



INSTITUTO
DISTITAL DE PATRIMONIO
CULTURAL



ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES IDPC 2022-2023

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Vigencia: 27 de abril de 2022



**ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES IDPC
2022-2023**

CUIDAR, TEJER Y EQUILIBRAR LA CIUDAD

Contenido

- 1. Hallazgos, necesidades y oportunidades**
- 2. Objetivos**
- 3. Mensaje sombrilla**
- 4. Creación de agenda**
- 5. Público objetivo**
- 6. Planeación estratégica**
 - Identificación de hitos para la planeación de la comunicación
 - Calendario de eventos y distribución de contenidos
- 7. Acciones estratégicas**
 - Apoyo transversal a las áreas y equipos del IDPC en la formulación y ejecución de sus comunicaciones
 - Proyectos del equipo de comunicaciones
- 8. Estrategia digital**
 - Objetivos específicos de la estrategia digital
 - Acciones enfocadas en las redes sociales
 - Acciones enfocadas en la gestión y mejora de los canales de información internos y externos
 - Acciones de mejora y sostenimiento efectivo del servicio a través de la página web
 - Tendencias globales aplicadas a la estrategia
- 9. Equipo de comunicaciones**

Subdirección:	Subdirección de Divulgación y Apropiación del Patrimonio			
Equipo o Proyecto:	Comunicaciones			
Responsable:	Natalia Rey			
Tipo de documento:	Estrategia de comunicaciones	X	Campaña (Corto plazo)	

1. HALLAZGOS, NECESIDADES Y OPORTUNIDADES

- HALLAZGOS:

- El equipo de comunicaciones en su interacción con los diversos públicos con los que se relaciona, ha constatado una alta demanda de la ciudadanía para acceder y participar en las actividades, los debates y espacios en torno al patrimonio. Esta demanda ciudadana se traduce en una oportunidad para que desde el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural se abra el debate y se desclausuren ciertas conversaciones del campo de lo patrimonial que han permanecido cerradas a la ciudadanía. De igual manera, este interés de la ciudadanía se constituye en una oportunidad para propiciar el acceso a actividades en las que se posibilite el disfrute de los patrimonios de la ciudad como derecho.
- El [análisis de usuario digital](#) del IDPC arrojó una serie de hallazgos relacionados con el uso de las plataformas digitales, la segmentación de públicos y los formatos más apropiados para la divulgación de la información y los contenidos producidos por el Instituto.
Se logró identificar el perfil del usuario digital del IDPC: pertenece a una generación hiperconectada, se encuentra en un rango de edad de 18 a 35 años, vive en Bogotá, habla español, tiene como interés la actividad cultural dentro y fuera de la ciudad y está activo laboralmente.
Por tanto, a la luz de estos hallazgos, se plantean en esta estrategia una serie de acciones que se detallan en el numeral 8.1 del presente documento.

- NECESIDADES:

- Posicionar la relevancia de los patrimonios culturales, como estructura del ordenamiento territorial, bajo una perspectiva de integralidad, partiendo de la escala barrial (micro) y del vínculo social;
- Poner en evidencia, en la comunicación entre el instituto y las grupos objetivos, el enfoque de integralidad del patrimonio;
- Facilitar el acceso a la información pública desde los canales de distribución del instituto, comunicando de manera clara y de acuerdo a la normatividad vigente (Ley de Transparencia, Resolución 1519 MINTIC, requicitos FURAG NTC 58549), la misionalidad de la entidad, los proyectos en curso, los canales de atención a la ciudadanía, la información relativa a trámites y servicios, entre otros, en la página principal del sitio web de la entidad.

