



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
AMBIENTE

Jardín Botánico José Celestino Mutis

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

JARDÍN BOTÁNICO DE BOGOTÁ 2017 - 2020

Av. calle 63 No. 68-95
Tel: 4377060
www.jbb.gov.co
Info: Línea 195



Jardín Botánico de Bogotá
José Celestino Mutis

BOGOTÁ
MEJOR
PARA TODOS

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.
2. CONTEXTO DE LA ENTIDAD.
 - 2.1. VOCEROS DEL JARDÍN BOTÁNICO DE BOGOTÁ.
 - 2.2. GRUPOS DE INTERÉS.
3. OBJETIVO GENERAL.
 - 3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.
4. ÁMBITO DE APLICACIÓN.
5. PROCEDIMIENTOS.
6. PRODUCCIÓN DE PIEZAS.
 - 6.1 TEXTOS
 - 6.1.1. NOTAS WEB
 - 6.1.2. COMUNICADO DE PRENSA
 - 6.1.3. INSUMO PERIODÍSTICO
 - 6.2. PIEZAS GRÁFICAS
 - 6.2.1. SLIDER
 - 6.2.2. REDES
 - 6.3. PIEZAS AUDIOVISUALES,
7. MANUAL DE ESTILO E IMAGEN DE LA ENTIDAD.
 - 7.1. MANUAL DE ESTILO.
 - 7.2. TIPOGRAFÍA.
 - 7.3. LOGOS.
 - 7.4. PRESENTACIONES.
 - 7.5. INFORMES INSTITUCIONALES
8. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN EL JBB
 - 8.1.1. CANALES INTERNOS
 - 8.1.1.1. CORREO ELECTRÓNICO
 - 8.1.1.2. SALVAPANTALLAS
 - 8.1.1.3. CARTELERAS
 - 8.1.1.4. EVENTOS
 - 8.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

8.2.1 REDES SOCIALES

8.2.2 PÁGINA WEB

8.2.2.1. ESPECIALES MULTIMEDIA

8.2.2.2. INTRANET

8.2.3. MAILING

8.2.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

8.2.5. COMUNICACIÓN DIRECTA (BTL)

1. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Francisco Javier Garrido en su libro *Gestión de la comunicación en las organizaciones*, las políticas de comunicación “dictan las señales de lo que la empresa desea comunicar, cómo lo debe hacer y a través de qué canales” (Garrido, 2004).

La política de comunicaciones del Jardín Botánico de Bogotá es un instrumento pedagógico que establece los lineamientos para que la entidad implemente apropiadamente las estrategias de comunicación que responden a las necesidades encontradas y previamente identificadas, con el fin de promover el reconocimiento social de los procesos de investigación, gestión de coberturas verdes y educación ambiental para la conservación de la biodiversidad, garantizando así un ejercicio de divulgación de información que posicione al Jardín con los grupos de interés.

El presente documento da un panorama general de la entidad para entender su funcionamiento y articulación, pasando así por la definición y categorización de los públicos objetivos del Jardín, entendiendo la estructura clásica de comunicación donde se define el papel del código en el mensaje, el emisor y el receptor, para luego dar paso a las comunicaciones internas y externas del Jardín.

2. CONTEXTO DE LA ENTIDAD

El Jardín Botánico de Bogotá es un centro de investigación distrital con énfasis en ecosistemas alto andinos y de páramo, responsable de la gestión integral de coberturas verdes en la ciudad, del desarrollo de programas de educación ambiental y de la conservación y mantenimiento de colecciones vivas de flora para su apropiación y disfrute por parte de los ciudadanos.

Para el 2026 la entidad será reconocida como un ícono de la ciudad y referente internacional por contar con la colección de flora más representativa del país y por contribuir a la apropiación de la biodiversidad alto andina y de páramos mediante investigaciones aplicadas, gestión integral de coberturas verdes y educación ambiental orientada a armonizar la relación entre la cultura y la naturaleza.

