

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 1 de 41

SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

-Versión agosto de 2019-
-Actualización de la versión de marzo de 2017-

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 2 de 41

Tabla de contenido

Introducción: La comunicación como estrategia en la SDMujer	4
1. Marco teórico y conceptual	6
1.1. ¿Qué es comunicación con perspectiva de género?	6
1.2. ¿Por qué comunicar desde la Secretaría Distrital de la Mujer con perspectiva de género?.....7	7
1.3. Comunicación y Cultura no sexista como Derecho del Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres	7
1.4. El lenguaje incluyente	.8
1.5. Enfoque de género, derecho y diferencial en la comunicación de la SDMujer	10
2. Marco normativo	11
2.1. Nomograma del proceso de comunicación estratégica	11
2.2. Ley 1712 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional12	12
2.3. Antecedentes normativos de comunicación con perspectiva de género	13
Apartado J (Beijing 1995) – La mujer y los medios de difusión.	17
Artículo 10, Ley 1257 de 2008 Capítulo IV Medidas de sensibilización y prevención	14
Acuerdo 381 de 2009	14
Acuerdo 091 de 2003	14
2.4. Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG- / Departamento Administrativo de la Función Pública	15
3. Objetivos	17
3.1. Objetivo General	17
3.2. Objetivos específicos	17
4. Mensajes centrales de la comunicación	19
Sobre el sentido de la Secretaría Distrital de la Mujer	19
Sobre la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital (PPMYEG)19	19
Sobre la eliminación de todo tipo de violencias contra las mujeres	19
Sobre la territorialización de la PPMYEG	20
Sobre el enfoque diferencial	21
5. Públicos a los que nos dirigimos	21
6. Vocería institucional	22
7. Espacios de participación y socialización de las Comunicaciones	22
8. Comunicación Interna	23
Comunicación Interna para un propósito común	23
Comunicación entre la Alta Dirección y las servidoras/servidores de la entidad	24
Canales de Comunicación Interna	24
<i>Intranet</i>	24
<i>Correo electrónico</i>	26
<i>Cartelera institucional</i>	26
Manejo de imagen y nombre institucional	28
Manejo de campañas, actividades internas y relación de servidoras con medios de comunicación	29
9. Comunicación externa	29
Objetivos específicos	29
Free press	30
Canales/ Medios institucionales	31
<i>Página web</i>	38
<i>Redes sociales</i>	33

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 3 de 41

	Relacionamiento con medios de comunicación	33
	Divulgación de los servicios y actividades de las CIOM.....	34
	Permisos de uso de contenidos obtenidos en desarrollo de las actividades.....	35
10.	Promoción del Derecho a una cultura y comunicación no sexista	36
	Estrategias de comunicación y cultura para la transformación de prácticas e imaginarios	36
	Talleres de Comunicación y Cultura no sexista y lenguaje incluyente	36
	Producción y difusión de información sobre comunicación y cultura no sexista	36
	Campañas.....	37

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 4 de 41

La comunicación como estrategia en la SDMujer

La comunicación es hoy una herramienta esencial en cualquier organización, institución o empresa. Constituye una estrategia transversal a la organización posibilitándole intercambiar información, gestionar el conocimiento institucional, cohesionar los equipos de trabajo, dar soporte y multiplicar los efectos del accionar institucional.

Dentro de la estructura organizacional, la comunicación es definida como un proceso estratégico, que hace parte de la gestión institucional. que no fue definido como una oficina asesora, una dirección o un área y que por tanto es orientado por una Asesora de Despacho que tiene a su cargo las comunicaciones de la entidad, en coordinación con todas las áreas y se apoya en un equipo de profesionales con obligaciones y/o funciones vinculadas a las acciones que esta estrategia presenta.

Mapa de procesos SDMujer



Figura 1. Mapa de Procesos Secretaría Distrital de la Mujer

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 5 de 41

Por ello, en la Secretaría Distrital de la Mujer, la comunicación es una estrategia que se concibe como:

- Coadyudante de la articulación de los procesos institucionales para: facilitar la comunicación interna, permitiendo el conocimiento por parte de todos los equipos de la institución sobre la misión, visión, objetivos, quehacer institucional; promover la cualificación y unidad de criterio entre las personas vinculadas a la institución, con relación a temáticas de género y gestión pública, centrales a las labores desempeñadas; motivar la interacción entre personas y equipos a través del conocimiento mutuo, el reconocimiento de capacidades, experticias y tareas que desempeñan al interior de la institución.
- Constructora de opinión pública: generadora de procesos de visibilidad e incidencia social, a través de acciones de comunicación externa que permiten a la SDMujer: informar a la ciudadanía sobre los procesos, actividades y servicios que presta; mantener una relación permanente con los medios de comunicación, periodistas y organizaciones de comunicación en el nivel nacional, distrital y local; diseñar comunicacionalmente la rendición de cuentas institucional en cumplimiento de la ley; diseñar estrategias de posicionamiento institucional, de sus planes y proyectos.
- Facilitadora de la rendición pública de cuentas de la entidad, mostrando de manera permanente los resultados institucionales a través del uso de herramientas comunicativas y tecnológicas que ayuden a la entidad a mantener informada a la ciudadanía de las acciones que desarrolla, sus planes, proyectos y acciones, buscando lenguajes adecuados para los diferentes tipos de públicos. Esta tarea no es exclusiva del equipo de comunicaciones, sino que depende estrictamente de la Oficina Asesora de Planeación, las Direcciones de carácter misional y las direcciones de carácter administrativo.
- Herramienta pedagógica y de transformación cultural para: promover el conocimiento y apropiación del Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en Bogotá; motivar y reconocer la acción de la sociedad civil en la garantía de los derechos de las mujeres; traducir contenidos y reflexiones en lenguaje sencillo para que sea apropiado por la ciudadanía; desarrollar estrategias de comunicación para la

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 6 de 41

transformación de prácticas, imaginarios y representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas; promover el uso del lenguaje incluyente.

- Acompañante y facilitadora de la transformación social a través del acompañamiento a
 - las acciones y procesos desarrollados por la institución en el nivel distrital y territorial con las Casas de Igualdad de Oportunidades, Casas Refugio, Casa de Todas y los equipos temáticos que trabajan con la diversidad de las mujeres de Bogotá.

1. Marco teórico y conceptual

1.1 ¿Qué es comunicación con perspectiva de género?

Pensar la comunicación con perspectiva de género supone analizar y producir estrategias, campañas, de carácter informativo, pedagógico, atravesadas por la categoría de género, de forma que los discursos y contenidos emitidos, las temáticas seleccionadas, las representaciones narrativas y audiovisuales que se construyen, la posición desde donde se emiten los discursos y el reconocimiento de la diversidad de quienes reciben la comunicación, reconozcan, hagan visibles, representen a las mujeres desde la diversidad, como sujetas políticas, ciudadanas y actoras fundamentales en todos los ámbitos de la sociedad.

La categoría de género, desde la comunicación, implica replantear y poner en cuestionamiento el discurso patriarcal, a través de la deconstrucción de las creencias, significados negativos, representación de las estructuras sociales y ruptura de los pensamientos dicotómicos, que señalados por académicas feministas como Alda Facio¹ y Lorena Fries, se plantean como argumentos que justifican la subordinación de la mujer y restringen y limitan también a los hombres, a pesar de su estatus de privilegio.

La subordinación, discriminación, exclusión que viven las mujeres en todos los ámbitos de la vida, se da también en los procesos, productos de comunicación y en la reproducción del lenguaje, desde donde se realizan prácticas permanentes de omisión, invisibilización y distorsión de las realidades de las mujeres; desconocimiento de sus diversidades; cosificación del cuerpo femenino; negación de la identidad como sujetas de derechos; despolitización de sus agendas políticas; desconocimiento de los aportes en todos los campos de la sociedad;

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 7 de 41

relegación al espacio privado; legitimación de la violencia bajo patrones culturales y creencias religiosas; reiteración sobre los roles tradicionales como “lugares naturales” para las mujeres, entre otros.

1.2 ¿Por qué comunicar desde la Secretaría Distrital de la Mujer con perspectiva de género?

Para cumplir la misionalidad de la Secretaría Distrital de la Mujer “Liderar, orientar y coordinar la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género, así como la transversalización del enfoque de derechos de las mujeres en

los planes, programas, proyectos y políticas públicas distritales, a través de la articulación intersectorial e interinstitucional para la protección, garantía y materialización real y efectiva de los derechos de las mujeres desde las diversidades que las constituye, promoviendo su participación y la de sus organizaciones sociales en el Distrito Capital”, se requiere desarrollar procesos de comunicación que, de manera coherente con la misión, aporten a protección, garantía y materialización real y efectiva de los derechos de las mujeres desde las diversidades que las constituyen.

Esta perspectiva comunicacional exige el cumplimiento de todos los parámetros propios de cualquier espacio, oficina o equipo de comunicación al interior de una institución distrital, pero exige la construcción de narrativas, estrategias, prácticas y productos de comunicación que representen a las mujeres, como se mencionó en el punto anterior, de una manera integral desde un enfoque de género, derechos y diferencial.

La comunicación con perspectiva de género para la Secretaría Distrital de la Mujer significa:

- Construir nuevas formas de nombrar, pensar, valorar y representar lo femenino y lo masculino
- Usar un lenguaje incluyente que por la vía de ser usado y nombrado transforme los imaginarios asociados a lo masculino como lenguaje que incluye a las mujeres
- Deconstruir los estereotipos que se han usado para representar, en la imagen y en

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 8 de 41

todos los productos comunicacionales, a hombres y mujeres

- Promover alternativas de comunicación en las que las mujeres diversas son protagonistas y proponen agendas comunicativas a partir de sus miradas, necesidades, diferentes realidades y apuestas.
- Dar a conocer y motivar la promoción de los derechos y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, promoviendo las relaciones equitativas e incluyentes.

La Administración Distrital debe propender como se señala en el Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres porque a través de todas las formas de comunicación, se promueva un proceso de cambio cultural, que permita tener incidencia en las prácticas cotidianas de hombres y mujeres en todas sus diversidades, a construir, agenciar y disfrutar una cultura libre de discriminaciones y sexismo, como sujetas plenas de derecho.

1.3 Comunicación y Cultura no sexista como Derecho del Plan de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres

Por otra parte, a partir del Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género del Distrito Capital, la Comunicación y Cultura no sexista es un derecho, y tiene 3 objetivos específicos y una serie de acciones ligadas a cada uno de los objetivos. La estrategia de comunicación de la Secretaría reconoce como parte de sus tareas los objetivos propuestos y desarrolla acciones, vinculadas a la comunicación interna y externa, para lograr su implementación. Los objetivos y acciones en los que se trabaja desde la estrategia de comunicación son:

Objetivo: Avanzar en procesos de cambio cultural que produzcan el reconocimiento de las mujeres, como sujetos de derecho.

