sinfiaro®

CONTRATO No. CD-07-2024-1515

Informe No. 6: A Septiembre 30 de 2024

Presentado a:

ALCALDÍA DE **BARRANQUILLA**

Con el propósito de apoyar y acompañar la gestión de la Secretaría de Comunicaciones en la ejecución de estrategias para comunicar la oferta distrital de servicios, informar sobre los avances y logros de la gestión de gobierno, rendir cuentas, difundir ampliamente las campañas institucionales pedagógicas y publicitarias, establecer un contacto directo con el ciudadano y generar información para los diferentes grupos de interés, se adelantó la realización de varias acciones entre las que se encontraba la elaboración del Manual de Gestión de Redes Sociales en el Distrito de Barranquilla, alineado con las directrices de Gobierno en Línea, las necesidades de interacción de las diversas dependencias y las características particulares del entorno político-administrativo y social.

El proceso de creación del Manual comprendió además todas las fases previas de diagnóstico y análisis interno, benchmarking y la revisión y adopción de las normativas pertinentes, como la estrategia de Gobierno en línea, las directrices del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) y las disposiciones establecidas por la Ley 2345 de 2023, conocida como “ley chao marcas de gobierno”.

En una primera instancia se realizaron reportes de avance parcial de esta obligación, de la siguiente manera:

FASE	% AVANCE
Diagnóstico inicial RRSS Alcaldía Distrital de Barranquilla	100%
Diagnóstico inicial RRSS Dependencias Alcaldía Distrital de Barranquilla	100%
Diagnóstico inicial entidades descentralizadas	100%
Benchmarking RRSS Sector Público a nivel nacional	100%
Revisión estrategia Gobierno en línea	100%
Revisión Directrices MinTIC y Ley 2345 de 2023	100%
Generación Listado Vocerías digitales	100%
Redacción Textos	50%
Diagramación Manual	0%
Avance total estimado para la actividad	50%

Una vez finalizada la etapa de redacción y diagramación del Manual, se adjunta copia de su versión final, que representa el 100 % del cumplimiento de esta obligación contractual

Disponer de un manual de redes sociales en una entidad pública, como la Alcaldía de Barranquilla, resulta fundamental por varias razones:

Constituye una **guía de comunicación con** lineamientos claros sobre cómo debe comunicarse la entidad en las redes sociales, garantizando que el mensaje sea coherente y alineado con los valores institucionales.

Fomenta la **transparencia en la comunicación con los ciudadanos**, contribuyendo a la construcción de confianza ciudadana en la gestión de la institución.

Proporciona protocolos para **gestionar situaciones de crisis** o climas de opinión desfavorables, ayudando a mitigar daños en la reputación de la entidad.

Define **normas de conducta** o reglas para el uso de las redes sociales por parte del personal encargado de su gestión, evitando comportamientos inapropiados o el uso indebido de plataformas.

Facilita una **comunicación más efectiva y directa** con los ciudadanos, permitiendo una retroalimentación constante y el fortalecimiento de la participación ciudadana.

Sirve como **herramienta de capacitación** para el personal, asegurando que todos comprendan los objetivos e implementen mejores prácticas en el uso de redes sociales.

Contribuye a establecer **métricas** para evaluar la efectividad e impacto de la comunicación en redes, lo que permite realizar ajustes y mejorar la estrategia.

A continuación, presentamos el contenido del Manual consolidado para la Alcaldía de Barranquilla.

Manual de Gestión de Redes Sociales en el Distrito de Barranquilla

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA

Índice

3 Introducción: Importancia de la Comunicación en las Redes Sociales
4 Política de Gobierno Digital
6 Cómo comunicar en Redes Sociales
7 Redes Sociales de la Alcaldía de Barranquilla
8 Aspectos Generales
9 Vocero Principal
11 Validadores Institucionales
13 Clasificación de Redes Sociales
27 Tipos de Participación
29 Manejo de Crisis
41 Acción Antijaqueo.
43 Recomendaciones para el cierre de una crisis
44 Estilo Institucional en Redes Sociales
66 Contenidos
69 Manual de Identidad Visual del Distrito

Introducción: Importancia de la Comunicación en las Redes Sociales

Las **redes sociales** se han consolidado como un **componente esencial** en las estrategias de comunicación de las instituciones del Estado, permitiendo un **vínculo directo entre los gobiernos y una sociedad activa** en estas plataformas. Estas herramientas de comunicación no solo acercan a los ciudadanos con las instituciones, sino que también permiten conocer, de primera mano, las percepciones del público hacia cada entidad.

En la actualidad, **lo primordial no es solo comunicar, sino saber escuchar**, y las redes sociales facilitan este proceso, permitiendo a las **instituciones entender qué quiere y qué piensa la gente**. Esto genera una interacción especial en la que se promueve la participación ciudadana, la distribución de información veraz en tiempo real y el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información para informar de manera efectiva.

Internet y las redes sociales se han convertido en el canal más eficaz para comunicar e informar, transformando la manera en que se administra lo público. **Hemos pasado de una comunicación unidireccional hacia los ciudadanos, a un modelo colaborativo en el que se construye con la sociedad.**

En este contexto, la Alcaldía de Barranquilla, consciente de la importancia de una presencia digital efectiva, y teniendo como orientación el Manual del Gobierno de Colombia, ha elaborado un **Manual de Gestión de Redes Sociales**, estableciendo pautas **para la gestión de los canales digitales oficiales de la institución**, promoviendo la coherencia y consistencia en los contenidos que se publican.

Política de Gobierno Digital

Gobierno Digital es la política pública liderada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - MinTIC, con el objetivo de “Promover el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones para consolidar un Estado y ciudadanos competitivos, proactivos e innovadores, que generen valor público en un entorno de confianza digital”.

- **Competitivo:** Entidades accesibles, disponibles, con capacidad de respuesta ante los cambios y las necesidades de los ciudadanos y con alta calidad en sus procesos y en la implementación de las políticas públicas. Ciudadanos con capacidades y recursos efectivos, ágiles y fáciles de usar.

- **Proactivo:** Entidades que se anticipan en la prestación de servicios, son previsivas, apropian la tecnología, mitigan riesgos y realizan seguimiento a las nuevas tecnologías o tecnologías emergentes para satisfacer sus necesidades y resolver problemáticas. Ciudadanos que participan en el diseño y la toma de decisiones.

Política de Gobierno Digital

- **Innovación:** Entidades que promueven la interacción y la colaboración entre diferentes actores, para la solución de necesidades y retos de manera diferente y creativa mediante el uso de las TIC. Ciudadanos que usan los medios digitales para colaborar en la identificación y resolución de problemáticas, a través de soluciones novedosas que son replicables y usadas por diferentes actores.

La **confianza digital** es la principal característica del entorno en donde se relaciona el Estado con los ciudadanos y los demás actores del ecosistema digital, entendido como la relación entre diversos actores en entornos específicos que estimulan el uso de las tecnologías digitales. Este entorno debe ser sencillo, corresponsable, previsible y seguro, y debe permitir un diálogo permanente entre los actores de este ecosistema y proporcionar medios digitales ágiles, apropiados y útiles para el ciudadano.

BARRANQUILLA.GOV.CO

Cómo comunicar en Redes Sociales



COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL

Una comunicación directa y personal y ágil. Antes de enviar los mensajes, es de gran importancia escuchar lo que dicen los seguidores. Las personas que se acercan a las redes sociales deben sentirse escuchadas, que se les responde dando solución a sus preguntas y que, como entidad del Estado, se actúa sobre sus comentarios y/o propuestas.



TONO Y LENGUAJE

- Hablar en primera persona.
- Aunque los mensajes sean cortos no descuidar la ortografía.
- Siempre un trato cordial con los usuarios.
- Responder siempre, demostrando que una conexión directa es una realidad.



BORRAR: ÚLTIMO RECURSO

Las redes sociales se prestan para comentarios de diversos tipos, entre ellos se encontrará los que atentan contra la imagen de la institución. A pesar de lo que digan, el último recurso es borrar, pues pueden sentirse censurados.

Si borrar es la única opción, antes de hacerlo se debe realizar una captura de pantalla del comentario para que se pueda archivar. De esa forma, ante cualquier crítica por eliminar el post, se puede mostrar el archivo y justificar la decisión.

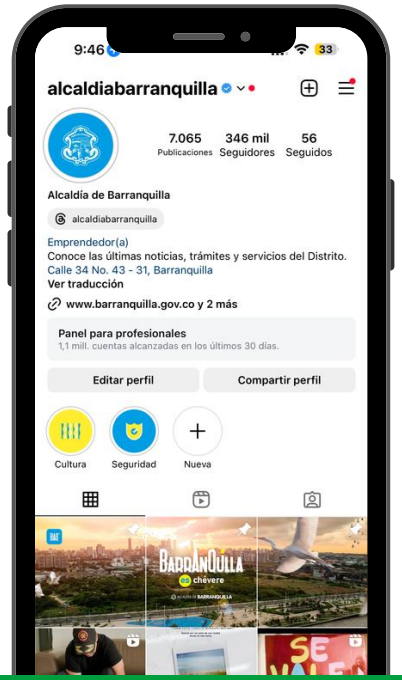
ALCALDÍA DE **BARRANQUILLA**

BARRANQUILLA.GOV.CO

Redes Sociales

Alcaldía de Barranquilla

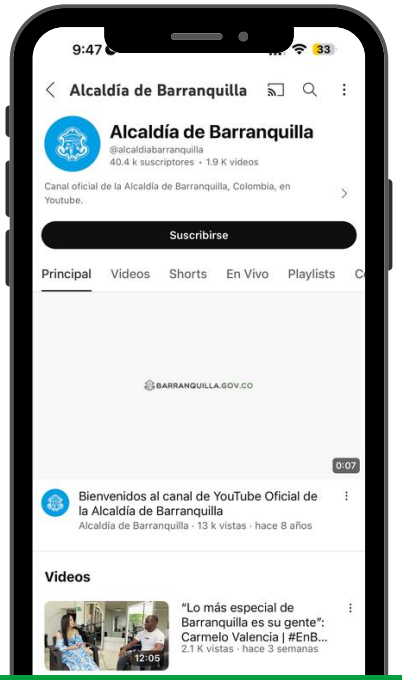
Instagram



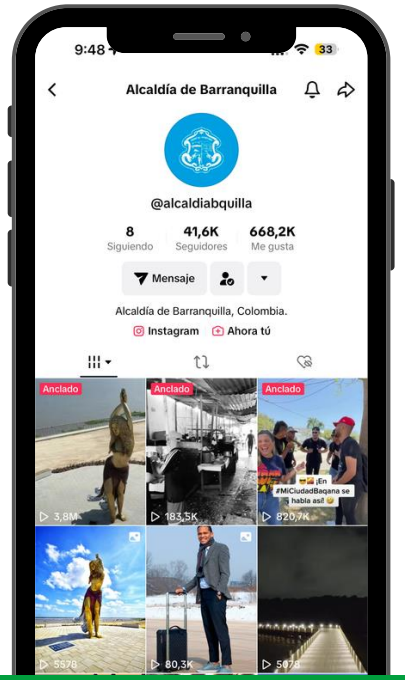
Twitter



Youtube



Tiktok



Facebook



Aspectos Generales

La estrategia de comunicación digital de la Alcaldía de Barranquilla se orienta a convertir sus activos digitales en una fuente de información valiosa, destacándose por su credibilidad y enfoque profesional. Para lograrlo, resulta crucial estructurar la información relevante y de mayor importancia en el siguiente orden antes de su divulgación:

