MANUAL DE REDES SOCIALES ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL SOMOS UN NUEVO AIRE

1. PRESENTACIÓN

Gracias al internet hemos avanzado en la conectividad, cercanía e interacción con las personas, a través de múltiples herramientas que han transformado de manera directa la forma en la que nos relacionamos con el otro. Las redes sociales hacen parte de esa evolución tecnológica que permite fortalecer los canales de participación con los ciudadanos, la inmediatez y el posicionamiento.

Reconociendo la importancia de las redes sociales, la Administración 2024-2027 “Somos un Nuevo Aire”, ha decidido tener participación en ellas para permanecer en una comunicación constante con los habitantes del municipio y aprovechar el uso que los usuarios le dan a estas para crear contenido, compartir e informar sobre las labores que se realizan en la entidad, sus propósitos y logros alcanzados; lo cual permite contribuir con la buena imagen institucional.

En ese sentido, es necesario planear de manera detallada el uso que se le da a las diversas plataformas digitales donde la alcaldía tiene participación, para reconocer los procedimientos que regulen la manera en la que se van a emplear estas herramientas de manera interna, establecer los objetivos, definir estrategias, procedimientos y acciones más eficientes para cada una de estas.

Por lo tanto, desde la Oficina de Comunicaciones se propone el siguiente manual para el uso correcto de las redes sociales, cuyas estrategias están alineadas con el Plan de Desarrollo 2024-2027 “Somos un Nuevo Aire”

Y en el que además se encontrarán las pautas generales que se deben cumplir para tener una buena comunicación con los ciudadanos y que se traduzca en beneficios para la entidad.

2. OBJETIVOS

- General

Establecer las pautas generales para el manejo de las redes sociales de la Administración 2024-2027 “Somos un Nuevo Aire”

- Específicos

1. Administrar de manera eficiente la comunicación con los ciudadanos de Copacabana, a través de las redes sociales en las que tenga participación la entidad.

2. Fortalecer la imagen institucional a través de la información de la Administración Municipal, actividades, proyectos, programas y de interés general, que permita la interacción permanente con los ciudadanos.

3. Mejorar el servicio de atención al usuario a través de una comunicación cercana e inmediata.

Posicionar la Administración 2024-2027 “Somos un Nuevo Aire” como una alcaldía cercana e interactiva, que genere contenido que valor y promueva la permanencia de los usuarios en sus redes.

3. PERFILES INSTITUCIONALES

La Alcaldía de Copacabana tiene participación activa en cuatro (4) redes sociales las cuales tienen el propósito de difundir información institucional y de interés a la comunidad, para mantener actualizados a los ciudadanos del municipio y tener con ellos una rendición pública de cuentas de manera permanente:

Facebook: @alcaldia.decopacabana
Instagram: @alcadiadecopacabana
Twitter: @Alcaldiacopa
YouTube: alcaldía.copacabana

4. RESPONSABLE DE ADMINISTRAR LAS REDES SOCIALES

El manejo de las cuatro redes sociales está a cargo de la Oficina de Comunicaciones y se actualizará con la colaboración de las secretarías de la Administración, quienes se deben apropiar de estos medios de comunicación para divulgar las labores realizadas desde cada dependencia y comunicar de manera oportuna los logros obtenidos.

4.1 Dependencias descentralizadas

La Junta Municipal de Deportes es la única dependencia que tendrá un Facebook e Instagram distinto al de la Administración, debido a la numerosa cantidad de programas y actividades que se realizan desde las monitorias:

Facebook @juntadedeportes
Instagram @juntadedeportes

El manejo de estas redes sociales está a cargo de la Junta Municipal de Deportes pero bajo la asesoría de la Oficina de Comunicaciones, y debe cumplir con el manual de identidad gráfica definida para “Somos un Nuevo Aire”
y con las pautas establecidas en el presente manual de redes sociales.

4.2 Creación de otras redes sociales

Con el propósito de fortalecer la imagen de la Administración Municipal como un conjunto y posicionar su reconocimiento, se determina utilizar las redes de la Alcaldía para comunicar lo de las secretarías. Por lo tanto, no se permite la creación de cuentas nuevas y si por algún motivo debe presentarse una excepción, será la Oficina de Comunicaciones la encargada de aprobarlo y de determinar las directrices para su funcionamiento.