Acciones

- Establecimiento de un protocolo para las oficinas de comunicación de las

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 9 de 41

entidades distritales que reconozca el derecho de las mujeres a ser representadas como sujetos de derechos de acuerdo a la diversidad que las constituye.

- Articulación interinstitucional para el desarrollo de campañas de divulgación sobre los derechos de las mujeres dirigidos a toda la población de la ciudad, en los diferentes niveles educativos, estratos sociales y en todos los espacios de la vida cotidiana.
- Formación a servidoras y servidores para garantizar los derechos de las mujeres y su inclusión en los programas y proyectos del Distrito y de las localidades.
- Diseño y puesta en marcha de campañas publicitarias y/o programas que impulsen la construcción de una cultura que reconozca, valore y respete a las mujeres, de acuerdo con su diversidad.
- Promoción del reconocimiento del derecho de las mujeres a disfrutar de tiempo libre, la creación artística, la recreación y el deporte.

Objetivo específico: Promover la transformación de las prácticas cotidianas en los diferentes ámbitos, que generen alternativas de relación equitativa entre mujeres y hombres y contribuyan a la eliminación de estereotipos de género.

Acciones

- Diseño, puesta en marcha y evaluación de procesos formativos dirigidos a las y los profesionales de las oficinas responsables de las comunicaciones del Distrito sobre el uso no sexista del lenguaje y de imágenes no estereotipadas de los roles de género.
- Incluir la perspectiva de género en los productos comunicativos, eventos y actividades masivas programadas desde la Administración Distrital.
- Elaboración y realización de programas educativos en medios de comunicación para motivar procesos de redistribución de las tareas del cuidado de la vida (crianza, socialización, acompañamiento y atención en salud y educación, entre otras).

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 10 de 41

Objetivo específico: Reconocer los aportes de las mujeres a la cultura de la ciudad para promover e incentivar sus expresiones artísticas, recreativas y de aporte al patrimonio histórico.

Acciones

- Diseño, desarrollo y difusión de investigaciones y estudios distritales y locales que hagan visible los aportes realizados por mujeres de todas las edades, etnias, condiciones y orientaciones sexuales, a la cultura en el Distrito Capital.
- Reconocimiento y difusión por los distintos canales de comunicación del Distrito Capital de la producción y los aportes artísticos y culturales de las mujeres.

1.4 El lenguaje incluyente

- *“Señora maestra, ¿cómo se forma el femenino?*
- *Partiendo del masculino, la “o” se transforma por la “a”*
- *Señora maestra, y ¿el masculino cómo se forma?*
 - *El masculino no se forma, existe”.*

El lenguaje es un medio privilegiado para romper y reconstruir las exclusiones, desigualdades y violencias que perviven en nuestra sociedad. A través del lenguaje interpretamos el mundo, se construye pensamiento, conciencia, imaginario individual y colectivo, orden social, cultural y político. Nombrar a las mujeres es un imperativo para reconocer su existencia, el papel que juegan en la sociedad y visibilizar los avances y logros que han tenido.

Cuando se habla de lenguaje incluyente suele haber resistencias al tratarse de una propuesta de transformación cultural que implica la ruptura de las tradiciones lingüísticas, que, con órganos de sostenibilidad internacional, definen cómo deben ser nombradas las personas, sus roles y los colectivos. Estas definiciones, desde el punto de vista de la igualdad de género, resultan arbitrarias porque, aunque constituyen la manera histórica como han sido construidas, no representan las transformaciones sociales y culturales que han sucedido con los avances en

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 11 de 41

derechos civiles y el ingreso de las mujeres a la esfera pública.

Se nos enseña a pensar que el lenguaje es neutral, inocuo y universal, pero olvidamos que construye realidad y no es ajeno al contexto histórico, las creencias, costumbres, roles, comprensiones y cosmogonías en las que fue construido. En Colombia particularmente, la historia de la exclusión de las mujeres en el lenguaje se ha mantenido y aunque en 1932 con la ley 28, se reconoce la igualdad de las mujeres en el campo de los derechos civiles, la transformación cultural y la construcción de una comunicación no sexista continúa siendo un reto.

Si entendemos el lenguaje no solo desde lo textual, sino como un gran campo en el que converge cualquier discurso: audiovisual, escrito o visual, encaminado a difundir o divulgar un imaginario social, los medios de comunicación representan una herramienta estratégica para proponer, renovar o reconstruir modelos de referencia tendientes a la exclusión y la discriminación. La antropóloga y feminista mexicana Marta Lamas, afirma precisamente que “El lenguaje es un medio fundamental para estructurarnos psíquica y culturalmente: para volvernos sujetos y seres sociales”, y a su vez, un medio privilegiado para generar cambios.

En este sentido, y para hacer efectivo el uso del lenguaje incluyente, en el año 2009 se aprobó el Acuerdo No. 381 de 2009 “Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente, entendido como el uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos”. Es así como todas las entidades públicas de carácter distrital deben hacer uso de este lenguaje en documentos oficiales tales como Acuerdos, Decretos, Resoluciones, Conceptos, Oficios, Periódicos, Afiches, Pancartas, Página Web, Blogs y comunicación interna y externa en general.

Es indispensable entonces que cada una de las Entidades del Distrito, además de conocer el enfoque, la normatividad y reglamentación en cuanto a comunicación y cultura libres de sexismo y el lenguaje incluyente, lo interiorice y aplique en cada uno de sus documentos, campañas y productos comunicativos; de esta manera se garantiza un avance puntual en el reconocimiento de los derechos de las mujeres.

1.5 Enfoque de género, derecho y diferencial en la comunicación de la SD Mujer

Todo el proceso de comunicaciones se realiza a partir de los tres enfoques de la Política Pública de Mujer y Equidad de Género. La definición de dichos enfoques se encuentra en el Decreto 166 de 2010 y en el documento realizado por la Secretaría Distrital de la Mujer

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 12 de 41

“Cartilla de Enfoque Diferencial de la SDMujer” realizado durante el año 2015.

Enfoque de género y derechos: Artículo 4° (Decreto 166 de 2010) “La Política Pública de Mujeres y Equidad de Género está orientada por el enfoque de derechos y de género. Los derechos humanos de las mujeres son universales, indivisibles e interdependientes. Éstos se hacen efectivos mediante la igualdad real entre mujeres y hombres. Los derechos civiles y políticos se articulan con los derechos económicos, sociales y culturales, así como con los derechos sexuales y reproductivos, en la medida que es en el cuerpo de las mujeres donde se establece su unidad y se hace posible el ejercicio de los mismos. Igualmente, la integridad física y mental de las mujeres se considera como presupuesto fundamental para el ejercicio del resto de sus derechos.

La desigualdad que enfrentan las mujeres, originada en la construcción social, en la cual, a partir de las diferencias biológicas (sexuales) entre mujeres y hombres, se han estructurado social y culturalmente relaciones de poder jerarquizadas y subordinadas, ámbitos de interacción diferenciados y subvalorados (público y privado), y relaciones económicas basadas en la división sexual del trabajo (productivo/doméstico-reproductivo) debe eliminarse”.

Enfoque Diferencial: El enfoque diferencial surge como un intento de dar respuesta desde las políticas públicas y en general desde la acción del Estado a los avances que en materia teórica y conceptual se han venido dando en el campo feminista gracias al desarrollo del concepto de interseccionalidad, uno de los aportes más significativos de las feministas negras, indígenas y chicanas al pensamiento crítico contemporáneo en general y al feminismo en particular.

El concepto de interseccionalidad analiza la manera como distintos regímenes de poder se articulan para producir un sistema de dominación. Los regímenes que conforman dicho sistema son los de género, raza, clase, y sexualidad que se combinan teniendo como consecuencia la exclusión, opresión y subordinación de ciertos colectivos e individuos y el privilegio de otros. En término de las políticas

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 13 de 41

públicas, en particular de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género, traducir y concretar la categoría de interseccionalidad en instrumentos de planeación y programación, puede ser posible a través del enfoque diferencial entendido como una herramienta que tiene como objetivo fijar la atención en las diferencias y desigualdades que caracterizan las experiencias de las mujeres, de modo que la acción pública y política que pretende avanzar en el reconocimiento y la garantía de sus derechos tenga en cuenta dicha diversidad y complejidad.

El enfoque diferencial no es simplemente reconocer las diferencias entre las mujeres sino hacer visibles las relaciones de poder que las ponen en subordinación.

2. Marco normativo

Para la realización de la estrategia, la SDMujer parte del cumplimiento legal de la Constitución Política de Colombia, las leyes que regulan las comunicaciones en el país, los antecedentes normativos de comunicación con perspectiva de género que el Estado Colombiano se ha comprometido a dar cumplimiento y los decretos y/o acuerdos que para comunicaciones han sido creados a partir de la implementación de la Política de Mujeres y equidad de género en el Distrito Capital.

2.1 Normograma del proceso de comunicación estratégica

- ✓ Acuerdo 01 de 1988 “por el cual se adoptan los símbolos de la ciudad de Bogotá y se regula su uso en el Distrito Especial”, modificado y adicionado por el Acuerdo 088 de 2003 "por el cual se modifica y adiciona el Acuerdo 1 de 1988 y se dictan normas para el uso de los símbolos de Bogotá en el Distrito Capital", normas que se encuentran vigentes.
- ✓ Acuerdo 088 de 2003 Por el cual se modifica y adiciona el Acuerdo 1 de 1988 y se dictan normas para el uso de los símbolos de Bogotá en el Distrito Capital", normas que se encuentran vigentes.
- ✓ Acuerdo 091 de 2003 Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género del Distrito Capital 2004 – 2016 (PIOEG)
- ✓ Acuerdo 381 de 2009 “Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 14 de 41

incluyente". En este Acuerdo se ordena a todas las entidades públicas de carácter distrital a hacer uso de un lenguaje incluyente en los documentos oficiales que sean elaborados y difundidos, así como en todos los eventos públicos y medios de comunicación de las entidades distritales.

