)	Alejandra Bohórquez	Mayo - Agosto	Mayo

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Talleres barriales con la Bienal de Arte	Elegir algunos de los laboratorios de Barrios Vivos que tengan como temática el graffiti, arte plástico u otro componente relacionado y llevar talleres de formación o intercambio de saberes. De esta forma se lleva la narrativa “Una Bienal diversa, para todos que nos une bajo la exploración de ensayos de la felicidad en los barrios con la gente”. Juan Martín	Alejandra Bohórquez	Septiembre	
Recorridos Bogotá 24/7 Ruta Nocturna	Visitas o recorridos de ST Y equipo de trabajo a lugares de los Distritos Creativos activos durante la noche en los que entregue a la ciudadanía una guía de lugares y planes para hacer en Btá las 24 horas. Meterlo en la estrategia de 24/7. Cápsula digital.		Junio	
Novenas: Navidad es Cultura	Desarrollo de novenas en barrios de Btá con Olímpica Stereo en la que los equipos de trabajo de la SCRD compartan con la comunidad y generen sinergia a través de publicaciones en redes. Navidad	Alejandra Bohórquez	Diciembre	



COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

5. PROYECTOS ESPECIALES

¿Qué vamos a hacer?

- Crear contenido propio y exclusivo para conmemorar efemérides del sector a nivel nacional y/o mundial, que estén ligadas a la misionalidad de la SCRD y permitan generar conversación en el ámbito digital, político y periodístico, así como visibilizar talentos y acciones de gestores locales en los territorios, según sea el caso.
- Liderar procesos de acompañamiento y capacitación a medios comunitarios mediante laboratorios de cocreación en las localidades.
- Cocrear junto a BibloRed la segunda edición del Festival de Poesía ‘Reverso Bogotá’ en la Radio y en las Bibliotecas.
- Supervisar, cubrir, registrar y divulgar, junto al equipo de Narrativas de la Subsecretaría de Cultura Ciudadana y Gestión del Conocimiento, los procesos que se desarrollen en el marco de los laboratorios de Transformación Cultural del convenio con la Alcaldía.

5. PROYECTOS ESPECIALES

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha lanzamiento
Efemérides	Articulación sectorial con entidades adscritas. Creación de videos propios y exclusivos, notas de prensa, crónicas, entrevistas en podcast Cultura Bogotá y mensaje para redes sociales del Secretario y/o Alcalde Mayor.	Natalia Rodríguez Sayyid Ovalle Richi García Equipo editorial	Permanente	Enero 2025.
Laboratorio de cocreación con medios comunitarios	Adelantar capacitaciones en manejo de redes sociales, realización de videos, toma de fotografías con celular para potenciar la divulgación de acciones en sus localidades. Asimismo, se apoyará la difusión de la agenda barrial en el podcast Cultura Bogotá.	Santiago Rivas Ibon Munevar Luisa Cepeda	Permanente	Junio
Segunda edición Festival de Poesía 'Reverso Bogotá'	Articulación con BiblioRed para llevar a cabo acciones de divulgación y posicionamiento del festival en la ciudad. Plantear estrategia 360, material POP, activaciones en calle, etc.	Luisa Cepeda Santiago Rivas BiblioRed	Mensual desde agosto para expectativa	Octubre
Laboratorios convenio Alcaldía Mayor	Supervisar, brindar acompañamiento a las comunidades para potenciar sus habilidades y dejar capacidades instaladas. cubrir, registrar y divulgar las acciones de los tres laboratorios de Cultura Ciudadana que se adelantarán en Bosa y Ciudad Bolívar.	Ibon Equipo audiovisual / digital Ana María Montoya	Mensual	Marzo

COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

6. PUBLICIDAD Y ALIANZAS

¿Qué vamos a hacer?

Gestionar alianzas con medios de comunicación, entidades, organizaciones, universidades y comercios que permitan ampliar el impacto y los canales de difusión, las audiencias y los aliados para la cultura.

¿CÓMO LO VAMOS HACER?

Acciones recurrentes

- Elaborar planes de pauta en redes sociales teniendo en cuenta la optimización de recursos, la segmentación de públicos y la oportunidad de circulación.
- Articulación con entidades del sector cultura, recreación y deporte, entidades del distrito e instituciones privadas para la difusión y proyectos conjuntos.
- Alianzas inter institucionales.