En pro de que el Jardín logre promover el reconocimiento social e institucional de los procesos de investigación, gestión de coberturas verdes y educación ambiental desarrollado por el Jardín Botánico de Bogotá para la conservación de la biodiversidad, la entidad debe trabajar para cumplir con estos objetivos:

- Incrementar la credibilidad y confianza en el JBB al interior del Distrito Capital y su reconocimiento en el país y el exterior, como resultado de una gestión efectiva y transparente.
- Mejorar la satisfacción del ciudadano en su interacción con el JBB.
- Aplicar la investigación del Jardín a la solución de los problemas de cobertura verde de la ciudad y al disfrute ciudadano.
- Mejorar la calidad ambiental de la ciudad a través del manejo integral de las coberturas vegetales.
- Fortalecer la educación ambiental para crear en los ciudadanos conciencia, conocimiento y compromiso en la conservación ambiental.
- Aumentar la eficiencia, eficacia y transparencia administrativa de la Entidad.

La entidad está conformada por seis áreas principales:

- La **Secretaría General**, encargada de realizar el proceso de operación y funcionamiento a nivel administrativo de la entidad.
- La **Oficina de Asesoría Jurídica**, encargada de asesorar a la Dirección y demás dependencias en la interpretación y aplicación de las normas, reglamentos y demás asuntos jurídicos relacionados con la misión del Jardín Botánico y los procesos administrativos y laborales de carácter jurídico. Además, llevar a cabo la contratación de todos los servicios de la entidad.
- La **Oficina de Control Interno**, encargada de asesorar a los directivos del Jardín Botánico en la toma de decisiones, con el fin de obtener los resultados esperados de gestión, además de evaluar el desarrollo de las actividades y la utilización de los recursos.

- La **Subdirección Técnica Operativa**, que dirige sus acciones al mejoramiento de la cobertura vegetal de la región Capital e interviene sobre el paisaje, la agricultura y el ambiente urbano.
- La **Subdirección Científica**, encargada de definir el propósito de la investigación en el Jardín Botánico en consonancia con los marcos de referencia nacionales e internacionales establecidos para entidades de la misma naturaleza y en sintonía con las prioridades ambientales de Bogotá y la región.
- La **Subdirección Educativa y Cultural**, encargada de establecer la educación ambiental como estrategia pedagógica principal para fortalecer una cultura de buenas prácticas sociales en lo que al uso, estudio y conservación del medioambiente se refiere. Es por esto que desde una articulación de las entidades, las instancias y los procesos de educación ambiental y participación social, la subdirección apuesta por el empoderamiento de un enfoque ecosistémico en las estrategias de acción pública.

2.1. VOCEROS DEL JARDÍN BOTÁNICO DE BOGOTÁ

El principal vocero de la entidad es el Director del Jardín Botánico de Bogotá, seguido de los Subdirectores. El Director y los subdirectores, a través de la oficina de comunicaciones determinarán los voceros designados ante los medios de comunicación según sea el tema a profundizar y garantizar la presencia institucional de la entidad.

2.2. GRUPOS DE INTERÉS

Cada grupo de interés requiere de una caracterización específica. El Jardín debe entender con qué tipo de organizaciones, instituciones e individuos se relaciona, para establecer mejores estrategias y canales de comunicación.

Tomando este concepto como referente, estos son los grupos de interés de la entidad. A continuación se expone la definición y particularidades de cada categoría:

Comunidad Interna: todos los servidores (tanto funcionarios como contratistas) que realizan funciones operativas, administrativas, educativas y de investigación para garantizar la operación del Jardín Botánico en función del cumplimiento de su misionalidad. Sus necesidades de comunicación están relacionadas con temas administrativos, legales, operativos y de procedimientos, además del componente de cultura organizacional que genera identidad y pertenencia a la organización.

- a) **Funcionarios:** Personas con acceso directo a la información y herramientas de alta tecnología en su mayoría. Cuentan con un contrato distinto al de los operarios y contratistas de la entidad, por lo tanto su permanencia es mayor. Hasta el 31 de diciembre de 2017, la entidad cuenta con 52 funcionarios¹.

