ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

ACTA DE SUPERVISIÓN PARA AUTORIZAR PAGO N.º 05
OFICINA ASESORA DE COMUNICACIÓN Y PRENSA
CONTRATO No. CO1.PCCNTR.7861185 del 13/05/2025
Correspondiente al periodo SEPTIEMBRE 2025: Con base en los soportes anexos.

En Bogotá D.C., a los quince (15) días del mes de OCTUBRE del año 2025, se reunieron las siguientes personas: **MARIA JULIANA SILVA AMADO**, quién se desempeña en el cargo de jefe de la Oficina Asesora de Comunicación y Prensa, en su calidad de Supervisor del contrato de la referencia y **JOHN EDGAR CUCHIGAY VALERIANO**, en su condición de supervisor de FLT COMUNICACIONES S.A.S. con NIT 830.065445-4 con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones contractuales, por el respectivo periodo y la procedencia de la autorización del pago correspondiente, en el marco del contrato arriba referido,cuyas condiciones generales son las siguientes:

OBJETO	PRESTACION DEL SERVICIO DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACION LOCAL, NACIONAL, REGIONAL Y/O COMUNITARIO QUE REGISTREN, DIVULGUEN O PROMOCIONEN INFORMACION RELACIONADA CON EL SECTOR EDUCATIVO EN SOPORTE IMPRESO, AUDIOVISUAL, RADIAL Y DIGITAL, EN EL MARCO DE A ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA SED.
VALOR (señalar valor inicial y adiciones o modificaciones	El valor del contrato es de DIECISEIS MILLONES SEISCIENTOS SESENTA MIL PESOS M/CTE. ($ 16.660.000) incluido IVA, amparado en el CDP 1586 DE 2025 y todos los impuestos, tasas, gravámenes y todos los costos directos o indirectos derivados de la celebración, ejecución y liquidación del contrato. Es importante mencionar que luego del estudio del mercado realizado se evidencia que el presupuesto definido por la entidad para la ejecución del presente proceso se encuentra dentro de los precios de mercado teniendo en cuenta el histórico de contratación realizado por entidad durante los últimos cuatro (4) años y el comportamiento de la oferta y la demanda.
FORMA DE PAGO	El valor del contrato será cancelado por la Secretaría de Educación del Distrito al contratista mediante pagos mensuales de acuerdo con los servicios efectivamente prestados y recibidos a satisfacción por la SED, dentro de los treinta (30) días siguientes y con un primer pago proporcional al número de días del servicio efectivamente prestado durante el primer mes de ejecución del contrato y recibidos a satisfacción por la SED, dentro de los treinta (30) días siguientes a la presentación de la factura o documento equivalente, previa presentación de los siguientes documentos: a. Factura por parte del contratista. b. Enviar informes mensuales, cualitativos y cuantitativos del monitoreo de medios tradicionales y del monitoreo de medios digitales. c. Informe que dé cuenta de las actividades desarrolladas en ejecución del contrato en el periodo respectivo, adjuntando los soportes que evidencien el cumplimiento de las mismas. d. Constancia de cumplimiento de las obligaciones del contratista frente al Sistema de Seguridad Social Integral, en lo que respecta al pago de aportes. e. Acta de entrega y recibo a satisfacción de los servicios prestados, de acuerdo con el objeto del contrato.
PLAZO PACTADO (señalar plazo inicialy prórroga o modificaciones):	El plazo de ejecución del contrato será hasta el 31 de diciembre de 2025 a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento, legalización y ejecución del contrato y suscripción del acta de inicio.
FECHA DE INICIO:	18 de mayo de 2025

ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN

FECHA PREVISTA DE TERMINACIÓN	31 de diciembre de 2025
MODIFICACIÓN:	N/A
SUPERVISOR:	Jefe Oficina Asesora de Comunicación y Prensa
EVIDENCIAS DE EJECUCIÓN	Se anexa informe de ejecución.

La supervisión verificó el cumplimiento de las actividades a cargo del contratista, en virtud de lo cual se establece la procedencia de la autorización del PAGO Nº 05, el cual corresponde a **DOS MILLONES DOSCIENTOS CINCUENTA Y UN MIL TRESCIENTOS CINCUENTA Y UN PESOS ($2,251,351) M/CTE**. Para constancia se firma por quienes en ella intervinieron.

FLT COMUNICACIONES S.A.S.

MARIA JULIANA SILVA AMADO
Supervisor
Jefe Oficina de Comunicación y Prensa

Proyectó: Luis Roberto Rodríguez

FLT COMUNICACIONES SAS
NIT 830.065.445-4
Calle 5a #14-01
Tel: (601) 3114451509
Chía - Colombia
massmedios@fltcomunicaciones.com
https://massmedios.com/

Factura electrónica de venta
No. FE 1811

Señores	Secretaría de Educación Distrital		
NIT	899.999.061-9	**Teléfono**	(601) 0000000 - Ext. 000
Dirección	CR 30 25 90 P 1 BRR OF CORRESPONDENCIA SECRETARIA HACIENDA	**Ciudad**	Bogotá - Colombia

Fecha y hora Factura	
Generación	10/10/2025, 08:55
Expedición	10/10/2025, 08:56
Vencimiento	10/11/2025

Ítem	Descripción	Cantidad	Vr. Bruto	Valor Impto.Cargo	Valor Impto.Rete.
1	Servicio de Monitoreo de Medios Mass Medios - Mass Social Media	1.00	1,891,891.60	359,459.40	0.00

Total items: 1

Total Bruto	1,891,891.60
IVA 19%	359,459.40
Total a Pagar	2,251,351.00

Valor en Letras:
Dos millones doscientos cincuenta y un mil trescientos cincuenta y un pesos m/cte

Forma de pago:
Crédito

Medio de pago:
Otro - Clientes Nacionales - Cuota No. 001 vence el 2025-11-10 por $ 2,251,351.00

Observaciones:
Somos Régimen Simple, por favor solo practicar retención de IVA
CONTRARO : CO1.PCCNTR.7861185
Periodo :SEPTIEMBRE DE 2025
OBJETO : PRESTACION DEL SERVICIO DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACION LOCAL, NACIONAL, REGIONAL O COMUNITARIO QUE REGISTREN, DIVULGUEN O PROMOCIONEN INFORMACION RELACIONADA CON EL SECTOR EDUCATIVO EN SOPORTE IMPRESO, AUDIOVISUAL, RADIAL Y DIGITAL, EN EL MARCO DE A ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA SED

A esta factura de venta aplican las normas relativas a la letra de cambio (artículo 5 Ley 1231 de 2008). Con esta el Comprador declara haber recibido real y materialmente las mercancías o prestación de servicios descritos en este título - Valor. **Número Autorización Electrónica 18764084870552 aprobado en 20241206 prefijo FE desde el número 1501 al 5000 Vigencia: 24 Meses**
Responsable de IVA - Actividad Económica 8299 Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p. Tarifa 9.66/1000
CUFE: 103f98b30f20a80f145df9c2ab9853c338ed50a50cfbaff45922ce773d4616ee33619429ab5dbf0d2bcaf93559c4b8c3

Fabricante Software y Proveedor tecnológico: Siigo SAS - Nit 830.048.145-8. Nombre Software: Siigo Nube. Firma electrónica: ver en el XML

Bogotá,10/10/2025

Señores
SECRETARIA DE EDUCACION
DEL DISTRITO
Atn.
Ciudad
Numero de contrato: CO1.PCCNTR.7861185

Respetados señores

Por medio de la presente hacemos constar que FLT Comunicaciones SAS con NIT 830.065.445-4 en el periodo del 1 al 30 de SEPTIEMBRE de 2025, cumple con el decreto 332 de 2020 de la Alcaldía Mayor, con una cuota superior al 48% de mujeres que hacen parte de nuestra división de Monitoreo Mass Medios, contando para el cumplimiento del contrato con las siguientes colaboradoras:

Yuly Sánchez C.C. 1.072.644.711 (Ejecutiva de cuenta)
Ginna Figueredo C.C. 1.072.665.055 (Analista Televisión)
Liliana Ramírez C.C. 1.076.622.470 (Analista Redes Sociales)
Daniela Florian C.C. 1.233.896.087 (Analista de Radio)
Juliana Mayorga C.C. 1.016.005.224 (Analista de Televisión)
Yeimmy Ramírez C.C. 1.072.701.976 (Analista de Prensa)
Daniela Ariza C.C. 1.072.638.407 (Analista de Internet)
Jenny Rodríguez C.C. 52.970.198 (Analisa de Prensa)

De igual manera la empresa se encuentra registrada en el portal Bogotá Trabaja, cumpliendo así los requerimientos de ley correspondiente.

Agradecemos la atención prestada.

John Cuchigay
Gerente General
FLT Comunicaciones SAS
Mass Medios - Mass Social Media

¡Interactúa con nosotros!

Banco Finandina
Banca libre

Certificado cuenta de ahorros

BANCO FINANDINA S.A NIT. 860.051.894-6

CERTIFICA

Que la empresa FLT COMUNICACIONES, identificado(a) con NIT, No. 830065445, se encuentra vinculada con el Banco Finandina mediante el siguiente producto.

Producto	Tipo de cuenta	Número de Producto	Fecha de apertura
Ahorros	**Cuenta de Ahorro Empresarial**	**9150013303**	**09/09/2022**

La presente certificación se expide a solicitud del interesado a los 01/10/2025

Cordialmente,

Camila Andrea Navarro Montañez
Directora de Atención al Cliente

Visita Banca Empresas **aquí**

VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA

Dirección General: Kilómetro 17 Carretera Central del Norte - NIT: 860.051.894-6 - Colombia.
Línea Fácil: 01 800 091 2886 / 2191919 - E-mail: servicioalcliente@bancofinandina.com
www.bancofinandina.com

compensar | miplanilla.com

PLANILLA INTEGRADA DE AUTOLIQUIDACION DE APORTES

DATOS DEL APORTANTE						
TIPO	NÚMERO	NOMBRE APORTANTE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO	EXONERADO PAGO PARAFISCALES Y SALUD
NI	830065445-4	FLT COMUNICACIONES SAS	CLL 5 A # 14-01 CHIA	3114451509	massmedios@fltcomunicaciones.com	
FORMA PRESENTACIÓN	CLASE APORTANTE	NOMBRE SUCURSAL / CÓDIGO	DEPARTAMENTO	CIUDAD / MUNICIPIO		
ÚNICA	B – menos de 200 c		CUNDINAMARCA	CHÍA		SI

DATOS DE LA PLANILLA						
PLANILLA ASOCIADA	FECHA PAGO ASOCIADA (DIA/MES/AÑO)	TIPO PLANILLA	FECHA PAGO (DIA/MES/AÑO)	NÚMERO PLANILLA	CANTIDAD	
					EMPLEADOS	UPC
					9	0
PERIODO SALUD	PERIODO PENSIONES				TOTAL A PAGAR	
2025-09	2025-08	E	11/09/2025	89360534	$4.981.100	

TOTALES POR SUBSISTEMAS

TOTALES SALUD

Código EPS	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	UPC Adicional	Incapacidades		Licencia Maternidad		Días Mora	Valor Mora Cotización	Valor Mora UPC	Total a Pagar	No. Afiliados
					No. Autorización	Valor	No. Autorización	Valor					
EPS002	Salud Total EPS	800130907-4	57.000	0		0		0	1	100	0	57.100	1
EPS005	Sanitas EPS	800251440-6	241.300	0		0		0	1	200	0	241.500	3
EPS008	Compensar EPS	860066942-7	316.700	0		0		0	1	200	0	316.900	3
EPS017	Famisanar EPS	830003564-7	140.000	0		0		0	1	100	0	140.100	1
EPS037	Nueva EPS	900156264-2	57.000	0		0		0	1	100	0	57.100	1

TOTALES PENSIÓN

Código AFP	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	Aporte Voluntario Afiliado	Aporte Voluntario Aportante	Aporte FSP - Solidaridad	Aporte FSP - Subsistencia	Días Mora	Valor Mora Cotización	Valor Mora FSP	Total a Pagar	No. Afiliados
230201	Proteccion (ING + Proteccion)	800229739-0	1.016.200	0	0	0	0	1	700	0	1.016.900	3
230301	Porvenir	800224808-8	808.300	0	0	0	0	1	600	0	808.900	3
231001	Colfondos	800227940-6	736.700	0	0	0	0	1	500	0	737.200	2
25-14	Colpensiones	900336004-7	685.800	0	0	0	0	1	500	0	686.300	1

TOTALES RIESGOS LABORALES

Código ARL	Nombre	NIT	Cotización Obligatoria	Incapacidades		Aportes Otros Sistemas	Valor Neto Cotización	Días Mora	Valor Mora Cotización	Subtotal Cotización	No. Radicado Saldo a Favor	Valor Saldo a Favor	Fondo Solidaridad	Total a Pagar	No. Afiliados
				No. Autorización	Valor										
14-11	ARL SURA	890903790-5	106.400				106.400	1	100	106.500			1.064	106.500	9

TOTALES CAJAS

Código CCF	Nombre	NIT	Valor Aporte	Días Mora	Valor Mora Aporte	Total a Pagar	No. Afiliados
CCF24	Compensar Caja	860066942-7	812.000	1	600	812.600	9

PAGADA

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

compensar | miplanilla.com

PLANILLA INTEGRADA DE AUTOLIQUIDACION DE APORTES

DATOS DEL APORTANTE						
TIPO	NÚMERO	NOMBRE APORTANTE		DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO	EXONERADO PAGO PARAFISCALES Y SALUD
NI	830065445-4	FLT COMUNICACIONES SAS		CLL 5 A # 14-01 CHIA	3114451509	massmedios@fltcomunicaciones.com	
FORMA PRESENTACIÓN	CLASE APORTANTE	NOMBRE SUCURSAL	CÓDIGO	DEPARTAMENTO	CIUDAD / MUNICIPIO		
ÚNICA	B – menos de 200 c			CUNDINAMARCA	CHÍA		SI

DATOS DE LA PLANILLA						
PLANILLA ASOCIADA	FECHA PAGO ASOCIADA (DIA/MES/AÑO)	TIPO PLANILLA	FECHA PAGO (DIA/MES/AÑO)	NÚMERO PLANILLA	CANTIDAD	
					EMPLEADOS	UPC
					9	0
PERIODO SALUD	PERIODO PENSIONES				TOTAL A PAGAR	
2025-09	2025-08	E	11/09/2025	89360534	$4.981.100	

TOTALES PARAFISCALES				
Valor Aporte	Días Mora	Valor Mora Aporte	Total a Pagar	No. Afiliados
SENA				
0	1	0	0	0
ICBF				
0	1	0	0	0
ESAP				
MEN				

TOTALES POR SUBSISTEMA			
Tipo Administradora	No. Administradoras Reportadas	Valor antes de IGE, LMA, IRP y Mora	Total a Pagar
Salud	5	812.000	812.700
Pensión	4	3.247.000	3.249.300
Riesgos Laborales	1	106.400	106.500
CCF	1	812.000	812.600
ESAP	0	0	0
ICBF	0	0	0
MEN	0	0	0
SENA	0	0	0
TOTALES	11	4.977.400	4.981.100

