Estrategia de Comunicación y Propuesta Conceptual y Gráfica

Secretaría Distrital de Planeación

Índice

Diagnóstico Situacional de Comunicación

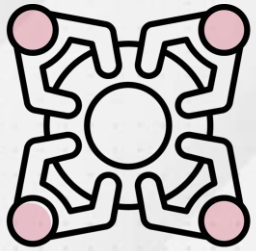
Estrategia de Comunicación y Pedagogía

Línea Gráfica Campaña Estrategia

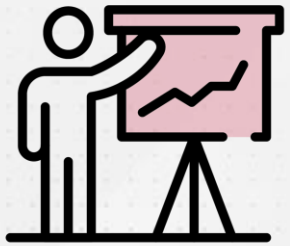
Diagnóstico Situacional de Comunicación

Contexto:

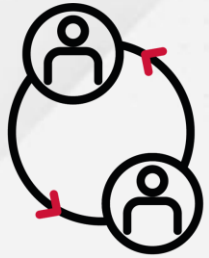
En respuesta a los impactos generados por la pandemia del COVID-19, la Alcaldía Mayor de Bogotá creó el Sistema Distrital de Bogotá Solidaria en Casa y posteriormente la Estrategia de “Ingreso Mínimo garantizado” (IMG). A partir de estas iniciativas surgió, en mayo de 2023, la Política Pública para la Superación de la Pobreza, la cual establece cuatro componentes:



1. Inclusión Social.



2. Inclusión Productiva.



3. Reducción de la Transmisión Intergeneracional de la Pobreza.

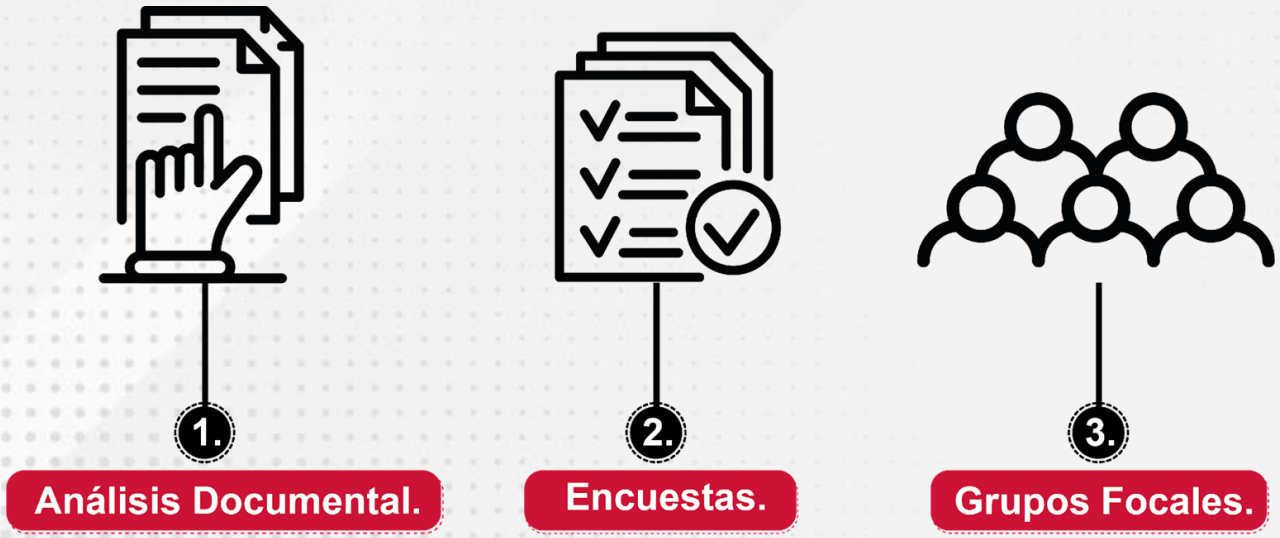


4. Protección Social Adaptativa.

La Estrategia de Comunicación y Pedagogía busca dar a conocer los programas de la Política Pública para la Superación de la Pobreza y lograr que esta se apropie en la ciudadanía que más lo necesita, incentivando su participación y promoviendo la capacitación.