1. Redes alcalde
2. Redes de la Alcaldía de Barranquilla
3. Redes secretarías y entidades distritales

Cada Community Manager, fotógrafo y videógrafo de las diversas secretarías, gerencias y entidades será dirigido por el equipo de Comunicación Digital de la Secretaría de Comunicaciones, y los contenidos de Alcaldía publicados en colaboración con las secretarías, será coordinado y producido por el equipo de comunicación digital de la Alcaldía.

Con el fin de lograr una mayor efectividad en la difusión de los mensajes a la ciudadanía, es fundamental que se considere a las redes de la Alcaldía de Barranquilla como las fuentes de información primarias.

Vocero principal

El alcalde es el portavoz principal de la ejecución del Plan de Desarrollo vigente, emite comunicados importantes para los ciudadanos, guía y orienta la dirección del gobierno, representa al Distrito en las relaciones con el gobierno nacional y con otros entes territoriales. De igual manera, asigna o delega vocerías relacionadas con los asuntos de su despacho, especialmente en situaciones de crisis o circunstancias especiales.



BARRANQUILLA.GOV.CO



- Nuevas obras, programas o proyectos que empezarán a ejecutarse en la ciudad, no se divulgarán previamente en prensa por secretarías, oficinas o entidades distritales.
- Avance de obras y programas que le sirvan a la administración distrital para anunciar cumplimiento de su gestión de gobierno.
- Resultado de visitas del equipo de gobierno a obras y programas para verificar su desarrollo y beneficios a la comunidad.
- Pronunciamientos derivados de compromisos asumidos por el Gobierno nacional para la ciudad de Barranquilla.
- Seguimiento a compromisos y cumplimiento del Plan de Desarrollo territorial.

BARRANQUILLA.GOV.CO



Validadores institucionales

Son los miembros del gabinete distrital en el contexto de sus áreas de especialización, quienes son debidamente asignados para tal efecto. Cada secretario actúa como el portavoz de los temas específicos de su dependencia. En situaciones especiales, pueden delegar responsabilidades en gerentes o jefes de oficina encargados de procesos de la órbita funcional de una determinada secretaría.

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA

BARRANQUILLA.GOV.CO

Validadores institucionales

- Conceder entrevistas, previa coordinación con el secretario de Comunicaciones o la jefatura de Prensa sobre actividades operativas que no impliquen hitos comunicacionales. Ejemplo: jornadas de vacunación, de limpieza, convocatorias para inscribirse en programas, ferias barriales, etc.

- Entregar detalles de obras y programas que ya han sido anunciados previamente por el alcalde. Especificaciones técnicas, características, beneficiarios, etc.

- En caso de interrogantes de los medios de comunicación sobre denuncias relacionadas con la Administración distrital, obras o programas, se evaluará la situación con la dependencia pertinente, teniendo en cuenta el impacto de la denuncia y los argumentos para decidir si se responde a través del vocero correspondiente o mediante comunicado a la opinión pública.

- Tener en cuenta los tiempos de respuesta de las secretarías y dependencias distritales a los temas informativos; en especial cuando se trata de temas de actualidad que son consultados previamente.

Clasificación de Redes Sociales

Pilares de Contenido Instagram

CRISIS

Información de soluciones a problemas o eventuales crisis que ocurran en la ciudad.

LANZAMIENTO DE PROYECTOS O PROGRAMAS

Explicación detallada de los proyectos y programas. El por qué, cómo y para qué.

CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN CIUDADANA

Información relevante y de valor para generar conciencia ciudadana.

GESTIÓN

Información detallada de avances de obras, proyectos de ciudad e indicadores de gestión.

VIDEOS DE CIUDAD

Contenido de ciudad y de su gente que enorgullezca a los barranquilleros.

EVENTOS

Cubrimiento en tiempo real de eventos realizados por la alcaldía y sus entidades descentralizadas

INFORMACIÓN INMEDIATA

Noticias de última hora, comunicados, información de cierre y apertura de lugares y calles, pico y placa, etc.

Pilares de Contenido X (Twitter)



CRISIS

Información de soluciones a problemas o eventuales crisis que ocurran en la ciudad.



LANZAMIENTO DE PROYECTOS O PROGRAMAS

Sostenimiento de proyectos. Información sobre inscripciones o datos relevantes.



GESTIÓN

Información detallada de avances de obras, proyectos de ciudad e indicadores de gestión.



INFORMACIÓN INMEDIATA

Noticias de última hora, comunicados, información de cierre y apertura de lugares y calles, pico y placa, etc.



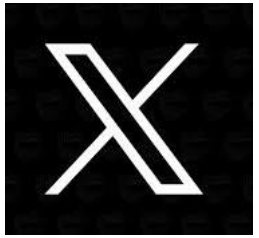
EVENTOS

Cubrimiento en tiempo real de eventos realizados por la alcaldía y sus entidades descentralizadas



TENDENCIAS

Resaltar logros importantes de representantes de la ciudad.



Pilares de Contenido Tik Tok

LANZAMIENTO DE PROYECTOS O PROGRAMAS

Explicación detallada de los proyectos y programas. El por qué, cómo y para qué.

CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACIÓN CIUDADANA

Información relevante y de valor para generar conciencia ciudadana.

GESTIÓN

Información detallada de avances de obras o de proyectos de ciudad.

VIDEOS DE CIUDAD

Contenido de ciudad y de su gente que enorgullezca a los Barranquilleros.

Pilares de Contenido Facebook



PODCAST

Podcast con invitados especiales



PROGRAMA DE TV

Transmisión del programa de TV de la alcaldía



GESTIÓN

Historias de transformación de espacios, vidas y logros de la alcaldía



VIDEOS DE CIUDAD

Contenido de ciudad y de su gente que enorgullezca a los Barranquilleros.

Cubrimiento con presencia de equipo digital

¿Cómo hacerlo?

1

Las redes de alcaldía serán las voceras principales del evento, a través de X, IG o FB según corresponda.

2

El enlace digital se encargará de hacer RT con cita del contenido, incluyendo en él aportes que se harán desde la secretaría u oficina.

3

En caso de realizarse un video del evento, será a través de RRSS de alcaldía que se suba en primera instancia dicho contenido. Se enviará colaboración a las entidades involucradas en caso de ser necesario.

4

El equipo de prensa se encargará de la divulgación de los contenidos subidos en redes sociales, con información adicional y complementaria.

Los enlaces deberán generar contenido previo o posterior al evento para darle sostenimiento al lanzamiento.

Instagram

Procesos

Solicitudes - Contenidos
Tres tipos

1

CUBRIMIENTOS

2

PUBLICACIONES DESDE REDES ALCALDÍA

3

PUBLICACIONES DESDE REDES DE LA DEPENDENCIA

1

PROCESOS PARA CUBRIMIENTOS CON ALCALDÍA

1. El enlace mantendrá actualizado el calendario con los cubrimientos a realizar, fecha, lugar y hora.
2. El enlace deberá enviar la ficha de eventos al responsible digital con toda la información del evento.
3. El responsable digital asignará, según corresponda, a los encargados de realizar el cubrimiento. (Video - Foto - CM)
4. Se decidirá por cuales medios se le dará visibilidad desde alcaldía y cómo se abordará el cubrimiento.
5. El enlace deberá apoyar con la creación del contenido durante el evento.
6. El responsible digital subirá el contenido en redes alcaldía y enviará colaboración a la secretaría u oficina involucrada.
7. Ofiina de Prensa utilizará el recurso para divulgar la información de manera ampliada.

2

PROCESOS PARA PUBLICACIONES DESDE REDES ALCALDÍA

1. El enlace mantendrá actualizado el calendario con publicaciones o eventos.
2. El responsible digital solicitará al enlace mayor información sobre el evento o contenido.
3. En caso de ser necesario, el equipo apoyará con la producción del contenido.

   En caso contrario, el enlace deberá realizarlo cumpliendo con todos los estándares necesarios.
4. El responsible digital realizará la revisión del mismo antes de ser publicado.
5. El enlace deberá suministrar copy y portada del contenido para ser subido en la cuenta de alcaldía.
6. El responsible digital subirá el contenido a redes alcaldía con colaboración.
7. El enlace deberá hacerle seguimiento y responder las PQR
8. Prensa utilizará el recurso para divulgar la información ampliada

2

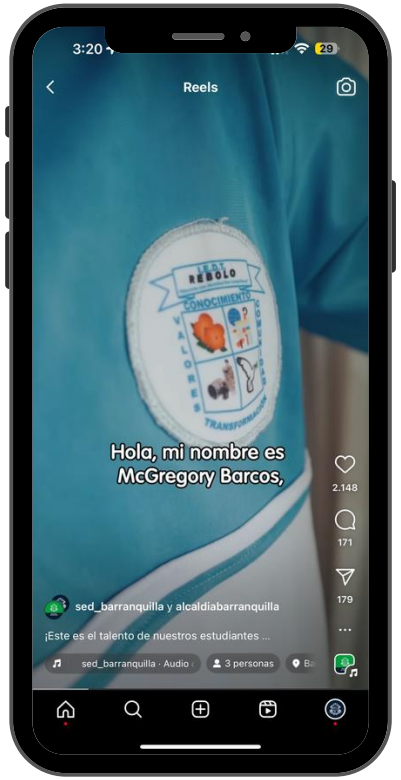
PROCESOS PARA PUBLICACIONES DESDE LAS DEPENDENCIAS

1. El enlace mantendrá actualizado el calendario con publicaciones o eventos.
2. El enlace enviará al responsable digital el contenido a publicar, junto al copy y la portada, al menos un día antes de su publicación.
3. El responsable digital deberá verificar que éste cumpla con todos los estándares y que el mensaje sea claro y aecuado.
4. El enlace deberá subir el contenido, hacerle seguimiento y responder las PQRSD.
5. Prensa utilizará el recurso para divulgar la información ampliada. (Según corresponda)

¿Cómo debe verse un video?

