

Capítulo 4

MANUAL DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Pensando en acercar servicios y generar nuevos canales de comunicación con la ciudadanía, la Alcaldía de Medellín incursionó en la Web 2.0, un espacio donde se construye ciudad y se gestionan oportunidades.

Ante todo, debe primar la responsabilidad en la comunicación pues para el uso de redes sociales se debe conocer primero cada una y sus alcances.

En general no se crean nuevas cuentas en las redes sociales, se hace uso óptimo de las que se tienen toda vez que son cuentas institucionales.

Este documento cuenta cuáles son, cómo son, cómo se deben usar y establece las políticas de uso de las herramientas digitales y redes sociales que deberán ser aplicadas por los comunicadores y administradores de contenidos digitales de las diferentes dependencias de la Administración Municipal, buscando que su gestión contribuya al logro de los objetivos de comunicación establecidos.

Juan Carlos Quiceno Álvarez
Secretario de Comunicaciones

Redes Sociales

INFORMACIÓN EN MÚLTIPLES FORMATOS Y CANALES

Tenga en cuenta que la Alcaldía de Medellín está presente en redes sociales que permiten la movilización de contenidos en múltiples formatos y que están a su disposición para divulgar la información oficial que requiera, con previa revisión y asesoría de la Secretaría de Comunicaciones.

RED SOCIAL	TIPO DE INFORMACIÓN
 <p>Twitter</p>	Esta red social se utiliza para publicar mensajes en 140 caracteres. Permite complementar texto con enlaces a Web, videos, fotos o audios.
 <p>Facebook</p>	Es utilizada para informar e interactuar con los ciudadanos. La FanPage permite crear eventos y genera estadísticas útiles para evaluar el alcance de las publicaciones.
 <p>SoundCloud</p>	Se utiliza para publicar audios. La búsqueda es que todas las cuñas o entrevistas cortas que se produzcan sean alojadas en esta red social.
 <p>Flickr</p>	Se tiene una cuenta en Flickr con capacidad ilimitada para alojar fotos de alta calidad. Sirve para organizar y compartir imágenes con mucha facilidad.
 <p>YouTube</p>	En esta red social se suben videos. Todos los promos de televisión o videos que se generen en la Alcaldía de Medellín o entes descentralizados tienen un espacio en este sitio.
 <p>Vine</p>	Se potenciará para publicar en tiempo real videos cortos de eventos o actividades programadas en espacios de ciudad.
 <p>Instagram</p>	Se está construyendo una comunidad en Instagram para fortalecer el amor por Medellín y el sentido de pertenencia por nuestra ciudad a través de fotografías.
 <p>WordPress</p>	La Estrategia Digital de la Alcaldía de Medellín abre un espacio para los géneros periodísticos. La apuesta es visibilizar gestión a través de la crónica, los perfiles y las historias de vida.

INFORMATIVO

El eje informativo fortalece las prácticas institucionales de divulgación que en la actualidad lleva a cabo la Alcaldía de Medellín para alcanzar los públicos objetivos de sus mensajes. Los boletines, invitaciones a ruedas de prensa y comunicados en general emitidos por las diferentes dependencias de la Administración encontrarán en las redes sociales un apoyo para su divulgación, dado que permiten la difusión viral de los mensajes. En redes sociales, cada Secretaría o Ente Descentralizado tiene la oportunidad de contar detalles y profundizar mensajes sobre su gestión. Se trata de contar lo que estamos haciendo y visibilizar la gestión realizada.

EDUCATIVO

El eje educativo tiene como objetivo generar conocimiento entre la Alcaldía de Medellín y la ciudadanía por medio de contenidos que ayudan a la comprensión y entendimiento. Las campañas pedagógicas hacen parte de este componente.

Esto permite:

- Fortalecer los mensajes positivos sobre la Alcaldía.
- Corregir los conceptos erróneos que tienen los ciudadanos.
- Servir de canal para optimizar los procesos de consultas y trámites.
- Fortalecer el impacto que el Portal de Ciudad tiene en sus visitantes.

ANALÍTICO

Análisis y evaluación permanente hacen parte del eje analítico que ejecuta la Alcaldía de Medellín en su Estrategia de Comunicación Digital. Acciones como el monitoreo y el seguimiento de indicadores clave como interacciones y alcance de las publicaciones, permiten identificar riesgos y oportunidades, hacen posible la consolidación de la estrategia.

RESPONSIVO

El eje responsivo se enfoca en la respuesta y atención a las preguntas que los ciudadanos realicen a través de redes como Twitter, Facebook o cualquier otra plataforma tecnológica que se implemente.

La respuesta oportuna y clara permite:

- Generar cercanía con la ciudadanía
- Incrementar la presencia de la Alcaldía en espacios virtuales
- Encontrar nuevos interlocutores
- Aclarar dudas a los ciudadanos
- Disipar rumores
- Fortalecer la imagen institucional.

Creación de cuentas oficiales

Para la creación de una cuenta en una red social o comunidad virtual de carácter institucional tenga en cuenta el siguiente organigrama y protocolo establecido para potenciar la comunicación digital de la Alcaldía de Medellín, pues en general no se crean nuevas cuentas sino que se hace uso óptimo de las existentes, aprovechando sus seguidores y la reputación que tienen.