PAGADA

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

compensar | miplanilla.com

PLANILLA INTEGRADA DE AUTOLIQUIDACION DE APORTES

DATOS DEL APORTANTE						
TIPO	NÚMERO	NOMBRE APORTANTE		DIRECCIÓN	TELÉFONO	CORREO
NI	830065445-4	FLT COMUNICACIONES SAS		CLL 5 A # 14-01 CHIA	3114451509	massmedios@fltcomunicaciones.com
FORMA PRESENTACIÓN	CLASE APORTANTE	NOMBRE SUCURSAL	CÓDIGO	DEPARTAMENTO	CIUDAD / MUNICIPIO	EXONERADO PAGO PARAFISCALES Y SALUD
ÚNICA	B – menos de 200 c			CUNDINAMARCA	CHÍA	SI

DATOS DE LA PLANILLA						
PLANILLA ASOCIADA	FECHA PAGO ASOCIADA (DIA/MES/AÑO)	TIPO PLANILLA	FECHA PAGO (DIA/MES/AÑO)	NÚMERO PLANILLA	CANTIDAD	
					EMPLEADOS	UPC
					9	0
PERIODO SALUD	PERIODO PENSIONES				TOTAL A PAGAR	
2025-09	2025-08	E	11/09/2025	89360534	$4.981.100	

DETALLE POR COTIZANTE

INFORMACIÓN COTIZANTE									INFORMACIÓN NOVEDADES																PENSIÓN							SALUD			RIESGOS LABORALES				CCF			PARAFISCALES				
No.	Tipo	No. de Identificación	Apellidos y Nombres	Cotizante	Subtipo	Extranjero	Colom. exterior	Exonerado	ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	VSP	VST	SLN	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRL	CORRECCIÓN	Cód. AFP	IBC AFP	Cotización	Voluntario Afiliado	Voluntario Aportante	Fondo pensional de solidaridad	Fondo pensional de subsistencia	Cód. EPS	IBC EPS	Cotización / Valor UPC	Cód. ARL	IBC ARL	Clase de Riesgo	Cotización	Código CCF	IBC CCF	Aporte CCF	IBC otros parafiscales	Aporte SENA	Aporte ICBF	Aporte ESAP	Aporte MEN
1	CC	1016005224	ARCHILA MAYORGA ALBA YULIANA	1	0			S																	230301	1.423.500	227.800	0	0	0	0	EPS008	1.423.500	57.000	14-11	1.423.500	1	7.500	CCF24	1.423.500	57.000	0	0	0	0	0
2	CC	1022386912	AYALA GONZALEZ JONATHAN ANDRES	1	0			S																	230301	1.423.500	227.800	0	0	0	0	EPS037	1.423.500	57.000	14-11	1.423.500	1	7.500	CCF24	1.423.500	57.000	0	0	0	0	0
3	CC	1072638407	ARIZA SANCHEZ BRIGITH DANIELA	1	0			S																	230201	1.423.500	227.800	0	0	0	0	EPS002	1.423.500	57.000	14-11	1.423.500	1	7.500	CCF24	1.423.500	57.000	0	0	0	0	0
4	CC	1072665055	FIGUEREDO VALERIANO GINNA BRIYID	1	0			S																	231001	2.104.000	336.700	0	0	0	0	EPS005	2.104.000	84.200	14-11	2.104.000	1	11.000	CCF24	2.104.000	84.200	0	0	0	0	0
5	CC	1076622470	RAMIREZ SANCHEZ LILIANA	1	0			S							X										230301	2.204.000	352.700	0	0	0	0	EPS008	2.204.000	88.200	14-11	2.204.000	1	11.600	CCF24	2.204.000	88.200	0	0	0	0	0
6	CC	11203304	CUCHIGAY VALERIANO JOHN EDGAR	1	0			S																	25-14	4.286.000	685.800	0	0	0	0	EPS008	4.286.000	171.500	14-11	4.286.000	1	22.400	CCF24	4.286.000	171.500	0	0	0	0	0
7	CC	35198023	CORREA GONZALEZ LUZ ELIANA	1	0			S																	231001	2.500.000	400.000	0	0	0	0	EPS005	2.500.000	100.000	14-11	2.500.000	1	13.100	CCF24	2.500.000	100.000	0	0	0	0	0
8	CC	79947799	ESPITIA VIRGUEZ DIEGO FERNANDO	1	0			S								X									230201	1.426.897	228.400	0	0	0	0	EPS005	1.426.897	57.100	14-11	1.426.897	1	7.500	CCF24	1.426.897	57.100	0	0	0	0	0
9	CC	80449644	VALERIANO CUCHIGAY CESAR ALEJANDRO	1	0			S																	230201	3.500.000	560.000	0	0	0	0	EPS017	3.500.000	140.000	14-11	3.500.000	1	18.300	CCF24	3.500.000	140.000	0	0	0	0	0

PAGADA

Este documento está clasificado como PRIVADO por parte de Compensar Operador de Información

- **Bogotá 10 de octubre de 2025**

CONTROL DE EVASION DE RECURSOS PARAFISCALES 789 DE 2002 ART 50
El suscrito representante legal de
FLT COMUNICACIONES S.A.S.
Nit. 830065445-4

Hace constar que la compañía se encuentra al día, correspondiente a los seis últimos meses en el pago de:

- Aportes al sistema de Seguridad Social en Salud
- Aportes a los Fondos de Pensiones y Cesantías
- Aportes a la Administradora de Riesgos Profesionales
- Aportes al ICBF, SENA y Caja de Compensación (Compensar)

A la fecha no hay saldos a cargo de la sociedad derivados de los anteriores conceptos, cumpliendo con la legislación vigente.

Esta certificación es para uso exclusivo de informar sobre el cumplimiento de las obligaciones antes mencionadas y no debe ser utilizada para ningún otro propósito.

Cordialmente



John Cuchigay
Representante legal
CC 11203304
FLT Comunicaciones SAS


Septiembre 2025
INFORME DE MEDIOS
Secretaría de Educación de Bogotá
mass Medios

RESUMEN TOTAL DE NOTAS



TOTAL	AUDIENCIA	VALORIZACIÓN
336	197.864.799	8.772.890.406

TIPO DE MEDIO

233



INTERNET



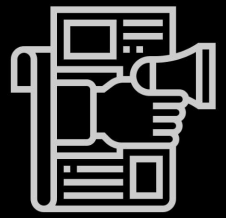
TELEVISIÓN

66

20



RADIO

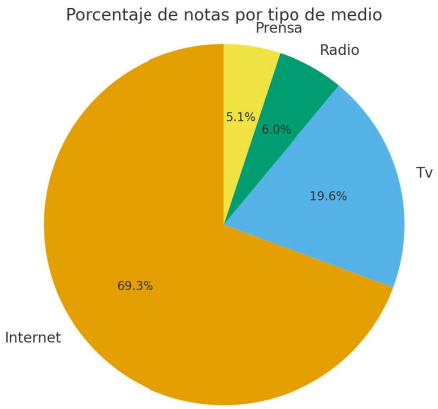


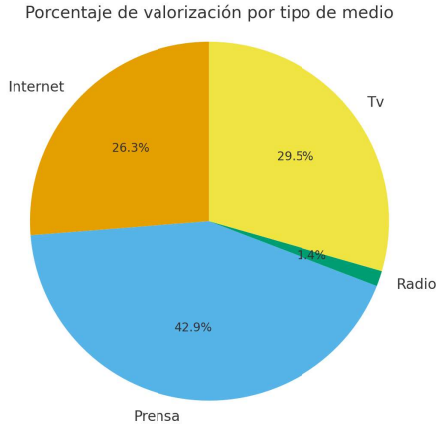
PRENSA

17


GRAFICAS Y
TABLAS

RESUMEN POR MEDIOS





Medio General	Frecuencia	Positiva	Neutro	Negativa	Porcentaje (%)	Audiencia	Valorización
Internet	233	115	64	54	69,35	160.957.123,00	2.302.957.490,00
Tv	66	42	13	11	19,64	25.989.565,00	2.587.005.928,00
Radio	20	6	5	9	5,95	4.230.366,00	122.359.166,00
Prensa	17	9	7	1	5,06	6.687.745,00	3.760.567.822,00
TOTAL	**336**	**172**	**89**	**75**	**100%**	**197.864.799,00**	**8.772.890.406,00**

En septiembre de 2025, la Secretaría de Educación de Bogotá mantuvo una presencia mediática sólida, destacando un claro liderazgo de los canales digitales. Internet concentró el 69,3 % del total de notas, reafirmando su papel como el principal medio de difusión institucional. Este comportamiento refleja la efectividad de los portales digitales y las plataformas informativas para amplificar los mensajes de la entidad, gracias a su cobertura inmediata, capacidad de segmentación y bajo costo relativo frente a otros formatos.

En segundo lugar se ubicó la televisión, con el 19,6 % de las publicaciones, consolidándose como un medio de alto impacto por su alcance y por la confianza que genera en la audiencia. A pesar del predominio digital, la televisión sigue siendo clave en la estrategia de comunicación, especialmente para llegar a públicos amplios con mensajes visuales y pedagógicos.

Por su parte, la radio registró el 6,0 % de las menciones, manteniendo su función de proximidad y contacto cotidiano con las comunidades. En tanto, la prensa concentró el 5,1 %, lo que demuestra que, aunque los medios impresos y portales asociados han reducido su participación, continúan siendo un espacio importante para contenidos de análisis, vocerías y temas de gestión institucional.

Sin embargo, la perspectiva cambia al analizar la valorización económica del cubrimiento. En este caso, la prensa representó el 42,9 % de la inversión estimada, posicionándose como el medio de mayor peso económico debido a los costos asociados a su publicación y al valor reputacional que otorga. Le siguió la televisión, con el 29,5 %, ratificando su condición de medio costoso pero de alto impacto visual.

El canal Internet aportó el 26,3 % de la valorización, lo que refleja su creciente importancia como espacio de posicionamiento institucional y pauta digital. En contraste, la radio apenas registró el 1,4 %, evidenciando su menor peso dentro de la inversión mediática, aunque conserva relevancia como canal de cercanía territorial y divulgación masiva.

Gráfica de Trazabilidad Diaria



📌 15 de septiembre de 2025 – 28 notas

La cobertura se centró en los procesos de traslado y matrícula escolar, con amplia difusión de las orientaciones de la Secretaría para estudiantes que cambiaban de colegio. También se destacaron notas sobre casos de violencia sexual en colegios distritales y la respuesta institucional frente a estas denuncias. Paralelamente, los medios informaron sobre la apertura de 1.500 becas Atenea para formación técnica gratuita y una polémica por los refrigerios escolares, que generó debate entre padres y docentes.

📌 16 de septiembre de 2025 – 24 notas

El foco informativo fue la movilización docente convocada por la ADE, que provocó cobertura en noticieros y portales sobre las marchas y la posición de la Secretaría, que pidió mantener la normalidad académica. También se difundió la destitución de un exdocente por uso de diplomas falsos, decisión de la Procuraduría que tuvo eco nacional. Además, varios medios destacaron los apoyos económicos del Distrito a jóvenes estudiantes, como parte de las estrategias para reducir la deserción escolar.

📌 18 de septiembre de 2025 – 30 notas

Este fue el día de mayor volumen de cobertura, dominado por las protestas de maestros en la Calle 26, donde la Secretaría rechazó públicamente los bloqueos y reiteró su disposición al diálogo. Las noticias también abordaron denuncias en colegios distritales, especialmente el caso del Colegio Sorrento en Puente Aranda, que generó preocupación por irregularidades internas. En general, la jornada reflejó una tensión entre la protesta sindical y los llamados institucionales a la convivencia y la continuidad educativa.

Gráfica por Cubrimiento



Caracter del Medio	Frecuencia	Audiencia	Valorización	Porcentaje (%)
Nacional	175	54.789.287,00	7.239.406.074,00	52,08%
Regional	146	18.875.512,00	1.201.301.832,00	43,45%
Internacional	15	124.200.000,00	332.182.500,00	4,46%
TOTAL	**336**	**197.864.799,00**	**8.772.890.406,00**	**100 %**

📌 **15 de septiembre de 2025 – 28 notas**
La cobertura se centró en los procesos de traslado y matrícula escolar, con amplia difusión de las orientaciones de la Secretaría para estudiantes que cambiaban de colegio. También se destacaron notas sobre casos de violencia sexual en colegios distritales y la respuesta institucional frente a estas denuncias. Paralelamente, los medios informaron sobre la apertura de 1.500 becas Atenea para formación técnica gratuita y una polémica por los refrigerios escolares, que generó debate entre padres y docentes.

📌 **16 de septiembre de 2025 – 24 notas**
El foco informativo fue la movilización docente convocada por la ADE, que provocó cobertura en noticieros y portales sobre las marchas y la posición de la Secretaría, que pidió mantener la normalidad académica. También se difundió la destitución de un exdocente por uso de diplomas falsos, decisión de la Procuraduría que tuvo eco nacional. Además, varios medios destacaron los apoyos económicos del Distrito a jóvenes estudiantes, como parte de las estrategias para reducir la deserción escolar.

📌 **18 de septiembre de 2025 – 30 notas**
Este fue el día de mayor volumen de cobertura, dominado por las protestas de maestros en la Calle 26, donde la Secretaría rechazó públicamente los bloqueos y reiteró su disposición al diálogo. Las noticias también abordaron denuncias en colegios distritales, especialmente el caso del Colegio Sorrento en Puente Aranda, que generó preocupación por irregularidades internas. En general, la jornada reflejó una tensión entre la protesta sindical y los llamados institucionales a la convivencia y la continuidad educativa.