¡Aquí te lo contamos!

SUBTÍTULOS



Deberán tener la tipografía de la alcaldía, trazo en color negro y cuidando los márgenes permitidos.

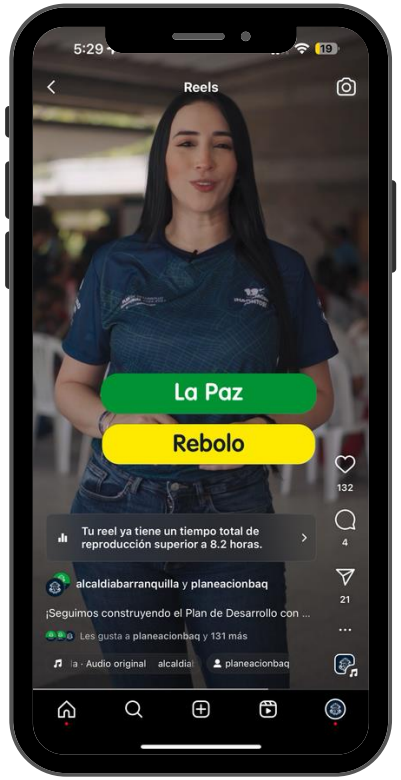
VESTIMENTA



Deberán portar camiseta institucional de la alcaldía.

(Aplica para jefes, secretarios o presentadores)

ELEMENTOS GRÁFICOS

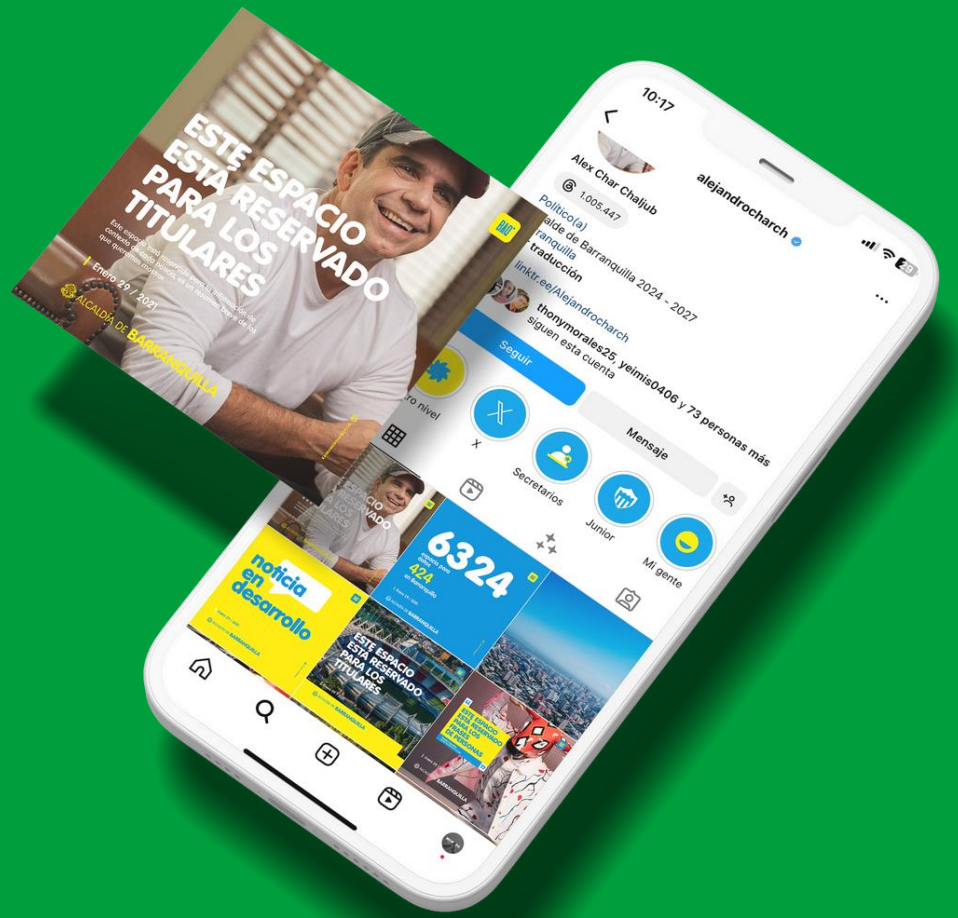


Se deberá hacer uso de elementos gráficos o grafismos con los colores institucionales y acorde con la línea gráfica definida.

Portadas

Portadas con titulares que dan contexto







Tipos de Participación

BARRANQUILLA.GOV.CO

OPINIONES Y COMENTARIOS

Es una participación de un usuario refriéndose a un tema en particular de la entidad o un vocero.

FELICITACIONES

Los usuarios enlazan a la Alcaldía para ofrecer un reconocimiento o felicitación por la gestión realizada.

CRÍTICAS

Pueden ser constructivas o negativas acerca de la gestión o respecto a un tema determinado.

PREGUNTAS

Cuando el usuario pregunta de manera respetuosa y coherente sobre algún tema en particular que le compete a la entidad.

CONTRA - PREGUNTA

El usuario pregunta por segunda vez sobre un tema que ya fue atendido, buscando aclaración o amplitud de la información.

CRÍTICAS DESTRUCTIVAS

El usuario critica sin argumentos, de manera irrespetuosa, con el ánimo de desacreditar e incitar a la desinformación respecto a la gestión de la institución.

PARTICIPACIÓN HOSTIL

El usuario participa valiéndose de palabras ofensivas e irrespetuosas ya sea con comentarios coherentes, incoherentes y/o anárquicos

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA

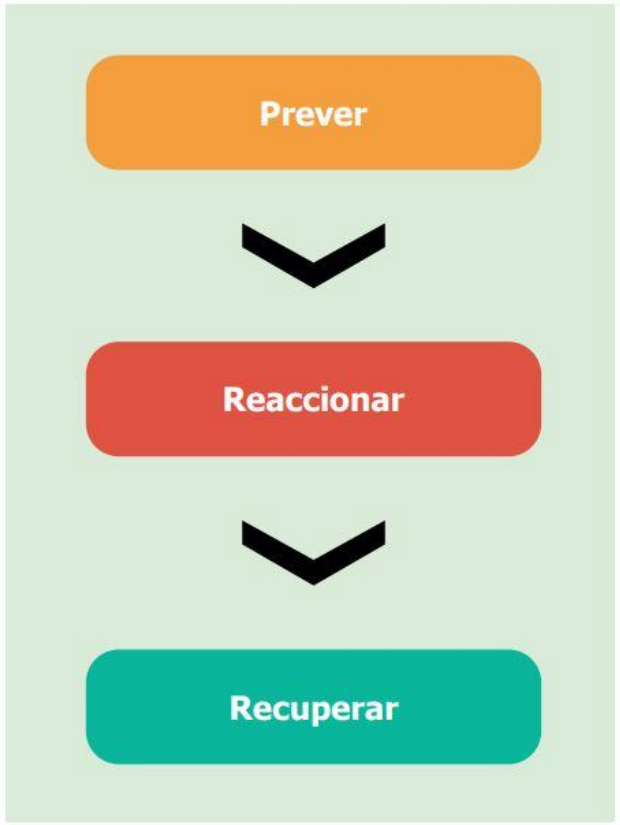
Manejo de Crisis

BARRANQUILLA.GOV.CO

Casos que pueden generar el inicio de una crisis

- Publicar a nombre personal en cuentas oficiales de la entidad
- Hacer una publicación de forma indebida, ya sea por mala ortografía, fallas en la redacción, información incorrecta, o similares.
- Comentarios negativos acerca de la Alcaldía o de personas vinculadas a ella, a raíz de noticias, denuncias realizadas o declaraciones desafortunadas por voceros de la institución
- Responder a comentarios, críticas o burlas de forma airada y poco adecuada

Plan de Acción



Detectar las señales que pueden desencadenar una crisis, a través del monitoreo permanente a menciones y comentarios.

Definir los mensajes de respuesta, los canales y los voceros. Lo importante aquí es evitar que la crisis siga creciendo, esto se logra encontrando el origen, actuando con transparencia y monitoreando las repercusiones.

En esta última etapa se planea recuperar la reputación de la institución y se documenta la experiencia, se describen los aciertos, errores y el impacto de la estrategia.

1. **PIEZAS NO APROBADAS QUE SON PUBLICADAS POR LAS SECRETARÍAS Y ENTES DESCENTRALIZADOS**

- Publicación de una pieza mal concebida desde la estrategia y el mensaje.
- Publicación de una pieza con errores de ortografía.
- Publicación de una pieza cuyo diseño no cumpla con la identidad de marca de la Alcaldía de Barranquilla.

Estrategia de solución

- Si la pieza contiene errores de diseño, diagramación, mensaje u ortografía que afecten la reputación de la Alcaldía, debe ser retirada del medio inmediatamente se genere la alerta.
- Se deben hacer los ajustes y las correcciones pertinentes, para publicar nuevamente y hacer difusión.
- Como opción, se pueden usar los otros canales de comunicaciones propios de la entidad para informar del error, realizando las aclaraciones pertinentes.