5. NORMAS GENERALES

Se establecen unas guías para aplicar en la creación de contenidos en las diversas plataformas digitales, con la intención de unificar el mensaje, crear distinción y reconocimiento de la institución.

5.1 Imagen Corporativa

La imagen corporativa de la Administración “Somos un Nuevo Aire”
plasma en el manual de identidad gráfica, el cual establece los lineamientos que se

deben emplear para usar de manera correcta los logos, tipografía, colores y aplicaciones.

Es necesario que lo allí definido sea respetado en las publicaciones de las redes sociales en sus diferentes formatos, E-card, videos y fotografías, para que exista un reconocimiento homogéneo de las piezas gráficas institucionales, por parte de los habitantes del municipio.

La Oficina de Comunicaciones es la encargada de velar por su cumplimiento, por eso debe aprobar cada información antes de ser publicada. Igualmente, se debe realizar este proceso con las redes sociales descentralizadas de la Junta de Deportes para garantizar la unificación de la comunicación visual.

5.2 Lenguaje

Una comunicación cercana, incluyente y que genere confianza con los usuarios es la distinción de “Somos un Nuevo Aire”, es por esto que el lenguaje es cordial e informal, se emplea el tú en lugar de usted y así mismo en los saludos y despedidas se expresa amabilidad y respeto pero sin formalismos, Se propone:

En los saludos:

Hola (nombre), ¿cómo vas?

(Nombre), cuéntanos ¿en qué te podemos ayudar?

(Nombre), nos alegra que nos escribas

Despedidas:

Mil gracias por comunicarte con nosotros

Es con mucho gusto

¡Qué tengas un lindo día!

¡Qué tengas un maravillo día!

Estamos para servirte ¡Feliz día!

En los saludos y despedidas está permitido el uso de emoticones como caras felices, icono de aprobación, mano arriba, aplaudiendo, entre otros que apliquen al contexto de la conversación.

Así mismo, la escritura se debe destacar por su buena ortografía, redacción, coherencia y cohesión, los signos de pregunta y de administración deben emplearse correctamente.

Las abreviaturas no están permitidas en las publicaciones, ni respuesta en los mensajes internos de las redes sociales,

5.3 Principios para la interacción

La interacción con los copacabanenses es fundamental para mantener unas redes sociales activas y una comunicación bidireccional, por esto es necesario tener presente los siguientes principios para la relación con los usuarios y el fortalecimiento de la imagen de la administración “Somos un Nuevo Aire”

- **Respeto con el usuario y con la Institución**: Se debe responder a la comunidad bajo los términos de la igualdad y la amabilidad, teniendo siempre como objetivo dejar en alto el nombre de la Administración Municipal, por lo que además cada respuesta debe ser coherente con la misión y la visión de la entidad.

- **Servicio público**: brindar una atención oportuna a los ciudadanos, respondiendo las inquietudes tanto en los comentarios como en los mensajes internos, brindando asesoría y direccionando a las dependencias para recibir un acompañamiento más personalizado.

- **Derechos de publicación**: el contenido que no pertenezca a la Administración Municipal deberá tener la respectiva mención o etiqueta del autor.

- **Veracidad**: la comunicación debe ser verdadera y transparente, se debe informar de manera asertiva, sobre los proyectos, programas y actividades de la Alcaldía de Copacabana.

5.4 Gestión de los comentarios:

Los comentarios fomentan la interacción con los usuarios por lo que deben ser prioridad en la administración de las redes sociales, y dar respuesta oportuna a las inquietudes de los usuarios.

Los negativos se deben direccionar en la manera de lo posible a la dependencia correspondiente para que se le brinde asesoría y atención personalizada, siempre bajo el principio del respeto. Los comentarios que sean vulgares y empleen un lenguaje obsceno será ocultados o eliminados.

La comunicación que se manifieste con los copacabanenses, según el nivel de prioridad de los temas, serán expuestos en el comité establecido en el protocolo de crisis, con el propósito de enfrentar la situación y buscar posibles soluciones que propendan el beneficio de la imagen de la Administración y el alcalde.