- ✓ Circular 28 de 2009 Secretaría General Alcaldía Mayor de Bogotá D.C, Remite a las entidades y organismos distritales el texto del Acuerdo Distrital 381 de 2009, por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente, entendiendo por éste el uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos, y del cual debe hacerse uso en los documentos oficiales que sean elaborados y difundidos por las entidades públicas distritales, así como en las intervenciones y alocuciones que se realicen en eventos públicos y medios de comunicación del nivel distrital.
- ✓ Decreto 371 de 2010, artículo 3°, relacionados con los sistemas de información, atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.
- ✓ Decreto 166 de 2010 Por el cual se adopta la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género

en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones

- ✓ Ley 1474 de 2011, referente a la publicación en la Página Web del respectivo Plan de Acción de las entidades públicas y Proyectos de Inversión.
- ✓ Acuerdo 490 de 2012 por el cual se crean el sector administrativo Mujer y la Secretaría Distrital de la Mujer y se dictan otras disposiciones
- ✓ Ley 1581 de 2012 - Régimen General de Protección de Datos Personales
- ✓ Ruta Única de Atención a Mujeres Víctimas de Violencias y en Riesgo de Femicidio (Acuerdo 676 de 2017).
- ✓ Decreto Distrital 428 de 2013, Por medio del cual se establece la estructura organizacional y funciones de la Secretaría Distrital de la Mujer y otras disposiciones.
- ✓ Acuerdo 584 de 2015: Lineamientos de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el D.C.
- ✓ Resolución 0492 de 2015: Lineamientos para los Planes Sectoriales de Transversalización.
- ✓ Resolución 489 de 2015: Lineamientos para Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género en Bogotá.
- ✓ Decreto Distrital 208 de 2016 Por medio del cual se adopta el Manual de Imagen

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 15 de 41

Institucional de la Administración Distrital y el eslogan o lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá, D. C., para el período 2016 – 2019.

- ✓ Circular 21 de 2016 Secretaría General, La Secretaria General se dirige a la Secretaría Privada del Despacho del Alcalde Mayor, Subsecretaría General, Altas Consejerías, Oficinas, Direcciones y Subdirecciones, recordando a todos/as los/as servidores/as de la entidad la obligatoriedad de dar aplicación al lenguaje incluyente en los documentos oficiales que sean elaborados y difundidos, entre otros: Actos administrativos, conceptos, oficios, periódicos, folletos, pancartas, página web y blogs. Igualmente, en todas las intervenciones y alocuciones que se realicen en los eventos públicos y medios de comunicación de las entidades distritales, de conformidad con lo ordenado por el referido Acuerdo 381 de 2009 Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente.
- ✓ Decreto 492 de 2019: Por el cual se expiden lineamientos generales sobre austeridad y transparencia del gasto público en las entidades y organismos del orden distrital.
- ✓ Ley 1955 de 2019 Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”.

2.2 Ley 1712 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional

Por medio de la cual se crea, la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones. El objeto de la ley es “regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información”, basándose en el principio de máxima publicidad para titular universal, donde “Toda información en posesión, bajo control o custodia de un sujeto obligado es pública y no podrá ser reservada o limitada sino por disposición constitucional o legal, de conformidad con la presente ley”.

En esta ley se concibe el acceso a la información como un derecho fundamental, “toda persona puede conocer sobre la existencia y acceder a la información pública en posesión o

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 16 de 41

bajo control de los sujetos obligados. El acceso a la información solamente podrá ser restringido excepcionalmente.”, también aclara que “el derecho de acceso a la información genera la obligación correlativa de divulgar proactivamente la información pública y responder de buena fe, de manera adecuada, veraz, oportuna y accesible a las solicitudes de acceso, lo que a su vez conlleva la obligación de producir o capturar la información pública. Para cumplir lo anterior los sujetos obligados deberán implementar procedimientos archivísticos que garanticen la disponibilidad en el tiempo de documentos electrónicos auténticos.”

Las disposiciones de esta ley son de obligatorio cumplimiento para la SDMujer en calidad de sujetos obligados bajo el Artículo 5°. Ámbito de aplicación, en donde los parágrafos a y b indican:

a) Toda entidad pública, incluyendo las pertenecientes a todas las Ramas del Poder Público, en todos los niveles de la estructura estatal, central o descentralizada por servicios o territorialmente, en los órdenes nacional, departamental, municipal y distrital; b) Los órganos, organismos y entidades estatales independientes o autónomos y de control.

La SDMujer, a través de las diferentes áreas a las que compete el cumplimiento de la ley, realizará todas las acciones requeridas, con especial atención a aquellas contenidas en Título II. De la publicidad y del contenido de la información, sobre: disponibilidad de la Información, criterio diferencial de accesibilidad, información mínima obligatoria respecto a la estructura del sujeto obligado, publicidad de la contratación, Información mínima obligatoria respecto a servicios, procedimientos y funcionamiento del sujeto obligado; adopción de esquemas de publicación.

2.3 Antecedentes normativos de comunicación con perspectiva de género. Apartado J (Beijing 1995) – La mujer y los medios de difusión.

En septiembre de 1995 se aprueba la declaración de Beijing y su Plataforma de Acción en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer, en la que 189 países, entre ellos Colombia, se comprometen a “garantizar la igualdad y la no discriminación ante la ley y en la práctica”, exponiendo la posibilidad de “revocar cualesquiera leyes restantes que discriminen por

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 17 de 41

motivos de sexo y eliminar el sesgo de género en la administración de justicia”. La importancia de esta conferencia para las comunicaciones radica en la inclusión del apartado J, referente a “La mujer y los medios de difusión”, donde se recomienda adoptar medidas para potenciar el reconocimiento y participación de las mujeres en todos los campos, y como protagonistas fundamentales en la adopción de decisiones encaminadas al posicionamiento de imágenes, textos y enfoques que deconstruyan estereotipos y promuevan la equidad de género.

Artículo 10, Ley 1257 de 2008 Capítulo IV Medidas de sensibilización y prevención "El Ministerio de Comunicaciones elaborará programas de difusión que contribuyan a erradicar la violencia contra las mujeres en todas sus formas, a garantizar el respeto a la dignidad de la mujer y a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, evitando toda discriminación contra ellas."

Acuerdo 381 de 2009 – En el año 2009 se aprobó el Acuerdo No. 381 de 2009 “Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente, entendido como el uso de expresiones lingüísticas que incluyan tanto al género femenino como al masculino, cuando se requiera hacer referencia a ambos sexos”. Es así como todas las entidades públicas de carácter distrital deben hacer uso de este lenguaje en documentos oficiales tales como Acuerdos, Decretos,

Resoluciones, Conceptos, Oficios, Periódicos, Afiches, Pancartas, Página Web, Blogs y comunicación interna y externa en general, de esta manera se garantiza un avance puntual en el reconocimiento de los derechos de las mujeres.

Decreto 166 de 2010 - Política Pública de Mujeres y Equidad de Género del Distrito Capital La Política Pública de Mujeres y Equidad de Género del Distrito Capital, se compromete a emprender un conjunto de decisiones y acciones político-administrativas encaminadas a posicionar y divulgar información relacionada con la implementación de ésta política, así como “avanzar en la transformación de imaginarios, representaciones y prácticas sexistas que obstaculizan la participación libre y permanente de las mujeres en condiciones equitativas de construcción de conocimiento y sabiduría; la producción, circulación y disfrute del arte, la recreación y los deportes; la vivencia y valoración de los cuerpos y de la vida cotidiana; tanto en lo que se nombra como en lo que se silencia, a través de los siguientes componentes:

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 18 de 41

Eliminación de estereotipos de género. Mejorar las condiciones de equidad, a partir de la eliminación de los estereotipos de género, a través de acciones tendientes a desmontar los imaginarios sexistas sobre lo femenino y lo masculino en los ámbitos público y privado para construir nuevas relaciones con las mujeres como sujetas de derechos.

Comunicación no sexista. Implementar nuevas prácticas comunicativas, con el fin de transformar el lenguaje sexista en los diferentes medios y formas de comunicación”.

Acuerdo 091 de 2003 Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género del Distrito Capital 2004 – 2016 (PIOEG) Política Pública de Mujer y Géneros ha liderado los procesos de construcción participativa, formulación y puesta en marcha del Plan de Igualdad de Oportunidades para la Equidad de Género del Distrito Capital 2004-2016, PIOEG, en donde uno de los derechos fundamentales para garantizar la equidad e igualdad de oportunidades es el Derecho a una comunicación y cultura libres de sexismo, planteando claros lineamientos en cuanto al enfoque y estrategia de comunicación a implementar en el distrito, como es: “promover un proceso de cambio cultural, que permita incidir en las prácticas cotidianas de hombres y mujeres en todas las esferas de la sociedad y el reconocimiento de la diversidad de las mujeres, construir, agenciar y disfrutar una cultura libre de discriminaciones y sexismo, como sujetos plenos de derecho”.

Como parte de esta articulación que busca promover, reconocer, garantizar y restablecer los derechos de las mujeres, el Plan de Desarrollo 2012 – 2016 incluye en su Artículo 10, el Programa Bogotá Humana con igualdad de oportunidades y equidad de género para las mujeres. En este sentido, se deben implementar estrategias de comunicación encaminadas a visibilizar acciones que permiten avanzar en la eliminación de las violencias contra las mujeres y las inequidades, así como propiciar cambios de imaginarios y representaciones sociales hacia

la superación de actitudes y prácticas de discriminación y exclusión de las mujeres en el Distrito Capital desde las diferencias que las constituyen.

2.4 Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG / Departamento Administrativo de la Función Pública

El MIPG es el marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 19 de 41

ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio¹.

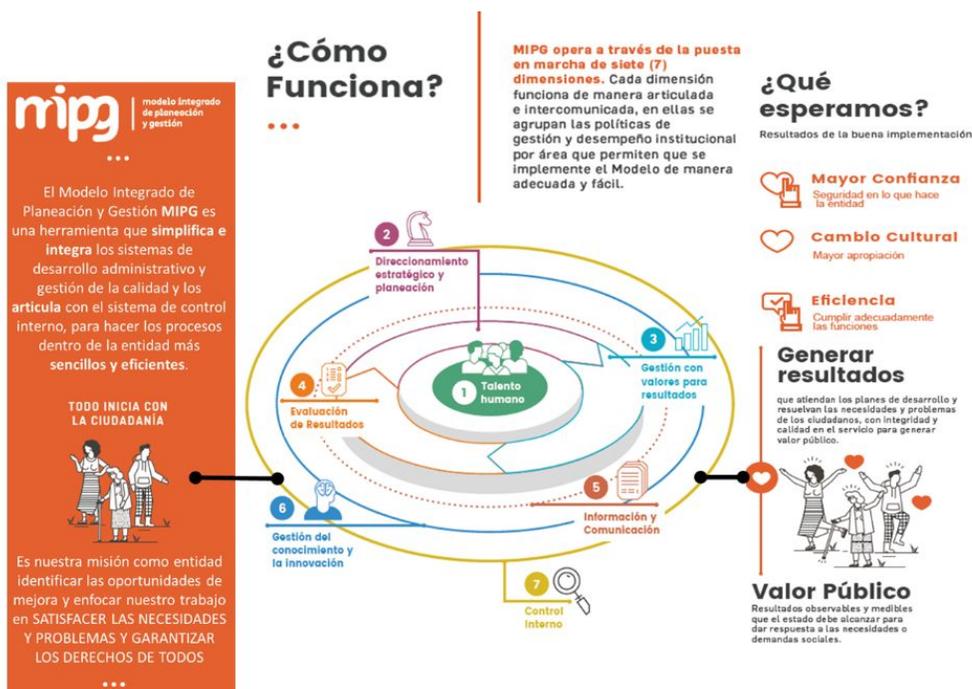


Figura 2. Operación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG. Función Pública 2017