2. AFECTACIÓN DE LA IMAGEN, HONRA Y BUEN NOMBRE

- Vinculación con una marca cuya reputación está alterada por corrupción, xenofobia o maltrato, entre otras, dentro de un evento institucional y difundido en redes sociales.
- Aplicación indebida de los logos.
- Descrédito a un funcionario en evento público por hechos personales que manchan su reputación

Estrategia de solución

- Retirar inmediatamente la marca causante del descrédito eliminando su publicación.
- Ofrecer disculpas públicas por los hechos que generaron la interrupción del evento desviando el foco del mismo y recordar el motivo que nos congrega.

3. RIESGOS ASOCIADOS AL PROCESO DE CONTRATACIÓN

Denuncias en redes sociales sobre:

- Conflicto de intereses al adquirir productos o servicios de familiares y/o cónyuges.
- Favorecimiento a conocidos a través de la contratación pública.
- Contratar con entidades que evaden impuestos.
- Incurrir en "hechos cumplidos" cuando no existe autorización del ordenador del gasto y se prestan los servicios, o antes de formalizar contratos y pólizas se llevan a cabo los eventos.
- Sobre ejecutar los recursos disponibles para cada contrato.

Estrategia de solución

- Acudir al equipo jurídico del Distrito o a la Secretaría General (encargada del proceso de contratación) para atender los casos puntuales, conocer su contexto para preparar respuesta.
- Seleccionar un vocero digital que explique lo sucedido, acompañado de un comunicado de prensa que podría acompañar dicha publicación.
- No se deben dar declaraciones hasta tanto no se tenga todo el panorama de la situación.

4. DISTURBIO EN PROTESTAS O EVENTOS PÚBLICOS

En caso de que las protestas o eventos de convocatoria pública se salgan de control, se debe mantener la calma y recolectar la mayor cantidad de información posible, para compartirla con el vocero y preparar de la mejor manera el pronunciamiento oficial antes de compartirlo con los medios de comunicación y en redes sociales.

Estrategia de solución

- Evitar emitir pronunciamientos a la ligera en redes sociales, de manera personal o medios no convencionales.
- No restar importancia o gravedad a las situaciones y brindar información.
- Planear y consultar cada una de las acciones que se vayan a realizar alrededor del hecho.
- Planear en la inmediatez la atención a medios de forma equitativa respecto al acceso a la información, respondiendo previamente los posibles cuestionamientos.
- Procurar hablar con la verdad y mantener la calma, proyectando acciones positivas y dirigiendo la atención hacia las acciones que se adelantan para recuperar la normalidad.
- Compartir constantemente insumos y material a los periodistas y medios que cubren el hecho.
- Dar un balance sobre los hechos, con pedagogía, empatía, ética y visión preventiva de este tipo de situaciones que garantice el bienestar de la ciudadanía.

5. DEBATE DE CONTROL POLÍTICO A LA ADMINISTRACIÓN DISTRITAL

En redes sociales se presentan, normalmente por parte de los ciudadanos, quejas sobre el incumplimiento de las acciones del gobernante, en este caso del alcalde, o acciones no efectuadas descritas en el Plan de Desarrollo. Es el tipo de quejas en las cuales, incluso, los ciudadanos se convierten en voceros que amplían y contagian el inconformismo.

Estrategia de solución

- No emitir pronunciamiento alguno hasta que se relacione de forma grave y polémica al alcalde, equipo de gobierno o la Alcaldía como tal.
- En caso de responder, enmarcar la postura en lo legal y no en lo personal.
- Señalar quién sería la fuente oficial del tema, con la intención de que se aclaren responsabilidades.
- Definir la vocería ante los medios, sin exponer al equipo de gobierno a menos que sea estrictamente necesario.
- Enviar material correspondiente para cada medio según su formato.
- No relacionar el tema con otros a manera de respuesta.

6. NOMBRAMIENTO O DESTITUCIÓN DE FUNCIONARIOS

En cualquiera de estas situaciones, la gente tiende a sentir solidaridad, y si suceden estos hechos, las personas tienen interés en conocerlos.

Estrategia de solución

- No ahondar en los motivos, centrarse en el futuro o el cambio, para el bien del distrito, que representa la decisión.
- Difundir la decisión con la mayor diplomacia posible, sin involucrar a terceros.
- Agradecer al funcionario su intención de servir o el servicio prestado a la ciudad.
- Comunicar quién es el nuevo funcionario que llega al cargo, su experiencia, trayectoria y preparación.

7. REALIZACIÓN DE OBRAS DE GRAN IMPACTO, EXTENSIÓN DE LA FECHA DE ENTREGA Y AUMENTO EN EL COSTO

Las quejas sobre la realización de obras recaen en dos puntos: movilidad y economía. La primera se ve reflejada en redes sociales por las quejas en los represamientos viales y tardanzas en la movilización de las personas en el transporte privado y público, máxime en horas pico. La segunda, cuando por la realización de la obra, se deben cerrar temporalmente tiendas y restaurantes que afectan la economía de empresas y familias.

Estrategia de solución

- Centrar el pronunciamiento en la intención de entregar obras que, en lugar de cumplir un plazo, cumplan con requerimientos de seguridad y beneficio a la comunidad.
- No estipular una nueva fecha de entrega sin tener conocimiento de la situación y la postura de los encargados de la obra.
- Trasladar el lenguaje técnico a uno digerible tanto para la ciudadanía como para los medios.
- Guiar a los voceros técnicos de la obra en la difusión de la situación que se presentó y las acciones que se adelantan para mejorar.
- Aclarar de dónde saldrán los recursos para complementar la obra y por qué aumentó.
- Definir si se trató o no de incumplimiento por parte del contratista o es una situación externa.

8. CASOS DE CORRUPCIÓN O MALA DESTINACIÓN DE RECURSOS PÚBLICOS

Este tipo de denuncias, cuando comienzan en redes sociales, se dan por rumores que incluso pueden nacer al interior de la misma entidad.

Estrategia de solución

- Reafirmar el compromiso de la administración distrital con la transparencia y el respeto del erario.
- Esclarecer lo sucedido con los recursos, programas o proyectos involucrados en la polémica.
- Establecer un canal para la recuperación de los recursos si es del caso.
- Respetar la autonomía de las instituciones involucradas y sus líderes al momento de manejar la polémica.
- No emitir juicios o posturas sin que las autoridades se pronuncien.

9. CONTINGENCIAS Y EMERGENCIAS POR FENÓMENOS AMBIENTALES

Sobre este tema, usualmente es la comunidad quien, por medio de redes sociales, con la finalidad de llamar a los medios de comunicación, anuncian lo que está ocurriendo y se unen personas comentando sobre cómo los afecta la situación ambiental específica.

Estrategia de solución

- Coordinar con los organismos correspondientes la emisión de declaraciones a medios y difusión de información.
- No apresurar pronunciamientos sin tener datos claros y estratégicos sobre la emergencia.
- Anunciar el seguimiento, paso a paso, de los planes de contingencia estipulados.
- Monitorear constantemente la situación y dar informes al respecto.
- Dar un parte de tranquilidad a la ciudadanía y demostrar que se está haciendo el acompañamiento y brindando el apoyo correspondiente a los afectados.

BARRANQUILLA.GOV.CO

Acción antijaqueo

ALCALDÍA DE BARRANQUILLA

El jaqueo en redes sociales se produce mediante el robo de la contraseña, bien sea a través de adivinación del código, phishing (modalidad de suplantación para extraer información) y malware (código maligno que extrae información de la computadora). La mejor forma de combatir el jaqueo es evitándolo. Ante un caso comprobado de jaqueo es posible recuperar la cuenta, pero esto puede tomar tiempo; mientras los daños afectan la credibilidad de la cuenta, por favor realizar las siguientes acciones:

Plan de Acción

- Cambiar la contraseña de la red social.
- Revocar las conexiones de las aplicaciones sospechosas.
- Borrar cualquier publicación producida durante el periodo en el que la cuenta estuvo jaqueada.
- Emitir una publicación en la que se reconozca que la cuenta fue jaqueada y señalar el contenido erróneo que fue emitido durante el incidente.

BARRANQUILLA.GOV.CO

Recomendaciones para el cierre de una crisis

- Examinar los hechos ocurridos y su impacto.
- Analizar la funcionalidad de las medidas que se tomaron.
- No dejar acciones inconclusas.
- Examinar las relaciones de la administración distrital con sus distintos públicos (funcionarios, ciudadanía, medios de comunicación, instituciones, conglomerado).
- En caso de haber adquirido compromisos, hacer seguimiento minucioso a su cumplimiento.
- Hacer seguimiento a los procesos comunicativos que se entablen con los diferentes públicos para así estar al tanto de un posible reavivamiento de la crisis.
- Elaborar un informe crítico sobre lo ocurrido y promover un plan de mejoramiento a partir de las consecuencias de la crisis.

Estilo institucional en Redes Sociales

Fuentes para reels

Principales



Volkswagen Heavy

Descárgala aquí

Volkswagen Bold

Descárgala aquí

Especial



Volkswagen Medium Italic

Descárgala aquí

¿Cómo utilizarlas?