Diagnóstico Situacional de Comunicación

Entre diciembre de 2023 y enero de 2024, se realizó un diagnóstico como punto de partida para evaluar el componente comunicativo de la Política Pública para la Superación de la Pobreza, con el fin de diseñar la Estrategia de Comunicación y Pedagogía. Con los datos encontrados, se realizó una triangulación de los resultados arrojados por tres fuentes de información:



Hallazgos Prioritarios del Diagnóstico Situacional de Comunicación:

En este proceso, se identificaron tres aspectos prioritarios para fortalecer el componente comunicativo de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.

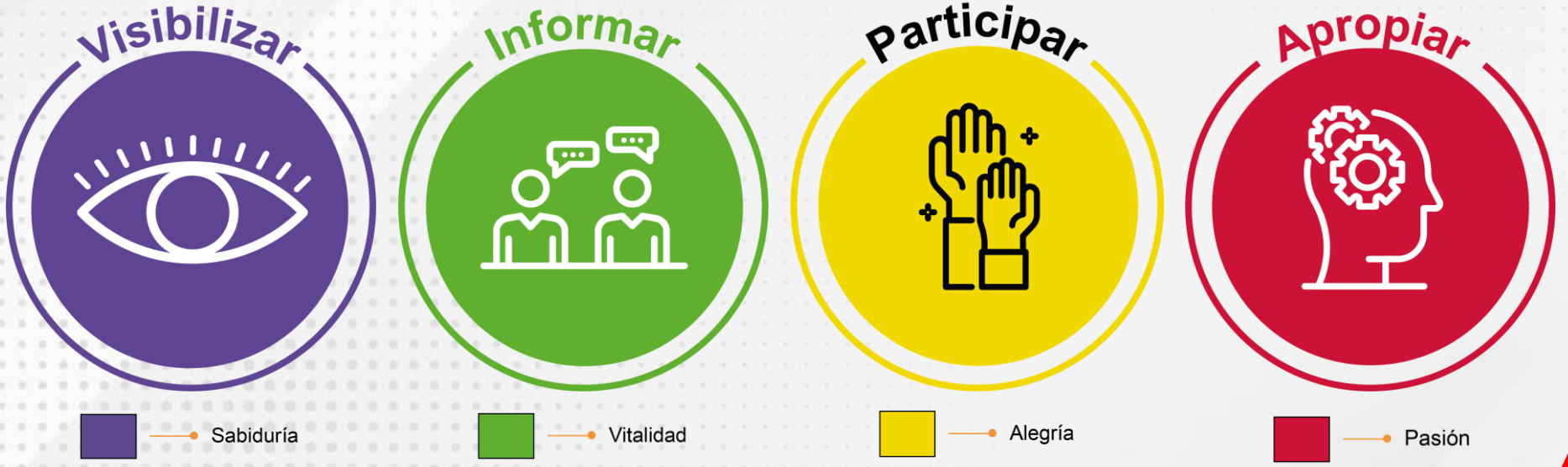


Estrategia de Comunicación y Pedagogía

Estrategia de Comunicación y Pedagogía

Objetivo General

Establecer los procesos de comunicación para el cambio social, que permitan **Visibilizar**, **Informar**, **Participar** y **Apropiar** la Política Pública para la Superación de la Pobreza de Bogotá, con los diferentes actores de la misma.



Estrategia de Comunicación y Pedagogía

Objetivos Específicos



Visibilizar: Desarrollar acciones estratégicas que permitan **visibilizar** ante beneficiarios y actores primarios de la Política Pública para la Superación de la Pobreza, la información necesaria para atender las necesidades de información expresadas por beneficiarias/os sobre la operatividad y funcionamiento de los componentes y Programas.