¹ Manual Operativo Sistema de Gestión MIPG (Versión 2)

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</small>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 20 de 41

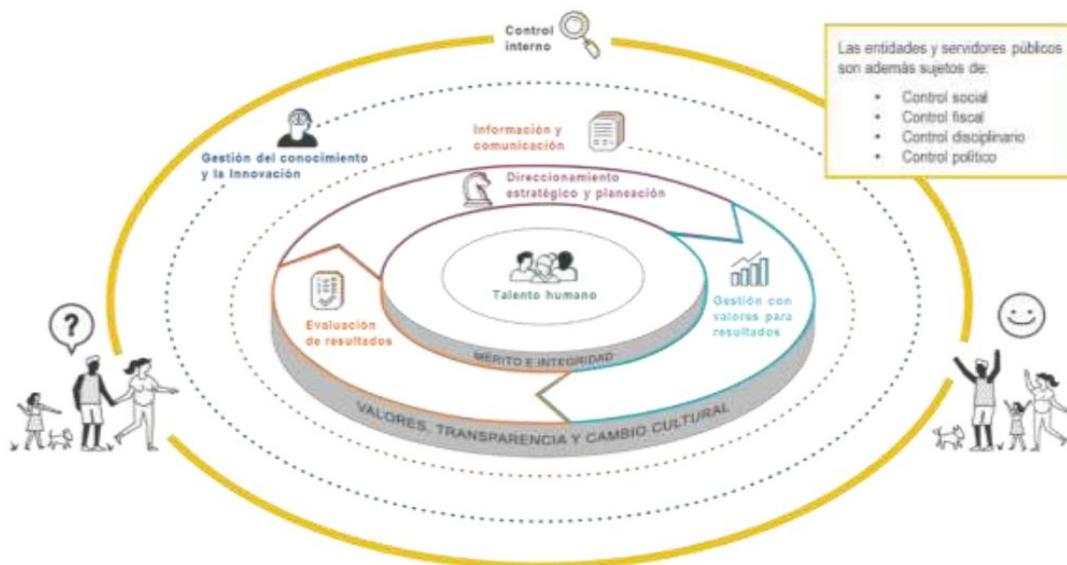


Figura 3. Información y Comunicación: Dimensión 5 del modelo MIPG. Función Pública 2017

Se hace énfasis en el enfoque transversal de la Información y la comunicación frente a los demás componentes del Modelo, pues permite ampliar y profundizar en el uso y aprovechamiento de la información para los procesos internos de la entidad (toma de decisiones, elaboración de política pública, entre otros), así como la interacción con los ciudadanos (grupos de valor y grupos de interés).

En este sentido, para MIPG es importante que tanto la información como los documentos que la soportan (escrito, electrónico, audiovisual, entre otros) sean producidos y gestionados para facilitar la operación de la entidad, el desarrollo de sus funciones, la seguridad y su protección, garantizar su trazabilidad, y facilitar el acceso de la ciudadanía, es fundamental para la gestión del conocimiento y la toma de decisiones, solo por resaltar algunos de los beneficios de la gestión de la información.

Por su parte, la comunicación es vital para difundir y transmitir la información que se gestiona en toda la entidad, tanto dentro de ella como la que le permite relacionarse con las personas a quienes dirige sus bienes y servicios o tienen algún interés en su gestión y en sus resultados.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 21 de 41

Por tanto, la transparencia con la cual las entidades públicas toman sus decisiones y el acceso a la información pública que deben garantizar a los ciudadanos, son parte fundamental de esta dimensión.

3. Objetivos de la estrategia

3.1 Objetivo General

Contribuir a la construcción de una cultura no sexista, que integre en todos los lenguajes y canales, la perspectiva de género, derechos y enfoque diferencial, para erradicar todas las formas de violencia contra las mujeres.

3.2 Objetivos específicos

1. Promover la construcción de una opinión pública favorable a los derechos humanos de las mujeres y la erradicación de toda forma de violencia de género en Bogotá.
2. Posicionar la Secretaría Distrital de la Mujer como entidad líder en la defensa y garantía de los derechos de las mujeres en Bogotá
3. Informar a la ciudadanía sobre las acciones, procesos y servicios de la Secretaría Distrital de la Mujer
4. Mantener relacionamiento permanente con profesionales de la comunicación, medios de comunicación y redes de comunicación
5. Promover el conocimiento y apropiación de las políticas públicas, planes, programas, proyectos y estrategias relacionados con la garantía de derechos y el empoderamiento de las mujeres.
6. Desarrollar estrategias de comunicación y cultura para la transformación de prácticas, imaginarios y representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas
7. Coadyuvar en la articulación de los procesos institucionales a través del apoyo transversal a otros procesos, productos y medios de comunicación interna
8. Impulsar procesos en las instituciones para incorporar en la cultura institucional elementos conceptuales, metodologías y prácticas comunicacionales cotidianas a las servidoras y los servidores públicos del Distrito Capital.
9. Acompañar los procesos de movilización social que en el nivel local y distrital son realizados por las mujeres en la defensa y garantía de sus derechos.

	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 22 de 41

4. Mensajes centrales de la comunicación

Para el cumplimiento de la estrategia, la SDMujer ha priorizado mensajes de comunicación como parte de su quehacer comunicacional, organizados mediante ejes centrales:

4.1 Sobre el sentido de la Secretaría Distrital de la Mujer

- ✓ La Secretaría Distrital de la Mujer es la entidad líder en Bogotá para la garantía de los Derechos de las Mujeres.
 - ✓ Bogotá está comprometida y defiende los derechos de las mujeres.
 - ✓ Trabajamos para lograr la autonomía física, económica y política de las mujeres.
 - ✓ Las mujeres diversas de Bogotá no están solas.
 - ✓ La Secretaría Distrital de la Mujer está al alcance de TODAS las mujeres.
 - ✓ La Secretaría Distrital de la Mujer tiene servicios específicos y gratuitos al alcance de todas.
 - ✓ La Secretaría Distrital de la Mujer renueva permanentemente su mirada para atender a las necesidades de las mujeres.
 - ✓ La SDMujer tiene 27 sedes en toda la ciudad: 20 Casas de Igualdad en cada una de las localidades, 5 casas refugio, 1 Casas de Todas para personas que realizan actividades sexuales pagadas, 1 sede central.
 - ✓ En Bogotá existe una Ruta Única de Atención a Mujeres Víctimas de Violencias y en Riesgo de Femicidio (Acuerdo 676 de 2017).
 - ✓ El acoso es una forma de violencia y existe una oferta liderada por la SDMujer y articulada con el Distrito para transformar su naturaleza cultural y acompañar a las víctimas de las diferentes formas de acoso.
 - ✓ Bogotá cuenta con un Protocolo de prevención, atención y la sanción de las violencias contra las mujeres en el transporte y el espacio públicos.
-
- ✓ El Distrito trabaja interinstitucionalmente para atender las violencias contra las mujeres en ámbitos diferentes al familiar a través del Mecanismo de Atención Intermedia.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 23 de 41

- ✓ Bogotá trabaja articuladamente para ser una ciudad libre de machismo, que promueve masculinidades alternativas y que busca prevenir los estereotipos de género que favorecen la discriminación y las violencias contra las mujeres.

4.2 Sobre la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en el Distrito Capital (PPMYEG)

- ✓ El objetivo de la PPMYEG es “avanzar en el reconocimiento, garantía y restitución de los derechos humanos de las mujeres (...) para alcanzar la igualdad de oportunidades y la equidad de género, a través de la incorporación de acciones afirmativas en las políticas, planes, programas y proyectos del Distrito Capital.”
- ✓ La PPMYEG está construida sobre 8 derechos que las mujeres de Bogotá priorizaron:
 1. El Derecho a una Vida Libre de Violencias
 2. Derecho a la Participación y la Representación de las Mujeres
 3. Derecho al Trabajo en Condiciones de Igualdad y Dignidad
 4. El Derecho a la Salud Plena
 5. Derecho a la Educación con Equidad
 6. Derecho a una Cultura Libre de Sexismo
 7. Derecho a la Paz
 8. Derecho a una vivienda digna

Para la garantía de cada uno de los derechos la SDMujer realiza acciones orientadas y definidas dentro de sus planes y proyectos, la Secretaría Distrital de la Mujer coordina con todos los sectores de la Administración Distrital el trabajo para la garantía de los derechos de las Mujeres en Bogotá.

4.3 Sobre la eliminación de todo tipo de violencias contra las mujeres

- ✓ Las violencias contra las mujeres constituyen una violación a los Derechos Humanos.
- ✓ Todas las formas de violencias contra las mujeres son un delito.
- ✓ La violencia física, la violencia sexual, la violencia psicológica y la violencia económica son un delito.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. <small>SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</small>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 24 de 41

- ✓ Si en espacios comunitarios existen comportamientos que impacta la libertad y tranquilidad de las mujeres, se le considera acoso.
- ✓ Si una mujer recibe empujones, puños, patadas, o es atacada con un arma, objeto o agentes químicos, ¡es víctima de violencia física!
- ✓ Si recibe insultos, humillaciones, celos extremos, aislamiento o intentos de control ¡es víctima de violencia psicológica!
- ✓ Si es forzada a tener relaciones o actos sexuales en contra de tu voluntad ¡Es víctima de violencia sexual!
- ✓ Si es controlado el uso de su dinero o es la única que cubre los gastos del hogar ¡Es víctima de violencia económica!
- ✓ Erradicar la violencia contra las mujeres, mejora la calidad de vida de todas las personas.
- ✓ Todas las mujeres pueden ser víctimas de diferentes tipos de violencias.
- ✓ La diversidad étnica, de identidad u orientación sexual, procedencia, clase social, pueden agudizar las diferentes formas de violencia que viven las mujeres. Hay mujeres con condiciones de mayor vulnerabilidad de sus derechos.
- ✓ Actúa y denuncia.
- ✓ Bogotá cuenta con SOFIA como el Sistema Orgánico, Funcional, Integral y Articulador, para la prevención, atención y seguimiento de violencias contra las mujeres.
- ✓ SOFIA es responsabilidad de todo el Distrito y no solamente de la Secretaría Distrital de la Mujer.
- ✓ La Secretaría Distrital de la Mujer cuenta con 5 Casas Refugio para mujeres víctimas de la violencia, a las que acceden a través de medidas de protección, otorgadas por una Comisaría de Familia o juez o jueza de control de garantías.
- ✓ Las Casas Refugio para la atención de mujeres víctimas de violencia, brindan acogida y acompañamiento temporal a las mujeres víctimas de violencias en el ámbito familiar, y a sus hijas e hijos si los tienen.
- ✓ Para llegar a Casa Refugio se debe tener una medida de protección legal expedida o en curso por la autoridad competente.
- ✓ En las Casas Refugio se apoya a las mujeres en sus procesos de reconocimiento e identificación como sobrevivientes de violencia y se trabaja por la reconstrucción de su proyecto de vida.