Datos importantes

Ubicación ..... Aa ..... Nombres

Volkswagen Bold

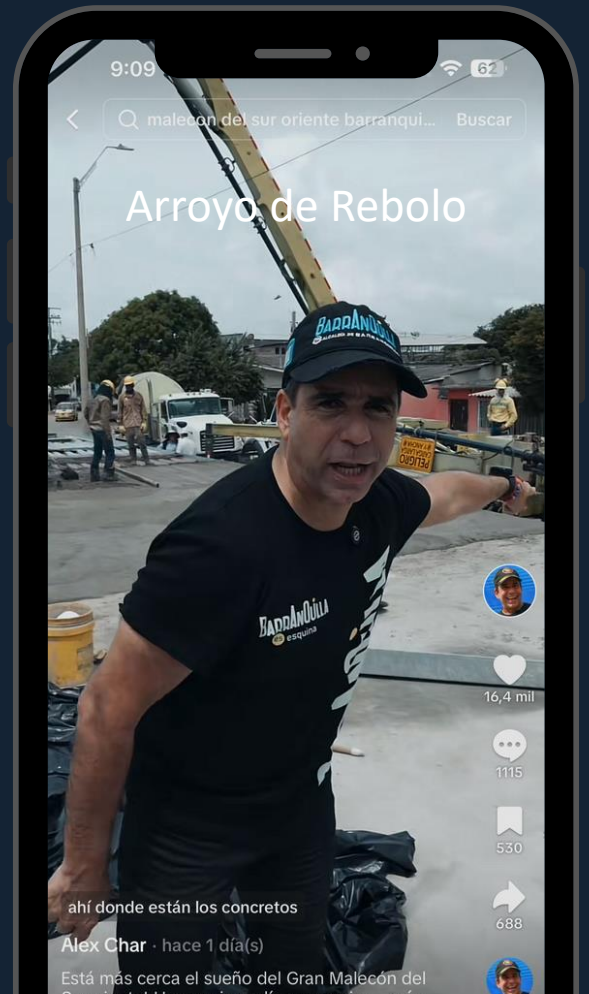
Fuente principal

Ejemplos:

Ubicación



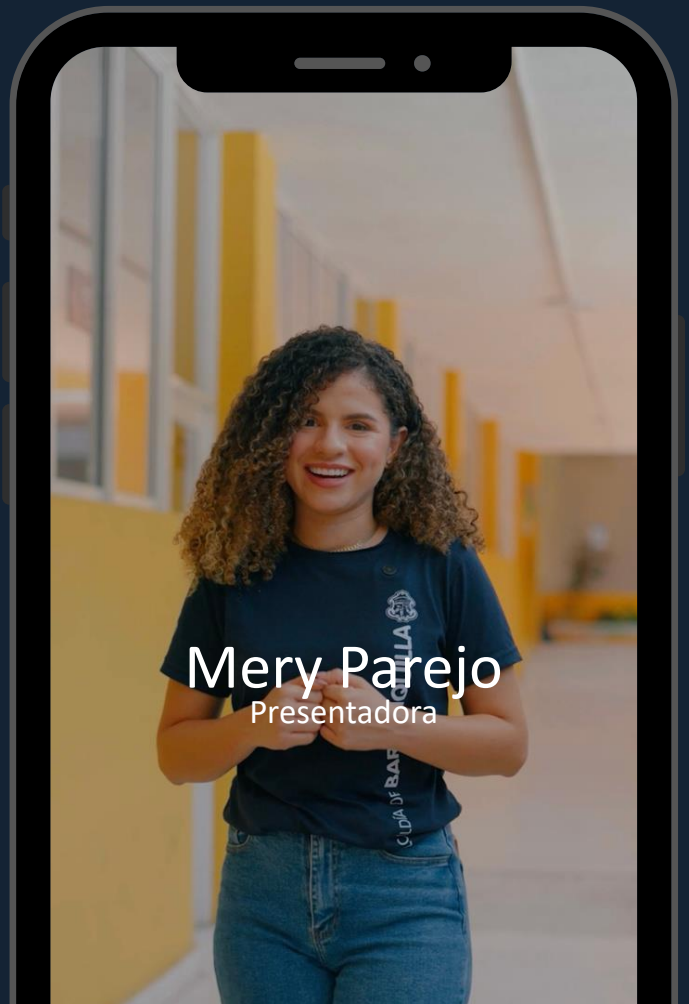


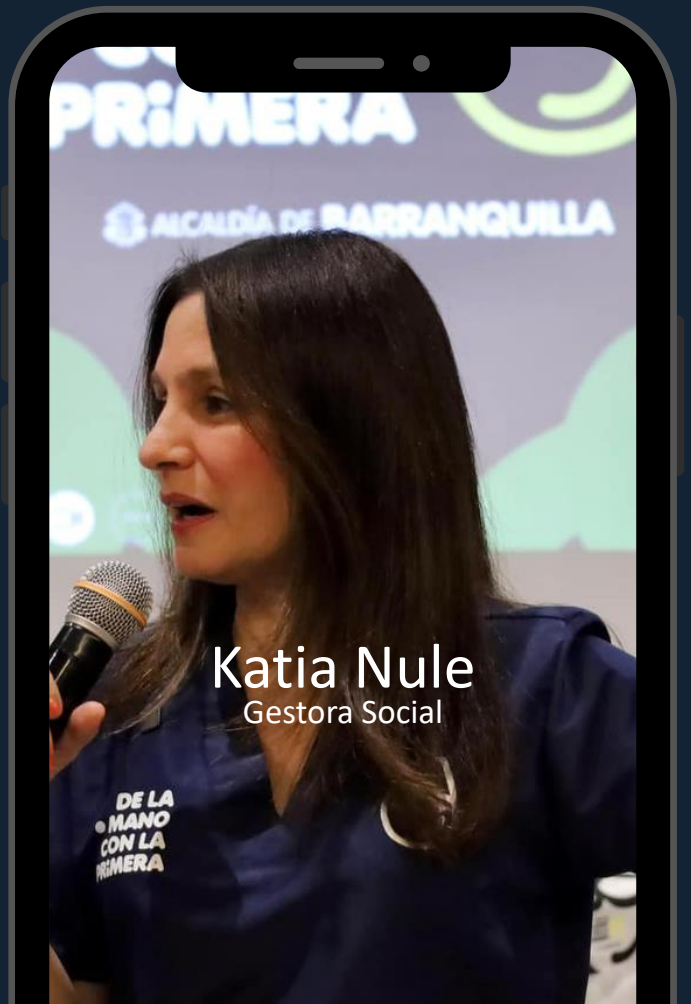


Ejemplos:

Nombres

Mayor información en ´Cargos´.





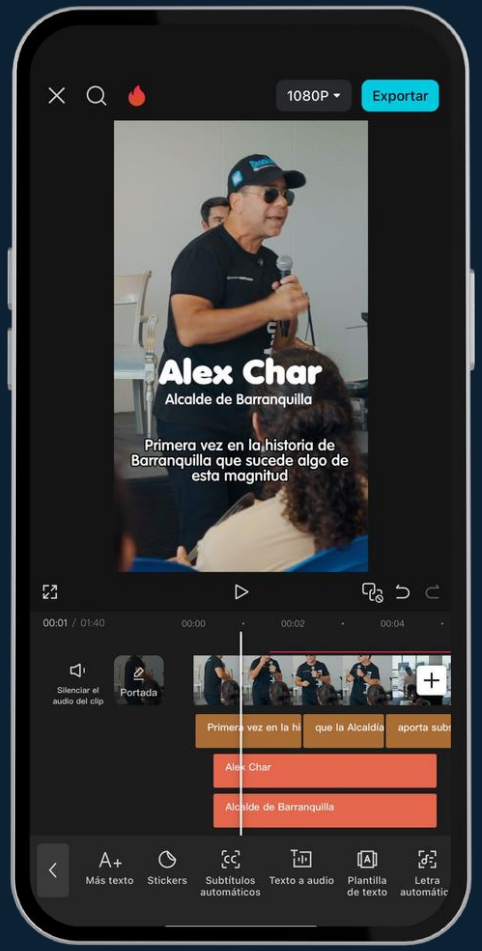
¿Cómo utilizarlas?

