Informe comunicaciones Estrategia Entornos Escolares Inspiradores

Número de convenio 7535401
Fecha de corte: 25 de agosto

Contenido

1. Publicaciones en redes sociales formato de reporte de publicaciones 3
2. Evidencias de contenidos por red social y tipo de contenido 10
3. Entornos Escolares Inspiradores en la estrategia 487 razones para amar a Bogotá 12
4. Capacitaciones y sostenibilidad 13
5. Cronograma detallado de contenidos 13
6. Preproducción cortometraje 16
7. Reflexiones finales **16**

En este informe trimestral (junio, julio y agosto) se presentan los avances en comunicaciones, innovación de formatos de publicación, los distintos canales de comunicación y las colaboraciones entre aliados que se han potenciado de la mano a las distintas redes sociales. También, se ampliará el trabajo articulado con las demás instituciones de carácter público y comunitario que se han unido a las distintas actividades en territorio en los distintos Cada sección tiene el hipervínculo por si se requiere profundizar en los entregables.

1. Publicaciones en redes sociales formato de reporte de publicaciones

Para esta sección queremos mostrar la relevancia de los contenidos publicados en las distintas redes sociales y su impacto. De esta manera iniciaremos con dos redes sociales priorizadas como lo es Instagram y Linkedin ya que son las de mayor impacto para la estrategia Entornos Escolares Inspiradores, posteriormente revisaremos la red social X en la cual se han logrado relaciones interinstitucionales en cuanto a publicación y difusión de información relevante, finalmente la red sociales de facebook, la cual tiene un mayor alcance en la comunidad de tiempo de juego y nos ayuda a ver las reacciones del público que es participe y esta al tanto de las actividades que realiza la Fundacion Tiempo de Juego y aliados, en este caso, las instituciones y colectivos que hacen parte de la estrategia.

INSTAGRAM:

En esta red social es donde más interacción se ha dado con respecto a las personas que hacen parte de los programas, como también de las instituciones y colectivos. Es una red que nos permite difundir en varios formatos siendo los más efectivos el video tipo reel. De esta manera la estrategia de contenidos se basa en la generación de contenidos dinámicos en video, pero también en imagen tipo carrusel. De esta manera apuntamos a dos formatos que son los más relevantes para la red social de IG.

En cuanto a los formatos hemos innovado en la manera de contar los avances y experiencias en cada uno de los entornos. Por medio de formatos como: Ping Pong; el cual es un formato de preguntas rápidas donde los protagonistas son los gestores de la estrategia, cubrimiento de eventos hito tanto en video como en imágenes que reflejan el impacto de cada actividad, formato de video antes y después donde se evidencia el cambio en el entorno luego de la intervención comunitaria, formato de video hecho por niñ@s que busca que ellos sean los protagonistas y nos cuenten cómo se sienten con estos cambios y mejoras en su entorno más cercano.

A continuación presentamos las métricas generales de esta red en cuanto a los contenidos en los últimos tres meses, evidenciando 5 contenidos más relevantes en cuanto a visualizaciones e interacciones:

Visualizaciones:











Se evidencia que el contenido con mayores visualizaciones llegó a 13.010 cuentas

Cuentas alcanzadas:











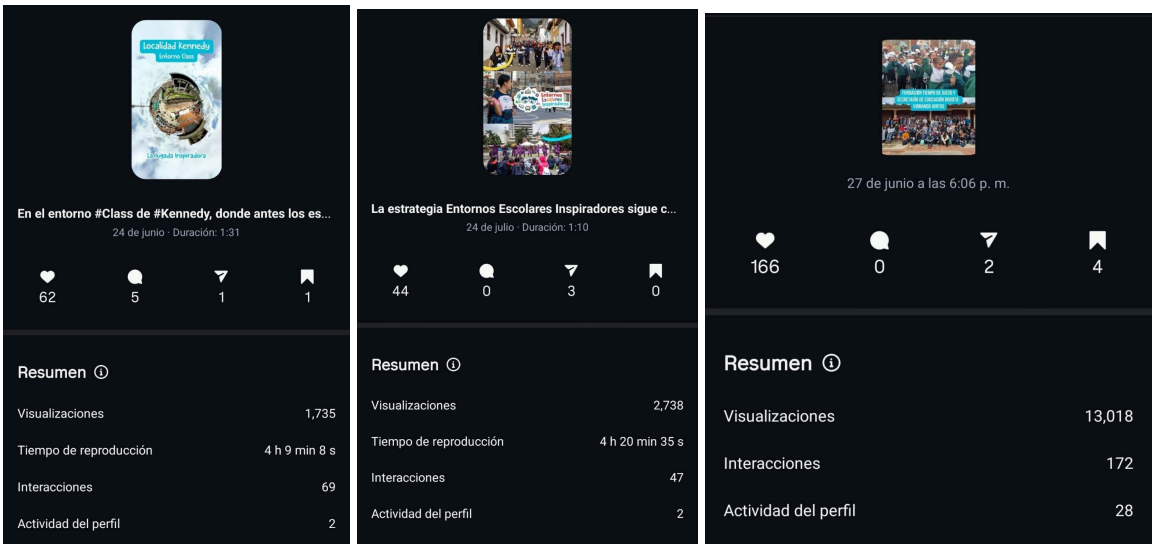
Se evidencia que el contenido con mayor número de cuentas alcanzadas llegó a 6.085 cuentas.