Son criterios para acceder a las Casas Refugio:

- ✓ Ser mujer mayor de edad. (Víctimas de violencia por razones de género en el

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 25 de 41

ámbito familiar conforme lo estipula la Ley 1257 de 2008.)

✓ Ser remitidas por la entidad competente (Comisaría, Fiscalía).

- ✓ Se hallen bajo medida de protección por riesgo o peligro contra su integridad física o en su defecto, dicha expedición esté en trámite o se tenga la voluntad de solicitarla.
- ✓ Ni en la Casa, ni en la calle, nada justifica la Violencia contra las mujeres
- ✓ #NosQueremosVIVAS

4.4 Sobre la territorialización de la PPMYEG

- ✓ Existen 20 Casas de Igualdad de Oportunidades en toda la ciudad, una en cada localidad
- ✓ En cada una de las Casas de Igualdad de Oportunidades en las 20 localidades de Bogotá dónde usted puede encontrar:
 - Orientación sociojurídica
 - Orientación psicosocial
 - Actividades para el reconocimiento de derechos.
 - Jornadas de sensibilización y visibilización de los derechos de las Mujeres.
 - Instancia de participación: Comité Operativo Local de Mujer y Género.
 - Fomento al aprendizaje de la igualdad y la equidad entre los géneros.
 - Fortalecimiento del derecho a la participación y representación y promoción de liderazgos de mujeres.
 - Asesoría y acompañamiento a las organizaciones sociales, grupos, redes y colectivos de mujeres, para su fortalecimiento.
 - Alfabetización en Tecnología de Información de las Comunicaciones con enfoque diferencial.

4.5 Sobre las diversidades

- ✓ Todas las mujeres, de todas las diversidades, tenemos los mismos derechos y oportunidades
- ✓ Diez sectores de mujeres diversas de la ciudad han sido priorizados (Negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras, Indígenas, Gitanas, Con discapacidad y

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 26 de 41

cuidadoras, Jóvenes, Adultas, Mayores, Campesinas y rurales, Lesbianas, bisexuales y transgénero, Habitantes de calle)

- ✓ Es necesario transformar los imaginarios y hábitos que tienden a reproducir situaciones de discriminación, violencia u otras formas de opresión hacia las mujeres en sus diversidades.
- ✓ La SDMujer visibiliza a las mujeres diversas de Bogotá desde sus diferencias culturales, sociales, étnicas y también desde las problemáticas en relación a sus condiciones de

vida, lugares que ocupan en sus entornos sociales y circunstancias que facilitan situaciones de violencias, discriminación y segregación contra ellas.

- ✓ Existen agendas particulares de las mujeres diversas en diversos espacios del Distrito Capital. Se resaltan particularmente las agendas de las mujeres indígenas, negras y afrodescendientes y campesinas.
- ✓ Es importante construir nuevas masculinidades o masculinidades alternativas para la transformación de los patrones culturales machistas
- ✓ La construcción de masculinidades alternativas contribuye a la igualdad y equidad entre hombres y mujeres.

5. Públicos a los que nos dirigimos

La SDMujer como entidad del nivel distrital debe construir medios y estrategias para dirigirse a la ciudadanía en general de Bogotá. Sin embargo, como públicos prioritarios se han elegido los siguientes:

- ✓ Mujeres diversas que viven en Bogotá, (Negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras, Indígenas, Gitanas, Con discapacidad y cuidadoras, Jóvenes, Adultas, Mayores, Campesinas y rurales, Lesbianas, bisexuales y transgénero, Habitantes de calle).
- ✓ Mujeres lideresas de diferentes sectores: académicas, empresarias, artistas, deportistas, científicas, lideresas de opinión.
- ✓ Líderes de opinión vinculados al sector empresarial., académico, político, artístico, científico que tengan interés en la construcción de la igualdad de género.
- ✓ Profesionales de la comunicación, periodistas, publicistas, del campo del diseño gráfico y fotografías/os.
- ✓ Lideresas y líderes comunitarios, barriales.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 27 de 41

- ✓ Funcionarias y funcionarios públicos del nivel distrital.
- ✓ Ciudadanas y ciudadanos en ejercicio político (concejales/es, edilesas/es, alcaldesas/es locales).
- ✓ Público interno: funcionarias y servidoras SDMujer.

6. Vocería institucional

La vocera principal de la entidad es la Secretaria Distrital de la Mujer. En caso de que la Secretaria no se encuentre designará a la persona que ella considere pertinente. Por temáticas de la institución podrán existir vocerías especializadas en apoyo a la vocera principal.

Vocerías especializadas:

- ✓ Violencias, Consejos Locales de Seguridad, Casas Refugio: Subsecretaria de Fortalecimiento de Capacidades y Oportunidades, Directora de Eliminación de Violencias.
- ✓ Plan de Igualdad de Oportunidades, participación: Subsecretaria de Políticas de Igualdad
- ✓ Territorialización de derechos, Casas de Igualdad, programas, proyectos y acciones territoriales, Escuela de Participación: Directora de Territorialización de Derechos y Oportunidades
- ✓ Enfoque Diferencial por cada una de las diversidades de las mujeres, trabajo con mujeres indígenas, campesinas, negras, afrodescendientes, raizales, rom, en condición de discapacidad, cuidadoras, Masculinidades: Directora de Enfoque Diferencial
- ✓ Derechos y diseño de políticas, promoción del Plan de Igualdad de Oportunidades, trabajo con personas en actividades sexuales pagadas, paz. Directora de Derechos y Diseño de Políticas.

7. Espacios de participación y socialización de las comunicaciones

La SDMujer ha definido para el funcionamiento de las comunicaciones en la institución, la socialización y definición de temáticas importantes a través de los siguientes canales:

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 28 de 41

reuniones de equipo directivo, reuniones de tránsito del nivel directivo, reuniones del Comité Institucional de Gestión y Desempeño, reuniones con las diferentes áreas de manera bilateral entre el equipo de comunicaciones y la persona designada por el área.

En estos espacios se realizarán, dependiendo de cada espacio, las siguientes tareas:

- ✓ Priorizaciones temáticas para posicionar en la opinión pública.
- ✓ Planeación de la comunicación en fechas conmemorativas.
- ✓ Presentación de propuestas (estrategias, campañas y productos).
- ✓ Cubrimientos de los eventos locales y distritales con cronograma mensual.
- ✓ Seguimiento al impacto de la SDMujer en web y redes sociales.
- ✓ Definición de estrategias de comunicación interna.

8. Comunicación Interna

La Comunicación Interna propende por encontrar, definir y poner en marcha los medios de comunicación adecuados, técnicas y herramientas para que, a través de los diferentes procesos y procedimientos que realiza la SDMujer, se promueva al interior de la Entidad, el derecho a una comunicación incluyente, inmediata, asertiva y transversal que vaya en concordancia con el MIPG. Además, que atienda y esté en función de los objetivos institucionales para garantizar el flujo correcto y oportuno de la información en todos los niveles de la Entidad, que contribuya a implementar cambios y procesos de mejora en pro del crecimiento de la entidad.

La comunicación interna se regirá por las indicaciones sobre Manual de Comunicación Interna que Alcaldía Mayor defina para tal fin. Igualmente, se desarrollará a partir de los tres enfoques institucionales: de género, derechos de las mujeres y diferencial.

Los objetivos específicos de la comunicación Interna son:

- ✓ Ayudar en la articulación de los procesos institucionales a través de procesos,

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 29 de 41

- ✓ productos y medios de comunicación interna.
- ✓ Facilitar la comunicación entre la Alta Dirección y todos los niveles institucionales.
- ✓ Impulsar procesos en las instituciones para incorporar en la cultura institucional elementos conceptuales, metodologías y prácticas comunicacionales cotidianas a las servidoras y los servidores públicos del Distrito Capital.

La Comunicación Interna de la Secretaría Distrital de la Mujer es la herramienta que permite promover conocimiento y reconocimiento de la cultura organizacional, mejorar el sentido de cohesión y fortalecer el flujo de información entre todos los niveles de la estructura institucional para alinear los esfuerzos a una visión compartida.

Los procesos y estrategias de comunicación Interna son de cumplimiento para la sede central de la Secretaría Distrital de la Mujer y sus 26 sedes en las localidades representadas en: 20 Casas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres, 5 Casas Refugio y 1 Casa de Todas, para personas que realizan actividades sexuales pagadas.

8.1 Comunicación Interna para un propósito común

La Comunicación Interna busca facilitar el ejercicio diario de funcionarias, funcionarios, servidores y servidoras públicas de la Secretaría Distrital de la Mujer, en procura de brindar al interior de la Entidad, la prontitud en la respuesta a los requerimientos de comunicación, una solución a las demandas y necesidades en este aspecto, así como fortalecer su capacidad de adaptación a los cambios del entorno.

Cuando se logra esa facilidad en la adaptación al cambio, se fortalece la institucionalidad y la comunicación interna se hace más efectiva para todos los elementos involucrados en ella.

Con este objetivo, dentro de los ejes temáticos de la Comunicación Interna están:

- ✓ Sistema Integrado de Gestión (Plan Integrado de Gestión Ambiental, difusión de mapa de procesos, administración del riesgo, programa de salud y seguridad ocupacional, archivo y seguridad de la información; cultura de calidad y mejoramiento continuo, responsabilidad social).
- ✓ Directrices de la Dirección de Talento Humano: comunicación de decisiones y políticas, procesos de inducción y reinducción, campañas de mejoramiento del clima laboral, campañas de integración.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 30 de 41

- ✓ Divulgación de decisiones institucionales distritales y propias de la entidad.
- ✓ Directrices para el ejercicio de la función pública, a través de obligaciones y funciones.
- ✓ Ética y transparencia.

8.2 Comunicación entre la Alta Dirección y las servidoras/servidores de la entidad

Como parte de los principales objetivos de la comunicación interna está facilitar la comunicación entre la Alta Dirección y las servidoras, servidores de la entidad buscando promover la interacción con todos los niveles de la organización, mejorar la calidad de la información que se recibe sobre las decisiones institucionales y promover la acción de toda la institución de manera coordinada y coherente con la misionalidad y el Plan de Desarrollo.