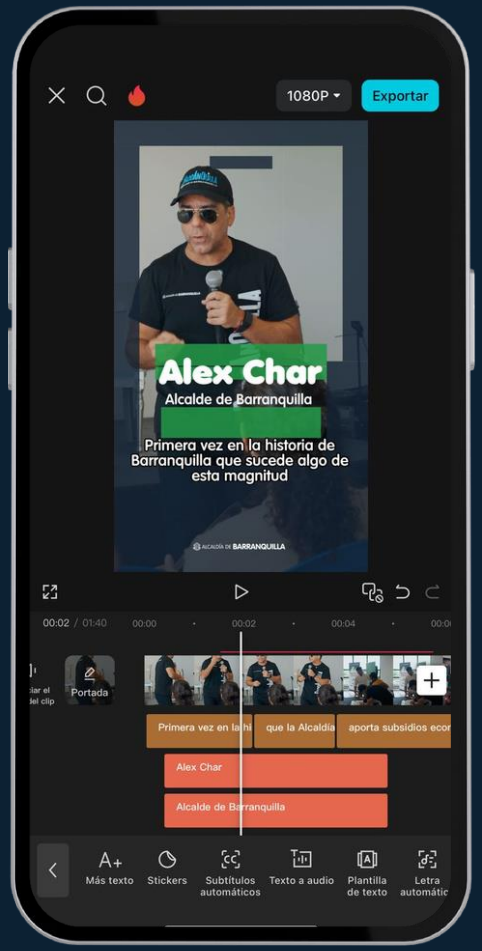
Subtítulos ..... Aa ..... Cargos

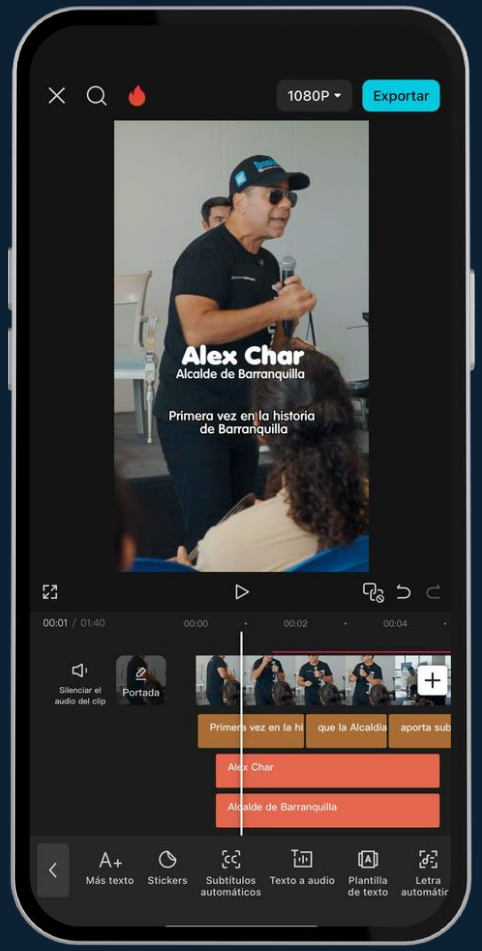
Volkswagen Bold

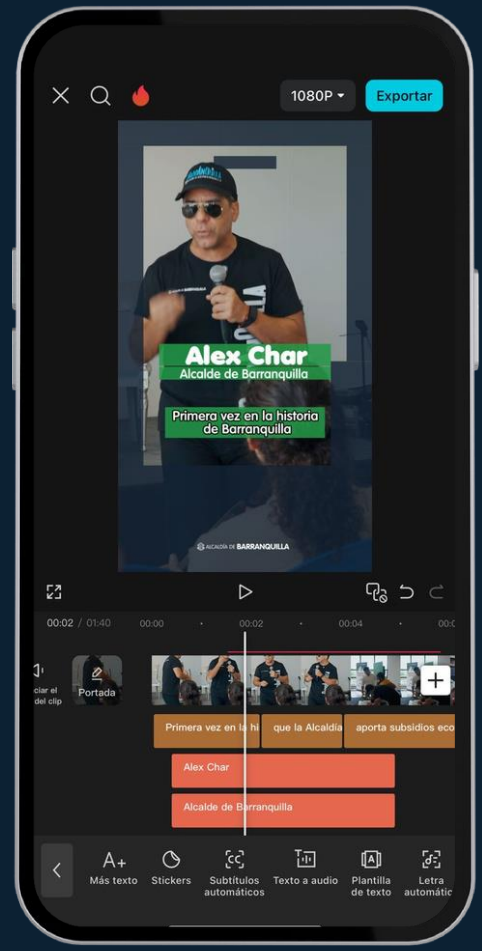
Fuente principal

Subtítulos


1080P
Exportar
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Primera vez en la historia de Barranquilla que sucede algo de esta magnitud
Silenciar el audio del clip
Portada
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Más texto
Stickers
Subtítulos automáticos
Texto a audio
Plantilla de texto
Letra automátic


1080P
Exportar
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Primera vez en la historia de Barranquilla que sucede algo de esta magnitud
Portada
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Más texto
Stickers
Subtítulos automáticos
Texto a audio
Plantilla de texto
Letra automátic


1080P
Exportar
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Primera vez en la historia de Barranquilla
Silenciar el audio del clip
Portada
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Más texto
Stickers
Subtítulos automáticos
Texto a audio
Plantilla de texto
Letra automátic


1080P
Exportar
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Primera vez en la historia de Barranquilla
Portada
Alex Char
Alcalde de Barranquilla
Más texto
Stickers
Subtítulos automáticos
Texto a audio
Plantilla de texto
Letra automátic



Subtítulos

Detalles - Capcut

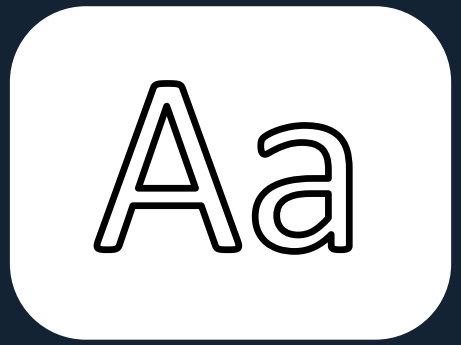
Tipografía: Volkswagen Bold

Tamaño: 9

Trazo: 32

Importante: Máximo dos renglones.

Color



Blanco con trazo negro:

Voces institucionales.

Voz principal.

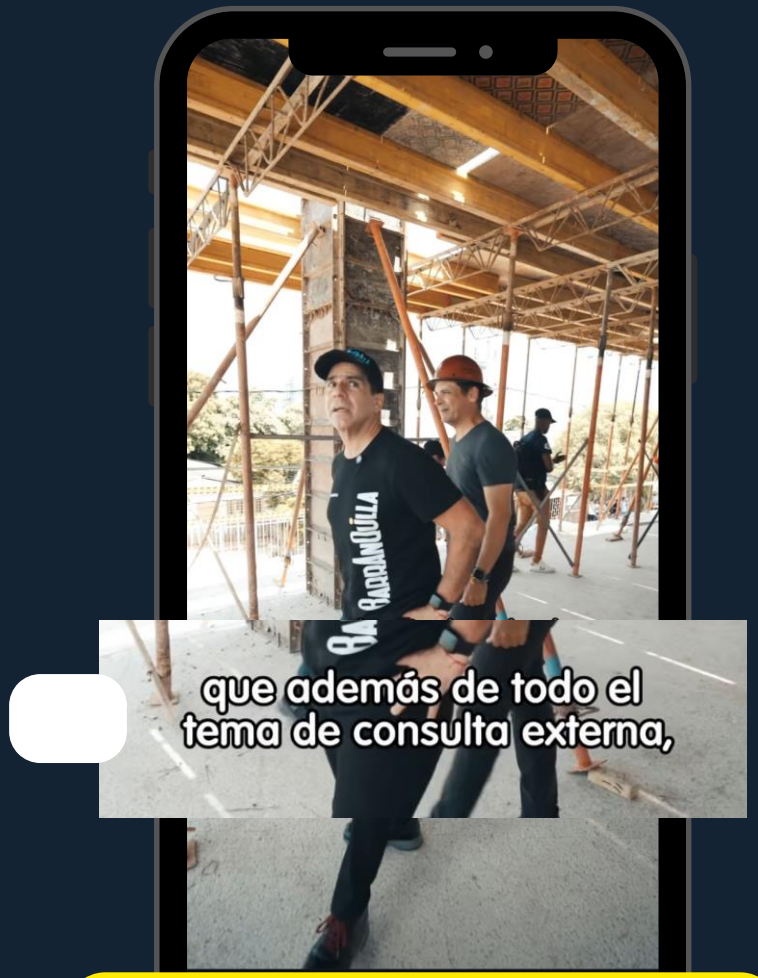


Amarillo con trazo negro:

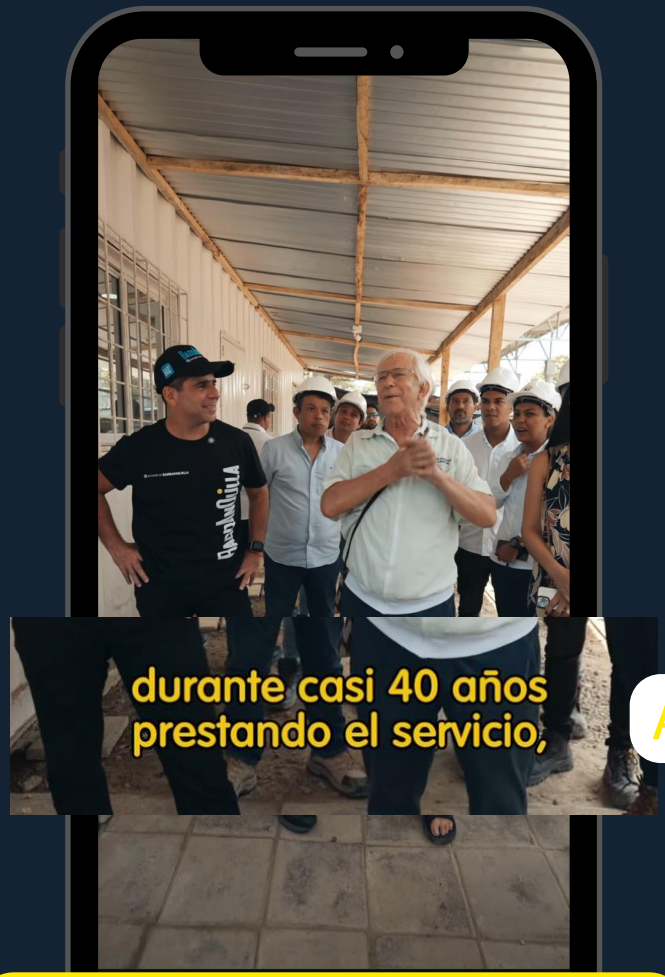
Voces adicionales.

Voces externas.

Ejemplo

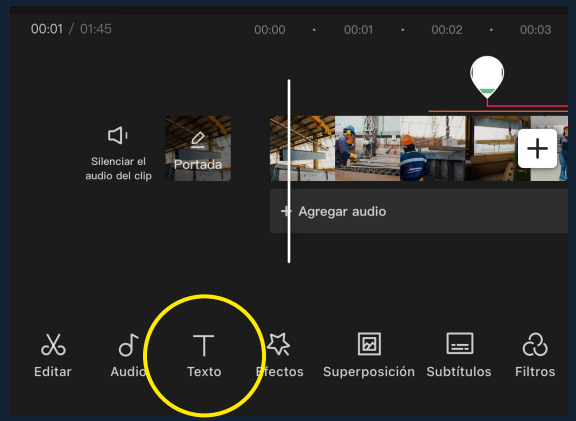


Voz institucional



Voz externa

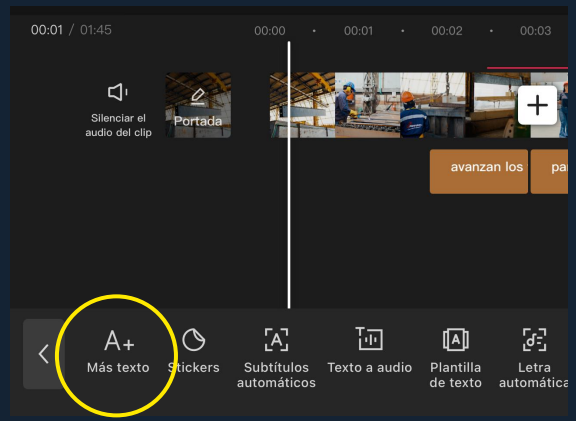
¿Cómo cambiar el color?



1

Texto

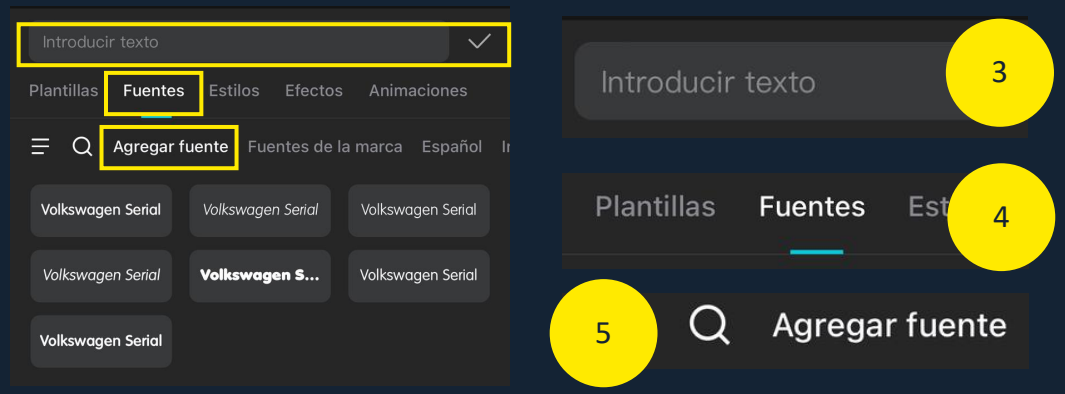
Para cambiar el color de los subtítulos, se abre en CapCut la herramienta ´**Texto**´.