Informar: Masificar la **información** de los lineamientos generales, componentes, programas y beneficios de la Política Pública para la Superación de la Pobreza; entre las y los beneficiarios potenciales, medios de comunicación y opinión pública.



Participar: Generar acciones **participativas** de los diferentes actores de la Política Pública para la Superación de la Pobreza, de tal manera que se impulse conjuntamente el interés por la circulación de sus contenidos y de los mecanismos de acceso a los beneficios y demás información.



Apropiar: Fomentar que los actores internos, externos y la ciudadanía en general, **Apropien** la Política Pública para la Superación de la Pobreza, mediante la generación de un sentimiento afectivo positivo que permita registrar y multiplicar los resultados y el conocimiento instaurado por el desarrollo e implementación de la PPSP.

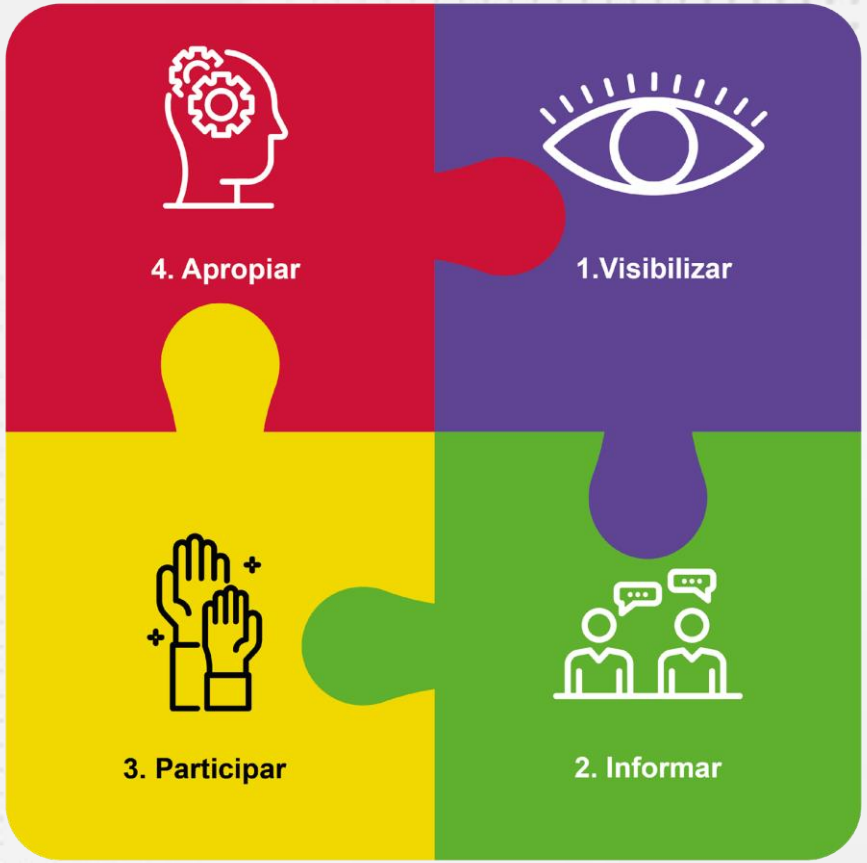
Descripción de la Estrategia

Proceso de comunicación Estratégica

Se plantea un proceso de comunicación denominado VIPA, que surge de la integración del acrónimo de 4 ejes estratégicos, 10 líneas que soportan esos ejes y un periodo de alcance e intervención para la implementación de la estrategia de comunicación:

Visibilizar, **Informar**, **Participar** y **Apropiar**.

Estos generarán las mediaciones comunicativas necesarias en la Política Pública para la Superación de la Pobreza y responden a los hallazgos evidenciados en el Diagnóstico Situacional de Comunicación.