- Contenidos publicados:

A la fecha de junio a agosto se han publicado 8 contenidos, de los cuales 7 han sido Reels y 1 post de imágenes tipo carrusel.

- Contenidos en alianza:

De estos contenidos se llegó a 6 contenidos en colaboración con otras cuentas, logrando un mayor alcance de los contenidos, dichas cuentas son: Secretaría de Educación del Distrito, Alcaldía Local de la Candelaria, Empresa Ciudad Limpia y Espacio Público Bogotá.



En total se logró en Instagram un total de 28.471 visualizaciones y un alcance de 16.472.

LINKEDIN:

En esta red social, la cual tiene una connotación ser más profesional e interinstitucional, hemos hecho dos contenidos enfocados en mostrar la estrategia de Entornos Escolares Inspiradores y la alianza con las entidades públicas y comunitarias. Allí, como primera medida se realizó un post de trabajo en equipo y mesa de trabajo entre el equipo de la Fundación Tiempo de juego y los profesionales de la Secretaría de Educación del Distrito. Allí por medio de la metodología se desarrolló una jornada de aprendizaje por medio de la metodología de juego de la fundación. De esta manera evidenciamos los contenidos y su alcance e impacto:







De los contenidos, el de mayor alcance llegó a 1157 personas. Con un total de 27 reacciones. Allí se ha realizado un trabajo de etiquetas a las instituciones oficiales como la Secretaría de Educación del Distrito y la Alcaldía de Bogotá. Recordando que nuestro público en esta red es de 5120 seguidores. Allí hemos generado tags tanto de las instituciones como Secretaría de Educación del Distrito y Alcaldía de Bogotá, como también de los gestores que usan esta red social y que han estado muy activos de compartir sobre la estrategia.

RED SOCIAL X:

En esta red estamos al tanto de todo cuanto se publica desde la Secretaría de Educación del Distrito en relación con la estrategia Entornos Escolares Inspiradores. Allí hemos compartido los contenidos que se nos han etiquetado y a modo propio publicamos un video cerrando agosto, de esta manera, logramos difundir y mostrar a nivel institucional el objetivo del programa. Aquí mostramos dos post evidenciando la dinámica interinstitucional y de contenidos en esta red:





FACEBOOK:

En esta red social hemos logrado consolidar una variedad de contenidos y generar post compartidos con la Secretaría de Educación del Distrito y Alcaldía de Bogotá. A la vez, se crearon 4 contenidos propios y se nos etiquetó en 5 post sobre la estrategia Entornos Escolares Inspiradores, estos fueron publicados por las páginas: Emisora Escolar Antonio Jose Uribe, Usminia Camino de Luz, Secretaria de Educación del Distrito.









El contenido con mayor visualización llegó a 2562 usuarios, con 47 reacciones y 7 comentarios y es un formato reel estrategia ping pong preguntas rápidas. Allí participaron personas del equipo de gestores de la estrategia Entornos Escolares Inspiradores. A la vez, se realizó una publicación tipo galería llegando a 1336 visualizaciones y 26 reacciones.

En total se logró en facebook un total de 6.428 visualizaciones y un alcance de 2.290.

HISTORIAS EN META (IG Y FB):

Se realizaron una serie de historias que tienen como objetivo mostrar los avances en territorio, mostrar las convocatorias que hay para las distintas actividades en los distintos entornos y finalmente, algunas historias en tiempo real como parte del cubrimiento y la creación de contenidos. Estas historias se publican en Meta, es decir en cada una de las redes sociales de Facebook e Instagram. Es el mismo contenido pero se difunde por cada una de estas redes.