2

Más texto

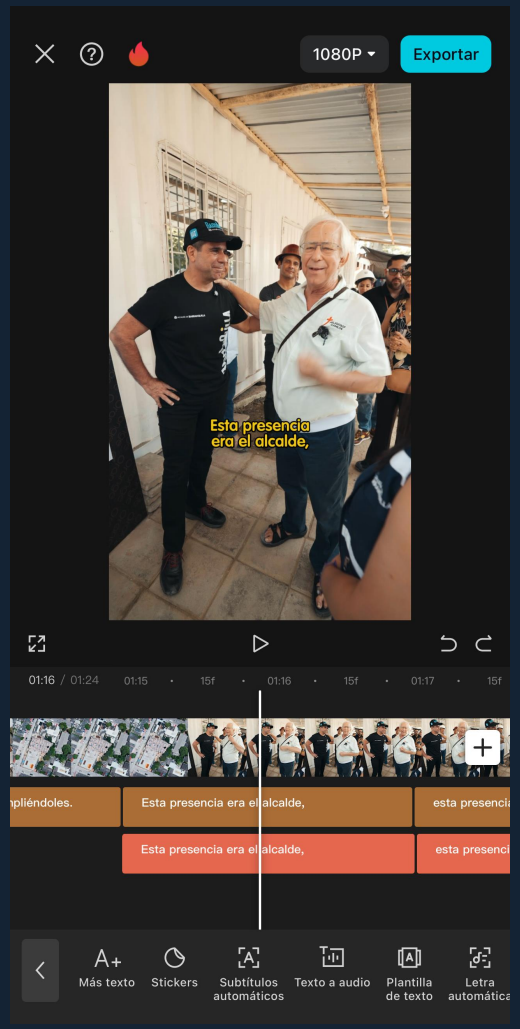
Luego, ´**Más texto**´

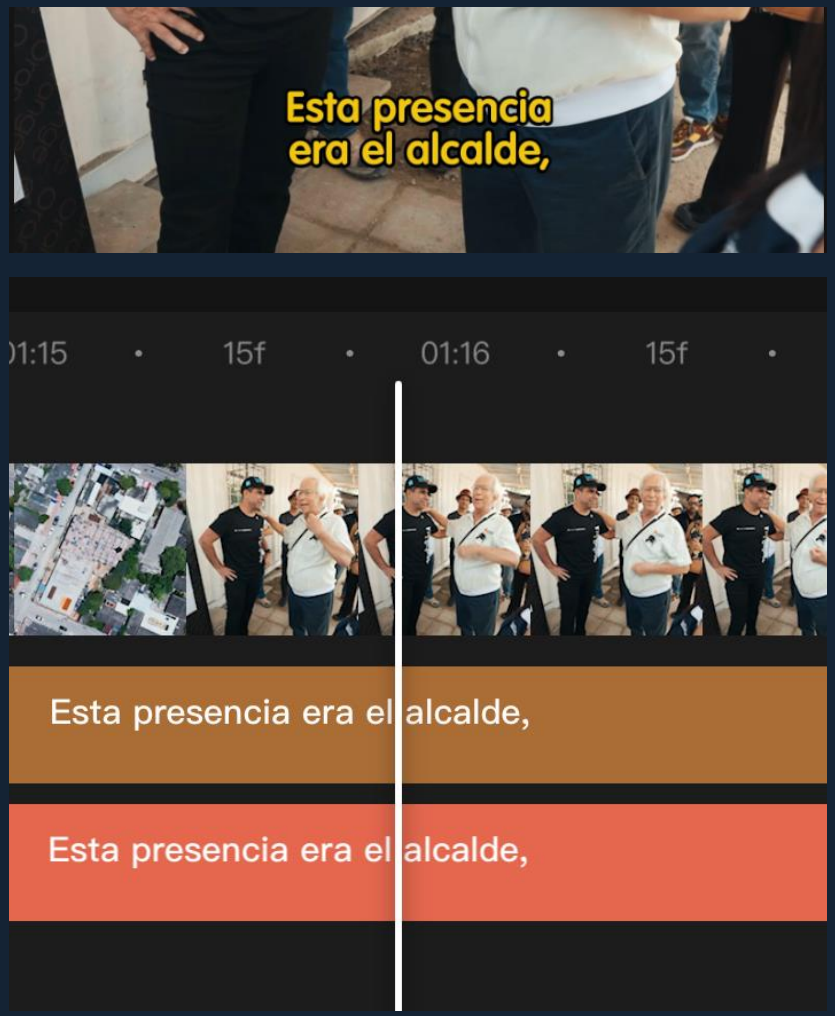


Luego se **ingresa el texto** y, una vez que se haga, ir a la pestaña ´**Fuentes**´, en ´**Agregar fuente**´ y escoger: ´**Volkswagen Bold**´



Ir a la pestaña ´**Estilos**´, escoger la primera opción de **letra blanca con trazo negro** y luego escoger el color **amarillo.**





Luego, extender la barra de texto que se acaba de agregar y se va cortando para sincronizar. Por último, copiar y pegar.

Cargos

Nombre Apellido
Cargo

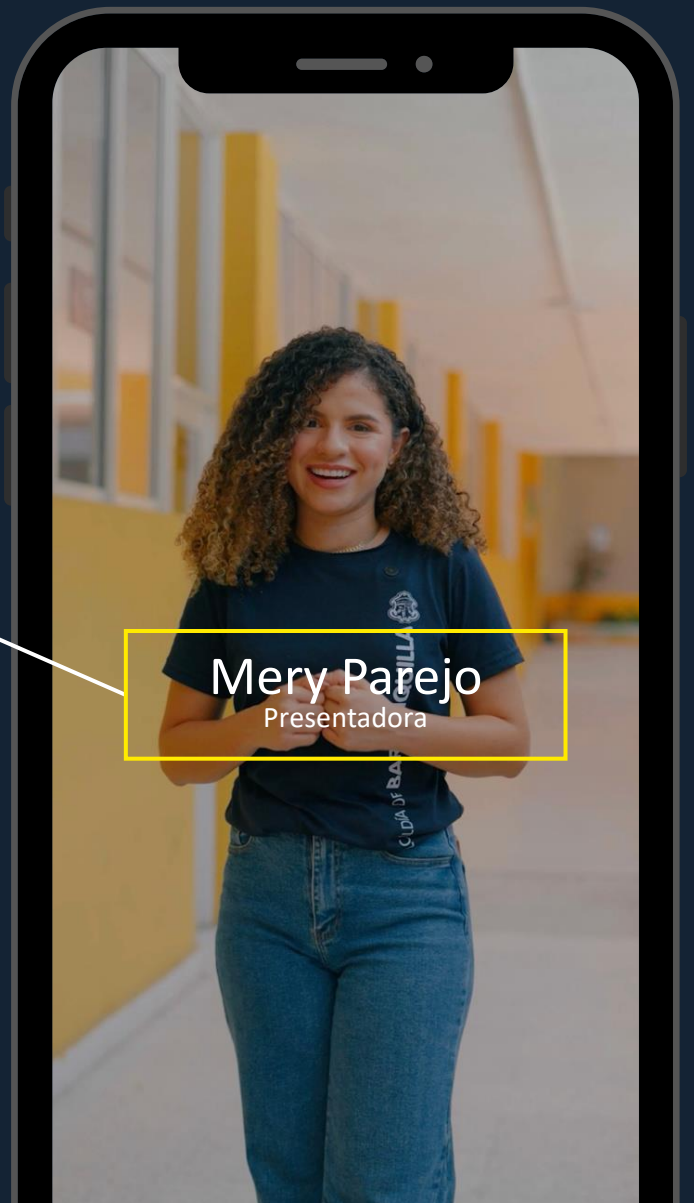
Márgenes:

Nombre ..... **Dina Luz Pardo**

Cargo ..... Jefe de Oficina de Servicios Públicos

Heavy ..... **Nelson Patrón**

Bold ..... Secretario de Gobierno



Nombre ..... Angelo Cianci
Cargo ..... Secretario de Control Urbano y Espacio Público

Nombre ..... Madelaine Certain
Cargo ..... Gerente de Proyectos Especiales

Nombre ..... Eucaris Navarro
Cargo ..... Secretaria de Tránsito y Seguridad Vial

Nombre ..... Angelo Cianci Díaz
Cargo ..... Secretario de Control Urbano y Espacio Público

Nombre ..... Angelo Cianci Díaz
Cargo ..... Secretario de Control Urbano y Espacio Público

Nombre ..... Angelo Cianci Díaz
Cargo ..... Secretario de Control Urbano y Espacio Público

Heavy ..... Yesid Turbay
Bold ..... Jefe de Oficina para la Seguridad y Convivencia Ciudadana

¿Cómo utilizarlas?

Subtítulos voz ambiente ..

