

PLAN ANUAL DE COMUNICACIONES PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Secretaría Distrital de Gobierno

1. Enfoque Estratégico General

Este plan busca garantizar el derecho a la información pública como base de la participación ciudadana, fortaleciendo la confianza entre la ciudadanía y la institucionalidad, mediante una comunicación clara, accesible e incluyente, además, le apunta a uno de los cambios comportamentales propuestos desde la Bogotaneidad: Una ciudad sin apatía ante la participación ciudadana.

Principios orientadores

- Lenguaje claro y cercano (sin tecnicismos).
- Enfoque diferencial (género, etario, poblacional, étnico y territorial).
- Accesibilidad universal (formatos alternativos y lectura fácil).
- Multicanalidad (presencial, impreso, digital y comunitario).
- Comunicación bidireccional (informar, escuchar y retroalimentar).
- Pedagogía cívica permanente.

2. Objetivos del Plan

Objetivo general

Garantizar el acceso a la información pública para facilitar la participación y fomentar la confianza ciudadana en Bogotá.

Objetivos específicos

1. Informar oportunamente para Garantizar acceso amplio, claro y accesible a la información sobre mecanismos y espacios de participación ciudadana.
2. Motivar la participación ciudadana a través de acciones comunicativas, pedagógicas e inclusivas que promuevan la participación masiva y permanente.

3. Convocar y difundir oportunamente los ejercicios participativos y acompañar a la ciudadanía en su vinculación.

3. Públicos Objetivo (Segmentación Estratégica)

Segmento	Enfoque comunicacional
Ciudadanía en general	Mensajes claros, motivacionales y de impacto ciudadano
Mujeres, juventudes, personas mayores, LGBTIQ+, pueblos étnicos, personas con discapacidad, población rural	Comunicación diferencial, accesible y territorializada
Lideresas, líderes y organizaciones sociales	Comunicación de profundidad, convocatorias directas y co-creación
Empresarios y comerciantes	Participación como motor de desarrollo local
Académicos y estudiantes	Enfoque formativo, datos abiertos y análisis
Medios comunitarios y alternativos	Alianzas para amplificación territorial
Entidades gubernamentales y de control	Coordinación interinstitucional
Talento humano Secretaría de Gobierno	Comunicación interna como multiplicador del mensaje

4. Líneas de Contenido Estratégico

4.1 Motivar la participación ciudadana en la toma de decisiones de ciudad

Propósito: Generar conciencia, apropiación y sentido de corresponsabilidad ciudadana.

Frecuencia de publicación: 1 cada cuatro meses (3 publicaciones al año)

Mensajes clave:

- “Participar transforma tu barrio y tu ciudad”.
- “Bogotá decide contigo”.
- “La participación transforma”.

Nota aclaratoria: Para gestionar este contenido la Oficina Asesora de Comunicaciones está sujeta a la solicitud que realicen las áreas misionales.

4.2 Agenda Participativa

Propósito: Convocar y guiar a la ciudadanía en los espacios participativos que se gestionen desde la Secretaría Distrital de Gobierno.

Frecuencia de publicación: Según los requerimientos de las áreas encargadas de las convocatorias.

Contenidos:

- Convocatorias claras (qué, cuándo, dónde y cómo participar).
- Resultados y decisiones tomadas.

Nota aclaratoria: Para gestionar este contenido la Oficina Asesora de Comunicaciones está sujeta a la solicitud que realicen las áreas misionales.

4.3 Misionalidad de la Secretaría de Gobierno

Propósito: Posicionar el rol institucional como garante de la participación ciudadana.

Frecuencia de publicación: 1 cada cuatro meses (3 publicaciones al año)

Ejes temáticos:

- ¿Qué hace la Secretaría de Gobierno?
- Control social y diálogo ciudadano.

Nota aclaratoria: Para gestionar este contenido la Oficina Asesora de Comunicaciones está sujeta a la solicitud que realicen las áreas misionales.

4.4 Rendición de Cuentas

Propósito: Promover la transparencia y el control social.

Frecuencia de publicación: según lo establecido en plan estratégico de comunicaciones de Rendición de Cuentas.

Acciones comunicativas:

- Convocatoria accesible.
- Explicación sencilla de temas y resultados.
- Difusión de conclusiones y compromisos.

Nota aclaratoria: Para gestionar este contenido la Oficina Asesora de Comunicaciones está sujeta a la solicitud que realicen las áreas misionales.

5. Formatos:

- Piezas graficas
- Videos
- Notas

6. Canales de Difusión Digitales

- Página web institucional.
- Redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok).
- Correo electrónico.
- Micrositios participativos.

7. Accesibilidad e Inclusión

Toda la información debe:

- Usar lenguaje sencillo y claro.
- Adaptarse a contextos territoriales y culturales.
- Garantizar representación diversa en imágenes y mensajes.

8. Indicadores de Seguimiento

- Alcance de campañas (digital).
- Número de convocatorias difundidas.
- Nivel de participación ciudadana.
- Interacciones y retroalimentación ciudadana.
- Percepción de confianza institucional.
- Participación de poblaciones diferenciales.

9. Rol del Talento Humano de la Secretaría de Gobierno

- Embajadores de la participación.
- Replicadores de información.
- Facilitadores del diálogo ciudadano.
- Voceros territoriales.

Este plan consolida la comunicación como herramienta de transformación democrática, fortaleciendo la participación ciudadana como práctica cotidiana, diversa y vinculante para el desarrollo de Bogotá.