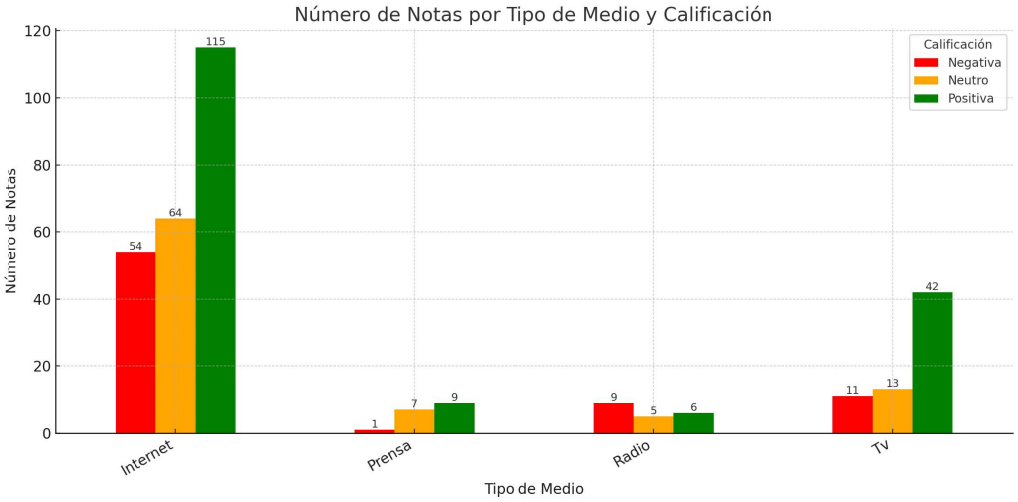
Tabla por temas

Temas	Numero_de_Notas	Audiencia_Total	Valorizacion_Total
La Secretaría de Educación atiende las problemáticas en sector educativo.	220	110.839.276	$4.444.579.044
La Secretaría de Educación apoya al sector escolar público con programas de bienestar.	42	22.831.735	$2.035.142.472
Boletin: ¡Atención familias! Aún hay tiempo de inscribir o trasladar a sus hijas o hijos en colegios públicos de Bogotá	22	5.042.602	$1.678.965.695
Boletin: La Secretaría de Educación del Distrito y la ADE llegan a acuerdo que pone en el centro los derechos de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes	21	14.297.699	$188.987.619
Boletin: La Secretaría de Educación del Distrito lamenta las acciones violentas contra la ciudadanía lideradas por algunos miembros del sindicato de maestros que se encuentran protestando frente a la entidad.	12	2.547.988	$92.231.530
La secretaria de Educación atiende diversos planes culturales	12	36.505.741	$219.154.680
avisos secretaria de educación	7	5.799.758	$113.829.366

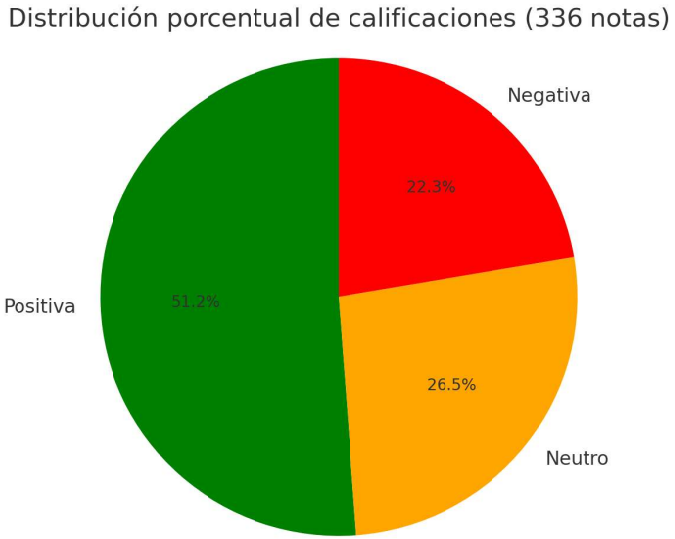
Tabla por Comunicados

Temas	Numero_de_Notas	Audiencia_Total	Valorizacion_Total
Boletin: ¡Atención familias! Aún hay tiempo de inscribir o trasladar a sus hijas o hijos en colegios públicos de Bogotá	22	5.042.602	$1.678.965.695
Boletin: La Secretaría de Educación del Distrito y la ADE llegan a acuerdo que pone en el centro los derechos de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes	21	14.297.699	$188.987.619
Boletin: La Secretaría de Educación del Distrito lamenta las acciones violentas contra la ciudadanía lideradas por algunos miembros del sindicato de maestros que se encuentran protestando frente a la entidad.	12	2.547.988	$92.231.530

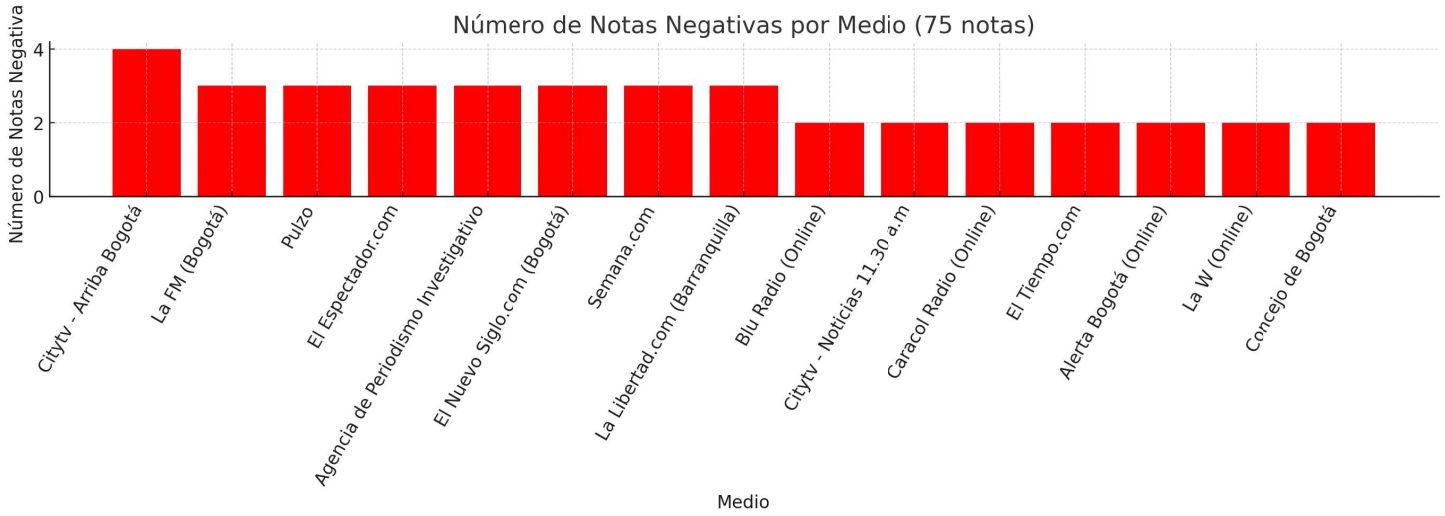
Incidencia Mediatica Tonalidad



Medio General	Frecuencia	Positiva	Neutro	Negativa	Porcentaje (%)	Audiencia	Valorización
Internet	233	115	64	54	69,35	160.957.123,00	2.302.957.490,00
Tv	66	42	13	11	19,64	25.989.565,00	2.587.005.928,00
Radio	20	6	5	9	5,95	4.230.366,00	122.359.166,00
Prensa	17	9	7	1	5,06	6.687.745,00	3.760.567.822,00
TOTAL	**336**	**172**	**89**	**75**	**100%**	**197.864.799,00**	**8.772.890.406,00**



Incidencia Mediatica Negativa



Temas Incidencia Mediatica Tono

Notas Positivas
Cantidad: 172 (51,2 % del total)

Las notas positivas representan el eje principal de la visibilidad mediática de la Secretaría de Educación de Bogotá durante septiembre de 2025, reflejando una narrativa centrada en los logros institucionales, programas de apoyo estudiantil y fortalecimiento de la educación pública. Este tono favorable se observó principalmente en portales digitales, noticieros locales y espacios radiales informativos.

Los titulares más frecuentes destacaron los avances en matrículas, traslados escolares y la apertura de becas Atenea, con mensajes de orientación ciudadana y oportunidades para jóvenes. Ejemplos reales incluyen: “Distrito abre más de 1.500 becas en programas técnicos”, “Secretaría de Educación garantiza continuidad en clases pese a paro docente” y “Inician inscripciones para nuevos cupos escolares en 2026”. Estas menciones reforzaron la percepción de gestión eficiente y acompañamiento constante a la comunidad educativa.

Otro grupo de publicaciones positivas resaltó la entrega de dotaciones y materiales pedagógicos en colegios oficiales, así como la mejora en la infraestructura educativa. Noticias como “Colegios de Bogotá estrenan equipos y mobiliario escolar” o “Distrito entrega nuevas aulas en Kennedy y Ciudad Bolívar” consolidaron una imagen de inversión social y progreso tangible en la red educativa distrital.

También sobresalieron historias de impacto humano y formación integral, como el reconocimiento a docentes destacados, programas de inclusión para jóvenes con discapacidad y la implementación de estrategias de bienestar emocional en colegios públicos. Estos enfoques reforzaron una narrativa de transformación y equidad educativa, vinculando la labor de la Secretaría con metas de calidad, inclusión y bienestar social.

Temas Incidencia Mediatica Tono

Notas Neutras
Cantidad: 89 (26,5 % del total)

Las notas neutras estuvieron concentradas en informaciones de servicio y seguimiento institucional, caracterizadas por un tono descriptivo y sin juicios de valor. Estos contenidos cumplieron una función informativa clave al mantener a la ciudadanía actualizada sobre trámites, programas y decisiones administrativas de la Secretaría.

Uno de los temas más frecuentes fue la orientación sobre matrículas y traslados escolares, con publicaciones que explicaban fechas, requisitos y canales de atención. Titulares como “Así puede solicitar el traslado de colegio en Bogotá” y “Distrito anuncia nuevas jornadas de matrícula escolar” se replicaron en medios como Citytv, El Espectador y Caracol Radio, generando alta visibilidad en segmentos ciudadanos.

También tuvieron amplio cubrimiento las campañas de comunicación institucional, como “Matricúlate ya”, las jornadas de prevención del acoso escolar y las estrategias de bienestar estudiantil. Estas notas resaltaron la acción del Distrito, pero desde una perspectiva de orientación o sensibilización, sin adoptar un tono editorial.

Otro bloque importante de menciones neutras correspondió a comunicados sobre la normalidad académica durante el paro docente, donde la Secretaría informaba la continuidad del calendario escolar. Frases como “Secretaría de Educación confirma clases normales en colegios oficiales” aparecieron repetidamente en noticieros y portales informativos, reforzando la presencia de la entidad como fuente oficial ante coyunturas gremiales.

Temas Incidencia Mediatica Tono

Notas Negativas
Cantidad: 75 (22,3 % del total)

Las notas negativas de septiembre de 2025 estuvieron dominadas por tres ejes temáticos que marcaron la agenda informativa: las protestas docentes, las denuncias en colegios distritales y las críticas al sistema de salud del magisterio (FOMAG). Estos temas generaron un tono crítico hacia las condiciones del sistema educativo y sus instituciones, aunque en la mayoría de los casos la Secretaría figuró como fuente o vocera, no como responsable directa de las situaciones.

El primer foco correspondió a las movilizaciones de maestros en Bogotá, convocadas por la ADE (Asociación Distrital de Educadores), que ocuparon gran parte de la cobertura negativa. Medios como Citytv, Blu Radio, El Tiempo, La FM y Semana reportaron los bloqueos de vías, concentraciones en la Calle 26 y suspensión parcial de clases. Titulares como “Protestas de docentes paralizan la movilidad en el occidente de Bogotá” y “Secretaría pide mantener la normalidad académica ante paro del magisterio” dominaron las jornadas del 15, 16 y 18 de septiembre, asociando el tema con tensión gremial y afectación ciudadana.

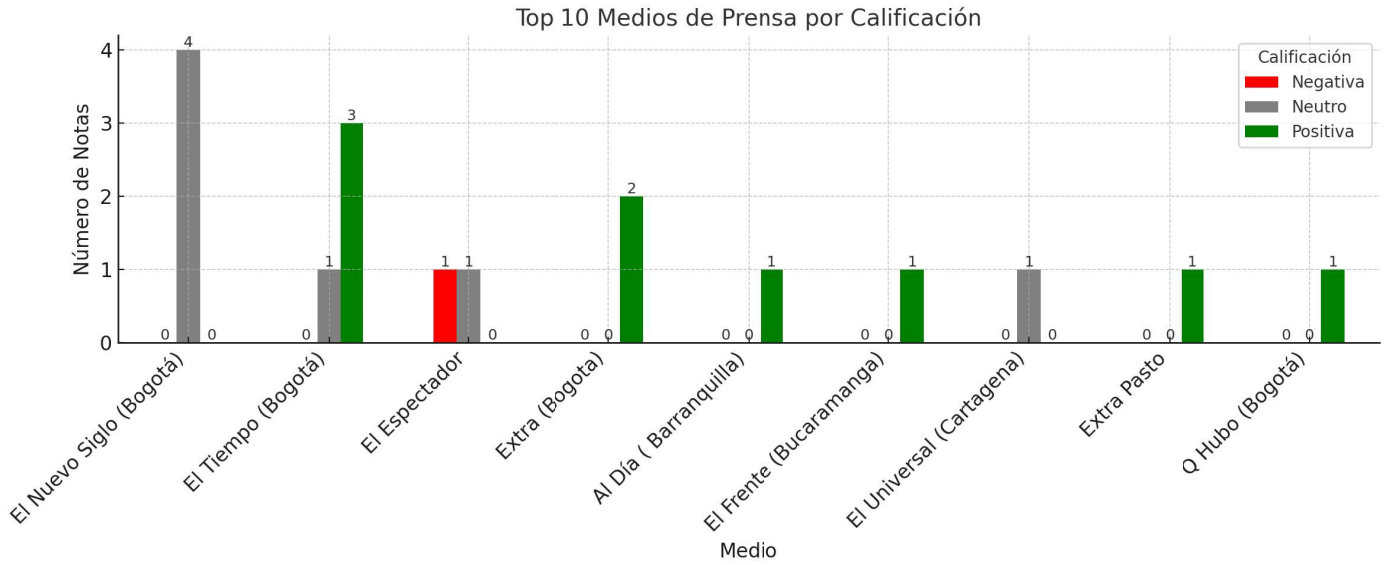
Un segundo bloque importante de notas críticas se relacionó con denuncias por casos de violencia y abuso en instituciones educativas distritales. El más visible fue el del Colegio Sorrento en Puente Aranda, reportado en Caracol Radio, El Espectador y Pulzo, donde se mencionaron presuntas irregularidades administrativas y fallas en los mecanismos de protección. Este tipo de noticias generó un tono de alerta social y cuestionamiento a los controles institucionales, aunque la Secretaría fue citada en la mayoría de los casos como entidad que reaccionó y tomó medidas.

El tercer grupo de notas negativas abordó la crisis del sistema de salud docente y el FOMAG, reflejando la inconformidad de maestros y sindicatos por los retrasos en la atención médica. Medios como La W Radio y El Nuevo Siglo publicaron titulares del tipo “Docentes denuncian fallas en el servicio médico del magisterio” y “Educadores protestan por negligencias del FOMAG en Bogotá”, vinculando el tema con la situación laboral y de bienestar del personal educativo.