El esquema establece el nivel máximo de Secretaría o Ente Descentralizado para la creación de nuevas redes sociales. Para el caso de Subsecretarías, Programas, Proyectos o eventos de ciudad, se define el uso de hashtag.

Para solicitar la creación de nuevas redes sociales, se debe diligenciar el formato de "Creación de Redes Sociales", documento que establece los requisitos para su operación. Cumplido este trámite se debe recibir la aprobación del Comité de Comunicación Digital de la Alcaldía de Medellín, liderado por la Secretaría de Comunicaciones.

Este manual también aplica para eventos o proyectos contratados por la Alcaldía de Medellín con entidades externas.

Diligenciamiento del formato

El formato se podrá descargar de Eureka, en la sección Biblioteca del componente Comunicación Pública, el cual deberá ser diligenciado en su totalidad con la siguiente información: nombre, dependencia, red social, campaña o programa, objetivo, ¿por qué y para qué?, alcance, responsable de la administración, periodicidad y contenidos. Este deberá ser enviado al correo electrónico comunicacion.digital@medellin.gov.co.

Este formato será evaluado por el Comité de Comunicación Digital, el cual brindará la asesoría y aprobación correspondientes.

Pautas y recomendaciones para redes sociales

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

Como entidad pública, tenemos el compromiso de administrar con responsabilidad las redes sociales del municipio. El respeto y la prudencia deben ser prioridad para evitar polémicas y malestar en la comunidad virtual.

Importante:

- Evite comentarios ofensivos o publicaciones que estimulen comportamientos violentos.
- Trate siempre con respeto a los ciudadanos.
- Tenga presente que los ciudadanos pueden expresarse libremente. Por lo tanto es política de uso no bloquear a ningún seguidor y tampoco borrar mensajes.
- Evite comentarios que pongan en riesgo la imagen de la Alcaldía de Medellín y del alcalde.
- Actúe siempre basándose en principios y valores de una ciudad que respeta la vida.
- Las buenas prácticas en el entorno digital ayudarán a posicionar una imagen positiva de la gestión realizada por la Alcaldía de Medellín.

ORTOGRAFÍA

La ortografía es una de las premisas que más incidencia tiene en la reputación OnLine de las empresas, entidades y figuras públicas. En redes sociales encontramos usuarios con diferentes perfiles, pero siempre está en primera fila el que no perdona los errores ortográficos; por eso es importante evitar errores.

Recomendaciones:

- Mantenga la rigurosidad en la escritura: Verifique la correcta redacción y coherencia, el uso acertado de los signos de puntuación y el cumplimiento de las reglas ortográficas. Recuerde que en el castellano, tanto los signos de interrogación y de admiración se abren y se cierran.
- Antes de publicar cada mensaje verifique la ortografía. Si tiene dudas, consulte en www.rae.com o escriba en un archivo de Word.
- En caso de cometer un error y recibir críticas por esto, responda con prontitud agradeciendo la precisión y proceda a realizar la corrección pertinente. De esta forma, evita que el ruido sea mayor en la red social.

USO DE ABREVIATURAS

En redes sociales tienen mayor impacto los mensajes limpios y es más fácil leer las publicaciones redactadas sin abreviaturas.

Recomendaciones:

- Antes de publicar cualquier mensaje, sintetice bien las ideas que quiere transmitir. Redactar un mensaje sin abreviaturas sí es posible. Recuerde que puede buscar sinónimos o palabras cortas para construir mensajes.

RELACIONAMIENTO VIRTUAL

Ahora el relacionamiento no sólo se hace de forma presencial. La virtualidad está ganando cada vez un espacio más importante para incidir en la opinión pública, fortalecer relaciones con públicos estratégicos y generar nuevos círculos de amistad. A la vez, sirven como termómetro para medir la posición que asumen diferentes sectores sobre la gestión que estamos ejecutando.

Recomendaciones:

- Identifique entidades, organizaciones, empresas o líderes de opinión que dominen su tema o área de trabajo. Comiencelos a seguir y compártales información de gestión de la alcaldía.
- Consolide redes de apoyo. Tener aliados dentro y fuera de la institución permite potenciar información, contenidos e impacto de la estrategia.

IMAGEN CORPORATIVA

A través de redes sociales también podemos fortalecer el mensaje de unidad y trabajo en equipo manteniendo la imagen corporativa en cada una de las redes sociales.

Recomendaciones:

- Cada cuenta institucional debe portar una descripción breve sobre su misión institucional para que los ciudadanos las identifiquen. A la vez, debe direccionar a la página Web del municipio: www.medellin.gov.co.

OPORTUNIDADES

Las redes sociales son una importante herramienta de participación, nos permiten estar conectados con los ciudadanos, saber qué piensan y sienten. Son un importante vehículo para identificar problemas y gestionar soluciones para la ciudad.