- Inscribir al IDPC en conversaciones digitales sobre temas de coyuntura: incidencia en debates y conversaciones de relevancia donde el IDPC puede posicionar sus apuestas y aportes a la ciudad.¹
 - Monitorear y evaluar el impacto de las acciones de comunicación a través de herramientas de monitoreo y medición de impacto en redes, así como mediante el uso de la herramienta de seguimiento de proyectos PHVA para la toma de decisiones estratégicas en la gestión de la comunicación.
 - Posicionar al IDPC como una entidad que produce y gestiona conocimiento, que da cuenta de las polifonías del campo del patrimonio y propone una nueva lectura de ciudad.
- OPORTUNIDADES:
- La cultura y el patrimonio cultural como estructura del ordenamiento territorial están puestos en la agenda del desarrollo de la ciudad. Las metas trazadas en el PDD 2020-2024, así como los aportes Instituto en la formulación del POT 2022-2035, del Plan Especial de Manejo y Protección del Centro Histórico, puso en la agenda pública una comprensión de la cultura que trasciende la noción artística y de oferta cultural, a la que comúnmente se le reduce. Así mismo, la centralidad del patrimonio cultural como estructura del ordenamiento territorial, reconoce los vínculos de la ciudadanía con el territorio, y abre camino a nuevas maneras de pensar y leer la ciudad.
 - La conversación está abierta: las estrategias de participación ciudadana, de enfoques diferenciales y el diálogo que el Instituto promueve con la ciudadanía a través de distintos canales, en los territorios, facilita la comunicación en doble vía con la ciudadanía y la territorialización del Instituto a través de la comunicación.
 - Hemos dialogado con la coyuntura: temas como el del Gonzalo Jiménez de Quesada y el CHSJD nos permite integrar a debates públicos otras maneras de comprender los patrimonios culturales, no sólo en términos del tiempo pasado sino del presente que habitamos y del futuro que deseamos colectivamente como ciudad.
 - Identificamos que la mayor afluencia a la página web durante el 2021 fue a través del espacio creado para la Noche de Museos, una oportunidad que podremos aprovechar estratégicamente para enlazar con los demás contenidos de la web. Aquí se pone en evidencia la demanda ciudadana para acceder a escenarios tradicionalmente restringidos, así como a una oferta de actividades mediante la cual los bogotanos y bogotanas puedan acercarse y disfrutar del patrimonio cultural de la ciudad.
 - El sello editorial de Instituto, así como el IDPC Campus, constituye una oportunidad para posicionar al IDPC como generador de conocimiento.

¹ En cuanto a las redes sociales del Instituto se observa la necesidad de hacer mayor esfuerzo en el crecimiento mediante engagement en Twitter, y darle mayor visibilización al canal de Youtube. El crecimiento general debe darse a partir del alcance/influencia y no solo en el número de seguidores y likes.

2. OBJETIVOS:

- Comunicar de manera integrada los procesos misionales del IDPC con enfoque territorial y poblacional;
- Fortalecer la apropiación del patrimonio cultural de Bogotá mediante planes y acciones estratégicas de comunicación, en coherencia la política de comunicaciones del IDPC;
- Posicionar la relevancia del patrimonio cultural en la comprensión y construcción de ciudad, a escala barrial (micro), desde una perspectiva de ordenamiento territorial.
- Divulgar la gestión del Patrimonio Cultural, encaminada a garantizar la protección, conservación, divulgación y apropiación del patrimonio cultural del distrito y sus significados históricos, urbanos, arquitectónicos, culturales y simbólicos a diferentes escalas desde una perspectiva de integralidad.
- Posicionar a nivel interno y externo la comunicación como herramienta para la transformación social, la valoración participativa y democratización del patrimonio en perspectiva de derecho cultural.

3. MENSAJE SOMBRILLA:

El IDPC gestiona el patrimonio para cuidar, tejer y equilibrar la ciudad.
(Ref. Kintsugi)

Palabras y conceptos claves:

- Cuidar
- Reconocer
- Reconciliar
- Reparar
- Vínculo Social
- Proximidad
- Patrimonio Vivo
- Territorio
- Agencia social

4. CREACIÓN DE AGENDA:

Si bien gran parte de las acciones comunicativas que diseña y ejecuta el equipo de comunicaciones responden a demandas coyunturales tanto de la agenda del Instituto como del Distrito, es necesario proponer una agenda propia para la divulgación y apropiación del patrimonio en diferentes escenarios durante todo el año. Se identifican los siguientes temas:

TIPO	TEMA	EQUIPO ENLACE
Ciudadano	Vínculo social, enfoque territorial, a escala barrial / micro.	Todos