5.6 Interacción y gestión de mensajes

Teniendo en cuenta que la interacción es uno de los aspectos más relevantes en el manejo de las redes sociales, los mensajes que los usuarios envíen a través de las distintas plataformas deben ser contestados y para esto se propone un horario de 8:00 a.m. a 12:30 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:00p.m., en el resto de las horas del día de tendrá una respuesta automática que le indique a la persona que en cuanto se retomen las labores será atendido y asesorado.

Para dar respuesta a los mensajes se tendrá en cuenta el estilo del lenguaje planteado: cercano, incluyente y que genere confianza.

5.7 Cantidad de Hashtags

Si bien la red social de Instagram tiene un límite bastante amplio para la cantidad de hashtags (máximo 30) en las redes sociales de la Alcaldía estos deben utilizarse con el propósito de agrupar y posicionar publicaciones, por lo que deben emplearse de manera consciente y procurar que no se convierta en un contenido de difícil lectura para el usuario, si no que por el contrario logre también captar su atención.

En la Administración se propone utilizar:

- #CopaInforma para los hechos que son de carácter noticioso, que representan información de interés a la comunidad, obras, comunicados, decisiones, etc.
- #AEstaHora para los contenidos que requieren ser publicados con inmediatez, en el momento en el que se están desarrollando o para realizar avances informativos.
- #AsíEsCopa para comunicar la información de valor, fotografías especiales, historias del municipio, personajes, entrevistas, reportajes, etc.

6. Contenido

El contenido que se publica en las distintas redes sociales deberá informar sobre gestión de la Administración Municipal, sus logros, ejecuciones, actividades, proyectos y demás, que permitan una rendición pública de cuentas de manera permanente. Por lo tanto, las distintas dependencias son quienes solicitan la publicación de acuerdo a las necesidades y desde la Oficina de Comunicaciones se evalúa la pertinencia de la red social en la que se debe publicar y el formato de esta.

No se deben publicar fotografías de población vulnerable, como niños, víctimas, en otros; sin autorización, de lo contrario se deberá distorsionar su rostro, para evitar sanciones legales.

6.1 Facebook

Es la red social con mayor número de seguidores de la Alcaldía, la que más participación de públicos e interacción tiene. En esta es posible publicar, textos, fotografías, videos, crear álbumes y realizar videos en vivos.

Recomendaciones generales:

1. El nombre de la Fanpage debe permanecer como Alcaldía de Copacabana.

2. La fotografía del perfil debe permanecer generalmente con el escudo del Municipio para crear recordación en los usuarios a excepción de alguna campaña que lo amerite.

3. La fotografía de portada debe aprovecharse para publicar información relacionada con eventos o temáticas, debe cambiarse constantemente según las necesidades de promoción. Se recomienda mínimo cada 15 días.

4. La información de esta red social debe ser de carácter informativo, sobre la gestión de la Administración, la redacción de las publicaciones debe contar con buena ortografía y se debe procurar que no pasen de 2 párrafos, para que la comunicación sea directa, corta y se promueva su lectura.

Las noticias que requieran un mayor desarrollo, se deberán publicar en la página de la alcaldía www.copacabana.gov.co, en la sección Sala de Prensa y se deberá poner el link en la publicación de Facebook.

Las publicaciones deben ser cortas y resaltar el objetivo con el que se desarrollan las obras, proyectos, actividades y demás, apelando más al sentimiento y la emoción que se pueda generar en el lector. A pesar de ser información institucional debe construirse de manera amena y amigable.

5. Se debe publicar mínimo 2 veces al día, máximo 6 y entre cada publicación debe existir por lo menos una hora de diferencia. Se debe utilizar las horas pico para las más relevantes.

6. Las publicaciones más comunes para Facebook:

- Gestión de las Secretarías y el Alcalde.
- Obras, proyectos y ejecución.
- Invitaciones a actividades.
- Eventos y fechas especiales
- Noticias y boletines de prensa de la página www.copacabana.gov.co
- Compartir fechas especiales que nos integren con otras entidades

7. Dinamizar las publicaciones del Facebook, no solo contando lo institucional sino también narrando historias que sean de interés a la comunidad y que destaquen lo positivo del territorio y la administración; por su contenido de valor, creatividad e innovación.