Estructura del proceso de comunicación VIPA



Ejes estratégicos

VISIBILIZAR	INFORMAR	PARTICIPAR	APROPIAR
1 Información a la población vinculada.	1 Consolidación de audiencias.	1 Articulación de información transversal.	1 Red de Multiplicadores y Validadores.
2 Gestión del Conocimiento.	2 Establecimiento de presencia digital.	2 Comprensión y vinculación.	2 Validadores de apropiación.
	3 Establecimiento de rutas de atención.	3 Movilización de Actores.	
Corto inmediato Atención a los hallazgos	**Medio** Masificación de mensaje	**Medio - Largo** Participación por interés	**Largo** Validadores de apropiación

Líneas estratégicas

Alcance e intervención

Ejes Estratégicos



1.Visibilizar

Atiende las necesidades de información y conocimiento de la ciudadanía sobre la Política Pública para la Superación de la Pobreza.



2. Informar

Masifica el conocimiento hacia la ciudadanía en general, grupos de interés, posibles beneficiarios, medios de comunicación y opinión pública, sobre la Política Pública para la Superación de la Pobreza.



3. Participar

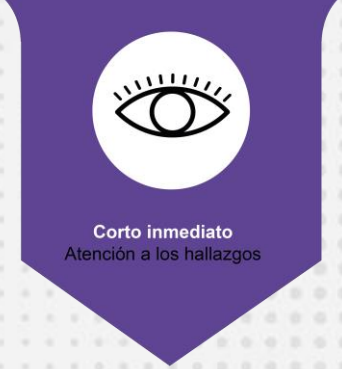
Promueve la participación de los diferentes actores de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.



4. Apropiar

Generación de un sentimiento afectivo - positivo hacia la Política Pública para la Superación de la Pobreza, por medio de validadores y multiplicadores.

Líneas Estratégicas
Proceso de Comunicación VIPA



Visibilizar

Plantea Dos Líneas Estratégicas:

1. **Información a la población vinculada.**
Formación de conocimiento en la Política Pública para la Superación de la Pobreza de los beneficiarios activos de los programas pertenecientes a los 4 componentes.

2. **Gestión del Conocimiento.**
Consolidar y capacitar el talento humano interno de los diferentes sectores y entidades corresponsables, brindando herramientas de información clara y de calidad con relación a los componentes de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.

Líneas Estratégicas
Proceso de Comunicación VIPA

Medio
Masificación de mensaje

Informar

Plantea Tres Líneas Estratégicas:

1. **Consolidación de audiencias.**
Micro segmentar y definir el público o nicho a impactar con información relevante de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.

2. **Establecimiento de presencia digital.**
Adelantar las acciones de implementación de canales digitales para la difusión de información por medios propios y vinculados a los sectores y entidades corresponsables.

3. **Establecimiento de rutas de atención.**
Diseñar el protocolo de rutas de atención para la vinculación a los diferentes programas de los cuatro componentes de la Política Pública para la Superación de la Pobreza, donde el usuario consulte el paso a paso y hacia dónde debe redireccionar sus necesidades de información y vinculación.

Líneas Estratégicas
Proceso de Comunicación VIPA

Medio - Largo
Participación por interés

Participar

Plantea Tres Líneas Estratégicas:

1. **Articulación de información transversal.**
Se convoca a los sectores y entidades involucradas para establecer una comunicación eficiente que atienda a sus intereses y necesidades específicas en relación con el programa líder de la entidad correspondiente.

2. **Comprensión y vinculación.**
Esta línea estratégica emplea la pedagogía lúdica y la gamificación para promover el conocimiento de los componentes de la Política Pública para la Superación de la Pobreza, así como sus interrelaciones y posibilidades, con el fin de fortalecer los imaginarios sociales a favor de la superación de la pobreza.

3. **Movilización de Actores.**
Este eje se basa en la convocatoria y participación de los actores externos que tienen influencia en la estrategia de comunicación de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.