Incidencia institucional / política pública	El ordenamiento / desarrollo de la nueva ciudad, de la mano del cuidado de la ciudad que nos quedó bien hecha.	SGTP SIPP
Ciudadano	Recuperación de las memorias de la ciudad, el reconocimiento de las polifonías (en la valoración y enunciación de los patrimonios) y la apertura de nuevos espacios para la democratización del patrimonio.	Columbarios Recorridos Usme
Ciudadano	El derecho a que los patrimonios de la ciudadanía sean reconocidos y valorados.	Inventarios Participación Declaratorias Intervención
Incidencia institucional / política pública	Por primera vez Bogotá reconoce sus patrimonios culturales inmateriales. EJ: Cultura de la bicicleta en una ciudad cuidadora, sostenible e incluyente.	Declaratorias e Inventarios
Ciudadano	Reconocer otros lugares de enunciación para una relación más democrática con los patrimonios y con la ciudad (comunicación polifónica). <i>Reconocer las diversas expresiones patrimoniales en la ciudad, con enfoque territorial y diferencial.</i>	Comunicaciones Participación MdB Enfoques diferenciales Intervención
Generación de conocimiento	Contribución de las investigaciones y publicaciones del IDPC a los debates en torno al patrimonio.	Publicaciones IDPC Campus
Ciudadano / Académico	Gestión - mediación del patrimonio arqueológico como un campo que posibilita el reconocimiento de las identidades y de un pasado que nos permite reflexionar sobre el presente y proyectar el futuro. Posicionar el valor público del patrimonio.	Usme

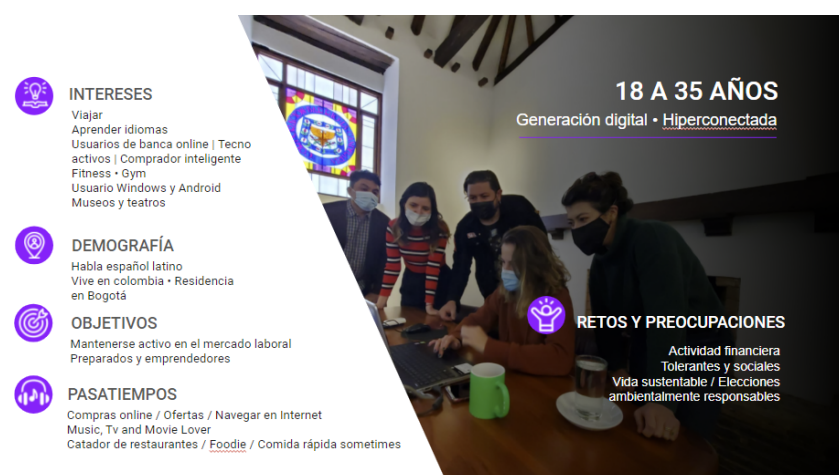
5. PÚBLICO OBJETIVO:

Las campañas, planes o acciones comunicativas derivadas de esta estrategia tendrán una segmentación de públicos, según sea el caso. Sin embargo, a modo general es posible destacar de manera general los siguientes:

- Ciudadanía (siempre teniendo en cuenta el enfoque diferencial como eje transversal en cada campaña): énfasis en escala barrial y territorios en los que actúa IDPC
- Actores sociales involucrados en procesos del IDPC
- Instancias de participación ciudadana
- Entidades distritales involucradas en procesos en los que actúa el IDPC

Esta estrategia presta especial atención a las poblaciones que han estado históricamente alejadas del campo del patrimonio cultural, propendiendo por el reconocimiento de las diversas maneras en que las poblaciones, sectores y territorios conciben sus patrimonios. Busca darle voz a esas poblaciones y hacer del IDPC una plataforma para sus producciones y comprensiones.

Públicos digitales



El [análisis de usuario digital](#) realizado por el equipo de comunicaciones en 2022 arrojó un perfil de usuario delimitado por edad, intereses, demografía, objetivos, pasatiempos, retos y preocupaciones que debe tenerse presente como base en la aplicación de estrategias. Ciertos cambios por cada

campaña o acción comunicativa basados en las características del tema y las necesidades del proyecto al que pertenezca serán aplicados.