En junio se publicaron 28 historias, en julio 18 historias y en agosto 27 historias, para un total de 73 historias. Estas historias son desarrolladas a partir del contenido proveniente del grupo de reportes EEI en whatsapp. En promedio las historias en instagram han sido visualizadas por 200 cuentas y en facebook por un promedio de 400 cuentas. Algunos ejemplos de historias se verán a continuación:







Aqui se vera un ejemplo de alcance y visualización de las últimas historias a 25 de agosto:



**Los contenidos tanto de reel, imágenes e historias se han publicado en las dos redes sociales de Facebook e Instagram. De esta manera se difunden los contenidos enfocados a cada público de nuestras redes sociales.*

2. Evidencias de contenidos por red social y tipo de contenido

A continuación se mostrará los avances de los contenidos publicados según la red social y el tipo de contenido. Aquí se evidencia los últimos tres meses y el acceso a este documento se puede encontrar aquí; Evidencias contenidos y desarrollos

Contenido	Tipo	Fecha de publicación	Link o archivo de la publicación	Publicado / realizado
Kennedy entorno Class	Instagram	24/06/2025	https://www.instagram.com/reel/DLTOPJ1xoPJ/?igsh=MWR0cWtmMnl0NGxwcQ==	TRUE
Fundación Tiempo de Juego y Secretaría de Educación Encuentro Sinergia	Facebook, Instagram	27/06/2025	https://www.instagram.com/p/DLbAvyZRBM8/?igsh=Nm1kdGY0NnNmc2t4	TRUE
Fundación Tiempo de Juego y Secretaría de Educación Encuentro Sinergia	LinkedIn	27/06/2025	https://www.linkedin.com/posts/fundacion-tiempo-de-juego_fundaci%C3%B3n-tiempo-de-juego-y-secretar%C3%ADa-de-activity-7345239917393838080-UltX?utm_source=share&utm_medium=member_android&rcm=ACoAACTiLe0BhecTZmjZzFrCR97wQVZ7rKyUBK0	TRUE
Retomar historias lunes 14 y jueves 18 de julio	Facebook, Instagram	14/07/2025	Los dos dias, duración 24hr y se envia a grupo EEI	TRUE
Post colaboracion con MiEspacioEsBogota en Engativa mural ambiental	Instagram	17/07/2025	https://www.instagram.com/reel/DMMCadiAb4k/?igsh=dnExNjU5bnlndmEz	TRUE
Historias semana 21 al 27 de	Instagram, Facebook	21/07/2025	duracion 24hr y se envian a grupo EEI	TRUE

julio.Reportes EEI				
Video reel Ping Pong con... Luisa, EEI	Instagram, Facebook	23/07/2025	https://www.instagram.com/reel/DMc6ZGPOMrv/?igsh=MXJhNDl0bXpxcHQ2MA==	TRUE
Video resumen avance EEI	Facebook, Instagram	24/07/2025	https://www.instagram.com/reel/DMfeEWIuZhP/?igsh=MXhxYzB5eHZ6MzV2MA==	TRUE
Video PingPong con Violeta EEI	Facebook, Instagram	25/07/2025	https://www.instagram.com/reel/DMiLaMusTS5/?igsh=d2J4NmdrZGpndXlp	TRUE
Historias inicio de semana	Instagram, Facebook	28/07/2025	Duran 24 horas y se envian al grupo EEI	TRUE
Cubrimiento del evento La calle se pinta el barrio se abraza. EEI Meissen	Instagram, Facebook	26/07/2025	Historias que duran 24 horas	TRUE
Historias semana 04 al 08 de agosto.Reportes EEI	Instagram, Facebook	4/08/2025	Historias que duran 24 horas	TRUE
Historias semana del 11 al 15 de agosto. Reportes EEI	Instagram, Facebook	12/08/2025	Historias que duran 24 horas	TRUE
Historias semanales 21 de agosto reportes EEI	Instagram, Facebook	21/08/2025	Historias que duran 24 horas	TRUE
Post video general sobre Entornos Escolares Inspiradores	LinkedIn y X	19/08/2025	https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7363636229675880448	TRUE
Post reel sobre video de niños hecho por niños en Usme, La Flora	Instagram, Facebook	25/08/2025	https://www.instagram.com/reel/DN0Ug7IXNC-/?igsh=djR5cmVkaDkyaTUw	TRUE

3. Entornos Escolares Inspiradores en la estrategia 487 razones para amar a Bogotá

A través de la campaña 487 razones para amar a Bogotá, Entornos Escolares Inspiradores se convierte en una de las razones para hacerlo. Para ello se creó un plan de trabajo de producciones, realizaciones y publicaciones compartidas con testimoniales, bajo formato de línea de campaña promovida por la Alcaldía de Bogotá, que inspiren a nuestros públicos y que permitan entender el impacto por posicionar para estudiantes, formadores y nivel institucional.