Líneas Estratégicas
Proceso de Comunicación VIPA



Largo
Validadores de apropiación

Apropiar

Plantea Dos Líneas Estratégicas:

1. Red de Multiplicadores y Validadores.

Establecimiento de una red de actores vinculados, posibles beneficiarios y actores externos para multiplicar los resultados y beneficios de la Política Pública para la Superación de la Pobreza y sus aportes en el imaginario social de la superación de la pobreza para consolidar una acción de empoderamiento de esta.

2. Validadores de apropiación.

Impulsar el reconocimiento colectivo a gran escala como resultado de la correcta implementación y buenas prácticas de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.

Alcance e Implementación

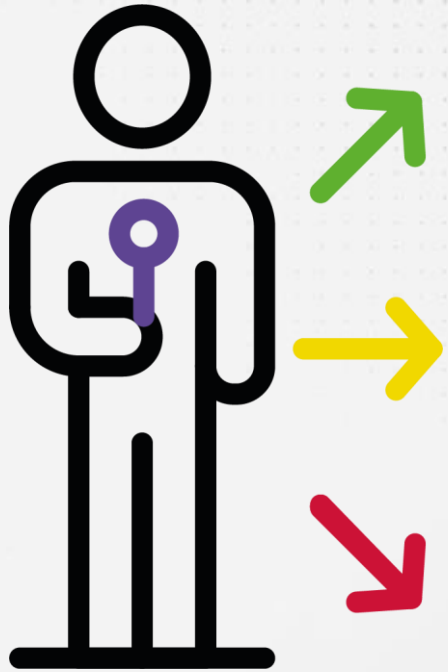


Línea Gráfica
Campañas Estrategia

¿Cómo dar a conocer la Estrategia de Comunicación y Pedagogía?

Se creó un concepto creativo y un mensaje sombrilla que capturan la esencia de la Política Pública para la Superación de la Pobreza y de la Estrategia de Comunicación.

Este concepto y mensaje con sus ejes estratégicos y alcance se aplicará como un símbolo unificador que comunique los programas y componentes de la Política Pública para la Superación de la Pobreza de manera clara y servirá para representar de manera efectiva todo el proceso de comunicación VIPA.



CONCEPTO CREATIVO

Es una idea clara, diferente y coloquial que transmite la esencia de la estrategia de comunicación y su mensaje a través de una frase impactante.



Invita a la acción y transmite un sentido de esperanza. Sugiere que el paso que damos, individual o colectivamente, contribuye a una modificación significativa en la búsqueda de reducción de la pobreza en Bogotá.

Enfoque Emocional



La palabra "paso" implica movimiento y progreso, lo que sugiere que el paso dado por el Distrito y la ciudadanía reducen las brechas de pobreza. Igualmente, la palabra "transformación" representa un cambio positivo y significativo, invita a la ciudadanía a sentir esperanza y optimismo sobre el futuro, sugiriendo que incluso un paso puede marcar la diferencia en la reducción de la pobreza.

Este mensaje inspirador es fundamental para generar confianza y motivar a la ciudadanía.

Enfoque Racional



El concepto de "un paso" es tangible y concreto, lo que lo hace fácilmente comprensible, ya que explica un proceso. Con esto, se enfatiza la importancia de que la ciudadanía de un paso para avanzar en el proceso de superación de la pobreza.

Así mismo, la ”transformación" es un proceso gradual en el cual se reconoce que la superación de la pobreza no es un cambio instantáneo, sino que ocurre en diferentes etapas. Esto implica promover acciones sistemáticas y continuas para que la ciudadanía las apropie a favor propio y de su familia.

Paleta de Colores

Principales:

#0B3470

AZUL

- Estabilidad
- Progreso
- Innovación

#F09636

NARANJA

- Creatividad
- Vitalidad
- Optimismo

Los colores propuestos representan cada uno de los componentes de la Política para la Superación de la Pobreza:

- Inclusión Social.
- Inclusión Productiva.
- Reducción de la Transmisión Intergeneracional de la Pobreza.
- Protección Social Adaptativa.