Para ello se mantendrán espacios permanentes de comunicación de la Alta Dirección, que serán propuestos por la Asesora de Comunicaciones y decididos por la Secretaría Distrital. Igualmente se diseñarán estrategias que permitan a los diferentes niveles de la entidad comunicar sus preguntas, inquietudes y sugerencias para el nivel directivo.

8.3 Canales de Comunicación Interna

Como canales de comunicación se mantendrá el envío de información permanente a través de boletina, intranet, correos electrónicos, videos, wallpapers y cartelera institucionales. Estos serán de difusión y recepción obligatoria para todas y todos en la entidad. Serán evaluados cada año y se preverá su actualización de acuerdo con los resultados encontrados.

8.3.1 Intranet

Buscando el fortalecimiento de la comunicación, la SDMujer mantendrá una intranet con los objetivos de:

- ✓ Promover la integración y el conocimiento de las personas y equipos de la Secretaría

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 31 de 41

- ✓ Informar internamente sobre las políticas institucionales, procesos, procedimientos, eventos, actividades internas y balance de la marcha institucional.
- ✓ Promover la formación permanente del equipo en temáticas que contribuyan a la misión y al ejercicio como servidoras/es públicas/os
- ✓ Cohesionar a todas las personas y equipos de la SDMujer en torno a la misión, visión, funciones institucionales como lugar de transformación de la vida de la ciudad en la garantía de los derechos de las mujeres.

El diseño de esta herramienta, así como la actualización de contenidos son competencia de la Oficina Asesora de Planeación y Sistemas.

8.3.2 Correo electrónico

El correo electrónico institucional se usará para la difusión de lineamientos desde el nivel central a todos los equipos de la institución. La solicitud de difusión se dará por las directivas institucionales y el correo será administrado por comunicaciones de la entidad para su mejor uso.

- ✓ Sólo se enviarán correos masivos a todos cuando la información sea de carácter general. Se enviarán correos de manera específica a grupos específicos por áreas y a solicitud de la persona que coordina el proceso.
- ✓ El envío de información masiva a través del correo electrónico es responsabilidad única y exclusiva del Área de Comunicaciones (y aquellas dependencias autorizadas), por lo que toda solicitud deberá ser remitida por lo menos con dos (2) días de antelación por dicha oficina y venir únicamente desde la responsable de cada Dirección, Oficina o Área.
- ✓ Los mensajes de agradecimientos, de fallecimientos, de pérdida o encuentro de objetos personales, entre otros serán recibidos por el Área de Comunicaciones a través de correo electrónico y los ubicará en plantillas gráficas estandarizadas para ser utilizadas en dichos casos.
- ✓ El uso asertivo del correo institucional asignado para cada funcionaria, funcionario, servidora y servidor público de la Secretaría Distrital de la Mujer permite conocer quien emite y quien recibe la información.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 32 de 41

- ✓ El uso del correo institucional deberá contar siempre con la firma de la funcionaria, funcionario, servidora o servidor público, más el área a la que pertenece, cargo y número
- ✓ de contacto.

8.3.3 Carteleras institucionales

En todas las sedes institucionales se mantendrá una cartelera pública donde se colocarán las actividades mensuales de la localidad o equipo de la sede. Igualmente se difundirá información central de las actividades, eventos y procesos organizados por la SDMUjer de carácter interno o público, e información sobre el sentido de las fechas conmemorativas y/o del calendario feminista. En las CIO donde se coloca información en la puerta principal o ventana se recomienda tener solo una cartelera externa con la información dispuesta en las plantillas unificadas, con el fin de no tener contaminación visual.

Sede Central de la SDMUjer

- ✓ En cada sede de la SDMUjer deberá estar publicada la misión, la visión, valores y objetivos de la entidad.
- ✓ Cada publicación (Afiches, volantes, cartillas, plegables) que se quieran ubicar en la entrada principal de la Sede Central de la SDMUjer, deberá ser entregada antes al equipo de Comunicaciones para su revisión y proceder a su publicación.
- ✓ Deberá existir una cartelera para publicar circularles institucionales o distritales que son de obligatorio cumplimiento para que sean consultadas. Se deberá tener en cuenta que la información publicada cuente con los parámetros de comunicación no sexista y el uso de lenguaje Incluyente. Los contenidos del material a publicar deben guardar relación directa con la misionalidad de la SDMUjer.

Sedes de la Secretaría Distrital de la Mujer

Cada sede deberá tener mínimo dos (2) máximo tres (3) carteleras las cuales deben contener; la imagen institucional.

Cada cartelera deberá contener:

- ✓ Cartelera Institucional: Misión, Visión, Valores y Objetivos de la Entidad. Cartelera con los servicios que presta la Sede de la SDMUjer: Deberá contener todas las acciones que se desarrollan habitualmente.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 33 de 41

- ✓ Cartelera para Información General: Publicaciones de las acciones distritales de entidades, organizaciones sociales o convenios interinstitucionales público - privados, con el énfasis misional de la entidad. Se ubicará de acuerdo con la distribución espacial de cada CIOM.

Es importante señalar frente a campañas e información diferente a la línea misional de la Secretaría Distrital de la Mujer, no deberán ser publicadas en las carteleras y estarán sujetas a la aprobación desde la Dirección de Territorialización de Derechos y Participación a través de las encargadas de cada Sede.

Se deberá tener en cuenta que las informaciones publicadas en las Casas de Igualdad de Oportunidades cuenten con los parámetros de comunicación no sexista y el uso de lenguaje incluyente. La información que ha perdido vigencia deberá retirarse de las carteleras de forma inmediata, es decir una vez transcurrida la actividad, estrategia o campaña a divulgar.

8.4 Manejo de imagen y nombre institucional

Para el manejo de la imagen y nombre institucional, la SDMujer sigue los parámetros dados por la Alcaldía Mayor en cuanto a Manual de Imagen Corporativa, que es de obligatorio cumplimiento para las entidades distritales. Igualmente ha ajustado dicho manual a las piezas que comúnmente son usadas dentro de la SDMujer.

Algunos criterios básicos con relación al manejo de la imagen y nombre institucional son:

- ✓ Deberá existir unidad de imagen y de los mensajes con el sentido de generar apropiación de quienes laboran en la Secretaría Distrital de la Mujer.
- ✓ El uso de la imagen institucional de la SDMujer, estará determinado de acuerdo con los lineamientos de Alcaldía Mayor, la alta dirección de la Secretaría Distrital de la Mujer, los requerimientos , normatividad contenidos y a través de gestión documental .
- ✓ Se tendrá dispuesto el diseño de plantillas predeterminadas para presentaciones audiovisuales e invitaciones tipo, para uso de convocatorias a capacitaciones de

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 34 de 41

inducción, reinducción, talleres y demás realizados al interior de la Entidad.

- ✓ Para el desarrollo de actividades al interior de todas las sedes de la Entidad, se deberá ubicar un pendón institucional para generar sentido de apropiación del nombre y la imagen institucional.
- ✓ Para generar sentido de pertenencia al interior de la entidad y en sus diferentes sedes, se deberá portar el carné institucional de forma permanente.
- ✓ Para quienes haya sido asignada la chaqueta institucional, esta deberá usarse con

regularidad para consolidar la imagen corporativa de la entidad.

- ✓ En ese mismo sentido, al contestar las líneas telefónicas se deberá hacer con el nombre de la entidad: “Secretaría Distrital de la Mujer y para las demás sedes agregarle el nombre de cada una.
- ✓ Para no generar contaminación visual al interior de la Entidad, los puestos de trabajo deberán tener el mínimo de objetos que no sean propios de una oficina. En igual sentido, en paredes, ventanas o lugares de tránsito, se debe procurar no hacer la publicación de afiches, volantes, stickers o publicidad que no cumpla con el propósito de la misionalidad institucional. Para tal efecto, se tendrán dispuestos puntos de publicación de carteleras informativas.
- ✓ En relación con las imágenes utilizadas para la señalización al interior de la entidad, estas deben contribuir a la transformación de estereotipos sexistas.

8.4.1 Manejo de campañas, actividades internas y relación de servidoras con medios de comunicación

- ✓ La información que requiera ser divulgada al interior de la entidad, actividades o campañas que se desarrollen en las diferentes áreas o sedes, deberán ser propuestas a comunicaciones a través del correo electrónico o por reunión. Dentro de la reunión se revisará la pertinencia y el medio adecuado para la divulgación de la información.
- ✓ Para el apoyo de comunicaciones sobre las actividades internas como: talleres, capacitaciones, campañas o elaboración de piezas comunicacionales y de difusión, primero se deberá concertar con (la) o (el) responsable de la respectiva área. Desde allí se dará a conocer a la Subsecretaría Corporativa, para proceder a asesorar y acompañar la estrategia a través del equipo de comunicaciones.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 35 de 41

- ✓ Las actividades internas tendrán cubrimiento previa solicitud al equipo de comunicaciones, que debe efectuarse según el procedimiento, con mínimo tres días hábiles antes de la fecha.
- ✓ Para el diseño de piezas y campañas internas se requiere de mínimo quince (15) días antes de su fecha de publicación y reuniones preliminares con la diseñadora gráfica de la Entidad para acordar el enfoque y desarrollar la propuesta.
- ✓ Todas las circulares o comunicados emitidos desde las diferentes dependencias deberán tener implícito el uso del lenguaje incluyente y comunicación no sexista.
- ✓ El área de Comunicaciones ofrecerá talleres de comunicaciones frente al uso del lenguaje incluyente y comunicación libre de sexismo. Este se realizará en las diferentes áreas de la Sede Central de la SDMujer y en los equipos locales y de cada una de las sedes de la entidad, que lo requieran, previo acuerdo.

- ✓ Cada uno de estas fases o productos en la comunicación interna deberán someterse estrictamente a los siguientes procesos: Planeación, Seguimiento, Medición y Mejora Continua.

9. Comunicación externa

La comunicación externa se define como el conjunto de procesos, prácticas, medios, canales, estrategias diseñados para la comunicación, el relacionamiento y posicionamiento de la entidad con los públicos externos con los que quiere comunicarse.

Objetivos específicos

- ✓ Posicionar la Secretaría Distrital de la Mujer como entidad líder en la defensa y garantía de los derechos de las mujeres en Bogotá.
- ✓ Informar a la ciudadanía sobre las acciones, procesos y servicios de la Secretaría Distrital de la Mujer.
- ✓ Promover la construcción de una opinión pública favorable a los derechos humanos de las mujeres y la erradicación de toda forma de violencia de género en Bogotá.
- ✓ Mantener relacionamiento permanente con profesionales de la comunicación, medios de comunicación y redes de comunicación.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 36 de 41

- ✓ Acompañar los procesos de movilización social que en el nivel local y distrital son realizados por las mujeres en la defensa y garantía de sus derechos.