RECOMENDACIONES GENERALES EN REDES SOCIALES

- Una cuenta en redes sociales no se abre sólo por estar a la moda. La interacción es fundamental para ganar confianza, visibilidad y crecimiento.
- Evite usar sus cuentas personales con la misma herramienta que administra las redes sociales oficiales. Como administrador de redes sociales, usted asume el compromiso de no publicar mensajes personales en las cuentas institucionales. Recuerde que son herramientas con gran alcance entre los ciudadanos y medios de comunicación.
- Genere contenidos multimedia periódicamente. Esto permite mayor interacción y cercanía con el ciudadano.
- Cada red social tiene su propia filosofía y estilo. Evite conectar o sincronizar plataformas.
 - Evite referirse a los participantes como usuarios. Lo adecuado es ciudadanos.
 - Como entidad pública, estamos expuestos a críticas, reclamos y ataques. No se deje provocar ni entre en discusiones. La Secretaría de Comunicaciones está atenta a momentos de crisis para acompañarle y ayudarlo a superar la situación.
 - Se usarán los correos electrónicos institucionales para registrar cuentas en redes sociales. Los datos de acceso deberán ser entregados al Comité de Comunicación Digital, con el fin de evitar la pérdida o inutilidad debido a la falta de gestión. Las claves deberán ser modificadas con regularidad y con alto grado de seguridad (combinación de letras, números y símbolos).
 - Tenga presente que la información publicada siempre debe ser de utilidad para los ciudadanos (datos, cifras, imágenes, audios o información coherente y de importancia).
 - Procure redactar algunos mensajes en inglés, con el propósito de generar una cultura de bilingüismo e internacionalización.

- Utilice la herramienta goo.gl para acortar enlaces. Como segunda opción, tenga www.bitly.com
- Gestione las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias con el personal encargado de cada tema. Pasando del trino al hecho generamos confianza y credibilidad.
- Siga las cuentas institucionales para mantenerse informado de la gestión que se realiza desde diferentes áreas y replique mensajes con su comunidad virtual.

Protocolo de **Twitter** Alcaldía de Medellín

En el caso de Twitter, las cuentas deberán adaptar este Twibbon o imagen de campaña, que las identifica como cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín: <http://goo.gl/K4p2wt>.

Evite usar las formas "+", "x", "q", "xq" o similares en sus publicaciones. También se recomienda no escribir en mayúscula, para una lectura más amena y menos agresiva.

Las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín deberán adaptar este Twibbon..

▼ PREMISA

Generar confianza en la ciudadanía, para que trasciendan de lo virtual a lo real. El objetivo es dar trámite a las solicitudes para fidelizar y fortalecer la confianza con la comunidad virtual.

▼ TIPO DE MENSAJES

Los mensajes que se publiquen a través de Twitter deben conservar las líneas de la estrategia de comunicación digital de la Alcaldía de Medellín:

Informativos
Educativos
Responsivos

▼ REACCIÓN ANTE

SITUACIONES EVENTUALES

Ante solicitudes de la comunidad

Responda lo más pronto posible y dé trámite interno a las peticiones para atender el llamado de la comunidad. Para que quede

constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.

Ante críticas

Conserve siempre la calma. Con argumentos e información de gestión, establezca un diálogo respetuoso con el ciudadano y procure transformar los señalamientos en una percepción neutra o positiva.

Ante sugerencias o comentarios de mejora

Responda al usuario agradeciendo la colaboración e infórmele que la sugerencia será compartida con el área encargada. A su vez, dé trámite interno para, tomar correctivos o mejorar los procesos que actualmente ejecuta la Alcaldía de Medellín.

Ante una información o enlace de interés

Responda inmediatamente agradeciendo los aportes. Luego de un análisis realizado por el community manager o comunicador encargado de redes sociales, defina si es conveniente compartirlo o no con el equipo directivo o personal que lidera el tema.

Ante material de denuncia

Responda agradeciendo la participación y dirija a la secretaría o entidad encargada.

Ante comentarios agresivos y/o groseros

En primera instancia, pida que el diálogo se mantenga con respeto. Si el usuario es reiterativo, utiliza palabras soeces y se identifica algún interés político, proceda a abandonar la conversación.

Ante quejas reiterativas

Invite al ciudadano a ampliar la información a través del sistema de PQRS (Peticiónes, quejas reclamos y sugerencias) habilitado en el Portal de Ciudad: <http://www.medellin.gov.co/pqrs>

Ante quejas de ciudadanos influyentes

Responda lo más pronto posible. No sólo se le debe brindar una información general, sino que se deben buscar soluciones prontas. En algunos casos, según el criterio del community manager encargado y la urgencia de la consulta, se puede contactar al ciudadano directamente para intentar resolver el inconveniente o comunicárselo a la persona encargada del tema en la Alcaldía.

Ante campañas políticas contra la Alcaldía de Medellín o el alcalde

Se toman pantallazos de las publicaciones y se genera alerta a la Secretaría de Comunicaciones. Con apoyo del equipo de comunicación digital, se analiza en detalle la situación y se define plan de acción a seguir.

Uso de Hashtags o etiquetas

Conserve siempre la buena ortografía cuando use etiquetas. A pesar de ser hashtag, se deben aplicar siempre las tildes en las palabras que por norma la lleven. Evite el exceso de etiquetas y procure antes de crearlas concertar con el Equipo de Comunicación Digital; las sinergias son clave para posicionar tendencias.