6. PUBLICIDAD Y ALIANZAS

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Espacios alternativos de difusión	Espacios alternativos y novedosos para tener un alcance territorial y en otros sectores. (Tenderos, recibos de servicios públicos, taxis)		Permanente	Desde el 1 de julio
Nuevas ventanas audiovisuales	Proyección de contenidos audiovisuales (buses intermunicipales, terminal, aeropuerto, estadio, etc)	Juan Pablo Roa Sayyid Ovalle	Permanente	Desde el 1 de julio
Alianzas con medios de comunicación	Acciones y espacios de difusión, para lograr un mayor impacto: El Espectador, Cambio, El Tiempo, Caracol Radio, Caracol Televisión.	Ibon	Permanente	Permanente

COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

7. MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS

¿Qué vamos a hacer?

Relacionamiento estratégico y alianzas con medios de comunicación, figuras públicas y líderes de opinión para lograr publicaciones relevantes, oportunas y en profundidad que inciden en la agenda pública de la ciudad y del país, con el objetivo de que la SCRD y sus principales programas, estrategias y actividades sean fuente de información destacada y que los agentes del sector, la ciudadanía y sus iniciativas, sean protagonistas.

¿CÓMO VAMOS A HACER?

Acciones recurrentes

- Agendas de entrevistas con voceros oficiales y agentes del sector.
- Relacionamiento de alto nivel: líderes de opinión, directores, editores y periodistas.
- Elaboración de presskit: boletines de prensa, reels, testimonios de voceros (audio y video).
- Realización de cuñas
- Rondas de medios, ruedas de prensa y encuentros con la prensa.
- Monitoreo de medios para medir impactos y análisis de data.

7. MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Líneas editoriales diferenciadas	Se tomará en cuenta el enfoque editorial de los medios, fuentes y secciones de información, diversidad de voceros, historias de vida, casos exitosos, cifras y estadísticas.	Editores de contenido y equipo de periodistas	Permanente	Inmediato
Gestión de publicaciones en medios	Contenidos elaborados por la Oficina de Comunicaciones. Ampliar la base de datos de medios y canales especializados en cultura, alternativos, universitarios y comunitarios.	Juan Martín Fierro, Diego León Giraldo y equipo de medios	Permanente	Inmediato
Invitación a periodistas	Acercamiento y registro de las experiencias e iniciativas en los territorios	Ibón Munévar y equipo de medios	Permanente	Inmediato

8. EDITORIAL Y GRÁFICO

¿Qué vamos a hacer?

Generar contenidos de alto impacto que circulen por medios propios y externos a la SCRD, con enfoques temáticos alineados a los proyectos y objetivos de la administración.

Fortalecer la identidad de la secretaría para asegurar coherencia visual en todas las piezas de comunicación, a través de los aliados y beneficiarios de los diferentes proyectos.

¿CÓMO LO VAMOS A HACER?

Acciones recurrentes

- Desarrollo de identidades gráficas que mantenga un tono de voz congruente, diverso y actual, que responda a las necesidades de las distintas subdirecciones y programas que genere una identidad de la secretaría, convirtiéndola en un referente del sector. Fortalecer las identidades que ya están en circulación.
- Piezas digitales (Post, Carruseles, infografías) y piezas impresas. Backing, pendones institucionales y material POP en general.

8. EDITORIAL Y GRÁFICO

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Generación de contenidos editoriales	Asociados a proyectos de la SCRD, agenda nacional e internacional y/o efemérides de interés: crónicas escritas sobre procesos, lugares e iniciativas culturales y deportivas de la ciudad. Entrevistas escritas con gestores, líderes, artistas, deportistas y ganadores de convocatorias, así como referentes en política pública.	Equipo de medios	Permanente	Inmediato
Formatos gráficos	Infografías para dar cuenta de procesos o proyectos de impacto para la ciudad. Para redes sociales. En formato carrusel.	Equipo de medios y diseño	Permanente	Inmediato
Contenido impreso para divulgación	Fanzines, flyers y/o carteles que sean entregados en diferentes espacios (colegios, transporte público, eventos masivos) con contenido para la ciudadanía que comunique los proyectos y que sea de interés y ocio. (Pasatiempos)	Equipo de diseño	Permanente	Julio
Libro portafolio	Recopilación del trabajo gráfico realizado durante el periodo de la administración. Incluye el desarrollo de las identidades gráficas, piezas relevantes. Incluyen productos de merchandising como adhesivos y postales.	Equipo de diseño + Editor de contenido	Anual	Diciembre
Actualización de Identidades gráficas	Evaluación y actualización de las identidades gráficas que son usadas y que están en circulación que de acuerdo al consenso del equipo, necesite ajustes para cumplir con los objetivos propuestos.	Equipo de diseño	Permanente	Inmediato