Complementarios

#59458B	Sabiduría	#76AD44	Vitalidad
#EFD830	Alegría	#B82838	Pasión

Propuesta Tipográfica

A. Política para la **Superación** de la Pobreza

B. Política para la **Superación** de la Pobreza | Un paso para la **transformación**

- **Poppins Light:**

  Esta tipografía transmite ligereza y claridad con un enfoque fresco hacia el progreso, asegurando una lectura moderna y sin complicaciones. Su composición, perteneciente a la familia sans-serif, está cuidadosamente diseñada para ofrecer caracteres delgados y un espaciado óptimo, garantizando una legibilidad excepcional incluso en tamaños pequeños.

- **Quicksand Medium:**

  Esta tipografía presenta una apariencia limpia y legible, ideal para comunicar mensajes con claridad y destacar su relevancia. Su forma geométrica transmite una sensación de estabilidad en el progreso, mientras que su peso medio equilibra la presencia visual, lo que la hace adecuada para una variedad de aplicaciones.

Propuesta de Iconografía



Es ideal para representar acciones, conceptos o ideas de manera clara y directa. Las líneas delgadas tienden a ser minimalistas y precisas, las líneas gruesas funcionan para establecer jerarquías visuales, mantener la simplicidad y precisión. La unión de ambas características son un recurso atractivo para complementar la estrategia.

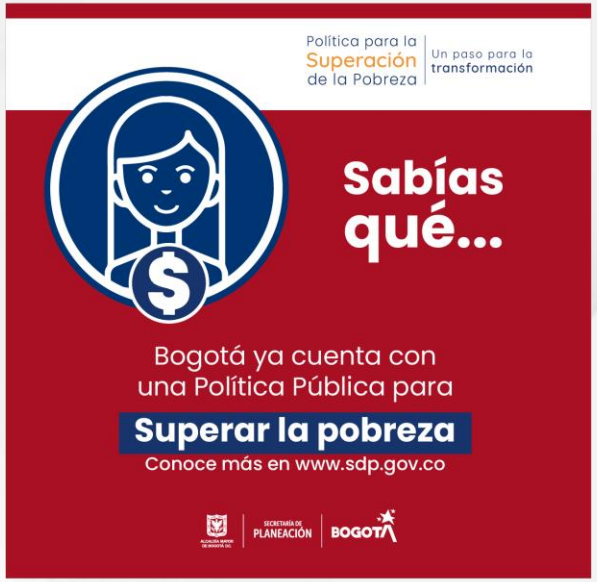
Aplicación Visual

A.

1.



2.



3.



1. Banner Rectangular: Este banner, con su forma alargada y estilizada, brinda un espacio óptimo para contenido textual y minimalista.

2. Banner de extremo a extremo: Un banner que se extiende horizontalmente por toda la pieza, atrayendo instantáneamente la atención del espectador y ofreciendo una experiencia de lectura dinámica.

3. Banner tipo paleta: Con su forma distintiva, este banner es un elemento dinamismo que se integra de manera armoniosa a la pieza.

Mock Up

A.


Política para la Superación de la Pobreza
Un paso para la transformación
Ya son más de
1.200.000 mil personas
que se benefician participando en los programas de la Política Pública para la Superación de la Pobreza.
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN
BOGOTÁ


Política para la Superación de la Pobreza
Un paso para la transformación
Sabías qué...
Bogotá ya cuenta con una Política Pública para
Superar la pobreza
Conoce más en www.sdp.gov.co
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN
BOGOTÁ
10.328 vistas
Gracias Bogotá, cada vez más cerca de la #SuperaciónDeLa Pobreza
Ver los 328 comentarios
5 DIAS ATRÁS

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

BOGOTÁ

Contacto: www.sdp.gov.co
@sdp.gov.co
+(57) 355 8000

Síguenos: @planeacionbog
/PlaneacionBogota