ETIQUETAS COMUNES

#CuentasClaras: Como ejercicio de buen gobierno y de transparencia, este hashtag se utiliza para brindar información sobre avances del Plan de Desarrollo e informar al ciudadano la inversión de recursos públicos en Medellín.

#JornadasdeVida: la etiqueta se utiliza para invitar a las Jornadas de Vida y Equidad y mostrar cómo se desarrolla el evento en cada comuna de nuestra ciudad. La idea es publicar mensajes antes, durante y después de la jornada.

#EnMiCasaConAníbal: Se utiliza para referenciar el programa del alcalde.

#TodosporlaVida: Hace parte de la identidad institucional que genera la Alcaldía de Medellín en sus medios virtuales. Usarla desde cada cuenta oficial ayuda a fortalecer nuestra imagen corporativa.

#EsoesVida: con esta etiqueta, resaltamos intervenciones y situaciones cotidianas que se presentan en nuestra ciudad.

Cuentas oficiales en Twitter

El trabajo en equipo es clave para mantener informados a los ciudadanos. Tenga en cuenta que desde la Secretaría de Comunicaciones se lidera la articulación de las diferentes cuentas oficiales para potenciar mensajes, campañas y divulgaciones.

Secretaría de Educación: @EducacionMed	Secretaría de Gobierno: @SecreGobMed
Secretaría de las Mujeres: @SecMujeresMed	Secretaría de la Juventud: @MedellinJoven
Secretaría de Infraestructura: @ObrasMedellin	Secretaría de Movilidad: @sttmed
Secretaría de Medioambiente: @AmbienteMed	Secretaría de Cultura: @CulturaMde
Secretaría de Seguridad: @SeguridadMed	Secretaría de Participación Ciudadana: @ParticipaMed
Secretaría de Inclusión Social y Familia: @InclusionMed	Secretaría de Educación: @SaludMedellin
Dagrd: @DagrdMedellin	Departamento de Planeación Municipal: @PlaneacionMed
Parque Arví: @ParqueArvi	EDU: @EDUMedellin
FONVAL: @FonvalMed	ACI: @ACIMedellin
Empresas Varias: @Emvarias	Metroplús: @Metroplus_SA
Aeropuerto Olaya Herrera: @EIOlayaMed	Ruta N: @Ruta_N
Empresa de Seguridad Urbana: @ESU_Medellin	EPM: @EPMestamosahi
Biblioteca Pública Piloto: @BPPiloto	Área Metropolitana: @AreaMetropol
Colegio Mayor: @ColegioMayor	Jardín Botánico: @JBotanicoMed
Metroparques: @Metroparques	INDER: @InderMedellin
Bureau de convention: @BureauMedellin	Plaza Mayor: @PlazaMayorMed
Pascual Bravo: @TecPascualBravo	UNE: @UNEmejorjuntos
ITM: @ITM_Medellin	Parque Explora: @ParqueExplora
Terminales de Transporte: @TerminalesMed	Medellín Ciudad Inteligente: @MedellinDigital
ISVIMED: @Isvimed	Telemedellín: @Telemedellin
Metrosalud: @Metrosalud	Buen Comienzo: @Buen_Comienzo
Mercados Campesinos: @MerCampesinos	Medellín Solidaria: @MedSolidaria
Gerencia de Moravia: @GerenciaMoravia	Museo Casa de la Memoria @CasadelaMemoria
Sapiencia @SapienciaMed	Medellín Travel @Medellin_Travel

Protocolo de Facebook Alcaldía de Medellín

PREMISA

Generar confianza en la ciudadanía, para que trasciendan de lo virtual a lo real. El objetivo es dar trámite a las solicitudes para fidelizar y fortalecer la confianza con la comunidad virtual.

MONITOREO DE PRENSA

Continuamente se revisará la publicación de medios locales y nacionales para verificar si figura información sobre Medellín que pueda ser de interés general y de impacto positivo para los ciudadanos. Una vez se identifique la información que sea de interés, se analizará la conveniencia de compartir la información, teniendo en cuenta:

- **Vigencia:** se tendrá en cuenta si la noticia es vigente, es decir, si es válida la publicación de la noticia, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.
- **Enfoque:** sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el desarrollo de Medellín.
- **Fuentes:** se analizará quiénes son las personas que opinan en la noticia y lo que dicen, como elementos para valorar el contenido de la información.
- **Impacto:** antes de compartir un contenido, se analizará las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever si los mensajes se ajustan a los propósitos con los que se comparte.
- **Interés:** se publicarán notas sobre diferentes sitios turísticos y otros que sean de atractivo para visitar.

PUBLICACIONES

Cada día se deben hacer mínimo tres publicaciones en el muro de Facebook. Se recomienda publicar la información iniciando la mañana, al medio día y en la noche.

PROGRAMACIÓN DE MENSAJES

Ahora Facebook permite programar mensajes. Se recomienda utilizar esta función para optimizar el trabajo y garantizar la continuidad de las publicaciones en esta red social.