8. Utilizar el Storytelling los vídeos que se realicen de las actividades

6.2 Twitter

El Twitter es una plataforma que permite compartir información de manera corta y concreta, se caracteriza por la inmediatez del mensaje, el cual no debe superar los 280 caracteres.

Recomendaciones generales

1. El nombre del perfil debe permanecer como Alcaldía de Copacabana.

2. La fotografía de la portada debe permanecer generalmente con el escudo del Municipio para crear recordación en los usuarios.

3. Las publicaciones que se realizarán en esta red social debe ser de carácter noticioso que represente interés por su contenido informativo a los medios de comunicaciones locales, regionales y nacionales.

4. Se deben compartir todas las noticias positivas de los medios de comunicación relacionadas con la Administración y el Municipio, así mismo los boletines que se publican en la sección sala de prensa de la página web.

5. El contenido también debe dinamizarse con frases e información de entrevistas que se realicen en los eventos, empleando la fotografía del funcionario, el alcalde o quien esté brindando la información.

6. Se debe publicar mínimo 2 veces al día, máximo 6 y entre cada publicación debe existir por lo menos una hora de diferencia

7. Las publicaciones más comunes para Twitter

- Cubrimiento de los eventos en tiempo real, por ejemplo utilizando #AEstaHora
- Entrevistas del alcalde o secretarios en medios de comunicación
- Noticias en medios de comunicación de la Administración o Copacabana.
- Enlace del contenido publicado en Sala de Prensa.
- Entrevistas que se realicen de manera interna sobre el desarrollo de eventos, programas, planes etc.
- Logros y reconocimientos de la administración
- Comunicados a la Opinión Pública
- Noticias en desarrollo.
- Invitaciones a actividades.

6.3 Instagram

Esta red social permite comunicar de una manera más visual, resaltando las fotografías y los vídeos, su lenguaje debe ser breve y cautivar más al usuario a través de lo audiovisual.

Recomendaciones generales

1. El nombre del perfil debe permanecer como Alcaldía de Copacabana.

2. La fotografía de la portada debe permanecer generalmente con el escudo del Municipio para crear recordación en los usuarios.

3. En las publicaciones que se realizan se debe resaltar más la imagen institucional y una manera corta, rápida y creativa de compartir la información de la gestión de la administración.

4. Usar un lenguaje cercano, donde lo importante sea contar la acción realizada y el objetivo principal, debe ser más dinámico que en el Facebook.

5. Visibilizar detalles de los eventos, actividades, programas, entre otros, complementando con videos cortos y cotidianos.

6. Se debe hacer uso de las historias para recordar las acciones y actividades más importantes durante el día, con el propósito de mantener presente la información y obtener un mayor alcance.

7. Generar contenido de valor, resaltando las cosas positivas de nuestro municipio, la diversidad y la cotidianidad.

8. *Utilizar los highlights* para destacar las historias más relevantes que deben ser recordadas por los usuarios

9. Las publicaciones más comunes para Instagram:

- Campañas
.- Fotografías y videos más detallados de los eventos, actividades, programas etc.
- Piezas gráficas de invitación

6.4. Youtube

Es la plataforma más popular para la publicación y visualización de videos.

El canal de la Alcaldía de Copacabana deberá albergar todos los videos que se desarrollen para el cubrimiento de la gestión de la administración y de alcalde.

Recomendaciones generales:

1. El nombre del perfil debe permanecer como Alcaldía de Copacabana.

2. La fotografía de la portada debe permanecer generalmente con el escudo del Municipio para crear recordación en los usuarios.

3. Todos los videos que se desarrollen deberán estar publicados en el canal, para que las personas pueden visualizar el contenido de las distintas acciones que se realizan en la Administración.

4. Visibilizar al alcalde a través de diferentes temas, para el fortalecimiento de su imagen, sobre todo en aquellas acciones sociales que más lo identifican.

.5. Titular los videos de manera breve y que genera interés en el usuario, además de describir el contenido de este y las palabras clave para lograr un posicionamiento orgánico en los motores de búsqueda.

6. Tipos de publicación:

- Los videos en vivos deben realizarse desde la cuenta de Youtube para lograr una mejor cobertura y enlazarse en Facebook.

- Videos institucionales, notas periodísticas, eventos especiales, entrevistas sobre temas de relevancia con secretarios y alcaldes, campañas de comunicación, entre otros.