¹ Información suministrada por la Oficina de Talento Humano del JBB.

b) **Contratistas:** Este grupo se divide en ocho categorías:

1. *Categoría social:* Operario especial. Persona perteneciente a un programa de reinserción y rehabilitación social IDIPRON; persona en condición de discapacidad en los términos del artículo 2 y 13 de la ley 1618 de 2013 con competencia laboral.
2. *Categoría uno, sin requisitos académicos formales:* Operario con nivel de escolaridad de lectura/escritura y experiencia relacionada de cero a 2 años; conductor con nivel de escolaridad de lectura/escritura con dos años de experiencia y licencia de conducción.
3. *Categoría dos, bachiller:* Asistente con experiencia relacionada de cero a dos años.
4. *Categoría tres, técnico o tecnólogo:* Apoyo administrativo técnico, investigativo y afines con título de técnico, haber cursado cinco semestres de educación superior o el 50% de los créditos asignados al programa, con experiencia de cero a un año.
5. *Categoría cuatro, profesional universitario:* Actividades profesionales, asesoría, apoyo y afines, con título profesional y experiencia relacionada de cero a seis años.
6. *Categoría cinco, profesional universitario con especialización y experiencia relacionada:* Actividades de asesoría especializada específica, investigativa y afines, con título profesional universitario y especialización, con experiencia relacionada de uno a ocho años.
7. *Categoría siete, profesional universitario con maestría:* Actividades de asesoría especializada específica, investigativa y afines con título profesional y título de posgrado en la modalidad de maestría y experiencia relacional de cuatro a siete años.
8. *Categoría ocho, doctorado:* Actividades de asesoría especializada específica, investigativa y afines con título profesional y título de posgrado en la modalidad de Doctorado y experiencia relacional de uno a cinco años.

Academia: este grupo de interés reúne varios sectores que, si bien requieren información similar, el proceso de relacionamiento y los canales de comunicación varían de acuerdo con sus particularidades.

Sociedad Civil: están las organizaciones no gubernamentales (ONG) y movimientos dedicados a la promoción y conservación del medio ambiente a nivel internacional, nacional y local. Sus necesidades se centran en el conocimiento como sustento inicial para sus misionales particulares y en espacios para discutir o socializar sus visiones específicas, de modo que sean tomadas en cuenta y generen incidencia.

Población de Impacto directo: todos aquellos ciudadanos, comunidades u organizaciones que resultan afectadas por la operación de las actividades misionales del Jardín, como arborizaciones, podas, talas y control de plagas. Sus necesidades se relacionan con la información clara, veraz y específica sobre los efectos de la intervención del jardín en sus entornos y sobre la oferta de proyectos y actividades para ellos.

En cuanto a la población de impacto indirecto, agrupada en una parte como la ciudadanía beneficiaria de las actividades de intervención, se puede entender que son los grupos de personas que se ven impactadas positivamente luego de alguna jornada realizada por el JBB en su entorno social cercano.

Estas acciones lo que buscan es, por un lado, fortalecer el compromiso con la ciudadanía y el medio ambiente en materia de sostenibilidad y contribución para el aprovechamiento del medio ambiente. Asimismo, estas se realizan luego de estudiar sobre qué tipo de material vegetal es el más conveniente para a la zona, y que lleve un componente paisajismo. Estas actividades hacen parte de una estrategia para recuperar los espacios de Bogotá al servicio de la ciudadanía.

Ciudadanía en general: principalmente recoge a los posibles visitantes del Jardín, pero también a los habitantes de Bogotá, que demandan información sobre la gestión de la administración y de la organización.

Medios de Comunicación: este grupo de interés constituye también un canal de información y relacionamiento con la mayoría de grupos de interés, ya que lo constituyen los medios masivos como radio, prensa, televisión y digitales de orden local, comunitario y nacional; pero también medios especializados en temas medioambientales. Sus necesidades son contenidos periodísticos, relevantes y noticiosos para transmitir a la ciudadanía sobre lo que el Jardín Botánico realiza.