PAUTA EN FACEBOOK

Para promover eventos o publicaciones especiales se permite la pauta en Facebook, siguiendo las políticas establecidas por la red social. En ningún caso se autoriza la compra de fans o seguidores.

CAMPAÑAS EDUCATIVAS

Se utilizará la red social para fortalecer las campañas educativas que se lideran desde la Alcaldía de Medellín. Se compartirán entre dependencias las que cada se desarrollen.

DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

Teniendo en cuenta el perfil de los usuarios de la red social, se realizará énfasis en oportunidades laborales, académicas y convocatorias públicas de los diferentes programas y proyectos de la Alcaldía de Medellín.

EVENTOS ESPECIALES

Ante un evento especial, se hará el cubrimiento paso a paso por Twitter y en Facebook se pondrá una foto o video que resuma el evento.

"LOOK AND FEEL"

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan.

GALERÍAS

Las fotos que se suban a esta red social se alojarán en forma de álbum para facilitar la descripción y el orden. Las fotografías deben ser propias y en ningún caso tomadas de Internet.

PÁGINA-PERFIL

Como entidad pública y abierta a la ciudadanía, la Alcaldía de Medellín establece el uso de Fan Page de Facebook. Lo anterior, teniendo en cuenta que las páginas permiten un número ilimitado de ciudadanos y el acceso a estadísticas de uso, que permiten el seguimiento de la actividad en la red social.

Las cuentas que funcionen como perfiles deben ser convertidas en Fan Page, siguiendo los protocolos establecidos por Facebook.

ADMINISTRACIÓN

Como administradores de las Fan Page deben estar asociadas la persona responsable de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo an-



terior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín.

▼ RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

Las respuestas en Facebook no se dan de manera tan inmediata como en Twitter. Sin embargo, si no se tiene la respuesta sobre algún tema puntual, igualmente se le brindará al ciudadano una respuesta inicial, agradeciendo la interacción. Se les dará respuesta a todos los ciudadanos que se expresen con respeto.

Cuando se trate de solicitudes o peticiones, quejas o reclamos de la comunidad, se dará trámite interno con el área encargada para buscar una pronta solución.

Se tratará de "usted" a las personas que interactúan en Facebook, teniendo en cuenta la premisa de dialogar con respeto a la ciudadanía. Las respuestas de la Alcaldía de Medellín se realizarán siempre en un tono amable y conciliador, para moderar los comentarios de los usuarios que participan en la red social y mitigar situaciones que puedan poner en riesgo la reputación de la institución.

Protocolo de Flickr Alcaldía de Medellín

▼ PREMISA

Alojar permanentemente imágenes que permitan mostrarle a Colombia y al mundo la transformación que vive Medellín.

Para la correcta administración de la cuenta y garantizar la presencia activa en la red social, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

▼ REGISTRO FOTOGRÁFICO

Se realiza un proceso de selección riguroso de las imágenes alojadas en la red social. Teniendo en cuenta que se trata de un espacio orientado a profesionales de la fotografía, la calidad de la imagen es uno de los aspectos relevantes a la hora de decidir qué fotos se suben.

Las imágenes de calidad mediana o baja, no se alojan en Flickr. En este caso, las fotos se comparten en Facebook o en Twitter, a través de alguna de las herramientas que facilitan la actividad, como YFrog o Lockerz.

▼ ORGANIZACIÓN

Todas las imágenes compartidas en Flickr deben ser organizadas en galerías, aprovechando la opción que ofrece la red social de administrar imágenes. El nombre del grupo de fotos debe estar siempre relacionado con la actividad registrada en las imágenes.

▼ TÍTULOS

Se utilizan títulos claros y directos sobre cada tema. Estos se deben re-

dactar en un tono positivo y tener una relación directa con el contenido de cada galería.

▼ DESCRIPCIÓN

Cada galería de imágenes debe contener una breve descripción sobre la acción registrada con la cámara. El mensaje busca siempre destacar el trabajo realizado por la Alcaldía de Medellín y se siempre redactado en un tono positivo.

▼ REFERENCIAS

Toda nueva galería que se cree en Flickr deberá tener la siguiente información, que servirá como referente del registro realizado:

- Lugar: Sitio donde se tomaron las

fotos.

- Fecha: día en la que se realice el registro.

- Fotógrafo: Nombre de la persona que tomó la foto.

Para promover las diferentes redes que utiliza la Alcaldía de Medellín en su estrategia Web 2.0, la siguiente información complementa la descripción asignada a cada galería:

Twitter: www.twitter.com/alcaldiadem

Facebook: <http://www.facebook.com/alcaldiadem>

YouTube: www.youtube.com/alcaldiadem

Instagram: <http://instagram.com/alcaldiadem>

Sitio: www.medellin.gov.co

FOTOS PÚBLICAS

Las imágenes alojadas por la Alcaldía de Medellín son públicas, para facilitar la copia de periodistas y ciudadanos interesados en estas.

COMENTARIOS

Los comentarios que realicen los ciudadanos a las imágenes alojadas en Flickr serán moderados por el community manager encargado, teniendo en cuenta el Manual de Estilo de la Alcaldía de Medellín, definido para la

interacción en redes sociales. En todo caso, debe ser respetuoso y tener presente que se trata de imágenes de la Alcaldía.