Ver vídeo aquí



Ver video aquí

En estos reels nuestros formadores y estudiantes muestran porque Entornos Escolares Inspiradores es una de las 487 razones para amar a Bogotá. En el siguiente link podrás encontrar la narrativa y textos que acompañarán los contenidos previamente desarrollados.

4. Capacitaciones y sostenibilidad

En el Entorno La Amistad, localidad Kennedy, estamos realizando talleres de comunicación en el Colegio Los Periodistas IED, con los y las estudiantes del gobierno estudiantil, en donde hay participación del grado 6to al 11avo. La intención es generar capacidad instalada de sus comunicaciones en diferentes formatos y canales institucionales, abarcando temáticas como: Marca y comunicaciones, realización audiovisual, cámara y sonido, presentación de contenidos, trabajo de campo y entrevistas, mesas creativas y editoriales , clips, emisora y postproducción audiovisual.











5. Cronograma detallado de contenidos

ENTORNO, LUGAR Y EVENTO	# de fotos	Fecha del evento	Observaciones	Link de fotos
Festival Comunitario “Transformando Nuestro Entorno Atras Colegio Manuel Cepeda Vargas IED	57	11/06/2025	Se realizaron entrevistas a participantes del encuentro, tomas de apoyo y se realizaron 103 clips de video, 57 fotografías, 26 clips de foto y video con dron.	MEJORA DEL ...
Operación Rescate / Mi parque, nuestro parque - Entorno La Flora - Usme		25/07/2025	Se realizaron entrevistas a participantes del encuentro, tomas de apoyo y se realizaron 171 clips de video, 136 fotografías, 29 clips de foto y video con dron.	Foto
Articulación equipo de TDJ y EEI	53	25/06/2025	Se realizó cubrimiento fotográfico de toda la jornada de articulación con EEI y TDJ. Posteriormente se grabaron 5 videos con formato para redes sociales.	Armonización ...

Entorno Meissen, barrios México y Meissen. ACTIVIDAD LA CALLE SE PINTA, EL BARRIO SE ABRAZA.	50	1/08/2025	Se realizó cubrimiento al evento entre los barrios Meissen y México, del entorno Meissen en ciudad Bolivar. De allí se generaron historias 10 en el momento, se realizó un video y también se obtuvieron 50 fotografías.	La calle se pint...
Festival Tibabuyes - Entorno Laureano Gómez	161	31/07/20205	Se realizaron entrevistas a participantes del encuentro, tomas de apoyo en la siembra de árboles, eventos de exposición escolar y lanzamiento del mural, se realizaron 153 clips de video, adicionalmente 10 fotos y 15 clips video con dron.	Festival Tibab...
Colegio Los Periodistas - Entorno Class	9	1/08/2025	Se realizó capacitación en diseño de logo, marca y elementos de comunicación en general al grupo de estudiantes. Se realizó un ejercicio con cámara para buscar voceros y protagonistas en los diferentes roles. Adicionalmente se realizaron 9 fotos y 15 clips video	1. Capacitació...

Colegio Los Periodistas - Entorno Class	182	15/08/2025	Se realizó capacitación en guión, cámara y elementos de audiovisual en general al grupo de estudiantes. Se realizó un ejercicio con cámaras para el cumpleaños 486 de Bogotá y se documentó el recorrido por el entorno. Adicionalmente se realizaron 182 fotos tomadas por los estudiantes y 68 clips de video,	2. Campaña Al...

6. Preproducción cortometraje

Comenzamos la preproducción de acuerdo a probaciones del formato de corto de ficción, con planeación en cronograma, requerimientos, definición de locaciones,invitados especiales, hitos en cubrimiento de comunicaciones como parte de una siguiente fase. Los entornos propuestos son: Egipto localidad Candelario, San Bernardo localidad Santafe y otro que podamos aprovechar posiblemente La Giralda.

Hitos importantes para el cubrimiento antes, durante y después del corto:

- Preproducción: Convocatoria, casting y talleres actorales
- Producción: Producción del casting y "behind the scenes"
- Postproducción: Presentación del corto con comunidades y aliados

Aquí se puede consultar el cronograma de trabajo planteado para este proyecto: Link

7. Reflexiones finales

Este trimestre marcó un periodo de inspeccionar avances en los alcances de las publicaciones, colaboraciones digitales interinstitucionales, y empezar con una nueva etapa en la estrategia de comunicaciones con la campaña de la Alcaldía del cumpleaños de Bogotá, amplificación en escenarios, nuevos formatos digitales. Así mismo proyectamos un foco importante en los cubrimientos y realizaciones del antes, durante y después del corto de ficción, con un material innovador, de la mano de lo que se haga en Labzuca.