6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA :

- **Identificación de hitos para la planeación de la comunicación :**

A partir de la triangulación de los hitos de proyectos y procesos misionales del IDPC, identificados en diversos espacios de trabajo transversal, así como los momentos claves de la agenda del Distrito y del calendario de conmemoraciones afines a los temas que le competen al Instituto, se consolidó un cronograma anual que determina los momentos más estratégicos para el posicionamiento de los mensajes y la información a comunicar.

Por otro lado, en consonancia con el objetivo de comunicar de manera articulada los procesos adelantados por los equipos misionales del instituto, esta matriz presenta 5 ejes temáticos que logran agrupar dentro de un mismo marco a los diferentes proyectos y equipos del instituto y, de esa manera, comunicarlos de manera integrada:

- Pensar y ordenar el territorio en torno al patrimonio cultural
- Reconocimiento del patrimonio cultural de la ciudad
- Conversaciones ciudadanas
- Museo de Bogotá
- Apertura de nuevos espacios para la democratización del patrimonio

Por último, se destaca la utilidad de esta herramienta en tanto permite planear con un margen de tiempo prudente las campañas y acciones comunicativas estratégicas que tienen lugar mes a mes, durante el 2022.

Ver matriz de hitos aquí: [matriz de hitos externos](#)

- **Calendario de eventos y distribución de contenidos :**

Con el fin de realizar una planeación integrada y responder oportunamente al reporte de acciones del instituto desde distintas áreas misionales, el equipo de comunicaciones creó una herramienta de planeación, de uso interno, para responder oportunamente a demandas de información de la SCRD y de la OCC², así como y cualquier otra solicitud de información sobre nuestra oferta diferenciada por territorio y/o población: [📅 Calendario eventos IDPC](#)

7. ACCIONES ESTRATÉGICAS:

- **Apoyo transversal a las áreas y equipos del IDPC en la formulación y ejecución de sus comunicaciones:**

El equipo de comunicaciones realiza un apoyo transversal a todas las áreas y equipos misionales del IDPC a través de la orientación de estrategias y la formulación de planes o campañas para responder a sus necesidades de comunicación.

Las áreas formulan sus requerimientos de apoyo al equipo de comunicaciones mediante el [Formulario de necesidades](#), el cual tiene como propósito identificar las necesidades, los públicos y los insumos con los que se cuenta para diseñar de manera asertiva las acciones correspondientes. Dichas acciones pueden ser de diversa índole y duración :

- Campañas de mediano o largo plazo (de convocatoria, de sensibilización)
- Sinergias interinstitucionales
- Divulgación puntual de productos
- Gestión de la comunicación interna
- Entre otros.

La definición de dichas acciones se establece de manera conjunta con los equipos técnicos; su orientación, conceptualización, planeación y seguimiento se realiza a través del Comité de Comunicaciones, compuesto por los y las profesionales contratistas del equipo de comunicaciones, el cual se reúne semanalmente.

² El boletín de eventos y actividades del sector Cultura denominado *Imperdibles*, la estrategia distrital *Juntos Cuidamos Bogotá*, o el portal *Agenda Bogotá*, son algunos ejemplos que ameritan la integración de una agenda o calendario de eventos y actividades por parte del IDPC.

- **Proyectos del Equipo de Comunicaciones**

Mes del Patrimonio:

El diseño de esta celebración parte de una propuesta del equipo de comunicaciones, en diálogo con los diferentes equipos del IDPC, con quienes se establece un comité de gestión para su desarrollo.

El Mes del Patrimonio busca impulsar la democratización de lugares y debates patrimoniales que invitan a la reflexión sobre nuestro pasado, presente y futuro como sociedad. El tema de la pasada edición, "Un encuentro de sentidos", buscó propiciar el disfrute y el encuentro en espacios públicos y emblemáticos de la ciudad. Con un espíritu inclusivo, esta celebración permite a la ciudadanía descubrir, experimentar y disfrutar la riqueza del patrimonio cultural de la ciudad.



Patrimonios en Plural:

Patrimonios en Plural es la estrategia de comunicación participativa del IDPC, creada con el fin de fortalecer la apropiación y la divulgación del patrimonio de Bogotá mediante la co-creación colaborativa de contenidos comunicativos. Como parte de dicha estrategia, los equipos de Comunicaciones y de Inventario del Patrimonio Vivo del IDPC se articularon para desarrollar durante el primer semestre de 2022 la fase de creación, tercera etapa de metodología para la elaboración del inventario de patrimonio inmaterial en tres localidades de Bogotá: Usme, Bosa y Suba.