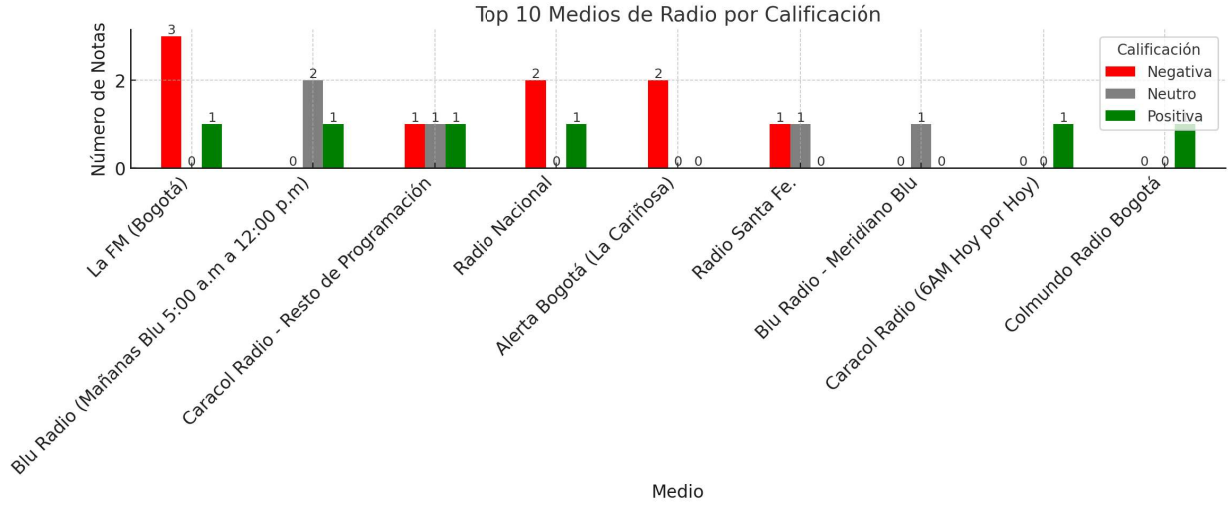
Ranking por Medios

Medio	Tipo de Medio	Notas	Audiencia	Valorización
Alcaldía de Bogotá	Internet	20	3.700	$ 30.000.000
Infobae	Internet	15	124.200.000	$ 332.182.500
Pulzo	Internet	12	849.600	$ 99.570.000
El Nuevo Siglo (Bogotá)	Prensa	4	632.400	$ 104.477.334
El Tiempo (Bogotá)	Prensa	4	4.342.920	$ 3.511.928.064
El Espectador	Prensa	2	500.508	$ 37.464.000
La FM (Bogotá)	Radio	4	49.600	$ 3.344.070
Blu Radio (Mañanas Blu 5:00 a.m a 12:00 p.m)	Radio	3	1.088.400	$ 50.705.432
Caracol Radio - Resto de Programación	Radio	3	1.320.000	$ 11.952.180
Citytv - Arriba Bogotá	TV	18	7.344.000	$ 409.125.654
Citytv - Noticias 11.30 a.m	TV	12	4.944.000	$ 97.702.800
Citytv - Noticias 08:00 p.m	TV	9	3.506.832	$ 117.109.500

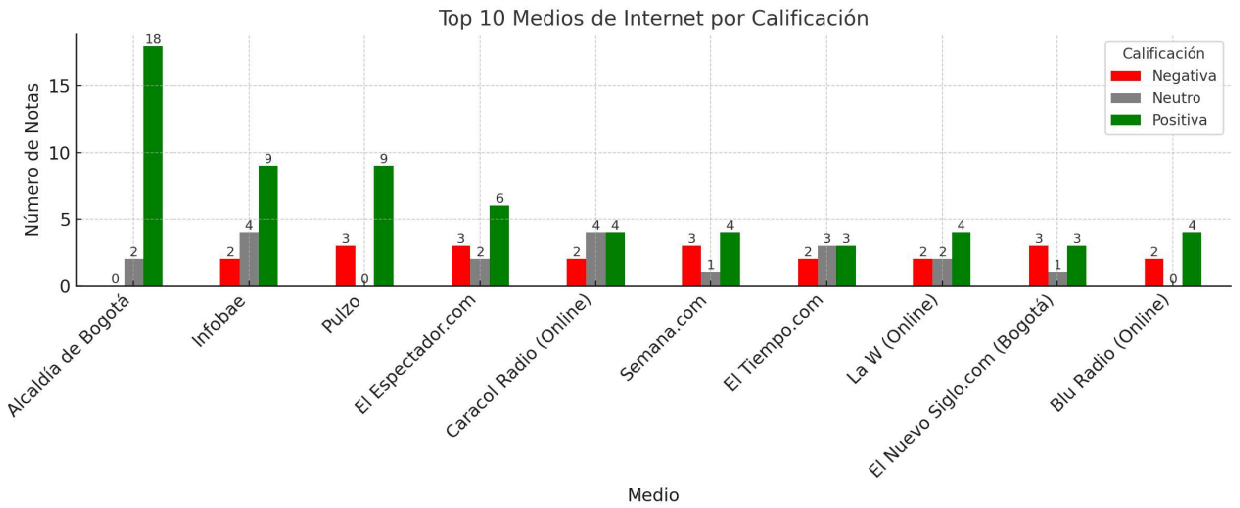
Gráfica por tipo de medio Prensa



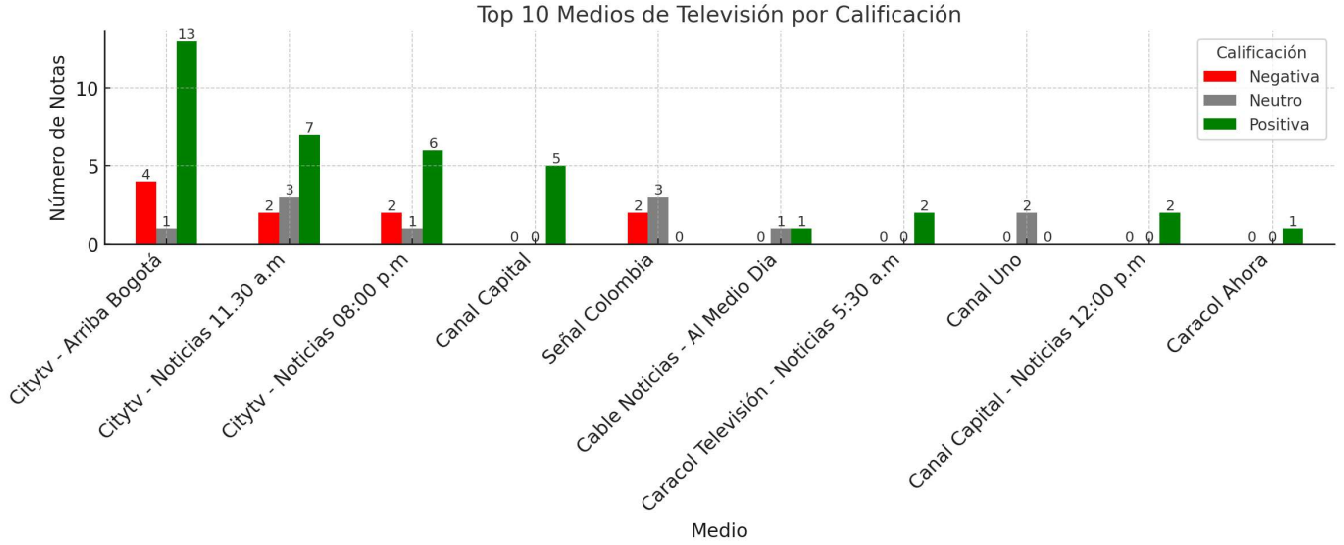
Gráfica por tipo de Medio Radio



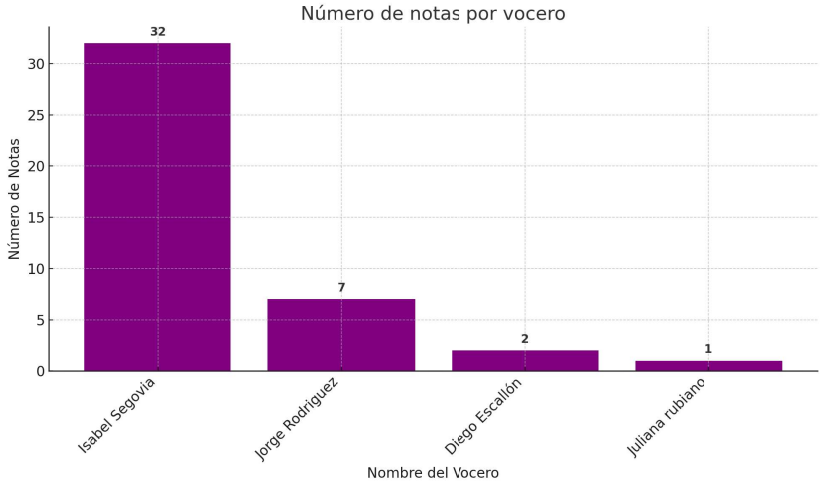
Gráfica por tipo de Medio internet

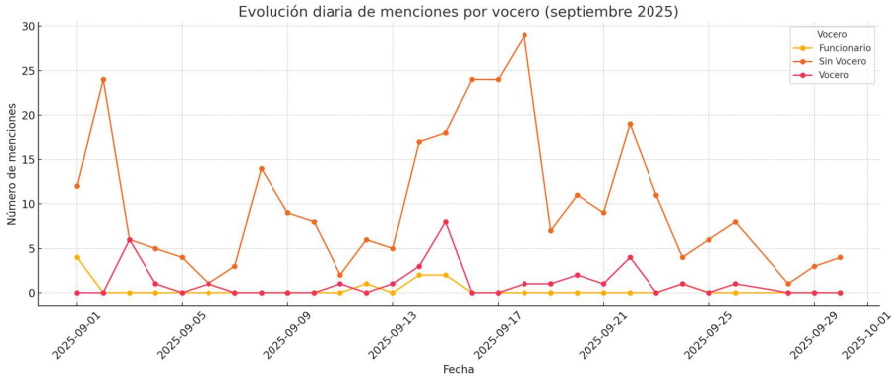


Gráfica por tipo de medio Tv



Gráfica por vocero





. Isabel Segovia se consolida como la vocera más activa de la Secretaría de Educación durante septiembre de 2025, con más de 30 apariciones en medios. Su participación se enfoca en temas clave como acuerdos institucionales, salud pública y dinámicas educativas. Titulares como “ADE y Secretaría de Educación firman acuerdo”, “Estrategia especial de vacunación en Corabastos” y “Datos sobre la natalidad en el país” reflejan su presencia en la agenda pública, vinculada a la gestión sectorial y la articulación con actores clave del sistema educativo. Su vocería transmite continuidad institucional, liderazgo político y capacidad de respuesta ante retos sociales.

Jorge Rodríguez, con 7 menciones, tiene una participación significativa aunque menos frecuente. Su perfil aparece vinculado a análisis técnicos y perspectivas sobre el sistema educativo, aunque los titulares específicos no se detallan en profundidad en la muestra. Aun así, su presencia respalda el posicionamiento de la entidad en temas estructurales.

Diego Escallón fue mencionado en 2 notas, en las que su vocería se centró en asuntos administrativos y en la defensa institucional. Titulares como “SEC. EDUCACIÓN RECONOCE ERROR CON REFRIGERIOS” y “Vocero de la Secretaría de Educación” evidencian su papel como portavoz en situaciones sensibles o controversiales, destacando su función en la comunicación de rectificaciones y gestión de errores.

Juliana Rubiano, con una sola aparición, muestra una vocería puntual. No obstante, al formar parte del equipo de portavoces, su mención contribuye a ampliar el espectro institucional y a mostrar diversidad en la interlocución de la Secretaría.


Septiembre 2025
INFORME DE REDES
mass Medios

INFORME DE MEDIOS

mass Medios

Glosario de Términos

Menciones
Referencias a una marca, producto, o palabra clave en las redes sociales. Pueden ser menciones directas (usando un @) o indirectas.
Importancia: Las menciones permiten medir la popularidad y el nivel de interacción de una marca o tema específico en las redes sociales.

Reach (Alcance)
El número total de personas que han visto una publicación o contenido en las redes sociales.
Importancia: El alcance ayuda a entender cuántas personas potencialmente han sido expuestas al contenido, lo que es crucial para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing.

Calificación
La valoración cualitativa de las opiniones y comentarios expresados en las redes sociales, clasificándolos como positivos, negativos o neutros.
Importancia: El análisis de sentimiento ayuda a comprender la percepción general del público hacia una marca, producto o tema. Esto es crucial para evaluar la efectividad de las campañas, gestionar la reputación y tomar decisiones informadas basadas en la retroalimentación del cliente.

mass Medios

Glosario de Términos

Trazabilidad

La capacidad de seguir y monitorizar la actividad y las interacciones en las redes sociales, desde la creación de contenido hasta las respuestas y reacciones de los usuarios.

Importancia: La trazabilidad es fundamental para analizar el comportamiento del usuario, medir el impacto de las campañas y realizar ajustes en tiempo real.

Nube de Palabras

Una representación visual de las palabras más frecuentemente usadas en un conjunto de datos, donde el tamaño de cada palabra indica su frecuencia o importancia.

Importancia: Las nubes de palabras permiten identificar rápidamente los temas más discutidos y las palabras clave relevantes, proporcionando insights sobre las tendencias y el sentimiento general en las redes sociales.

mass Medios


REDES SOCIALES

RESUMEN TOTAL DE NOTAS



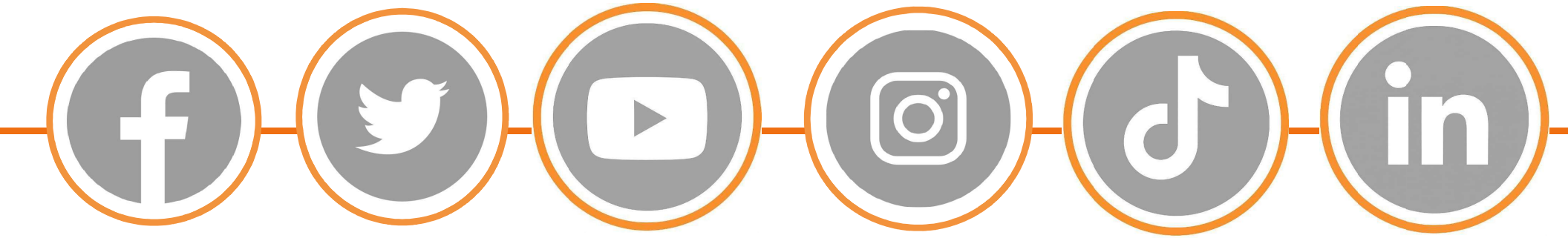
POSTEOS

19.152

REACH

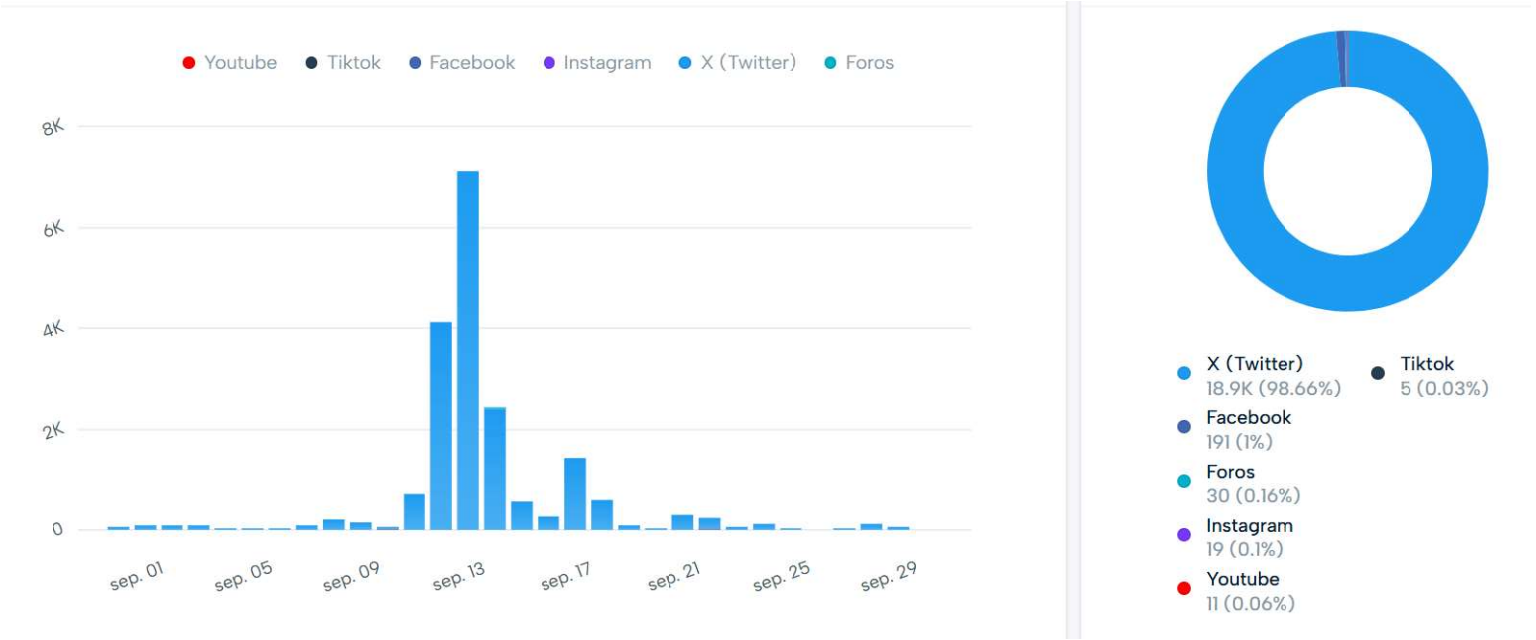
2.134.340.541

RESUMEN TIPO DE RED



191	18.926	11	19	5	0

TRAZABILIDAD MENCIONES



TRAZABILIDAD MENCIONES

13 de septiembre de 2025 – Inicio de la polémica (2.731 menciones)
El 13 de septiembre marcó el comienzo de una oleada de comentarios en redes sociales sobre la Secretaría de Educación de Bogotá, impulsada por publicaciones de docentes y ciudadanos que denunciaban presuntos incumplimientos en el pago de horas extras y en la atención a casos de convivencia escolar. Las etiquetas asociadas a sindicatos y movimientos docentes comenzaron a tener presencia, mientras que el nombre de Isabel Segovia, secretaria de Educación, empezó a ser mencionado en tono crítico. Aunque el tono general fue de reclamo, también surgieron algunos mensajes institucionales explicando los programas de acompañamiento y mediación escolar.