Sector Público: este grupo de interés está conformado por las entidades gubernamentales de orden nacional y local. Entidades como la Contraloría, Procuraduría y Personería requieren información de la gestión, logros y hallazgos del Jardín, por lo cual, es necesario una comunicación directa y personalizada través de informes detallados que den cuenta del funcionamiento del Jardín. Para garantizar que se cumplan los requerimientos de ley, la información se actualiza constantemente en el SIG. Adicionalmente, este grupo está presente en varias de las alianzas que realiza el Jardín Botánico por lo cual el manejo de las relaciones interinstitucionales se plantea, se analiza y se ejecuta desde la Línea de Comunicaciones. En el marco de estas alianzas, el objetivo es resaltar el trabajo que realiza el JBB de cara al cumplimiento de los objetivos de la administración **Bogotá Mejor para Todos**.

3. OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos para difundir y divulgar las actividades generadas desde el Jardín Botánico de Bogotá, tanto internamente, como externamente, con el fin de posicionar el nombre y los valores misionales propios de la entidad.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Facilitar y agilizar los procesos tanto internos como externos para desarrollar estrategias de comunicación.
- Orientar las estrategias a ejecutar de acuerdo a las necesidades a solucionar mediante las acciones de comunicación.
- Estandarizar la guía para desarrollar los procedimientos que dan atención a las solicitudes de comunicación.

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La Política de Comunicaciones está estandarizada para que sea ejecutada por todos los servidores del Jardín, sean funcionarios o contratistas como personas naturales contratistas o personas jurídicas que tienen que ver con la entidad.

Los servidores y contratistas deberán conocer la política, para entender su aplicación, sus formatos y procedimientos que reposan en el Sistema Integrado de Gestión. Para su adecuada ejecución, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Comunicar con antelación las actividades, eventos, investigaciones, intervenciones a la oficina de comunicaciones.
- Conocer los grupos de interés relacionados con su actividad.
- Aplicar manuales de imagen del gobierno Distrital y del JBB.
- No diseñar, producir ni distribuir material comunicativo o divulgativo sin aprobación de la oficina de comunicaciones.
- Filtrar con la oficina de comunicaciones toda actividad externa donde tenga presencia el JBB (entrevistas o atenciones con medios de comunicación).

5. PROCEDIMIENTOS

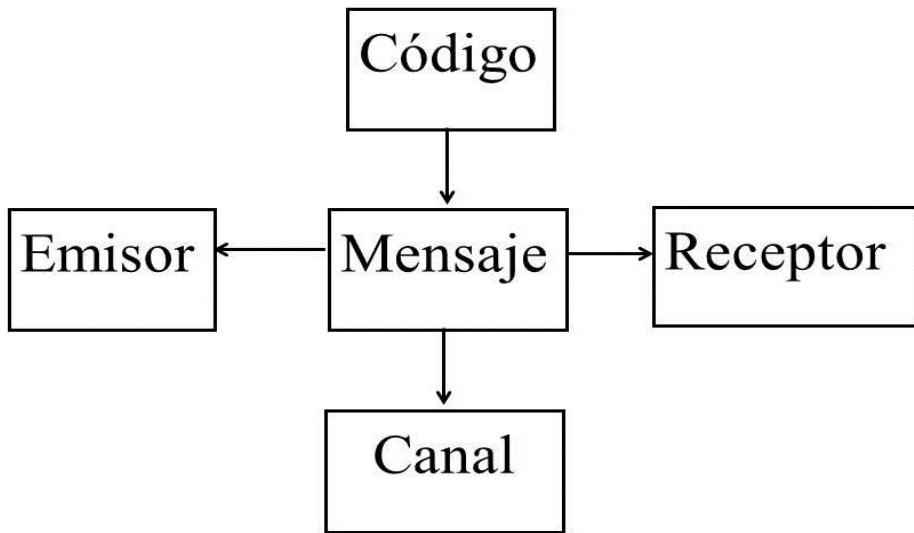
El Jardín Botánico de Bogotá, como un centro de investigación conformado por seis áreas, maneja altos flujos de información de diversos temas y enfoques, por lo que, desde la oficina de comunicaciones se trabaja condensando toda la información para así filtrarla y hacer que ésta llegue de la manera adecuada al público adecuado.

Información: Grupo de datos ordenados que sirven para construir un mensaje. En el momento de realizar una publicación, la oficina de comunicaciones condensa y estudia los datos recopilados para generar piezas que contengan los mensajes clave a comunicar.