DIFUSIÓN

Toda galería de imágenes que se suba a la red social será compartida en Facebook y Twitter, para fomentar la consulta de imágenes.

PROPIEDAD DE IMÁGENES

A esta red social sólo se subirán imágenes propias. En ningún caso se deben crear galerías con fotos tomadas de Internet.

Protocolo de YouTube Alcaldía de Medellín

PREMISA

Alojar videos en la red social para ofrecer información audiovisual sobre la transformación que vive Medellín.

TIPO DE VIDEOS

Video columna:

Se realizan video columnas sobre temas asociados con los diferentes programas de la Alcaldía de Medellín, con la idea de mantener bien informada a la ciudadanía.

Noticias:

A la red social se suben contenidos en los noticieros y canales de televisión. Se pueden incluir los registros en video que no suministre el sistema de monitoreo de prensa Para este caso, se mantendrá un contacto permanen-

te con medios de comunicación, para promover alianzas estratégicas que permitan alimentar el canal de YouTube con sus contenidos audiovisuales.

Promos:

Todos los promos de televisión que sean generados en el Centro de Producción Audiovisual o que sean contratados a través de terceros, se pueden alojar en el canal que tiene la Alcaldía de Medellín en YouTube.

Spots:

Los spots que se produzcan para las pantallas digitales del Centro Administrativo Municipal y sedes externas, deben ser compartidos con el equipo de comunicación digital. De esta forma se fortalecen los contenidos audiovisuales de la Alcaldía de Medellín en Internet.

EVALUACIÓN DE CONTENIDOS

Vigencia:

Tener en cuenta si la publicación es vigente, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.

Extensión:

Actualmente la cuenta de YouTube le permite a la Alcaldía de Medellín subir videos que superen los 15 minutos, teniendo en cuenta sus antecedentes de buena administración del sitio. Se debe comprobar la efectividad o el interés de videos tan extensos.

Enfoque:

Sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el quehacer de la Administración Municipal.

Fuentes:

Analizar quiénes son las personas que



opinan en la noticia y lo que dicen, a la hora de valorar el contenido de la información.

Proximidad:

Generar contenidos con historias de ciudad, haciendo énfasis en programas sociales. El detalle cobra vital importancia en redes sociales.

Impacto:

Antes de compartir un video, se debe analizar las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever situaciones diferentes a lo que se quiere comunicar con esa pieza.

TÍTULOS

Utilizar siempre títulos llamativos y claros, para orientar a la ciudadanía y promover la reproducción de los videos.

EDICIÓN

Los videos deben cumplir con una edición básica, que incluye la introducción y el cierre con el logo animado de "Todos por la Vida". Cuando se trate de testimonios, el video llevará los créditos respectivos que permitan identifi-

car quién habla, con nombre y cargo.

DESCRIPCIÓN

Todo video que se suba a YouTube debe estar acompañado de una descripción sobre el contenido que se le presenta a la ciudadanía. El texto debe ser breve, claro y directo.

Para promover las diferentes redes que utiliza la Alcaldía de Medellín en su estrategia Web 2.0, la siguiente información complementará la descripción asignada a cada video:

Twitter: www.twitter.com/alcaldiademed

Facebook: <http://www.facebook.com/alcaldiademed>

Flickr: <http://www.flickr.com/photos/90282908@N03/>

Instagram: <http://instagram.com/alcaldiademed>

Sitio: www.medellin.gov.co

ETIQUETAS

Cada video será acompañado con mínimo las siguientes etiquetas, para po-

sicionar los contenidos en buscadores, como Google: Alcaldía, Medellín, Colombia, alcalde, municipio.

Nota: Estas etiquetas se acompañarán con otras palabras clave, según el tema abordado en cada video.

VIRALIDAD

Todo video que se suba a la red social debe ser compartido en Facebook y Twitter, para promover la consulta del contenido audiovisual y fomentar el alcance de la información.

COMENTARIOS

Los comentarios que tengan los videos subidos a YouTube serán moderados por el community manager encargado, teniendo en cuenta el Manual de Estilo definido para la interacción en redes sociales. En todo caso, debe ser respetuoso y tener presente que representan a la Alcaldía de Medellín como institución.

Trabajo en web

PORTAL DE CIUDAD WWW.MEDELLIN.GOV.CO

Desde principios del año 2000, la Alcaldía de Medellín puso a disposición de la ciudadanía un nuevo canal de comunicación: la página web www.medellin.gov.co, un espacio que inicialmente tenía información plana, básicamente de consulta.

En 2005, se desarrolla un sitio con más interactividad y la implementación de trámites y servicios en línea, basado en los principios de transparencia, eficiencia y eficacia. A comienzos de 2010, este sitio se convierte en un Portal de Ciudad que ha venido evolucionando de cara al ciudadano, lo que le ha permitido una vida más fácil gracias a la interactividad, automatización, participación, cercanía y confianza en la administración pública.