14 de septiembre de 2025 – Pico máximo de la conversación (7.550 menciones)
Este día registró el volumen más alto de todo el mes, superando ampliamente el promedio diario. La conversación se centró en la protesta de maestros que reclamaban mejores condiciones laborales y denunciaban presunta censura a las manifestaciones educativas. El debate escaló rápidamente en X (Twitter), donde se usaron etiquetas como #EducaciónBogotá, #DerechoAProtestar y #Fecode, acompañadas de críticas directas al distrito. En los mensajes, se repitieron menciones a Carlos Fernando Galán y Isabel Segovia, lo que dio un giro político a la discusión, al presentarse como un pulso entre la administración y el magisterio. La viralización de publicaciones con videos y mensajes de líderes sindicales explica el aumento exponencial de las menciones.

15 de septiembre de 2025 – Efecto rebote y defensa institucional (3.014 menciones)
El día siguiente mantuvo un nivel alto de conversación, aunque con una leve reducción. Las cuentas oficiales y algunos medios locales comenzaron a difundir comunicados institucionales en defensa de la gestión educativa, lo que dio paso a un tono más equilibrado. La Secretaría de Educación enfatizó su respeto por el derecho a la protesta y destacó las inversiones en convivencia escolar y bienestar docente. Sin embargo, las respuestas de los usuarios mantuvieron una fuerte carga de inconformidad, consolidando la narrativa de una administración distante frente a las demandas del magisterio.

TRAZABILIDAD MENCIONES

16 de septiembre de 2025 – Continuidad del debate y aparición de nuevas voces (1.052 menciones)
El 16 de septiembre reflejó la persistencia del tema, con intervenciones de figuras políticas y gremiales que ampliaron la discusión más allá de Bogotá. Se destacaron menciones a la Federación Colombiana de Educadores (Fecode) y a líderes como Charly Múnevar y Antonio Sanguino, quienes opinaron sobre el rol del gobierno distrital frente a la protesta. La conversación se tornó más nacional, y los mensajes combinaron denuncias, ironías y llamados al diálogo, manteniendo un interés mediático alto.

18 de septiembre de 2025 – Nuevo repunte con cobertura mediática (1.196 menciones)
El 18 de septiembre se presentó un nuevo pico, motivado por notas de medios digitales que retomaron la controversia. Se difundieron entrevistas y fragmentos de declaraciones de la Secretaría de Educación sobre convivencia escolar y atención a conflictos, lo que generó tanto apoyo como nuevas críticas. Este rebote digital fue impulsado por publicaciones de cuentas verificadas, lo que amplió el alcance de la discusión y devolvió el tema al radar noticioso.

19 de septiembre de 2025 – Cierre de ciclo con reacciones gremiales (934 menciones)
Hacia el final de la semana, el volumen de conversación descendió, pero aún se mantenían reacciones de docentes y líderes sindicales. Las publicaciones se centraron en el balance de la protesta y en la expectativa frente a posibles mesas de diálogo con la administración distrital. El tono siguió siendo mayoritariamente negativo, aunque con algunas expresiones de esperanza ante la posibilidad de acuerdos.

Menciones con mayor Score

🟦 **Facebook**
Revista Semana
📈 Score 58
“#Nación | Rechazo por discriminación a estudiante de Bogotá… La Secretaría de Educación investiga el caso y reafirma su compromiso con la inclusión.”
Ver post

Blu Radio
📈 Score 57
“Vía La Kalle | La Secretaría de Educación de Bogotá responde a denuncias por acoso en colegios públicos y reitera protocolos de atención.”
Ver post

La Kalle
📈 Score 52
“La Secretaría de Educación de Bogotá mantiene el diálogo con los docentes y defiende el derecho a protestar sin afectar las clases.”
Ver post

🐦 Twitter (X)
Revista Semana
📈 Score 72
“#Economía | Procuraduría pide explicación a la Secretaría de Educación de Bogotá por denuncias de retención de docentes durante las protestas.”

@VladimirX0X
📈 Score 72
“@elespectador El incidente en el colegio de Kennedy muestra la ausencia de respuestas de @Educacionbogota e Isabel Segovia.”

@TPredicator2
📈 Score 72
“@Educacionbogota @Bogota @CarlosFGalan El problema no es la protesta, es la falta de salarios dignos. #Fecode #IsabelSegovia.”

Menciones con mayor Score

▶️ **YouTube**
Voz Educadora
“#705 Voz Educadora – septiembre 21 de 2025. Análisis sobre las movilizaciones docentes y las declaraciones de Isabel Segovia.”
Ver video

Radio Encuentros Pedagógicos
“Encuentro con la comunidad educativa y el magisterio. Reacciones a las declaraciones de la Secretaría de Educación de Bogotá.”
Ver video

Canal Capital
“Atenea abre inscripciones: ofrece becas del 100 % en alianza con @educacionbogota.”

🎵 **TikTok**
@yosimellamojavier

“En el SIMONU, el simulacro de Naciones Unidas organizado por @educacionbogota y la Secretaría de Educación de Bogotá. Una experiencia increíble para los jóvenes.”

ADE Bogotá – Oficial

“Mientras los docentes siguen en protesta, la Secretaría de Educación e Isabel Segovia guardan silencio ante las exigencias laborales.”

Agencia Atenea

“Atenea anuncia la convocatoria laboral para jóvenes de Bogotá, con apoyo de @educacionbogota y la Secretaría de Educación Distrital.”

🟪 **Instagram**
Secretaría de Educación

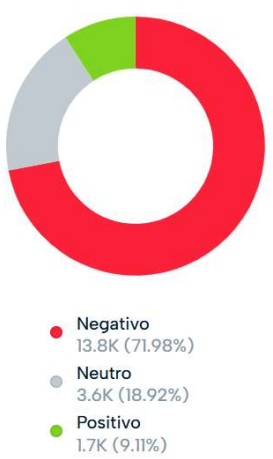
“Técnico CEDID Guillermo Cano Isaza recibió la visita de la Secretaria Isabel Segovia y del alcalde Carlos Fernando Galán, quienes resaltaron la infraestructura educativa.”

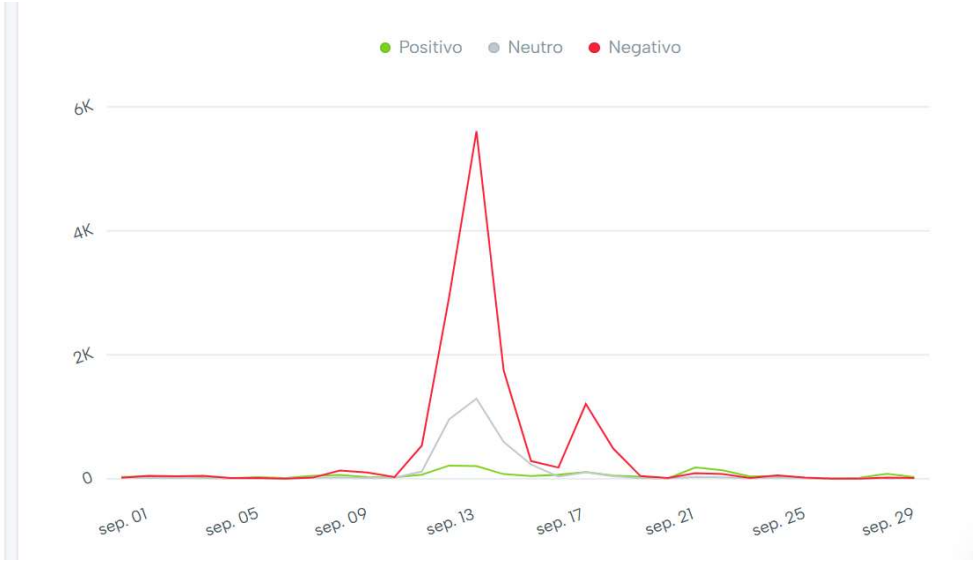
Menciones con mayor Score

Jardín Hilos de Colores

“#DeVueltaAMiJardín #Educacion #EducacionConAmor Agradecemos a @educacionbogota por el acompañamiento en nuestro retorno.”

TRAZABILIDAD CALIFICACIÓN





TRAZABILIDAD CALIFICACIÓN

1. 1. Predominio del tono negativo: críticas sostenidas
El 64% de las menciones (2.837 publicaciones) fueron de tono negativo, reflejando un descontento generalizado hacia la gestión educativa y la institucionalidad. Los mensajes negativos destacan denuncias ciudadanas, inconformidad con paros en colegios, fallas en infraestructura o incumplimientos en convocatorias. Estas publicaciones muestran que los canales digitales se convirtieron en espacios de protesta y de amplificación de reclamos comunitarios frente a la Secretaría de Educación.2. Positividad asociada a liderazgo y reconocimiento

2. El 26% de las menciones (1.133 en total) tuvieron un tono positivo.
En este grupo sobresalen mensajes de respaldo a voceros institucionales como Isabel Segovia, así como la exaltación de eventos educativos, entrega de kits escolares y programas de apoyo a familias y estudiantes. Este tono positivo se vincula directamente con la proyección de liderazgos y la visibilización de buenas prácticas, generando una narrativa de confianza en algunos sectores.

3. Peso menor del tono neutral, pero con aporte informativo
Un 10% de las publicaciones (454 menciones) se clasificaron como neutrales. Estas corresponden principalmente a noticias o reportes de medios que informaron sobre hechos puntuales —como cifras de beneficiarios, anuncios de programas o resultados de gestiones administrativas— sin emitir valoración. Aunque no expresan opinión, cumplen una función clave al aportar contexto y permitir una lectura objetiva de la gestión institucional.

4. Contrastes y polarización en la conversación
El balance de tono evidencia un panorama polarizado: mientras la mayoría de la conversación se inclinó hacia la crítica, también hubo una franja significativa de ciudadanos y medios que respaldaron la gestión y destacaron logros de la Secretaría. Esta división revela que las acciones institucionales generan percepciones encontradas: respaldo desde algunos sectores y resistencia o inconformidad desde otros, dependiendo del tema tratado y de los actores involucrados.

SECRETARIA ISABEL SEGOVIA

Tono positivo (7.822 menciones, 40,8%)

Durante septiembre, Isabel Segovia se consolidó como una de las voces más visibles del gabinete distrital y el rostro principal de la política educativa de Bogotá. La conversación positiva que giró en torno a ella se concentró en tres temas clave: el desarrollo del Simonu 2025, la ejecución del Programa de Alimentación Escolar (PAE) y las estrategias de convivencia e innovación educativa.

El Simonu 2025 representó el mayor punto de visibilidad pública. A lo largo de la segunda semana del mes, miles de usuarios —principalmente docentes, rectores y cuentas de colegios oficiales— compartieron contenidos que exaltaban la participación de los estudiantes en este modelo de Naciones Unidas y el acompañamiento de la Secretaría. Isabel Segovia fue mencionada directamente en publicaciones donde se destacaron su presencia en la apertura, su mensaje sobre el liderazgo juvenil y la importancia de formar ciudadanos críticos. En los comentarios predominó un tono de orgullo institucional y reconocimiento a la Secretaría por impulsar este tipo de experiencias pedagógicas que trascienden el aula.

Otro tema que fortaleció su imagen fue el Programa de Alimentación Escolar (PAE). Las publicaciones positivas resaltaron la continuidad y cobertura del servicio, especialmente en colegios del sur de Bogotá. Padres, docentes y líderes escolares agradecieron públicamente la gestión y el esfuerzo por garantizar la alimentación de los estudiantes, incluso en zonas donde históricamente se habían registrado demoras. Las imágenes de entregas y mensajes de gratitud reforzaron la asociación de Segovia con políticas de bienestar y equidad educativa.

También se registraron numerosas menciones vinculadas a la promoción de entornos escolares seguros. Las campañas sobre convivencia y respeto, identificadas con etiquetas como #EntornosEscolaresInspiradores, generaron comentarios favorables hacia su liderazgo y el enfoque preventivo de la Secretaría. En estas conversaciones se valoró su trabajo para fortalecer el acompañamiento psicosocial y la formación en resolución de conflictos, en un contexto en el que el bienestar emocional de los estudiantes ha ganado protagonismo.

Por último, su participación en espacios académicos y técnicos reforzó el perfil de Isabel Segovia como experta y vocera sólida del sector educativo. Su intervención en el Foro Distrital de Innovación Educativa y en distintas actividades con docentes fue destacada por medios especializados y por comunidades académicas. Los mensajes destacaron su discurso sobre la transformación pedagógica, el uso de la tecnología en el aula y la formación docente como base de la calidad educativa.

SECRETARIA ISABEL SEGOVIA

Tono negativo (2.837 menciones, 59%)

Durante septiembre, la figura de **Isabel Segovia** también fue el eje central de las críticas y reclamos en redes sociales, en especial dentro del contexto de las **movilizaciones de maestros** y las discusiones sobre derechos laborales. La conversación negativa alcanzó su punto más alto entre el **13 y el 15 de septiembre**, coincidiendo con las jornadas digitales de apoyo a **Fecode** y las publicaciones que denunciaron presuntas represalias contra docentes.

Las palabras más recurrentes —*"derecho", "protestar", "retener", "salarios", "miserable"*— revelan un tono de confrontación y denuncia. En cientos de publicaciones, usuarios acusaron a la Secretaría y a su titular de "callar" o "amedrentar" la voz del magisterio, enmarcando el debate en una defensa del derecho a la movilización. La etiqueta **#SedDescuentaDerechos** y menciones a **Fecode, CUTColombia y Magisterio** acompañaron los mensajes más críticos, que circularon con fuerza entre docentes y cuentas sindicales.