Resultados esperados:

- Aproximadamente 35 personas de 3 equipos locales de inventarios de PCI fortalecidas en herramientas técnicas y narrativas para la investigación-creación audiovisual.
- Entre 8 y 12 videos documentales en clave de autorrepresentación y patrimonios vivos locales, realizados en los territorios: Suba, Bosa, Usme.
- Alimentación del mapa interactivo Patrimonios en Plural con recursos multimedia que hacen parte del inventario de Patrimonio Vivo y se relacionan con las historias.

Ver: <https://idpc.gov.co/patrimonios-en-plural>

Fortalecimiento interno de capacidades para el registro multimedia de procesos participativos en territorio:

Taller de creación colectiva de contenidos y construcción de archivos colaborativos para la memoria de procesos participativos del IDPC. Este fortalecimiento está dirigido a los equipos del IDPC que estén implementando procesos participativos en territorio y tengan interés en fomentar los registros y archivos colaborativos en formato multimedia (Piloto: . Equipo de Recorridos y CHSJD). Se desarrolla en 2 jornadas prácticas de 4 horas C/U:

Primera jornada (presencial en territorio): el registro

- Contenidos: Pensar la forma. Reconocer el territorio. Preparar el equipo. Registrar la acción y el lugar. Cerrar el ejercicio y proyectarlo a futuro.

Segunda jornada (virtual). Parte 1: el archivo, su gestión y publicación

- Contenidos: Software libre para la edición. Construir el archivo para la memoria de los procesos. Gestionar autorizaciones de registro y uso de imagen. Seleccionar recursos para la web y medios digitales.

Segunda jornada (virtual). Parte 2: compartir la experiencia

- Contenidos: compartir la experiencia: entrega de manual en PDF con contenidos abordados y sugerencias para la implementación del mismo con grupos ciudadanos, haciendo énfasis en la narrativa en clave de autorrepresentación, los tips técnicos y las garantías jurídicas para el uso de imagen.

El Carrete

Clips audiovisuales que retratan historias ciudadanas y cotidianas a través de relatos íntimos. Esta serie presenta una radiografía de personajes, oficios y prácticas culturales a escala barrial y tiene un tono narrativo.

Ver: shorturl.at/hAWX7

Ver ejemplo publicación en Instagram: shorturl.at/txKST



8. ESTRATEGIA DIGITAL

Una combinación de uso de la tecnología y estrategias digitales, orientadas a la divulgación y la apropiación del patrimonio cultural, posicionando, desde una perspectiva de patrimonios integrados, los procesos misionales que adelanta el IDPC en los territorios de Bogotá.

- **Objetivos específicos de la estrategia digital:**

- Establecer diálogos en doble vía entre el usuario digital y el Instituto;
- Diversificar y ampliar las audiencias digitales del IDPC;

- Generar una estructura basada en la mejora continua de procesos y estrategias;
- Fortalecer el servicio y soporte tecnológico de las plataformas que utilizan el IDPC (Ciclo PHVA).

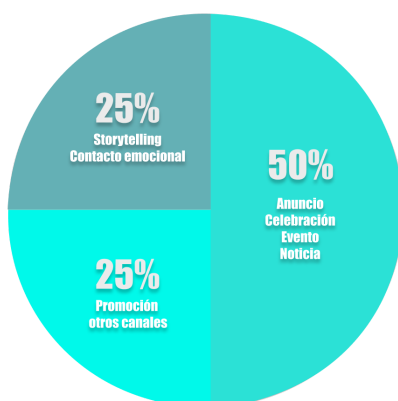
- **Acciones enfocadas en las redes sociales:**

Menos texto más imagen. La estrategia digital y sus acciones en las redes sociales tienen en cuenta el hecho de que la información visual es mucho más fácil de consumir y retener que su contraparte textual. El IDPC cuenta con un amplio acervo fotográfico de alta calidad y un registro permanente de las actividades que se llevan a cabo. Se privilegia así el de los recursos visuales en todas sus plataformas, de acuerdo con siguientes premisas