Comunicación: Es un proceso en el cual un emisor, quien manifiesta un mensaje o datos a un receptor. Esta información, que es transmitida a través de la oficina de comunicaciones, determinará cuál es el mejor canal para divulgar la información y la forma en que llega a los receptores o grupos de interés.

Dentro de la entidad, la comunicación es de vital importancia, pues es el traspaso de información, desde un emisor, mediante un mensaje, hacia un receptor. Este proceso requiere que todas las personas que trabajan en el Jardín estén articuladas a la hora de transmitir la información de su quehacer de manera clara y oportuna, pues los eventos y actividades impulsadas en la entidad deben responder quién comunica y a qué grupo de interés está dirigida la información.

La oficina de comunicaciones es la dependencia por donde se canalizará toda la información tratada en el interior de la entidad y debe ser divulgada tanto internamente como externamente, según sea la audiencia a la que se deba dirigir.



Todos los eventos y actividades deben plantearse en los siguientes términos:

Quién será el emisor: área-vocero

Quién será el receptor: Definir a qué grupo de interés va a divulgar la información

Código: herramienta de comunicación a utilizar en el canal.

Canal: medio de comunicación adecuado para llegar a los grupos de interés.

6. PRODUCCIÓN DE PIEZAS

La oficina de comunicaciones es la única dependencia que cuenta con la facultad para crear, desarrollar, diseñar piezas y emitir comunicaciones internas y externas. Esta ejecución está sujeta a tiempos de entrega, producción y realización, que pueden variar según el tipo de necesidad.

6.1 Textos

La producción, escritura y redacción de los distintos contenidos varían según las necesidades y la audiencia que se desee impactar. Además, según el tipo de documento, el tiempo de realización cambiará porque puede que requiera mayor investigación.

6.1.1 Notas Web

Este texto busca divulgar previamente la participación del Jardín Botánico de Bogotá en algún evento en particular, o anunciar los eventos estratégicos que se van a realizar por parte de la entidad.

Para la realización de este contenido, se debe solicitar 8 días antes de cada actividad.

6.1.2 Comunicado de Prensa

Es un texto que busca divulgar una temática en especial como un evento o algún hecho de connotación e interés público y se dirige a los periodistas con la intención de que sea publicado en los medios de comunicación.

Para la realización de este contenido, se debe solicitar 8 días antes de cada actividad.

6.1.3 Insumo Periodístico

Es un documento que busca condensar una investigación adelantada por el Jardín Botánico de Bogotá respondiendo a qué hace la entidad, antecedentes de la problemática y cuáles son los beneficios de los hallazgos encontrados.

Con este informe, se busca contactar a un medio de comunicación para gestionar un despliegue especial.

Para la realización de este contenido, se debe solicitar con 15 días de antelación para tener el tiempo necesario de investigación.

6.2 Piezas gráficas

La oficina de comunicaciones del Jardín debe responder con la producción y la creación de contenidos digitales que contribuyan a la divulgación de las actividades estratégicas de la

entidad.

6.2.1 Slider

Es un formato utilizado para publicaciones de imágenes insertadas en internet. Consiste en incluir una pieza publicitaria, generalmente en forma gráfica con el objetivo de divulgar las distintas actividades institucionales dentro de la página web del Jardín.

Para la realización de este contenido, se debe solicitar 8 días antes de cada actividad.

6.2.2 Redes

Piezas gráficas creadas con el fin de promocionar las distintas actividades desarrolladas en el JBB a través de las diferentes redes sociales por donde divulga información la entidad.

6.3 Piezas Audiovisuales

Cubrimiento que consta de animaciones 3D, fotografías y video. Para solicitar el apoyo correspondiente a estas acciones, se debe tramitar con 8 días de anterioridad.

7. MANUAL DE ESTILO E IMAGEN DE LA ENTIDAD

El manual de estilo es una guía compuesta por un conjunto de criterios previamente definidos que busca estandarizar normas para el diseño y la consolidación de piezas, ya sea para el uso general, o para ser utilizados en documentos institucionales que deban ser presentadas a terceros.