COMPONENTES DE COMUNICACIÓN

9. COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo

Resaltar y valorar el talento y la creatividad de las y los funcionarios mediante una estrategia de comunicación interna que promueva el reconocimiento, la participación activa y el sentido de pertenencia en la organización.

¿Cómo lo vamos a hacer?

Acciones recurrentes

- Boletín semanal con información de interés de la entidad, incorporación de productos como video e infografía. Boletín especial con temas relacionados con la gente y el talento de la comunidad institucional.

9. COMUNICACIÓN INTERNA

Acción	Descripción	Responsables	Periodicidad	Fecha aprox lanzamiento
Boletín semanal	Difusión de contenidos de la SCRD y del sector.	Equipo de comunicación interna	Semanal	Inmediato
Infografía	Se realizarán una infografía periódica que facilite la explicación de diferentes procesos o necesidades de comunicación de las distintas áreas de la Secretaría. Eje: infografía de buenas prácticas para fotografía con celular	Equipo de comunicación interna	Bimensual	Junio
Video, Talentos y emprendimientos + Recomendados de cultura en Bogotá	Cápsula de video con perfiles de quienes hacen parte del equipo de la entidad más allá de su trabajo, destacando un talento, emprendimiento o proyecto cultural propio. En la cápsula de video se les preguntará cuál es su recomendado de cultura, recreación o deporte de la ciudad.	Equipo de comunicación interna	Mensual	Junio
Boletín Especial SCRD	Se busca activar y reforzar el acercamiento, el sentido de pertenencia y el conocimiento entre funcionarios a través del desarrollo de un especial con temas exclusivos de una dependencia relacionados con la gente y el talento de sus integrantes. Se recogerá la información con la siguiente herramienta: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdjsCQFc3yWW4TKSNzmJFKmn4L0V4FjKi5UKcPFf1Xgu1ScVg/viewform	Equipo de comunicación interna	Mensual	Junio.
Video con el Secretario	Generar un video en el que el Secretario aborde temas de interés de la SCRD para la comunidad institucional.	Equipo de comunicación interna	Mensual	Junio

CONFORMACIÓN DE EQUIPO

Asesora de Comunicaciones
Ibón Munévar

Líder de Prensa
Natalia Rodríguez

Líder Comunicaciones Subsecretaría Gobernanza
Alejandra Bohórquez

Asistentes administrativas (2)
-Contratos OAC -
Laura Hernández
-Implementación Canal Capital y apoyo contratos OAC -
Caterine Jauregui

Sistemas de calidad y riesgo y comunicación interna - P - Luisa Cepeda

Editores de contenidos

Juan Martín Fierro
Diego León Giraldo

Líder digital
Ricardo García

Líder de diseño
José Urbina

Líderes creativos
Juan Pablo Roa
Santiago Rivas

Líder audiovisual
Sayyid Ovalle

Periodistas (6) Fredy Ávila - Luisa Cossio
Liliana Galindo - Óscar Mayorga - Alejandro Muñoz
- Yinna Cárdenas

Redactor (1) Juan Diego Bernal

Community Manager - Diego Sierra (Creativo digital) - Alejandra Rodríguez - Alejandra Virgüez
- Nicolás Calderón

Editora web (1) Astrid Ávila

Webmaster (1) Paola Ramírez

CEFE CHAPINERO Elenssy Góngora

Diseñadores (4) -
Angélica Cardona - Jimena Loaiza -
Cristhian Contreras- Jaime Moreno

Apoyo diseño interno - P (2) Heidy Romero - Álvaro Castillo

Realizadores (4) - Adrián Quintero - Andrés Morales -
Javier Corba - Javier Ballesteros

Realizador - P (2)
John Gaitán
Andrea Gamboa

Cultura **BOGOTÁ**



SECRETARÍA DE
CULTURA, RECREACIÓN
Y DEPORTE