De esta manera, la distribución estratégica de los contenidos en las redes sociales se ha diseñado a partir de las potencialidades de cada una de las plataformas en las cuales el Instituto tiene abiertos canales de comunicación con sus audiencias (Instagram, Facebook, Youtube, Twitter, SoundCloud e Issuu) como se ilustra a continuación:

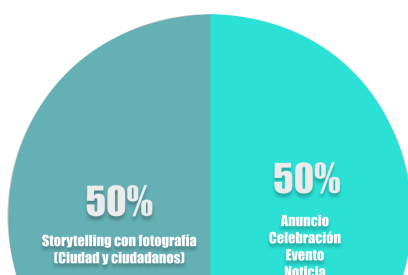
Instagram



Dinámica de red : La conversación digital

- Se privilegia el uso de fotografías.
- Preguntas y respuestas story (técnica de remarketing).
- Encuestas en formato story permiten llegar al usuario final.

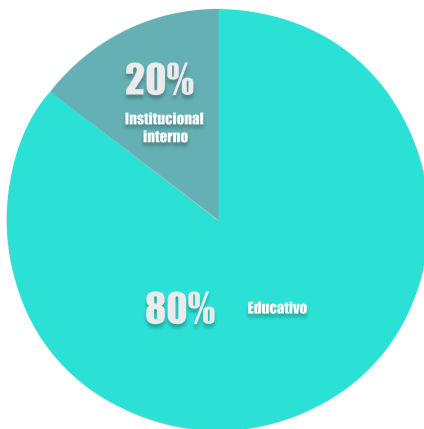
Facebook



Dinámica de red: Información y convocatoria

- Se privilegia el uso de fotografías o imágenes impactantes.
- Lives como espacios fundamentales de acceso a la información y contacto con el usuario digital.
- Gestión de comunidades digitales (alcance y diálogo con grupos de interés).

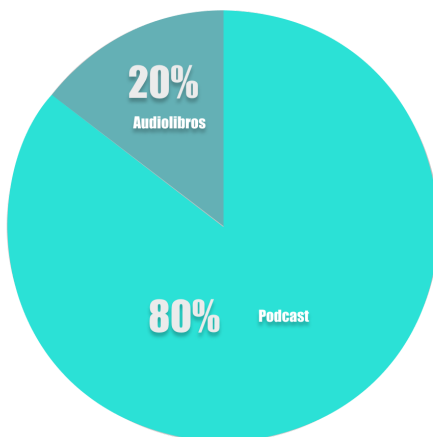
YouTube



Dinámica de red: Análisis y contenidos pedagógicos

- Lives educativos.
- Promoción en formatos cortos.

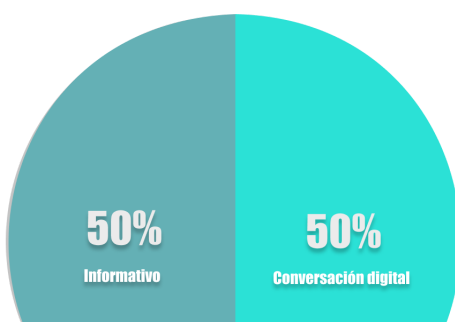
Soundcloud



Dinámica de red: Diversificación de formatos y accesibilidad

- 1 Contenido por mes : Promoción de los libros del sello editorial IDPC
- Audio libros y los libros para lector de pantalla (accesible a personas con discapacidad).
- Articulación con Instagram y Twitter (sondeos).