La oficina de comunicaciones se permite presentar esta guía de indicaciones para aplicar en la realización de presentaciones e informes interinstitucionales con el fin de darle uniformidad a los tipos de documentos generados desde el Jardín Botánico de Bogotá.

7.1 Manual de estilo

La Administración Distrital implementa la guía de manual de estilo para uso de su imagen corporativa, por lo que la oficina de comunicaciones del Jardín Botánico de Bogotá debe alinearse con las indicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá para ejecutar este documento.

El manual de estilo se encuentra en unidad SIG y la oficina de comunicaciones supervisa su cumplimiento.

7.2 Tipografía

El tipo de letra que se usa en documentos institucionales debe contemplar tipografías sobrias, sin serifas que permita su legibilidad. Ejemplo: Helvética, trebuchet, verdana, calibrí.

Mientras que para el uso de los títulos, se sugiere usar tipografía estilo Arial Rounded o Helvética Rounded, de acuerdo con el estilo que maneja el logo de Bogotá Mejor Para Todos.

En el caso de material publicitario, todo tipo de letra utilizada será supervisada por la oficina de comunicaciones.

7.3 Logos

El uso del logo del Jardín Botánico de Bogotá, por recomendación de la oficina asesora de comunicaciones de la Administración Distrital, siempre deberá acompañar el logo implementado por la Alcaldía de Bogotá de turno.

7.4 Presentaciones

Para la realización de cualquier presentación institucional, se debe utilizar la plantilla corporativa dispuesta en la unidad SIG, dando cumplimiento a las instrucciones de la administración distrital.

En el caso que se presente algún evento o proyecto específico, la oficina de comunicaciones brindará las plantillas necesarias para la realización de presentaciones que se requieran.

7.5 Informes institucionales

Para el desarrollo de informes interinstitucionales donde se deba presentar documentos a terceros, la oficina de comunicaciones del JBB recomienda la utilización como cabezote superior del escudo de la Alcaldía de Bogotá, mientras que para el cabezote inferior, utilizar el logo de la entidad (que a su vez tiene el logo de la Administración Distrital de turno).

8. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN EL JBB

Posicionar el Jardín Botánico de Bogotá como un referente no solo distrital, sino nacional y por qué no, internacional, depende de qué tan claro y efectivo sea el mensaje de lo que se hace desde la entidad, por esto es importante tener un buen flujo comunicacional tanto desde la entidad con las personas externas, como al interior de la entidad, entre funcionarios.

Para implementar dicho objetivo, hay que tener en cuenta que el Jardín Botánico de Bogotá es un centro de investigación distrital con énfasis en ecosistemas alto andinos y de páramo, responsable de la gestión integral de coberturas verdes en la ciudad. Adicionalmente, como parte de las labores que adelanta la Administración Distrital, que busca incrementar y ampliar la cobertura vegetal de la ciudad de manera planificada, la entidad se encuentra realizando jornadas de mantenimiento, plantaciones y replantes.

Para el Jardín es indispensable tener clara cuál es el área y nivel de intervención de la entidad para poder implementar acciones puntuales que lleven a crear y generar más actividades que posicionen y recuerden el quehacer general del Jardín Botánico de Bogotá a todos los grupos de interés con los que se relaciona la entidad.

Con dicho fin, la oficina de Comunicaciones se propone dividir y explicar cómo es la difusión de la información en *Comunicación interna* y *Comunicación externa*.

8.1. Comunicación interna: los servidores de la entidad deben informar a la oficina de Comunicaciones sobre las actividades que realizarán con el fin de determinar cuál es el mejor código y canal a través del cual será transmitida la información, a continuación se desglosan algunos de los canales más utilizados.

8.1.1. Canales internos

8.1.1.1. Correo electrónico:

Definición: servicio de red que permite enviar y recibir mensajes de forma rápida a través de sistemas de comunicación electrónicos.

Uso: a través del correo electrónico la entidad hace envíos masivos de información puntal de manera directa y personalizada. Por lo general los textos van acompañados de imágenes. Para solicitar este tipo de recurso se debe hacer mínimo ocho (8) días de antelación.