Otro frente de críticas se centró en los **problemas de infraestructura y servicios básicos**. Desde distintas localidades, padres y estudiantes publicaron fotografías y videos denunciando filtraciones, techos en mal estado, fallas eléctricas y cortes de agua en colegios de **Bosa, Rafael Uribe Uribe y Kennedy**. Estas publicaciones exigían intervención inmediata de la Secretaría y responsabilizaban directamente a Segovia, a quien se le mencionaba como símbolo de la administración. En varios casos, las denuncias fueron amplificadas por medios alternativos y líderes locales, generando un sentimiento de indignación comunitaria.

También se observaron reclamos asociados a **procesos administrativos y de acceso a programas**. Entre el **17 y el 21 de septiembre**, se registró un aumento de publicaciones de docentes que denunciaban demoras en las listas de nombramientos y dificultades en la comunicación interna. En paralelo, algunos jóvenes expresaron frustración con la plataforma de **Jóvenes a la U**, reportando fallas técnicas y problemas en la validación de documentos. Los comentarios, que incluían frases como *"todo colapsado"* o *"nadie responde en la Secretaría"*, contribuyeron a consolidar una percepción de desorden institucional.

PRINCIPALES HASHTAGS

#simonu

#denuncia

#aquísípasa

#pae

#simonu2025

#educaciónesderecho

#simomuporsiempre

#foroeducativodistrital2025

PRINCIPALES HASHTAGS

1. 1. Centralidad de #Simonu como eje de la conversación
2. El hashtag #Simonu fue, por amplio margen, el más utilizado durante el mes, con 1.106 menciones. Este resultado confirma que el programa de Simulación de las Naciones Unidas (Simonu) concentró la mayor atención en redes sociales, convirtiéndose en el principal eje de conversación educativa. Las publicaciones destacaron la participación de estudiantes de colegios distritales, el liderazgo juvenil y el papel formativo de la iniciativa. En general, el tono fue positivo, proyectando una imagen institucional sólida y una narrativa de orgullo por el talento estudiantil bogotano.

3. 2. Relevancia social del #PAE y la gestión alimentaria
4. Con 82 menciones, el hashtag #PAE (Programa de Alimentación Escolar) fue el segundo más recurrente. Las publicaciones abordaron tanto reconocimientos a la cobertura del programa como críticas puntuales sobre su ejecución. Se observó una dinámica dual: por un lado, los mensajes institucionales destacaron avances en distribución y calidad de los alimentos; por otro, algunos usuarios reclamaron irregularidades o demoras. Este comportamiento demuestra que el PAE sigue siendo un tema sensible en la conversación pública, estrechamente vinculado con la percepción del bienestar estudiantil.

5. 3. Consolidación de la identidad educativa con #SimomuPorSiempre y #Simonu2025
6. Los hashtags #Simomuporsiempre (68 menciones) y #Simonu2025 (62 menciones) complementaron el protagonismo de #Simonu, mostrando una comunidad digital activa y comprometida con el evento. Docentes, estudiantes y padres de familia replicaron contenidos conmemorativos, fotografías y mensajes de orgullo institucional. El uso simultáneo de estas etiquetas reforzó el sentido de continuidad y pertenencia hacia un proyecto que se ha convertido en un símbolo de la educación pública de Bogotá.

7. 4. Territorialidad y pertenencia con #Bogotá y #Bogota
8. Las etiquetas #bogotá (63 menciones) y #bogota (51 menciones) se emplearon de manera transversal para conectar las conversaciones educativas con la identidad de la ciudad. Estas menciones acompañaron tanto mensajes de orgullo como críticas hacia la administración distrital. Su recurrencia indica que la educación se consolidó como un tema de ciudad, y no solo sectorial, siendo el punto de encuentro entre ciudadanía, política y gestión pública.

NUBE DE PALABRAS



ANALISIS NUBE DE PALABRAS

La conversación digital estuvo liderada por el mensaje institucional de la Secretaría de Educación de Bogotá, con un protagonismo evidente de la cuenta @educacionbogota, mencionada en más de dos mil publicaciones. Los términos “educación”, “secretaría” e “Isabel Segovia” consolidaron el liderazgo del discurso oficial, situando a la entidad y a su titular como las principales vocerías de la agenda pública educativa. El volumen y la recurrencia de estas menciones demuestran una estrategia comunicativa activa y sostenida, donde la figura de Segovia se asoció directamente con la defensa de políticas y programas distritales.

Simultáneamente, la conversación se extendió hacia el liderazgo político del Distrito. Los términos “alcaldía”, “Carlos F. Galán” y “alcaldía de Galán” reflejaron la articulación entre la gestión educativa y la administración distrital, mostrando cómo la figura del alcalde también se convirtió en eje de la discusión. Las menciones lo vincularon tanto con el respaldo a las iniciativas de la Secretaría como con las controversias derivadas de las protestas magisteriales, proyectando un diálogo político entre la Alcaldía y los gremios docentes.

El bloque de términos relacionados con los maestros, sindicatos y gremios —como “maestros”, “Fecode”, “magisterio”— reveló la fuerza del sector docente en la conversación. Estos actores se consolidaron como núcleo de la discusión, posicionando sus reclamos, críticas y llamados al diálogo dentro de la esfera digital. La presencia sostenida de estas palabras muestra que el debate en redes fue también una expresión de la voz sindical, con amplio alcance en comunidades educativas y ciudadanas.

En cuanto a los ejes de controversia, las palabras “protestar”, “salarios”, “derecho”, “retener” y “ejercer” evidenciaron que la conversación tuvo un componente de denuncia y exigencia. Las publicaciones reflejaron inconformidad frente a las condiciones laborales, pagos y medidas administrativas, dando un tono crítico a las interacciones. Este conjunto de términos refuerza la lectura de un debate centrado en la defensa de los derechos laborales y en la visibilización de tensiones entre el magisterio y la administración.

Por último, la presencia de actores y entidades nacionales como “MinEducación”, “PetroGustavo”, “MinTrabajoCol” y “CUTColombia” amplió el alcance del tema más allá de Bogotá. La vinculación de figuras nacionales y organismos sindicales demostró que el caso distrital fue percibido como parte de un contexto educativo y político mayor, donde la educación pública se discutió como un asunto de interés nacional.

mass Medios




ANÁLISIS

Análisis S. Educación de Bogotá

Durante septiembre de 2025 se registraron 19.162 publicaciones relacionadas con la Secretaría de Educación de Bogotá en redes sociales y medios digitales, consolidando uno de los niveles más altos de conversación pública del año. El debate giró principalmente en torno a la figura de Isabel Segovia, el desarrollo del Simonu 2025, la coyuntura sindical del magisterio y los programas sociales de la entidad. A lo largo del mes, la actividad digital fue sostenida, con picos notorios entre el 13 y 15 de septiembre, impulsados por la movilización docente y el evento de simulación de Naciones Unidas.

El análisis de tono muestra un equilibrio ajustado entre críticas y respaldos, con predominio de publicaciones negativas y una presencia significativa de mensajes de apoyo institucional. Se identificaron 7.822 menciones positivas (40,8%), centradas en la gestión de Segovia, los avances del Programa de Alimentación Escolar (PAE) y la organización del Simonu 2025; mientras que 2.837 menciones (59%) reflejaron inconformidad o denuncias por temas de infraestructura, convivencia escolar y reclamos sindicales. Las menciones neutras, aunque menos numerosas, correspondieron a notas informativas de medios nacionales y locales que cubrieron eventos educativos, foros y comunicados oficiales.

La figura de Isabel Segovia dominó la conversación digital. Su nombre estuvo presente en publicaciones institucionales, mensajes de comunidad educativa y contenidos de usuarios que la mencionaron como rostro visible de la política educativa distrital. Los mensajes favorables destacaron su cercanía con estudiantes y docentes, su liderazgo en foros de innovación pedagógica y la continuidad de programas sociales como el PAE. En contraste, las críticas la responsabilizaron de la falta de diálogo con el magisterio y de los problemas en la gestión de recursos e infraestructura.

El Simonu 2025 fue el tema más viral del mes, con miles de menciones que posicionaron a Bogotá como referente en la formación ciudadana de jóvenes. Las publicaciones resaltaron la participación de más de 200 colegios distritales y la presencia de Isabel Segovia como promotora del liderazgo estudiantil. En paralelo, las discusiones sobre el PAE y la entrega de materiales escolares mantuvieron un tono favorable, destacando la inversión social y el impacto positivo en la población estudiantil.

Por otro lado, los temas conflictivos estuvieron concentrados en la relación con los sindicatos docentes y en las denuncias sobre fallas en infraestructura. Publicaciones con hashtags como #SedDescuentaDerechos o menciones a Fecode y CUTColombia expresaron descontento frente a las condiciones laborales, la falta de mantenimiento en colegios y los problemas administrativos en la asignación de cargos. Estas críticas convirtieron a la Secretaría en blanco de la protesta digital, extendiendo la conversación más allá del ámbito educativo hacia el político.

Análisis S. Educación de Bogotá

El alcalde Carlos Fernando Galán también tuvo protagonismo, con más de 2.000 menciones que lo vincularon directamente con las decisiones de la Secretaría. Su nombre apareció tanto en mensajes de apoyo como en reclamos de responsabilidad institucional, consolidando la educación como uno de los ejes más sensibles de su gestión.

Análisis Cuentas Isabel Segovia

1. Enfoque principal: la educación como eje transformados

La narrativa de Isabel Segovia se centra en mostrar a la educación pública de Bogotá como motor de equidad y movilidad social. Publicaciones sobre programas como #LaUEnTuColegio, #JóvenesALaE y #JóvenesConOportunidades refuerzan el mensaje de que la administración distrital está ampliando el acceso a la educación superior y técnica. Su tono es positivo, institucional y empático, destacando logros concretos —más de 13 000 becas otorgadas, 560 jóvenes graduados, convenios con instituciones técnicas y universidades— que proyectan resultados tangibles.

2. Promoción del liderazgo estudiantil y los aprendizajes del futuros

Los foros y espacios de participación como #SIMONU 2025 y el Foro Educativo Distrital aparecen como escenarios clave donde Segovia visibiliza la voz estudiantil. Resalta la idea de "poner a los estudiantes en el centro" y de fomentar habilidades socioemocionales, liderazgo y pensamiento crítico. En sus mensajes enfatiza la innovación pedagógica, la participación juvenil y la articulación con organismos internacionales y entidades distritales, consolidando una imagen de gestión moderna y participativa.

3. Bienestar emocional y entornos escolares seguros.

Una línea temática constante es la preocupación por la salud mental y la seguridad en los entornos escolares. En el marco del Día Mundial de la Prevención del Suicidio, Segovia expone el programa Escuelas con Emociones, destacando el trabajo conjunto con las secretarías de Salud y Cultura. Paralelamente, publica mensajes sobre #EntornosEscolaresInspiradores, donde promueve espacios de aprendizaje seguros y pacíficos, evidenciando una visión integral de la educación que incluye el bienestar físico y emocional del estudiante.

4. Diálogo institucional y defensa de la gestión

Durante las controversias públicas —como el debate sobre los descuentos salariales a docentes o las críticas de congresistas— Segovia responde con argumentos técnicos, tono respetuoso y respaldo en la normatividad. Defiende la prevalencia de los derechos de niños y jóvenes y explica decisiones administrativas sin entrar en confrontación política. Esta estrategia fortalece su credibilidad y proyecta autoridad técnica, manteniendo coherencia con la imagen de una funcionaria centrada en la legalidad y el servicio público.

Análisis Cuentas Isabel Segovia

5. Articulación interinstitucional y cooperación
Los reposts de la Agencia Atenea, la Secretaría de Integración Social y otros aliados muestran una red de cooperación que amplifica las acciones educativas. La constante mención de otras dependencias y actores (como UNIMINUTO, Idartes, Presight AI, Ministerio de Educación, entre otros) refuerza la narrativa de una gestión colaborativa, transversal y sustentada en alianzas estratégicas para innovar en la educación pública.

6. Imagen personal y estilo comunicativo
El estilo de Isabel Segovia combina cercanía emocional con rigor institucional. Usa historias humanas —como la de Jacobo y su mamá— para conectar con la audiencia, y equilibra mensajes técnicos con relatos cotidianos que humanizan su rol. El tono es empático, con lenguaje accesible, evitando tecnicismos, y proyecta liderazgo femenino, compromiso y coherencia.

7. Presencia digital y narrativa visual
Su actividad es alta y constante durante el mes, con publicaciones casi diarias y frecuentes republicaciones de la Secretaría de Educación. Los mensajes incluyen emojis, fotografías y videos que generan cercanía y dinamismo. El uso de etiquetas como #AquíSíPasa, #UnaEducaciónQueTeResponde y #NuevasVocesNuevaVisión unifica su discurso en torno al cambio positivo, la acción y la confianza institucional.

mass Medios




Septiembre 2025
INFORME DE REDES
mass Medios

INFORME DE MEDIOS

mass Medios

Glosario de Términos

Menciones
Referencias a una marca, producto, o palabra clave en las redes sociales. Pueden ser menciones directas (usando un @) o indirectas.
Importancia: Las menciones permiten medir la popularidad y el nivel de interacción de una marca o tema específico en las redes sociales.

Reach (Alcance)
El número total de personas que han visto una publicación o contenido en las redes sociales.
Importancia: El alcance ayuda a entender cuántas personas potencialmente han sido expuestas al contenido, lo que es crucial para evaluar la efectividad de las estrategias de marketing.

Calificación
La valoración cualitativa de las opiniones y comentarios expresados en las redes sociales, clasificándolos como positivos, negativos o neutros.
Importancia: El análisis de sentimiento ayuda a comprender la percepción general del público hacia una marca, producto o tema. Esto es crucial para evaluar la efectividad de las campañas, gestionar la reputación y tomar decisiones informadas basadas en la retroalimentación del cliente.

mass Medios

Glosario de Términos

Trazabilidad

La capacidad de seguir y monitorizar la actividad y las interacciones en las redes sociales, desde la creación de contenido hasta las respuestas y reacciones de los usuarios.

Importancia: La trazabilidad es fundamental para analizar el comportamiento del usuario, medir el impacto de las campañas y realizar ajustes en tiempo real.

Nube de Palabras

Una representación visual de las palabras más frecuentemente usadas en un conjunto de datos, donde el tamaño de cada palabra indica su frecuencia o importancia.