Twitter



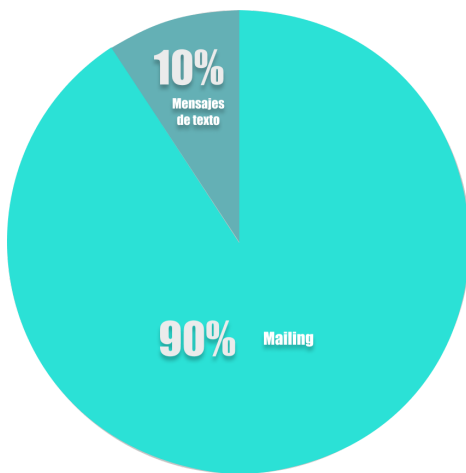
Dinámica de red: Conversaciones sobre coyuntura

Inscribir al IDPC en conversaciones digitales sobre temas de coyuntura, incidencia en debates y conversaciones de

relevancia donde el IDPC puede posicionar sus apuestas y aportes a la ciudad a través de las siguientes acciones :

- Encuestas y preguntas en Twitter: Hilos informativos con pregunta final.
- Twitter space (enlace con cuentas relevantes para aumentar audiencia).
- Crear comunidad de seguidores afiliados.
- Sinergias de gobierno distrital : Relacionamiento institucional, impulso de temas PDD.
- Implementación de acciones de [accesibilidad](#).

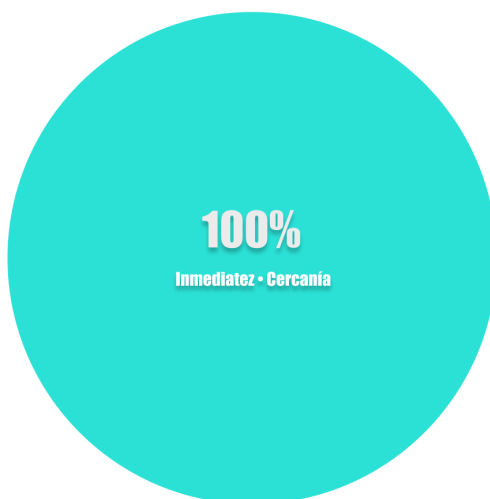
Sendinblue - Campañas mailing



Dinámica de canal : Segmentación

- Estrategia de embudo para convocatorias.
- Cada correo enviado contiene, además de la información principal, una invitación a conocer el IDPC.
- Envío de campañas de mensaje de texto.

Whatsapp



Dinámica de red: inmediatez y distribución directa. Permite mantener informada a la audiencia en la inmediatez del momento y comunicarnos de manera más cercana con el usuario.

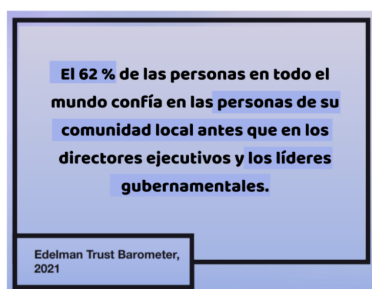
- Información de distribución rápida y directa.
- Lenguaje claro y cercano.
- Uso mayormente de piezas visuales y mensajes de voz.
- Convocatorias a eventos virtuales y presenciales de manera inmediata.

- **Acciones enfocadas en la gestión y mejora de los canales de información internos y externos :**

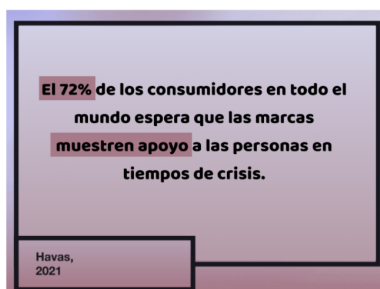
- Implementar lineamientos de usabilidad y accesibilidad de la Resolución

1520 de 2020

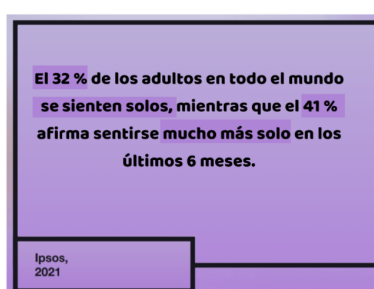
- Rediseñar el home de la página web principal haciendo uso de fotografías e ilustraciones
 - Implementar un calendario de eventos
 - Establecer un lineamiento de diseño uniforme en las páginas internas
 - Configurar automáticamente las Migas de pan de la web
 - Organizar y publicar el mapa del sitio / Organización interna
 - Optimizar el SEO referenciamiento natural/orgánico
 - Configurar un Chatbot para mejorar la experiencia del usuario en la web dándole respuestas automatizadas a sus dudas o preguntas más comunes.
- **Acciones de mejora y sostenimiento efectivo del servicio a través de la página web:**
 - Mejorar el servicio de hosting de la entidad:
Apoyar el proceso de mejora de las condiciones del hosting del IDPC con el propósito de disminuir el tiempo de carga de las páginas web para lograr que el usuario en un espacio de 0-10 segundos alcance a visualizar el banner principal, calendario de actividades y sección noticias.
 - Programación del pago de licencias de servicios digitales:
Procurar mantener activos los pagos de plugins de la página para prevenir ataques a la seguridad de los sitios web, así como de los servicios que utiliza el equipo de comunicaciones para orientar las estrategias digitales y garantizar un con mayor alcance de sus comunicaciones.
 - **Tendencias globales aplicadas a la estrategia**