Qué elementos utilizamos: Para el envío de correos electrónicos, el insumo principal son las bases de datos (generadas necesariamente por las áreas que componen el Jardín), construidas para facilitar la separación de los públicos objetivo. A su vez, el mailing a destinos institucionales, favorece la recordación del nombre del Jardín Botánico de Bogotá.

8.1.1.2. Salvapantallas

Definición: pieza gráfica que está en movimiento en el monitor y se activa automáticamente cuando pasa cierto tiempo sin que se use teclado o ratón.

Uso: Pieza gráfica que contiene información relevante para los servidores del Jardín Botánico. Está en movimiento en los computadores de la entidad aproximadamente dos (2) semanas. Para solicitar este tipo de recurso se debe hacer mínimo con ocho (8) días de antelación.

Qué elementos utilizamos: principalmente este tipo de piezas va acompañado de un texto corto y de fácil recordación.

8.1.1.3. Carteleras

Definición: la entidad cuenta con carteleras institucionales que están en lugares visibles, a través de las cuales se divulga información relevante para los servidores del Jardín.

Uso: allí es posible poner información de manera impresa y se renovará de acuerdo como se requiera. Para solicitar este tipo de recurso se debe hacer mínimo con ocho (8) días de antelación.

Qué elementos utilizamos: las publicaciones que se quieran poner en las carteleras institucionales y que sean de interés para los servidores del Jardín Botánico.

8.1.1.4 Eventos

Definición: acontecimiento o actividad social que se desarrolla en un espacio previamente acordado.

Uso: para que un evento tenga una alta afluencia de público, es necesario hacer la divulgación respectiva, dependiendo del grupo de interés y la cantidad de asistentes que se espere. A nivel interno, el uso del correo institucional, el salvapantallas, las carteleras y el voz a voz, son claves para convocar a los servidores que se requiera. A nivel externo, el contacto con medios de comunicación y el uso adecuado de las redes sociales, son los canales más efectivos para dicho fin.

No obstante, todo esto se logra sólo si se tiene la información necesaria para divulgar el

evento, si no hay información, por más canales que se tengan, el mensaje no llegará de la manera adecuada. Por esto es importante que, si se pretende posicionar un evento, se debe tener la información mínimo con 15 días de antelación, dependiendo la importancia y el alcance del mismo.

Qué elementos utilizamos: Texto, video, fotografía y animaciones.

8.2. Comunicación Externa

Para que la información llegue adecuadamente al público externo del Jardín, particularmente a los grupos de interés de academia, sector cultura, sociedad civil, medios de comunicación, sector gobierno, población de impacto directo y ciudadanía en general; la oficina de comunicaciones definió los siguientes canales:

8.2.1. Redes Sociales

A destacar: son el canal más inmediato que tiene la entidad, pese a ser informal.

Definición: espacios virtuales donde grupos de personas o entidades se conectan en la red y comparten sus intereses o actividades en común.

Uso: con el objetivo de mantener una constante interacción y retroalimentación con los públicos digitales, la oficina de comunicaciones actualiza a diario a todas y todos los interesados sobre los quehaceres de la entidad, de manera informativa e interactiva. Asimismo, se activan campañas de movimiento de contenidos alrededor de eventos estratégicos tanto internos, como externos.

Qué elementos utilizamos (los códigos): para llegar a tantos y diversos públicos, es necesario utilizar todas las herramientas audiovisuales y comunicacionales, que dan como resultado piezas como gifs, fotografías, animaciones, videos, infografías, textos cortos y transmisiones en vivo.

Nuestras redes:

Facebook: Jardín Botánico de Bogotá.

Twitter: @JBotanicoBogota

Instagram: @JardinBotanicoDeBogota

Youtube: Jardín Botánico de Bogotá

8.2.2. Página Web

Definición: documento HTML (lenguaje utilizado para el desarrollo de páginas web) que permite registrar todo tipo de información en distintos formatos de texto y audiovisuales. Puede ser consultada a nivel mundial y se visualiza por medio de un navegador web.