Importancia: Las nubes de palabras permiten identificar rápidamente los temas más discutidos y las palabras clave relevantes, proporcionando insights sobre las tendencias y el sentimiento general en las redes sociales.

mass Medios


REDES SOCIALES

RESUMEN TOTAL DE NOTAS



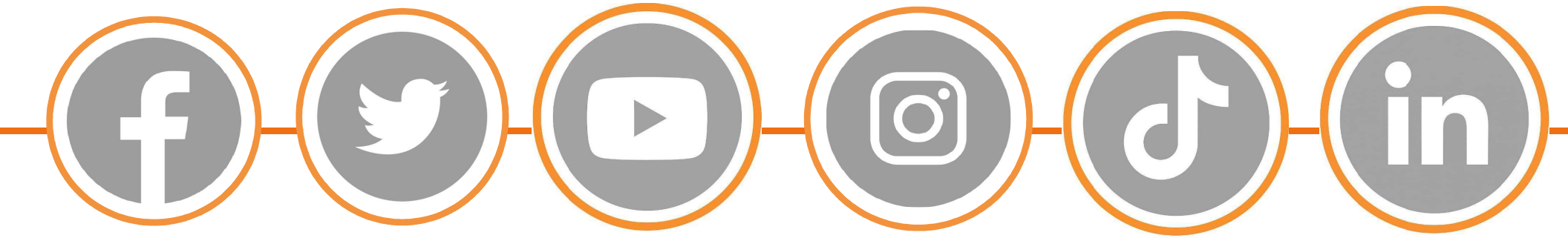
POSTEOS

19.152

REACH

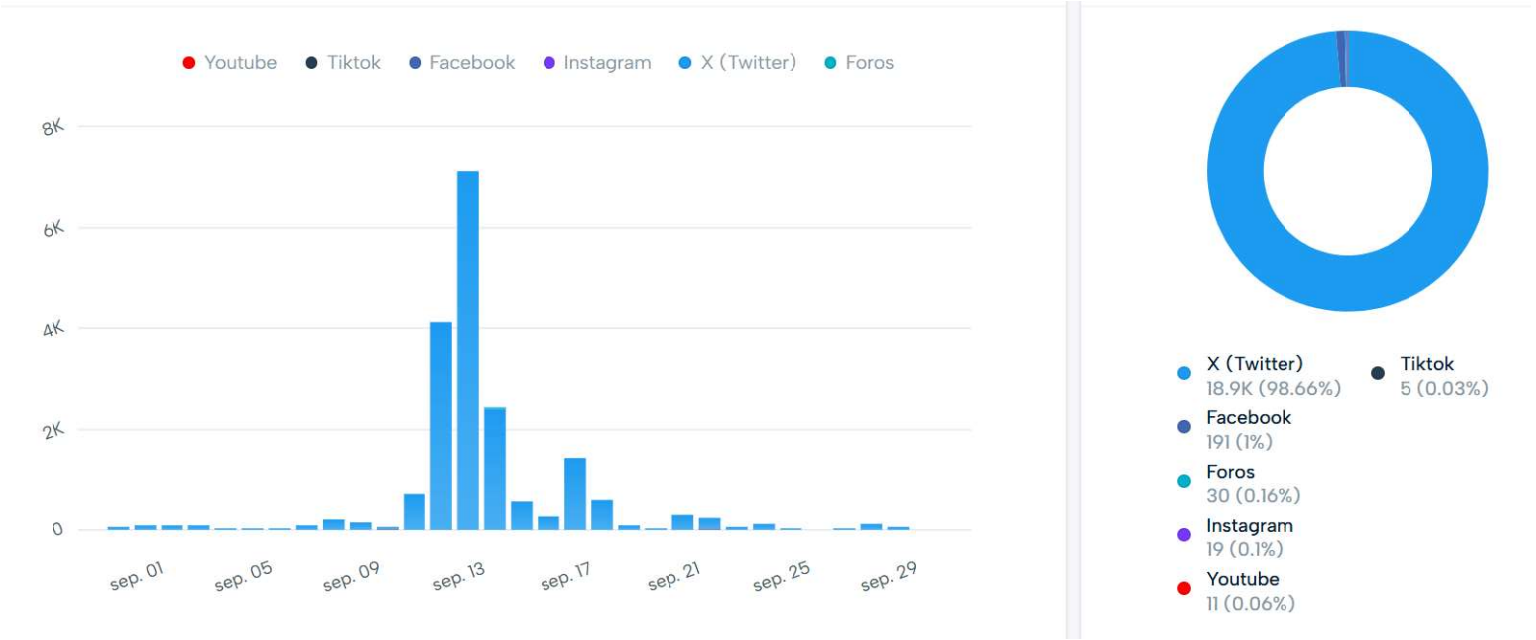
2.134.340.541

RESUMEN TIPO DE RED



191	18.926	11	19	5	0

TRAZABILIDAD MENCIONES



TRAZABILIDAD MENCIONES

13 de septiembre de 2025 – Inicio de la polémica (2.731 menciones)
El 13 de septiembre marcó el comienzo de una oleada de comentarios en redes sociales sobre la Secretaría de Educación de Bogotá, impulsada por publicaciones de docentes y ciudadanos que denunciaban presuntos incumplimientos en el pago de horas extras y en la atención a casos de convivencia escolar. Las etiquetas asociadas a sindicatos y movimientos docentes comenzaron a tener presencia, mientras que el nombre de Isabel Segovia, secretaria de Educación, empezó a ser mencionado en tono crítico. Aunque el tono general fue de reclamo, también surgieron algunos mensajes institucionales explicando los programas de acompañamiento y mediación escolar.

14 de septiembre de 2025 – Pico máximo de la conversación (7.550 menciones)
Este día registró el volumen más alto de todo el mes, superando ampliamente el promedio diario. La conversación se centró en la protesta de maestros que reclamaban mejores condiciones laborales y denunciaban presunta censura a las manifestaciones educativas. El debate escaló rápidamente en X (Twitter), donde se usaron etiquetas como #EducaciónBogotá, #DerechoAProtestar y #Fecode, acompañadas de críticas directas al distrito. En los mensajes, se repitieron menciones a Carlos Fernando Galán y Isabel Segovia, lo que dio un giro político a la discusión, al presentarse como un pulso entre la administración y el magisterio. La viralización de publicaciones con videos y mensajes de líderes sindicales explica el aumento exponencial de las menciones.

15 de septiembre de 2025 – Efecto rebote y defensa institucional (3.014 menciones)
El día siguiente mantuvo un nivel alto de conversación, aunque con una leve reducción. Las cuentas oficiales y algunos medios locales comenzaron a difundir comunicados institucionales en defensa de la gestión educativa, lo que dio paso a un tono más equilibrado. La Secretaría de Educación enfatizó su respeto por el derecho a la protesta y destacó las inversiones en convivencia escolar y bienestar docente. Sin embargo, las respuestas de los usuarios mantuvieron una fuerte carga de inconformidad, consolidando la narrativa de una administración distante frente a las demandas del magisterio.

TRAZABILIDAD MENCIONES

16 de septiembre de 2025 – Continuidad del debate y aparición de nuevas voces (1.052 menciones)
El 16 de septiembre reflejó la persistencia del tema, con intervenciones de figuras políticas y gremiales que ampliaron la discusión más allá de Bogotá. Se destacaron menciones a la Federación Colombiana de Educadores (Fecode) y a líderes como Charly Múnevar y Antonio Sanguino, quienes opinaron sobre el rol del gobierno distrital frente a la protesta. La conversación se tornó más nacional, y los mensajes combinaron denuncias, ironías y llamados al diálogo, manteniendo un interés mediático alto.

18 de septiembre de 2025 – Nuevo repunte con cobertura mediática (1.196 menciones)
El 18 de septiembre se presentó un nuevo pico, motivado por notas de medios digitales que retomaron la controversia. Se difundieron entrevistas y fragmentos de declaraciones de la Secretaría de Educación sobre convivencia escolar y atención a conflictos, lo que generó tanto apoyo como nuevas críticas. Este rebote digital fue impulsado por publicaciones de cuentas verificadas, lo que amplió el alcance de la discusión y devolvió el tema al radar noticioso.

19 de septiembre de 2025 – Cierre de ciclo con reacciones gremiales (934 menciones)
Hacia el final de la semana, el volumen de conversación descendió, pero aún se mantenían reacciones de docentes y líderes sindicales. Las publicaciones se centraron en el balance de la protesta y en la expectativa frente a posibles mesas de diálogo con la administración distrital. El tono siguió siendo mayoritariamente negativo, aunque con algunas expresiones de esperanza ante la posibilidad de acuerdos.

Menciones con mayor Score

🟦 **Facebook**
Revista Semana
📈 Score 58
“#Nación | Rechazo por discriminación a estudiante de Bogotá… La Secretaría de Educación investiga el caso y reafirma su compromiso con la inclusión.”
Ver post

Blu Radio
📈 Score 57
“Vía La Kalle | La Secretaría de Educación de Bogotá responde a denuncias por acoso en colegios públicos y reitera protocolos de atención.”
Ver post

La Kalle
📈 Score 52
“La Secretaría de Educación de Bogotá mantiene el diálogo con los docentes y defiende el derecho a protestar sin afectar las clases.”
Ver post

🐦 Twitter (X)
Revista Semana
📈 Score 72
“#Economía | Procuraduría pide explicación a la Secretaría de Educación de Bogotá por denuncias de retención de docentes durante las protestas.”

@VladimirX0X
📈 Score 72
“@elespectador El incidente en el colegio de Kennedy muestra la ausencia de respuestas de @Educacionbogota e Isabel Segovia.”

@TPredicator2
📈 Score 72
“@Educacionbogota @Bogota @CarlosFGalan El problema no es la protesta, es la falta de salarios dignos. #Fecode #IsabelSegovia.”

Menciones con mayor Score

▶️ **YouTube**
Voz Educadora
“#705 Voz Educadora – septiembre 21 de 2025. Análisis sobre las movilizaciones docentes y las declaraciones de Isabel Segovia.”
Ver video

Radio Encuentros Pedagógicos
“Encuentro con la comunidad educativa y el magisterio. Reacciones a las declaraciones de la Secretaría de Educación de Bogotá.”
Ver video

Canal Capital
“Atenea abre inscripciones: ofrece becas del 100 % en alianza con @educacionbogota.”

🎵 **TikTok**
@yosimellamojavier

“En el SIMONU, el simulacro de Naciones Unidas organizado por @educacionbogota y la Secretaría de Educación de Bogotá. Una experiencia increíble para los jóvenes.”

ADE Bogotá – Oficial

“Mientras los docentes siguen en protesta, la Secretaría de Educación e Isabel Segovia guardan silencio ante las exigencias laborales.”

Agencia Atenea

“Atenea anuncia la convocatoria laboral para jóvenes de Bogotá, con apoyo de @educacionbogota y la Secretaría de Educación Distrital.”

🟪 **Instagram**
Secretaría de Educación

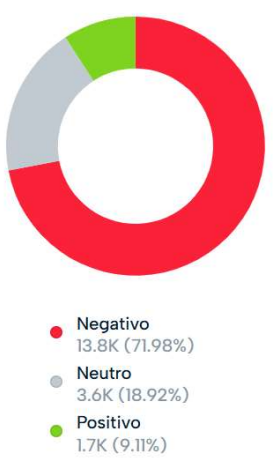
“Técnico CEDID Guillermo Cano Isaza recibió la visita de la Secretaria Isabel Segovia y del alcalde Carlos Fernando Galán, quienes resaltaron la infraestructura educativa.”

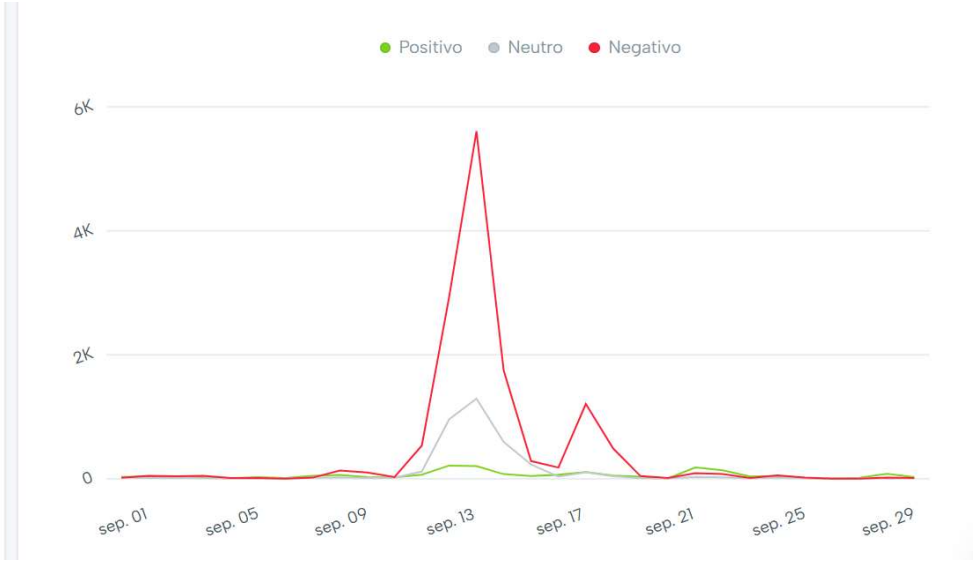
Menciones con mayor Score

Jardín Hilos de Colores

“#DeVueltaAMiJardín #Educacion #EducacionConAmor Agradecemos a @educacionbogota por el acompañamiento en nuestro retorno.”

TRAZABILIDAD CALIFICACIÓN





TRAZABILIDAD CALIFICACIÓN

1. 1. Predominio del tono negativo: críticas sostenidas
El 64% de las menciones (2.837 publicaciones) fueron de tono negativo, reflejando un descontento generalizado hacia la gestión educativa y la institucionalidad. Los mensajes negativos destacan denuncias ciudadanas, inconformidad con paros en colegios, fallas en infraestructura o incumplimientos en convocatorias. Estas publicaciones muestran que los canales digitales se convirtieron en espacios de protesta y de amplificación de reclamos comunitarios frente a la Secretaría de Educación.2. Positividad asociada a liderazgo y reconocimiento

2. El 26% de las menciones (1.133 en total) tuvieron un tono positivo.
En este grupo sobresalen mensajes de respaldo a voceros institucionales como Isabel Segovia, así como la exaltación de eventos educativos, entrega de kits escolares y programas de apoyo a familias y estudiantes. Este tono positivo se vincula directamente con la proyección de liderazgos y la visibilización de buenas prácticas, generando una narrativa de confianza en algunos sectores.

3. Peso menor del tono neutral, pero con aporte informativo
Un 10% de las publicaciones (454 menciones) se clasificaron como neutrales. Estas corresponden principalmente a noticias o reportes de medios que informaron sobre hechos puntuales —como cifras de beneficiarios, anuncios de programas o resultados de gestiones administrativas— sin emitir valoración. Aunque no expresan opinión, cumplen una función clave al aportar contexto y permitir una lectura objetiva de la gestión institucional.

4. Contrastes y polarización en la conversación
El balance de tono evidencia un panorama polarizado: mientras la mayoría de la conversación se inclinó hacia la crítica, también hubo una franja significativa de ciudadanos y medios que respaldaron la gestión y destacaron logros de la Secretaría. Esta división revela que las acciones institucionales generan percepciones encontradas: respaldo desde algunos sectores y resistencia o inconformidad desde otros, dependiendo del tema tratado y de los actores involucrados.

SECRETARIA ISABEL SEGOVIA

Tono positivo (7.822 menciones, 40,8%)

Durante septiembre, Isabel Segovia se consolidó como una de las voces más visibles del gabinete distrital y el rostro principal de la política educativa de Bogotá. La conversación positiva que giró en torno a ella se concentró en tres temas clave: el desarrollo del Simonu 2025, la ejecución del Programa de Alimentación Escolar (PAE) y las estrategias de convivencia e innovación educativa.

El Simonu 2025 representó el mayor punto de visibilidad pública. A lo largo de la segunda semana del mes, miles de usuarios —principalmente docentes, rectores y cuentas de colegios oficiales— compartieron contenidos que exaltaban la participación de los estudiantes en este modelo de Naciones Unidas y el acompañamiento de la Secretaría. Isabel Segovia fue mencionada directamente en publicaciones donde se destacaron su presencia en la apertura, su mensaje sobre el liderazgo juvenil y la importancia de formar ciudadanos críticos. En los comentarios predominó un tono de orgullo institucional y reconocimiento a la Secretaría por impulsar este tipo de experiencias pedagógicas que trascienden el aula.