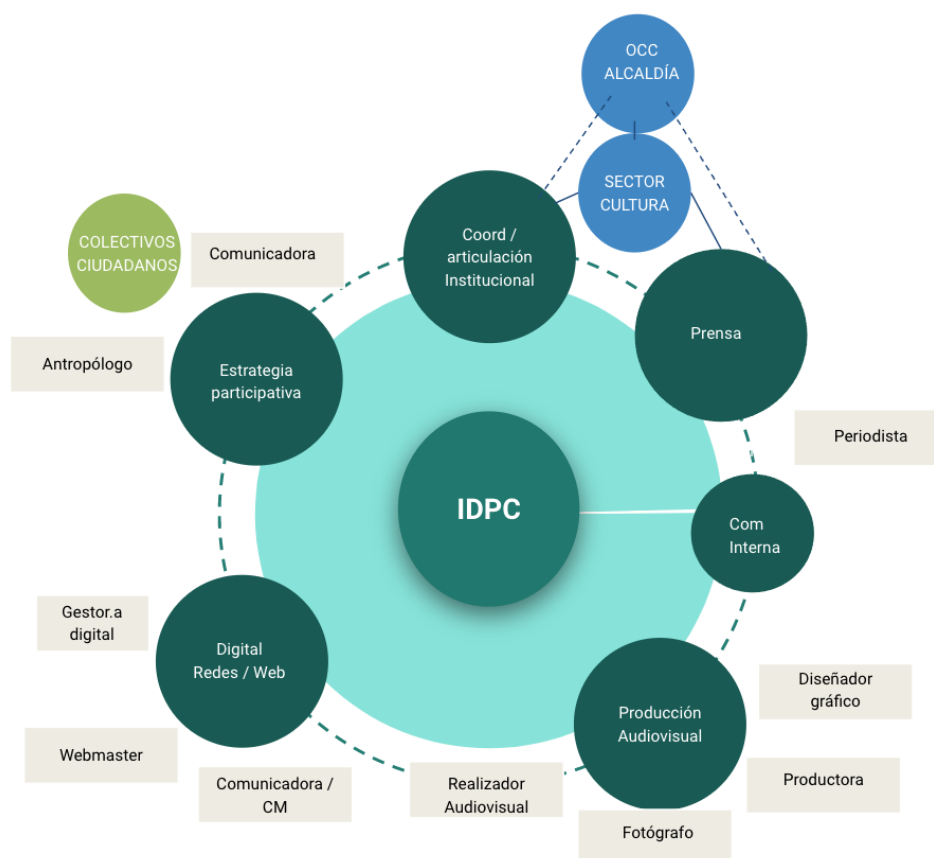
Lo dicen ell@s, no nosotros.
Pluig. EQUIPO DE COMUNICACIONES
a escala barrial.



El cuidado de la ciudad,
El valor público de los
Pluig. EQUIPO DE COMUNICACIONES
que protegemos



Propiciamos el disfrute de la ciudad y sus patrimonios,
El encuentro ciudadano en el espacio público



Elaboró	Revisó	Aprobó
Natalia Rueda, Profesional contratista, equipo de comunicaciones Bibiana Vivas, Profesional contratista, equipo de comunicaciones	Natalia Rey, Profesional contratista, Coordinadora del equipo de comunicaciones	Angélica Medina Subdirectora de Divulgación y Apropiación del Patrimonio
Documento de aprobación	Acta de aprobación, del 27 de abril de 2022.	