Uso: siendo el canal oficial del Jardín Botánico de Bogotá, está en diaria actualización con información de orden noticioso que, en su mayoría, es suministrada por los periodistas que cubren cada subdirección. Además, allí los visitantes del sitio web podrán encontrar la

historia del Jardín, su misión, visión, áreas e información de contacto. De este gran espacio en la red, se desprenden: Especiales Multimedia, Moodle, Mailing e Intranet.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, animaciones, videos, infografías, sliders (piezas gráficas) y textos.

Nuestra página:
www.jbb.gov.co

8.2.2.1. Especiales Multimedia

Definición: micrositio conformado por contenidos realizados con herramientas mixtas y dinámicas, enfocado en un tema en particular, el cual es desarrollado y/o investigado a fondo. Extiende la funcionalidad de un sitio web primario.

Uso: micrositio formato *mini-enciclopedia*, que buscan acercar contenidos y temáticas complejas a la ciudadanía. Los especiales multimedia del Jardín Botánico de Bogotá funcionan como herramientas *educacionales*, donde el objetivo principal es educar al público en temas ambientales y/o botánicos.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, animaciones, videos, infografías, sliders (piezas gráficas) y textos.

Nuestros especiales:
www.jbb.gov.co/especiales/

8.2.2.2. Intranet

Definición: sitio web de orden exclusivamente interno de una entidad o compañía, que funciona para compartir información institucional y facilitar procesos para los empleados o servidores.

Uso: micrositio enfocado en informar y conectar a la comunidad interna del Jardín. Allí los servidores tienen una serie de herramientas como el correo electrónico, la mesa de ayuda, el directorio telefónico, una sección dedicada a noticias relacionadas con los hechos a destacar en la entidad e incluso juegos que motivan a contratistas y funcionarios a crear un vínculo más estrecho con la entidad.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, videos, sliders (piezas gráficas) y textos.

Nuestra intranet:
<http://192.168.0.179/>

8.2.3. Mailing

Definición: uso del correo electrónico para hacer envíos masivos de información puntal de manera directa y personalizada. El insumo principal son las bases de datos, construidas para

facilitar la separación de los públicos objetivo.

Uso: a partir de la construcción de una serie de bases de datos, donde se filtran los diferentes grupos de interés, se hace divulgación de orden masivo de un hecho noticioso del Jardín. Se utiliza a nivel interno, cuando es necesario notificar a los servidores de alguna información importante o a nivel externo, enfocado principalmente en medios de comunicación, cuando hay eventos estratégicos. Lo principal aquí es que se entienda que la afluencia de la actividad será masiva.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, videos, sliders (piezas gráficas) y textos.

8.2.4. Medios de comunicación

Definición: canal que permite llevar información simultáneamente a un público determinado. Los medios masivos son radio, prensa, televisión y digitales: todos se pueden enfocar o dividir en orden local, comunitario, nacional e internacional.

Uso: determinando el alcance y la importancia de una actividad que desarrolle el Jardín Botánico de Bogotá, sea a nivel interno o externo, se le notifica la información al medio y dependiendo de la necesidad que se da desde la entidad, se convoca vía mailing (masivamente) o se convoca a medios puntuales de forma personalizada y directa.

De igual forma, por ser el Jardín un centro de investigación con alto reconocimiento e impacto en la ciudad, los medios de comunicación muchas veces acuden a la entidad para proponer temas distintos y dependiendo de la ganancia que obtenga la entidad, se llegan a acuerdos para hacer programas de varios géneros.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, videos, sliders (piezas gráficas) y textos.

8.2.5. Comunicación directa (BTL)

Definición: canal de comunicación no masivo, tipo publicitario, dirigido a un público en particular. Funciona de forma creativa y busca un alto grado de sensibilización e interacción.

Uso: cuando el Jardín Botánico de Bogotá realice intervenciones, que de cierta forma generan un impacto social positivo a nivel emocional, se generarán espacios artísticos (pintura, graffiti, teatro, puesta en escena) que le expliquen a la ciudadanía resaltando el porqué de la intervención y explicando sus verdaderos beneficios.

Qué elementos utilizamos (los códigos): fotografías, textos, puesta en escena.