La Comunicación Externa debe estar gestionada a través de un equipo con actividades de apoyo a temas de comunicaciones, contar con información oficial emitida por las diferentes direcciones y equipos de trabajo de la Secretaría Distrital de la Mujer.

La Secretaría desarrollará sus procesos de comunicación externa a través de: freepress, publicación de información en los canales de comunicación de la entidad (página web, Facebook, twitter, Instagram, Youtube y otros); relacionamiento con medios masivos de comunicación (privados y comunitarios); uso de canales de comunicación institucional de la administración Distrital; contratación de medios y canales de difusión masiva (radio, televisión, internet, redes sociales); medios alternativos de difusión a partir de estrategias de comunicación directa con lenguajes de mercadeo, artísticos y pedagógicos; y otras formas o estrategias de comunicación que considere pertinentes para llegar a los públicos objetivos.

9.1 Free press

La Asesora de Comunicaciones de la SDMujer emitirá comunicados de prensa oficiales a los medios de comunicación masivos y/o alternativos, a partir de la información entregada por las directivas de la Entidad.

Los criterios para la emisión de información ante los medios serán los siguientes:

- ✓ La Asesora de Comunicaciones propondrá a la Alta Dirección o el equipo directivo el comunicado, evaluando la pertinencia de la información y la necesidad de posicionamiento público de la entidad.
- ✓ Los comunicados contarán con información oficial emitida desde las diferentes Direcciones de la SDMujer o de los Equipos de Trabajo, que se recibirán a través de correo electrónico para garantizar la claridad de la información. Los comunicados serán producidos por el equipo de comunicaciones, podrán ser avalados por el

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 37 de 41

responsable temático de quien dependa la información y aprobado por la Secretaria Distrital de la Mujer antes de su publicación.

- ✓ Los comunicados serán enviados a los medios de comunicación masivos y/o comunitarios para promover su publicación.
- ✓ En caso de que algún medio de comunicación o periodista llegue directamente y sin previo aviso a cualquiera de las sedes de la Secretaría Distrital de la Mujer o que alguna servidora, servidor o contratista sea abordada o abordado para dar declaraciones, debe comunicarse inmediatamente con Comunicaciones de la SDMujer e informar acerca de la situación (desde allí se darán las indicaciones necesarias para dar respuesta al medio de comunicación).
- ✓ Tenga en cuenta que entrevistas o grabaciones que no sean tramitadas a través de comunicaciones de la SDMujer y que cuenten con el aval de la Secretaría de la Entidad NO están permitidas.
- ✓ Una vez el medio de comunicación, el o la periodista haga la solicitud de entrevista, el equipo de Comunicaciones de la SDMujer se contactará con la persona que representará a la entidad ante el medio de comunicación, de acuerdo con el conocimiento y la experticia que se tenga sobre el tema que se abordará y previa delegación por parte de la Secretaría de la SDMujer o su delegada.
- ✓ A la o el entrevistado se le comunicará cuál es el medio de comunicación que lo entrevistará, el o la periodista que cubrirá la nota, el tema, la fecha y la hora, además se le enviará copia del comunicado de prensa oficial para que entregué sus declaraciones con base en la información emitida oficialmente.

9.2 Canales/ Medios institucionales

Como medios principales de comunicación externa la SDMujer cuenta con página web, redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube) y como medios de comunicación interna se cuenta con intranet, correos electrónicos, Wallpapers y Cartelera Institucional.

Página web

La página web se encuentra en el dominio www.sdmujer.gov.co y es administrada (en código de programación) por el área de sistemas de la entidad. En cumplimiento de la Ley de Transparencia, todas las áreas son responsables de su actualización, aunque operativamente

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE - EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 38 de 41

es ejecutada la tarea a través del equipo de Sistemas de la entidad.

La página web cuenta en su estructura con la publicación de por lo menos la siguiente información:

Mapa de sitio - Secretaría Distrital de la Mujer

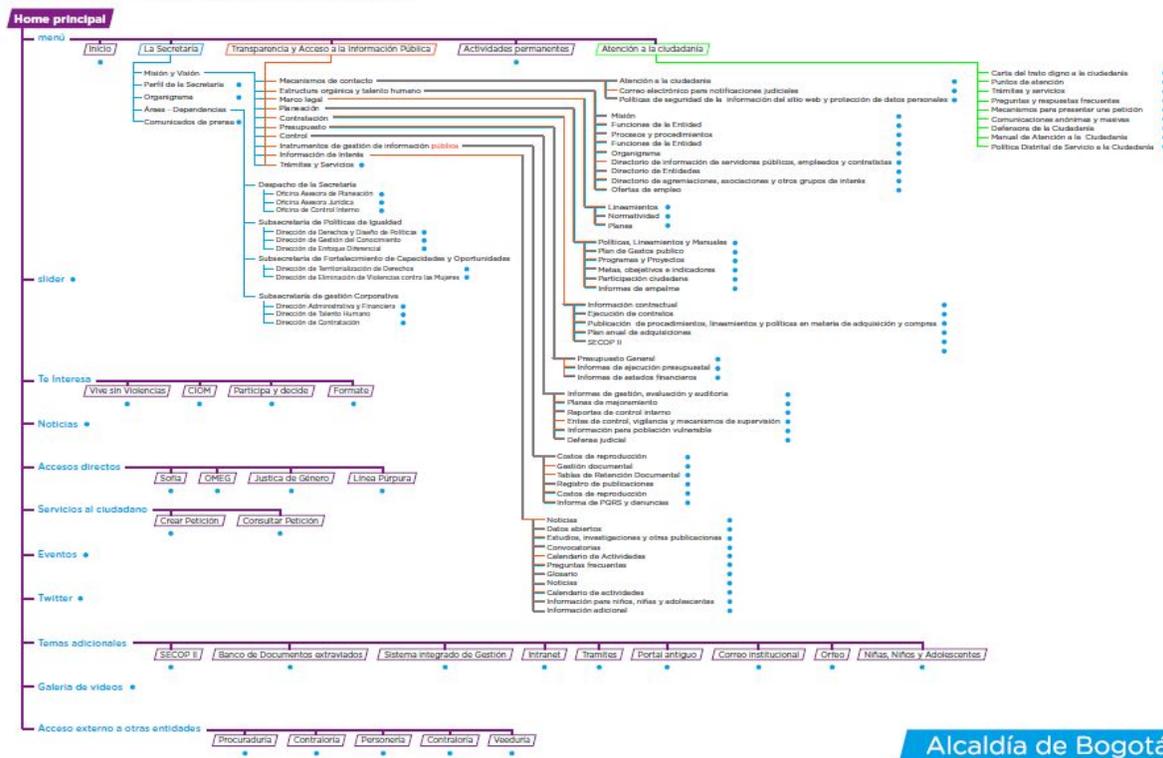


Figura 4. Mapa de Sitio página web Secretaría Distrital de la Mujer

- La descripción de su estructura orgánica, funciones y deberes, la ubicación de sus sedes y áreas, divisiones o departamentos, y sus horas de atención al público;
- Su presupuesto general, ejecución presupuestal histórica anual y planes de

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 39 de 41

gasto público para cada año fiscal.

- c. Un directorio que incluye el cargo, direcciones de correo electrónico y teléfono del despacho de los empleados y funcionarios y las escalas salariales correspondientes a las categorías de todos los servidores que trabajan en el sujeto obligado, de conformidad con el formato de información de servidores públicos y contratistas.
- d. Todas las normas generales y reglamentarias, políticas, lineamientos o manuales, las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos y los resultados de las auditorías al ejercicio presupuestal e indicadores de desempeño.
- e. Su respectivo plan de compra anual, así como las contrataciones adjudicadas para la correspondiente vigencia en lo relacionado con funcionamiento e inversión, las obras públicas, los bienes adquiridos, arrendados y en caso de los servicios de estudios o investigaciones deberá señalarse el tema específico, de conformidad con el artículo 74
- f. de la Ley 1474 de 2011. En el caso de las personas naturales con contratos de prestación de servicios, deberá publicarse el objeto del contrato, monto de los honorarios y direcciones de correo electrónico, de conformidad con el formato de información de servidores públicos y contratistas.
- g. Los plazos de cumplimiento de los contratos.
- h. El Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, de conformidad con el artículo 73 de la Ley 1474 de 2011.

Con relación al cumplimiento del objetivo específico de “Informar a la ciudadanía sobre las acciones, procesos y servicios de la Secretaría Distrital de la Mujer” el equipo de comunicaciones publicará información sobre los procesos, actividades y servicios de la Secretaría a través de diferentes formatos de información tales como noticias, entrevistas, crónicas, entre otras. Igualmente le corresponde mantener actualizado el cronograma institucional y el desarrollo de estrategias para que la información llegue a niñas, niños y adolescentes.

En la página web, producidos por el equipo de comunicaciones se publicarán informaciones, campañas, notas y productos audiovisuales con mensajes definidos y priorizados por la Asesora de Comunicaciones a partir de las indicaciones dadas por la Alta Dirección de la

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 40 de 41

entidad y el equipo Directivo. Estas informaciones pueden provenir de las áreas de la entidad, de cubrimientos sobre actividades y procesos desarrollados misionalmente y por temáticas de agenda pública que la Alta Dirección considera como prioritarias.

Desde la web también se podrá acceder al material fotográfico y visual que se ha realizado desde el área de comunicaciones de la SDMujer y que se encuentra almacenado en Flickr, y Youtube. La actualización de la web es permanente.

Redes Sociales

Como redes sociales se ha priorizado el uso de Twitter, Facebook e Instagram para la cobertura de servicio dentro de la ciudad, la agilidad e inmediatez de la información. Una cuenta en Flickr donde se alojan las fotografías de las actividades distritales tanto de actividades internas como de actividades externas de la entidad realizadas por la Secretaría Distrital de la Mujer en cumplimiento de su misión.

En Twitter se mantendrá información permanente sobre el quehacer institucional y se reproducirán, además, según indicaciones dadas por Alcaldía Mayor los trinos que contribuyan al cumplimiento de la misión institucional y la rendición de cuentas a la ciudadanía. La actualización de las redes sociales es diaria.

En Facebook se publicará la información de todas las actividades, campañas y comunicaciones específicas de la SDMujer, adicionalmente se publicarán convocatorias y difusión de eventos territoriales, locales o realizados por la SDMujer en toda Bogotá.

En Instagram se publicarán las fotografías, imágenes y videos de las jornadas territoriales, campañas y actividades, que se realizan o en las que participa la SDMujer.