Otro tema que fortaleció su imagen fue el Programa de Alimentación Escolar (PAE). Las publicaciones positivas resaltaron la continuidad y cobertura del servicio, especialmente en colegios del sur de Bogotá. Padres, docentes y líderes escolares agradecieron públicamente la gestión y el esfuerzo por garantizar la alimentación de los estudiantes, incluso en zonas donde históricamente se habían registrado demoras. Las imágenes de entregas y mensajes de gratitud reforzaron la asociación de Segovia con políticas de bienestar y equidad educativa.

También se registraron numerosas menciones vinculadas a la promoción de entornos escolares seguros. Las campañas sobre convivencia y respeto, identificadas con etiquetas como #EntornosEscolaresInspiradores, generaron comentarios favorables hacia su liderazgo y el enfoque preventivo de la Secretaría. En estas conversaciones se valoró su trabajo para fortalecer el acompañamiento psicosocial y la formación en resolución de conflictos, en un contexto en el que el bienestar emocional de los estudiantes ha ganado protagonismo.

Por último, su participación en espacios académicos y técnicos reforzó el perfil de Isabel Segovia como experta y vocera sólida del sector educativo. Su intervención en el Foro Distrital de Innovación Educativa y en distintas actividades con docentes fue destacada por medios especializados y por comunidades académicas. Los mensajes destacaron su discurso sobre la transformación pedagógica, el uso de la tecnología en el aula y la formación docente como base de la calidad educativa.

SECRETARIA ISABEL SEGOVIA

Tono negativo (2.837 menciones, 59%)

Durante septiembre, la figura de **Isabel Segovia** también fue el eje central de las críticas y reclamos en redes sociales, en especial dentro del contexto de las **movilizaciones de maestros** y las discusiones sobre derechos laborales. La conversación negativa alcanzó su punto más alto entre el **13 y el 15 de septiembre**, coincidiendo con las jornadas digitales de apoyo a **Fecode** y las publicaciones que denunciaron presuntas represalias contra docentes.

Las palabras más recurrentes —*"derecho", "protestar", "retener", "salarios", "miserable"*— revelan un tono de confrontación y denuncia. En cientos de publicaciones, usuarios acusaron a la Secretaría y a su titular de "callar" o "amedrentar" la voz del magisterio, enmarcando el debate en una defensa del derecho a la movilización. La etiqueta **#SedDescuentaDerechos** y menciones a **Fecode, CUTColombia y Magisterio** acompañaron los mensajes más críticos, que circularon con fuerza entre docentes y cuentas sindicales.

Otro frente de críticas se centró en los **problemas de infraestructura y servicios básicos**. Desde distintas localidades, padres y estudiantes publicaron fotografías y videos denunciando filtraciones, techos en mal estado, fallas eléctricas y cortes de agua en colegios de **Bosa, Rafael Uribe Uribe y Kennedy**. Estas publicaciones exigían intervención inmediata de la Secretaría y responsabilizaban directamente a Segovia, a quien se le mencionaba como símbolo de la administración. En varios casos, las denuncias fueron amplificadas por medios alternativos y líderes locales, generando un sentimiento de indignación comunitaria.

También se observaron reclamos asociados a **procesos administrativos y de acceso a programas**. Entre el **17 y el 21 de septiembre**, se registró un aumento de publicaciones de docentes que denunciaban demoras en las listas de nombramientos y dificultades en la comunicación interna. En paralelo, algunos jóvenes expresaron frustración con la plataforma de **Jóvenes a la U**, reportando fallas técnicas y problemas en la validación de documentos. Los comentarios, que incluían frases como *"todo colapsado"* o *"nadie responde en la Secretaría"*, contribuyeron a consolidar una percepción de desorden institucional.

PRINCIPALES HASHTAGS

#simonu

#denuncia

#aquísípasa

#pae

#simonu2025

#educaciónesderecho

#simomuporsiempre

#foroeducativodistrital2025

PRINCIPALES HASHTAGS

1. 1. Centralidad de #Simonu como eje de la conversación
2. El hashtag #Simonu fue, por amplio margen, el más utilizado durante el mes, con 1.106 menciones. Este resultado confirma que el programa de Simulación de las Naciones Unidas (Simonu) concentró la mayor atención en redes sociales, convirtiéndose en el principal eje de conversación educativa. Las publicaciones destacaron la participación de estudiantes de colegios distritales, el liderazgo juvenil y el papel formativo de la iniciativa. En general, el tono fue positivo, proyectando una imagen institucional sólida y una narrativa de orgullo por el talento estudiantil bogotano.

3. 2. Relevancia social del #PAE y la gestión alimentaria
4. Con 82 menciones, el hashtag #PAE (Programa de Alimentación Escolar) fue el segundo más recurrente. Las publicaciones abordaron tanto reconocimientos a la cobertura del programa como críticas puntuales sobre su ejecución. Se observó una dinámica dual: por un lado, los mensajes institucionales destacaron avances en distribución y calidad de los alimentos; por otro, algunos usuarios reclamaron irregularidades o demoras. Este comportamiento demuestra que el PAE sigue siendo un tema sensible en la conversación pública, estrechamente vinculado con la percepción del bienestar estudiantil.

5. 3. Consolidación de la identidad educativa con #SimomuPorSiempre y #Simonu2025
6. Los hashtags #Simomuporsiempre (68 menciones) y #Simonu2025 (62 menciones) complementaron el protagonismo de #Simonu, mostrando una comunidad digital activa y comprometida con el evento. Docentes, estudiantes y padres de familia replicaron contenidos conmemorativos, fotografías y mensajes de orgullo institucional. El uso simultáneo de estas etiquetas reforzó el sentido de continuidad y pertenencia hacia un proyecto que se ha convertido en un símbolo de la educación pública de Bogotá.

7. 4. Territorialidad y pertenencia con #Bogotá y #Bogota
8. Las etiquetas #bogotá (63 menciones) y #bogota (51 menciones) se emplearon de manera transversal para conectar las conversaciones educativas con la identidad de la ciudad. Estas menciones acompañaron tanto mensajes de orgullo como críticas hacia la administración distrital. Su recurrencia indica que la educación se consolidó como un tema de ciudad, y no solo sectorial, siendo el punto de encuentro entre ciudadanía, política y gestión pública.

NUBE DE PALABRAS



ANALISIS NUBE DE PALABRAS

La conversación digital estuvo liderada por el mensaje institucional de la Secretaría de Educación de Bogotá, con un protagonismo evidente de la cuenta @educacionbogota, mencionada en más de dos mil publicaciones. Los términos “educación”, “secretaría” e “Isabel Segovia” consolidaron el liderazgo del discurso oficial, situando a la entidad y a su titular como las principales vocerías de la agenda pública educativa. El volumen y la recurrencia de estas menciones demuestran una estrategia comunicativa activa y sostenida, donde la figura de Segovia se asoció directamente con la defensa de políticas y programas distritales.

Simultáneamente, la conversación se extendió hacia el liderazgo político del Distrito. Los términos “alcaldía”, “Carlos F. Galán” y “alcaldía de Galán” reflejaron la articulación entre la gestión educativa y la administración distrital, mostrando cómo la figura del alcalde también se convirtió en eje de la discusión. Las menciones lo vincularon tanto con el respaldo a las iniciativas de la Secretaría como con las controversias derivadas de las protestas magisteriales, proyectando un diálogo político entre la Alcaldía y los gremios docentes.

El bloque de términos relacionados con los maestros, sindicatos y gremios —como “maestros”, “Fecode”, “magisterio”— reveló la fuerza del sector docente en la conversación. Estos actores se consolidaron como núcleo de la discusión, posicionando sus reclamos, críticas y llamados al diálogo dentro de la esfera digital. La presencia sostenida de estas palabras muestra que el debate en redes fue también una expresión de la voz sindical, con amplio alcance en comunidades educativas y ciudadanas.

En cuanto a los ejes de controversia, las palabras “protestar”, “salarios”, “derecho”, “retener” y “ejercer” evidenciaron que la conversación tuvo un componente de denuncia y exigencia. Las publicaciones reflejaron inconformidad frente a las condiciones laborales, pagos y medidas administrativas, dando un tono crítico a las interacciones. Este conjunto de términos refuerza la lectura de un debate centrado en la defensa de los derechos laborales y en la visibilización de tensiones entre el magisterio y la administración.

Por último, la presencia de actores y entidades nacionales como “MinEducación”, “PetroGustavo”, “MinTrabajoCol” y “CUTColombia” amplió el alcance del tema más allá de Bogotá. La vinculación de figuras nacionales y organismos sindicales demostró que el caso distrital fue percibido como parte de un contexto educativo y político mayor, donde la educación pública se discutió como un asunto de interés nacional.

mass Medios




ANÁLISIS

Análisis S. Educación de Bogotá

Durante septiembre de 2025 se registraron 19.162 publicaciones relacionadas con la Secretaría de Educación de Bogotá en redes sociales y medios digitales, consolidando uno de los niveles más altos de conversación pública del año. El debate giró principalmente en torno a la figura de Isabel Segovia, el desarrollo del Simonu 2025, la coyuntura sindical del magisterio y los programas sociales de la entidad. A lo largo del mes, la actividad digital fue sostenida, con picos notorios entre el 13 y 15 de septiembre, impulsados por la movilización docente y el evento de simulación de Naciones Unidas.

El análisis de tono muestra un equilibrio ajustado entre críticas y respaldos, con predominio de publicaciones negativas y una presencia significativa de mensajes de apoyo institucional. Se identificaron 7.822 menciones positivas (40,8%), centradas en la gestión de Segovia, los avances del Programa de Alimentación Escolar (PAE) y la organización del Simonu 2025; mientras que 2.837 menciones (59%) reflejaron inconformidad o denuncias por temas de infraestructura, convivencia escolar y reclamos sindicales. Las menciones neutras, aunque menos numerosas, correspondieron a notas informativas de medios nacionales y locales que cubrieron eventos educativos, foros y comunicados oficiales.

La figura de Isabel Segovia dominó la conversación digital. Su nombre estuvo presente en publicaciones institucionales, mensajes de comunidad educativa y contenidos de usuarios que la mencionaron como rostro visible de la política educativa distrital. Los mensajes favorables destacaron su cercanía con estudiantes y docentes, su liderazgo en foros de innovación pedagógica y la continuidad de programas sociales como el PAE. En contraste, las críticas la responsabilizaron de la falta de diálogo con el magisterio y de los problemas en la gestión de recursos e infraestructura.

El Simonu 2025 fue el tema más viral del mes, con miles de menciones que posicionaron a Bogotá como referente en la formación ciudadana de jóvenes. Las publicaciones resaltaron la participación de más de 200 colegios distritales y la presencia de Isabel Segovia como promotora del liderazgo estudiantil. En paralelo, las discusiones sobre el PAE y la entrega de materiales escolares mantuvieron un tono favorable, destacando la inversión social y el impacto positivo en la población estudiantil.

Por otro lado, los temas conflictivos estuvieron concentrados en la relación con los sindicatos docentes y en las denuncias sobre fallas en infraestructura. Publicaciones con hashtags como #SedDescuentaDerechos o menciones a Fecode y CUTColombia expresaron descontento frente a las condiciones laborales, la falta de mantenimiento en colegios y los problemas administrativos en la asignación de cargos. Estas críticas convirtieron a la Secretaría en blanco de la protesta digital, extendiendo la conversación más allá del ámbito educativo hacia el político.

Análisis S. Educación de Bogotá

El alcalde Carlos Fernando Galán también tuvo protagonismo, con más de 2.000 menciones que lo vincularon directamente con las decisiones de la Secretaría. Su nombre apareció tanto en mensajes de apoyo como en reclamos de responsabilidad institucional, consolidando la educación como uno de los ejes más sensibles de su gestión.

Análisis Cuentas Isabel Segovia

1. Enfoque principal: la educación como eje transformados

La narrativa de Isabel Segovia se centra en mostrar a la educación pública de Bogotá como motor de equidad y movilidad social. Publicaciones sobre programas como #LaUEnTuColegio, #JóvenesALaE y #JóvenesConOportunidades refuerzan el mensaje de que la administración distrital está ampliando el acceso a la educación superior y técnica. Su tono es positivo, institucional y empático, destacando logros concretos —más de 13 000 becas otorgadas, 560 jóvenes graduados, convenios con instituciones técnicas y universidades— que proyectan resultados tangibles.

2. Promoción del liderazgo estudiantil y los aprendizajes del futuros

Los foros y espacios de participación como #SIMONU 2025 y el Foro Educativo Distrital aparecen como escenarios clave donde Segovia visibiliza la voz estudiantil. Resalta la idea de “poner a los estudiantes en el centro” y de fomentar habilidades socioemocionales, liderazgo y pensamiento crítico. En sus mensajes enfatiza la innovación pedagógica, la participación juvenil y la articulación con organismos internacionales y entidades distritales, consolidando una imagen de gestión moderna y participativa.

3. Bienestar emocional y entornos escolares seguros.

Una línea temática constante es la preocupación por la salud mental y la seguridad en los entornos escolares. En el marco del Día Mundial de la Prevención del Suicidio, Segovia expone el programa Escuelas con Emociones, destacando el trabajo conjunto con las secretarías de Salud y Cultura. Paralelamente, publica mensajes sobre #EntornosEscolaresInspiradores, donde promueve espacios de aprendizaje seguros y pacíficos, evidenciando una visión integral de la educación que incluye el bienestar físico y emocional del estudiante.

4. Diálogo institucional y defensa de la gestión

Durante las controversias públicas —como el debate sobre los descuentos salariales a docentes o las críticas de congresistas— Segovia responde con argumentos técnicos, tono respetuoso y respaldo en la normatividad. Defiende la prevalencia de los derechos de niños y jóvenes y explica decisiones administrativas sin entrar en confrontación política. Esta estrategia fortalece su credibilidad y proyecta autoridad técnica, manteniendo coherencia con la imagen de una funcionaria centrada en la legalidad y el servicio público.

Análisis Cuentas Isabel Segovia

5. Articulación interinstitucional y cooperación
Los reposts de la Agencia Atenea, la Secretaría de Integración Social y otros aliados muestran una red de cooperación que amplifica las acciones educativas. La constante mención de otras dependencias y actores (como UNIMINUTO, Idartes, Presight AI, Ministerio de Educación, entre otros) refuerza la narrativa de una gestión colaborativa, transversal y sustentada en alianzas estratégicas para innovar en la educación pública.

6. Imagen personal y estilo comunicativo
El estilo de Isabel Segovia combina cercanía emocional con rigor institucional. Usa historias humanas —como la de Jacobo y su mamá— para conectar con la audiencia, y equilibra mensajes técnicos con relatos cotidianos que humanizan su rol. El tono es empático, con lenguaje accesible, evitando tecnicismos, y proyecta liderazgo femenino, compromiso y coherencia.

7. Presencia digital y narrativa visual
Su actividad es alta y constante durante el mes, con publicaciones casi diarias y frecuentes republicaciones de la Secretaría de Educación. Los mensajes incluyen emojis, fotografías y videos que generan cercanía y dinamismo. El uso de etiquetas como #AquíSíPasa, #UnaEducaciónQueTeResponde y #NuevasVocesNuevaVisión unifica su discurso en torno al cambio positivo, la acción y la confianza institucional.

mass Medios