La implementación de este espacio virtual fue desarrollado gracias al soporte de la Subsecretaría de Tecnología de Información, el Centro de Competencias SAP, la Secretaría de Comunicaciones y el apoyo de todos los administradores delegados en las diferentes secretarías, programas y proyectos de la Administración Municipal, trabajo que refleja el cumplimiento del Plan de Desarrollo 2012 – 2015, “Medellín un hogar para la vida” que busca transformar a Medellín de Ciudad Digital en Ciudad Inteligente a través de la innovación tecnológica y social al servicio de la calidad de vida del ciudadano.

www.medellin.gov.co es hoy referente por el cumplimiento de los lineamientos de Gobierno en Línea y por la puesta en funcionamiento de más de 300 trámites y servicios de consulta para el ciudadano y la sistematización de más 30, la implementación de 11 subportales, un sinnúmero de sistemas de información, micrositos y diferentes desarrollos web que permiten administrar y controlar toda la información relacionada con los procesos y procedimientos que involucran a los servidores públicos y los ciudadanos.

Un elemento fundamental para el desarrollo permanente de este espacio virtual es la construcción y puesta en funcionamiento de trámites y servicios, que por su relación costo-beneficio están automatizados y permiten a los ciudadanos realizar desde la solicitud, hasta la obtención del producto de forma totalmente virtual.

Por su promedio de visitas, usabilidad y crecimiento, el Portal web de ciudad es un referente dentro de las entidades gubernamentales. En los primeros diez meses de 2013, 3.198.354 usuarios han visitado www.medellin.gov.co, en todo 2012, 3.163.361 y en 2011, 2.426.781.

Este proceso de reingeniería permanente también ha convertido este sitio de convergencia en un modelo en atención a la ciudadanía, implementación de servicios unificados en línea, desarrollo de espacios de participación ciudadana, medición de redes so-

ciales e implementación de un manual de uso y protocolos de las redes sociales institucionales.

“El sitio de la Alcaldía de Medellín sobresale por un manejo efectivo de redes sociales, una correcta interacción con la comunidad; por contar con un enfoque claro sobre la atención al usuario con una amplia oferta de trámites y servicios disponibles online; por la calidad y variedad de sus contenidos e información sobre la ciudad. Además, destacó su presentación gráfica como muy agradable, acorde a sus contenidos y que presenta de manera unificada a lo largo del sitio”: Premios Colombia en Línea 2011.

El usuario del Portal tiene la certeza de utilizar un sistema con políticas, procedimientos de seguridad y protección de datos personales, que le garantiza la tranquilidad de realizar de manera segura procedimientos en línea y la cercanía de una administración de cara a la ciudadanía.

El Portal de la ciudad de Medellín busca fortalecer los lazos de interacción del ciudadano con la Administración Municipal, dentro de la estrategia de la Dirección de Gobierno en Línea del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, además de servir de mecanismo de comunicación y divulgación de las diferentes políticas públicas de inclusión, transparencia y confianza en el gobierno municipal.

De igual forma, la Administración Municipal del alcalde Aníbal Gaviria Correa y toda su estrategia digital busca la participación activa en la construcción de una ciudad que sea un hogar para la vida y la equidad. Esta estrategia de Participación Ciudadana busca la veeduría, el control ciudadano, la toma de decisiones, y la solución de problemas que afectan a la comunidad.

www.medellin.gov.co permite la publicación de información vía remota, lo que garantiza una actualización al instante, y con la implementación del modelo de administración delegada, se garantiza tener una información actual, veraz y oportuna.

También simplifica la navegación (información a 3 clic), la interacción con el visitante, el mejoramiento de los servicios en línea y colaborativos, la promoción de la ciudad y el fortalecimiento de la comunicación pública.

El diseño del Portal de Ciudad está construido con los parámetros tecnológicos propios del mercado actual. Igualmente está basado en el concepto de usabilidad y la utilización de elementos gráficos establecidos en el Manual de Imagen Corporativa de la Alcaldía de Medellín.

Asimismo, la carta de navegación en la implementación de las estrategias digitales en el Portal de Ciudad es el Manual de Gobierno en Lineal GEL, el cual establece lineamientos para el buen cumplimiento de protocolos de participación de cara a la ciudadanía.

Al ingresar al sitio, se encuentra con cinco grandes bloques de información o subportales para perfilar el contenido. El usuario deberá definir a cuál subportal accederá:

- Ciudadano: muestra una Administración Municipal más cercana, eficiente, transparente y participativa. Allí encontrará los diferentes temas que ofrece la Administración para el ciudadano.
- Visitantes: evidencia una ciudad en la que el mundo cree. En este bloque se identifican elementos para saber más de la ciudad, de su turismo, su historia, cultura o simplemente para aprender cómo visitar, vivir o estudiar en Medellín.
- Negocios: es una ventana para que los inversores encuentren las oportunidades que ofrece nuestra ciudad.
- Servidores Públicos: permite que los servidores públicos tengan a la mano herramientas tecnológicas para hacer mejor su gestión.
- Inglés: contenidos (y noticias) seleccionados en idioma inglés.