Para el “Desarrollo de estrategias de comunicación y cultura para la transformación de prácticas, imaginarios y representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas”, se publicarán de manera permanente enlaces de interés, noticias, fotografías, actividades locales, culturales, artísticas y deportivas, noticias, artículos, editoriales, documentos especializados producidos por la SDMujer y por terceros, de libre distribución, y que aporten a promoción de las reflexiones sobre género, derechos de las mujeres, erradicación de las violencias contra las mujeres y diversidad.

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 41 de 41

9.3 Relacionamiento con medios de comunicación

La única responsable del relacionamiento directo con los medios de comunicación es la Asesora de Comunicaciones y el equipo de comunicaciones bajo su supervisión o direccionamiento funcional. Para la participación en medios de comunicación, todas las voceras y/o las personas designadas por la Secretaria Distrital de la Mujer, tienen que cumplir con el Protocolo de relacionamiento con periodistas y medios de comunicación, que se anexa a este documento.

- ✓ Hacer claridad al medio de comunicación y/o periodista que la SDMujer es un sector de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- ✓ Nombrar siempre a la SDMujer y luego la sede (CIOM, Casa Refugio, Casa de Todas) desde la que se origina la información. (Ejemplo: SDMujer – Casa de Igualdad de Oportunidades Ciudad Bolívar).
- ✓ Portar la chaqueta institucional cuando se trate de una entrevista para televisión, rueda de prensa, evento Distrital, Nacional, Internacional o para fotografías para medio de comunicación impreso o digital.
- ✓ Ubicar el tiro de cámara del medio de comunicación preferiblemente en un lugar donde se vea de fondo el logo de la Secretaría Distrital de la Mujer (nota positiva únicamente).
- ✓ Tenga en cuenta que todos los programas, proyectos, estrategias y actividades son de
- ✓ la Secretaría Distrital de la Mujer y no de un área específica.
- ✓ Tenga en cuenta no emitir juicios personales u opiniones acerca de los servicios, estrategias, programas o proyectos de la SDMujer o de cualquier entidad u organización de orden distrital, nacional, religiosa o política.
- ✓ Tenga en cuenta no contestar ningún tipo de entrevista sin previa autorización de la
- ✓ Alta Dirección y de la asesora de comunicaciones de la SDMujer.

9.4 Divulgación de servicios y actividades de las Casas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 42 de 41

Las Casas de Igualdad de Oportunidades, surgieron gradualmente desde el año 2005, en un ejercicio conjunto con las mujeres de apropiación y resignificación como laboratorio de experiencias y aprendizajes. Actualmente, son espacios institucionalizados en cabeza de la Secretaría Distrital de la Mujer, mediante el Acuerdo 583 de 2015 “Por medio del cual se institucionalizan las Casas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres en Bogotá D.C”. Además, son espacios de territorialización de la Política Pública de Mujeres y Equidad de Género en las localidades.

Por lo anterior, el manejo de las comunicaciones en las 20 Casas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres (CIOM), se realiza a través del equipo de comunicaciones de la SDMujer el cuál es el enlace directo con los equipos territoriales de la Entidad, para dar a conocer las acciones que se realizan en el territorio y los servicios que promocionan las Casas de Igualdad de Oportunidades; garantizando que las ciudadanas que habitan la ciudad conozcan cual es el Modelo de Atención de las CIOM y puedan acudir en caso de que lo requieran.

Con relación a lo anterior, es importante tener en cuenta los siguientes aspectos claves:

- ✓ Conocer el diagnóstico de los procesos comunicativos de las Casas de Igualdad de Oportunidades, con el propósito de conocer cómo se desarrollan las acciones de difusión y promoción en estos espacios, que se anexa a este documento.
- ✓ Conocer el horizonte institucional de la Secretaría Distrital de la Mujer (Misión, visión, objetivos, lineamientos y los servicios que se prestan en las CIOM), para generar un sentido de identidad institucional que motive la articulación entre el equipo de comunicaciones y los equipos de las Casas de Igualdad de Oportunidades para Mujeres y la Dirección de Territorialización de Derechos y Participación de la SDMujer.
- ✓ Promover vínculos con las y los actores estratégicos del territorio (administrativas, referentas, psicólogas, abogadas y dinamizadoras) para el suministro oportuno de la información y/o actividades, generando una interacción permanente con la Casas de Igualdad de Oportunidades.
- ✓ Dar a conocer el Modelo de Atención de las Casas de Igualdad de Oportunidades (orientación sociojurídica, orientación psicosocial, actividades para el empoderamiento de los derechos, entre otras) a través de los canales

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 43 de 41

institucionales de la Entidad.

Para efectos del cubrimiento y divulgación sobre las actividades, eventos, procesos y servicios realizados por las Casas de Igualdad de Oportunidades para las Mujeres, es necesario:

- ✓ Solicitar el reporte de las actividades a las Casas de Igualdad de Oportunidades y/o Dirección Territorialización de Derechos y Participación de la SDMujer, con el fin de realizar un cronograma de cubrimientos estratégicos.
- ✓ En el cubrimiento de las actividades se toman fotos, graban videos cortos (testimonios) y se generan contenidos digitales de forma inmediata (trinos, mensajes o textos), los cuales se le envían a la persona encargada de la publicación de la información en las redes sociales, con el apoyo y la aprobación de la Asesora de Comunicación Estratégica.

- ✓ Para las actividades y jornadas que no se puedan cubrir, se le deberá informar a las profesionales de las Casas de Igualdad de Oportunidades para que envíen la información y las fotos, la cual se consolida, se filtra y se difunde en las redes sociales con la aprobación de la Asesora de Comunicaciones.

9.5 Permisos de uso de contenidos obtenidos en desarrollo de las actividades

Con la entrada en vigor de la Ley 1581 de 2012, se exige considerar la imagen de las personas como un dato personal. Por tal razón, se crearon requisitos especiales para la licencia de uso de imagen, para que el titular de éstas pueda custodiar su uso adecuado y sanciones frente a un tratamiento inadecuado de la misma.

Para la SDMujer es de especial cuidado y observancia el impacto que genera la Ley de Protección de Datos Personales, por cuanto su inobservancia puede producir efectos jurídicos sobre la entidad, toda vez que la imagen de una persona constituye un dato personal en tanto que permite ser asociado a una persona en particular, facilitando su identificación.

Siempre que la SDMujer o ésta a través de cualquier entidad distrital utilicen material recabado en ejercicio de sus actividades misionales, éste será sólo para promocionar servicios

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 44 de 41

y políticas públicas, con fines de divulgación pedagógica, por el cual en las emisiones no habrá uso indebido del material autorizado, ni distinto al anteriormente descrito, teniendo especial cuidado de no revictimizar ni exponer la identidad de ninguna mujer que expresamente presente una condición de riesgo.

La vigencia de autorización corresponde al término establecido en la Ley 23 de 1982, durante el cual la SDMujer es titular de los derechos sobre los programas a emitir, y del cual quedará constancia escrita en los formatos de “reléase” o autorización de uso del material, que como anexo hacen parte integral de este documento.

10. Promoción del Derecho a una cultura y comunicación no sexista

Como parte de las acciones que se desarrollan dentro de la estrategia de comunicación, buscando la promoción de la Comunicación y cultura no sexista contenida en el Plan de Igualdad de Oportunidades se encuentra el cumplimiento de los siguientes objetivos:

- ✓ Desarrollar estrategias de comunicación y cultura para la transformación de prácticas, imaginarios y representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas.
- ✓ Impulsar procesos en las instituciones para incorporar en la cultura institucional elementos conceptuales, metodologías y prácticas comunicacionales cotidianas a las servidoras y los servidores públicos del Distrito Capital.
- ✓ Acompañar los procesos de movilización social que en el nivel local y distrital son realizados por las mujeres en la defensa y garantía de sus derechos.

10.1 Estrategias de comunicación y cultura para la transformación de prácticas e imaginarios

Con el objetivo de lograr la transformación de prácticas e imaginarios, como parte de la estrategia de comunicación, se realizarán campañas, productos comunicativos y pedagógicos,

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER</p>	SECRETARÍA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 45 de 41

de difusión pública, elaborados por la SDMujer y/o en asocio con los sectores de la Administración Distrital, organizaciones sociales y/o entidades privadas. Estas estrategias podrán tener diferentes componentes y contarán con la participación de las responsables temáticas de la entidad.

10.1.1 Talleres de Comunicación y Cultura no sexista y lenguaje incluyente

Para la promoción de una comunicación no sexista y lenguaje incluyente, la Secretaría cuenta con desarrollos conceptuales de procesos de sensibilización dirigidos a profesionales de comunicación (periodistas, diseñadores, editores, publicistas) y personas líderes de opinión, que son realizados en los diferentes sectores de la Administración Distrital, al interior de la SDMujer como parte de los procesos de inducción y pueden ser socializados con otros públicos estratégicos que se considere pertinente. Los talleres son adecuados al tiempo disponible por la entidad que quiera realizarlos y al público específico esperando lograr el mayor impacto.

10.1.2 Producción y difusión de información sobre comunicación y cultura no sexista

Como parte de las acciones estratégicas para el posicionamiento de una comunicación no sexista, desde la Secretaría de la Mujer se realizan productos comunicativos e informativos en diferentes formatos donde se difunden los derechos de las mujeres; la diversidad de las mujeres; los aportes que hacen en todos los campos de la sociedad; la promoción de sus liderazgos y la deconstrucción

de creencias, prejuicios y costumbres que subordinan a las mujeres. Esta producción de información y su difusión es realizada a través de los canales de comunicación institucional de manera permanente.

10.1.3 Campañas

En la implementación de la comunicación como herramienta central de transformación con la que se busca visibilizar a las mujeres diversas que habitan en Bogotá como sujetas de derecho, actoras públicas, ciudadanas en pleno ejercicio de sus derechos y constructoras de sociedad,

	SECRETARIA DISTRITAL DE LA MUJER	Código CE -EC
	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión 03
	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Fecha de Emisión: agosto de 2019
		Página 46 de 41

esta Secretaría requiere desarrollar campañas comunicativas con fines de divulgación pedagógica, que contribuyan a la cero tolerancia institucional y social de las violencias perpetradas contra las mujeres diversas que habitan en Bogotá, que promuevan una cultura libre de sexismo y la transformación de prácticas, imaginarios, representaciones sociales y culturales que producen y reproducen los estereotipos sexistas.

	NOMBRE	CARGO	FIRMA
ELABORÓ	Claudia Rincón Caicedo Karen Tatiana Franco Claudia López	Asesora de Despacho- Comunicaciones Profesional Especializado Contratista	
REVISÓ	Claudia Rincón Caicedo	Asesora de Despacho	
APROBÓ	Ángela Beatriz Anzola De Toro	Secretaria Distrital de la Mujer	