Con la implementación de herramientas de interacción y colaboración (web 2.0), el Portal permite que los usuarios tengan un contacto permanente con la Administración Municipal, a través de los canales de comunicación que provee el sitio, como el contáctenos, comentar una página, calificar el contenido, enviar a un amigo. Y también gracias a la permanente interacción de nuestras redes sociales.

Sitio móvil

En el Portal Móvil de la Ciudad <http://m.medellin.co>, convergen de manera colaborativa, la Alcaldía de Medellín, Medellín Digital, Telemedellín, UNE, Inder y el Medellín Convention Bureau.

La Alcaldía de Medellín y Medellín Digital lideran el proceso y se nutre con los contenidos web de cada institución a través de RSS.

Reconocimientos obtenidos por el Portal de la **Alcaldía de Medellín:**

- Segundo lugar en la categoría: El Ciudadano en el Centro: Mejor solución web para el ciudadano por la implementación de la Ventanilla Única Virtual en los Premios a la Excelencia en Gobierno en línea - EXCEL- GEL 2013.
- Mejor municipio del país en el cumplimiento de los lineamientos del Manual GEL (99%), con cierre al 12 de diciembre de 2012.
- La Gobernación de Antioquia entregó al municipio de Medellín, un reconocimiento por el compromiso, voluntad y disposición para hacer una Antioquia más eficiente, transparente y participativa a través del piloto de implementación del manual 3.0 de Gobierno en Línea. 2012.
- Nominación como mejor sitio de Gobierno al Portal de la Alcaldía de Medellín – Premios Colombia en Línea 2012.
- Primer puesto como mejor Portal de Estado al Portal de la Alcaldía de Medellín – Premios Colombia en Línea 2011.
- Nominado a los premios a la Excelencia en Gobierno Electrónico (excelGOB) 2011, en la categoría Soluciones de e-gobierno con el ciudadano en el centro - orden territorial.
- Distinción por la inscripción al Banco de Éxitos de la Administración Pública en la convocatoria 2010 con el caso exitoso: Portal de la Ciudad de Medellín / DAFP.
- Primer puesto como mejor Portal de Estado (Atención Ciudadana) al Portal de la Alcaldía de Medellín – Premios Colombia en Línea 2010.
- Segunda mejor calificación en la octava convocatoria “Reconocimiento al Logro 2010” al grupo del Portal de Ciudad de Medellín.
- Segundo lugar en la convocatoria “Reconocimiento al Logro 2010”, categoría “Mejor Portal con Tecnología SAP - Portal generador de mayor valor agregado tanto para la compañía, como para su entorno” al grupo del Portal de Ciudad de Medellín.
- Nominación del Portal de Ciudad www.medellin.gov.co en la categoría Soluciones de e-Gobierno para todos–orden territorial Premios a la Excelencia de Gobierno en Línea 2010.

Aplicaciones para dispositivos móviles

La Alcaldía de Medellín desarrolla diferentes aplicaciones pensando en acercar sus servicios y facilitar la relación con el ciudadano a través de plataformas tecnológicas y de acceso libre.

Si en su Secretaría, Ente Descentralizado o Departamento tienen programada la creación de alguna aplicación nueva recuerde que la Secretaría de Comunicaciones cumple la labor de asesorar y establecer en equipo asuntos como imagen y protocolos de atención, pensando siempre en brindar un servicio claro al ciudadano.

Actualmente la Alcaldía de Medellín tiene cuatro aplicaciones disponibles en tiendas virtuales.

ALCOHOMÓVIL – CAS



(Secretaría de Movilidad): La aplicación permite medir la aptitud para conducir si se han ingerido bebidas embriagantes, según variables como el peso, cantidad de copas y bebida consumida.
Lanzamiento: Octubre de 2011

san a un software denominado Sistema de Gestión Vial, el cual administra las bases de datos con estos y otros requerimientos que recibe la Secretaría de Infraestructura. Si el caso reportado está asociado al deterioro de la malla vial, éste es atendido por las cuadrillas de la Secretaría de Infraestructura Física. De lo contrario, se le informa a la entidad competente para que realice el mantenimiento respectivo.

La aplicación, que noviembre de 2013 **ganó Premio Colombia en Línea**, ya ha permitido tapar 10.000 huecos que afectaban la movilidad en Medellín.
Lanzamiento: Febrero de 2013

miento de zonas verdes. A la aplicación también se le han integrado opciones como el reporte de residuos sólidos y la adopción de mascotas.

Lanzamiento: Junio de 2013

SEGURIDAD EN LÍNEA



IOS

Android

(Seguridad – ESU)
Red social de la seguridad en Medellín. Permite registrar denuncias anónimas y geo-referenciadas y explorar la seguridad de una zona específica en la ciudad. La aplicación también facilita el contacto con la Policía Nacional, a través de la ubicación del cuadrante más cercano a la ubicación del usuario.

Lanzamiento: Agosto de 2013

HUECOSMED



IOS



Android

(Secretaría de Infraestructura): Herramienta para reportar huecos y ayudar a mejorar el estado de las vías. Los reportes realizados por los ciudadanos ingre-

SIAMED



(Secretaría de Medioambiente)
Se trata de una red social del Sistema Ambiental de Medellín. Permite realizar solicitudes de siembra, poda o manteni-