Aa

Volkswagen Medium Italic

Fuente especial

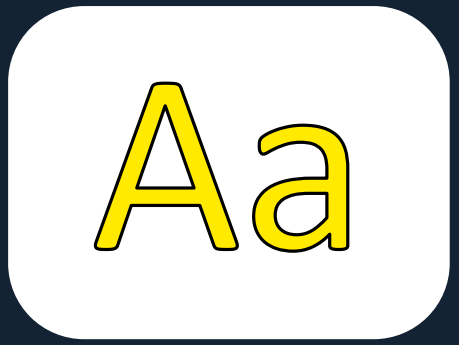


Detalles - Capcut

Tipografía: Volkswagen Medium Italic

Tamaño: 9

Trazo: 32

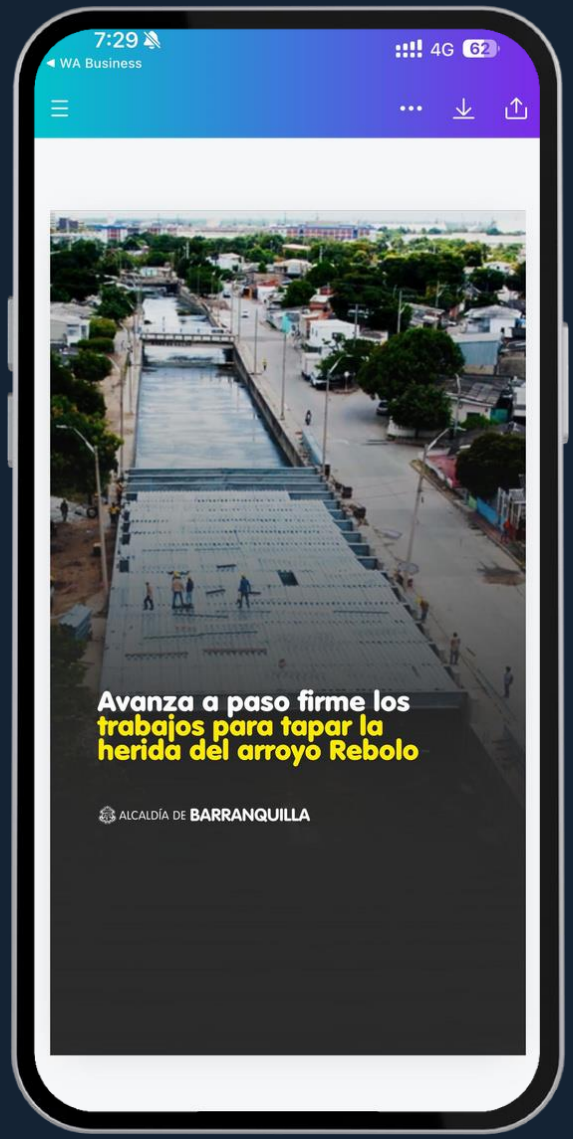


Amarillo con trazo negro:
Voces adicionales del ambiente que se quieran resaltar.

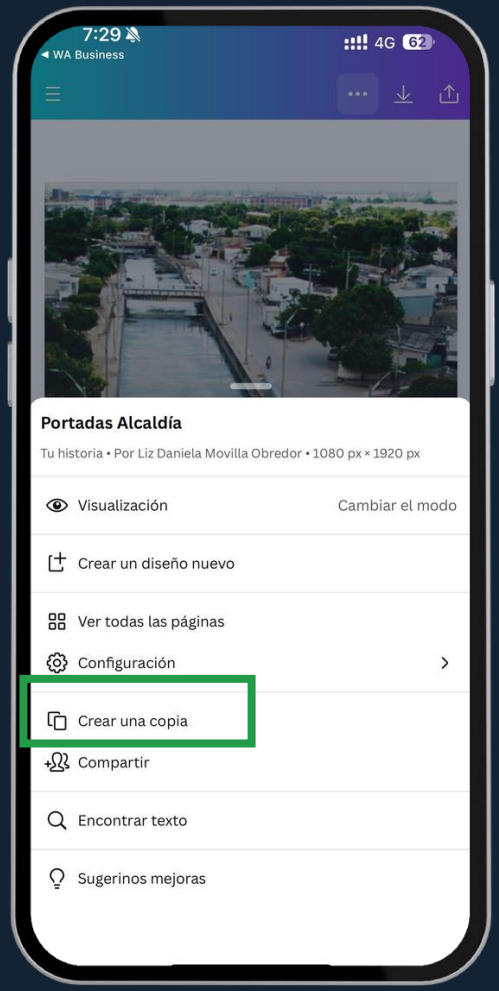
Portadas

Formato de portadas

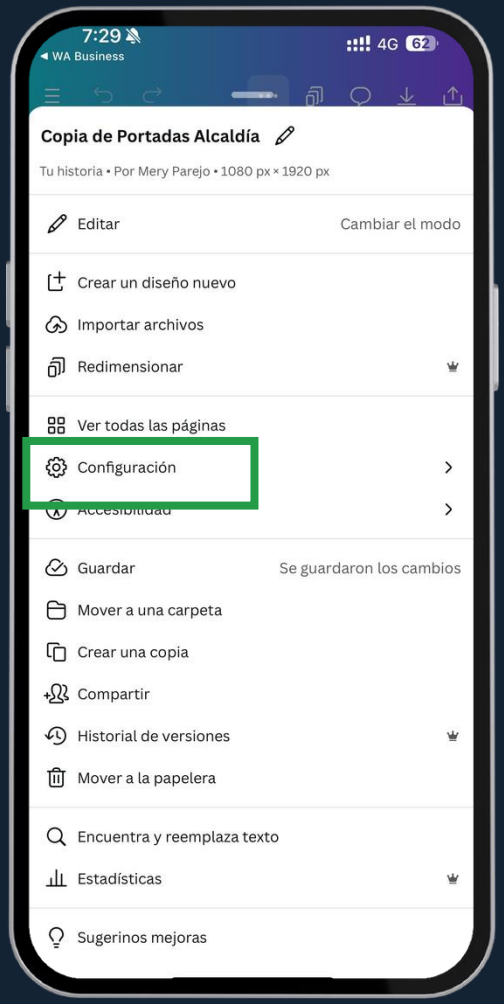
Ver modelo aquí

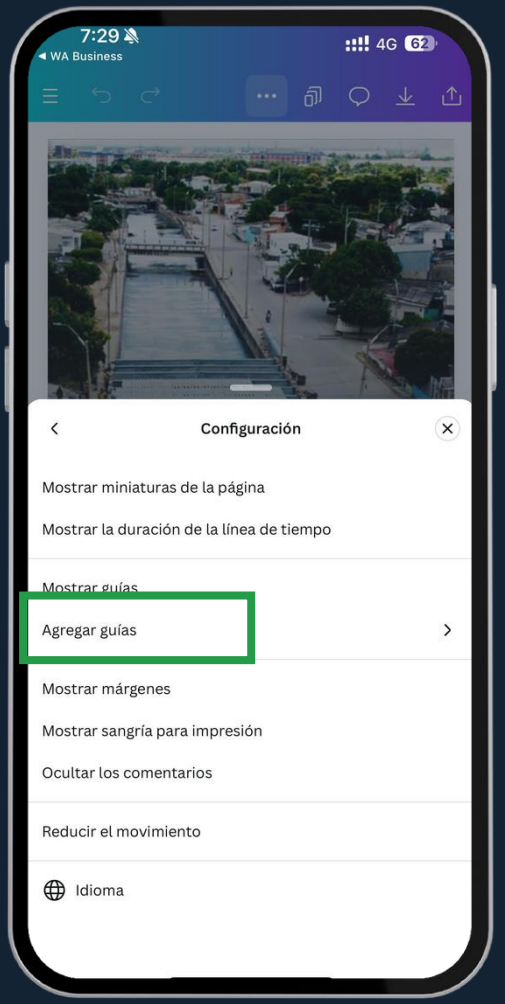


Hacer una copia y agregar guías









Asegurar que la foto quede dentro del cuadrado





No mover el logo ni cambiar la tipografía, solo reemplazar.





Contenidos

Datos importantes



Tener en cuenta estos aspectos a hora de publicar:

- Si el contenido es una pieza con solo texto o imágenes, agregar voz en off para un contenido incluyente.
- Si el evento va dirigido a todo público, no olvidar incluir intérprete de lengua de señas al contenido.
- Evitar utilizar musicalización inapropiada o con derechos de autor



Recursos Necesarios

- Manual Digital del Gobierno de Colombia
- Manual de Identidad Visual de la Alcaldía de Barranquilla

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL (MIV)

Aspectos para tener muy en cuenta

El 5 de enero de 2024, la presidencia de la República sancionó la Ley 2345 del 30 de diciembre de 2023, también conocida como "Chao Marcas de Gobierno". Con la entrada en vigor de esta norma, se pretende lograr tres objetivos básicos: fijar los parámetros de los manuales de identidad visual (MIV) como instrumento para unificar el manejo de la imagen de las entidades del Estado; prohibir las marcas de gobierno, pues el legislador asumió que con su uso se pierde o desdibuja la identidad Institucional; y emitir disposiciones complementarias relacionadas con la austeridad en el uso y gasto de la publicidad de los entes estatales.

El manual no solo incluye las disposiciones de marca, sino también se adoptan las cuentas autorizadas para el ejercicio de la vocería institucional “con el fin de informar a la ciudadanía acerca del ejercicio de las funciones públicas de la entidad estatal a través de las redes sociales o los distintos medios de comunicación. Las cuentas o identidades de la vocería le pertenecerán a la entidad estatal y bajo ningún concepto podrán conservarlas las personas que fungieron como servidores públicos una vez hayan dejado el cargo. La devolución de las cuentas de vocería deberá hacerse explícita en el informe de gestión.

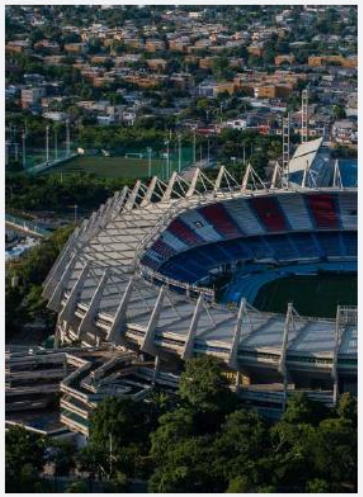
A continuación, las disposiciones que sobre RRSS quedaron plasmadas en el MIV.

1.5. Estilo visual

1.5.1. Estilo visual

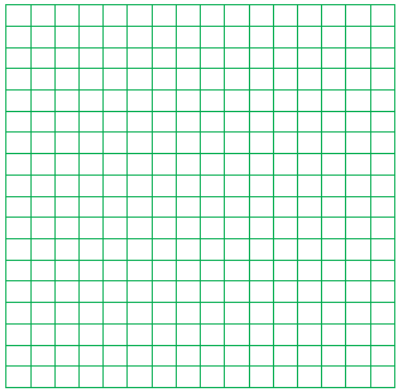




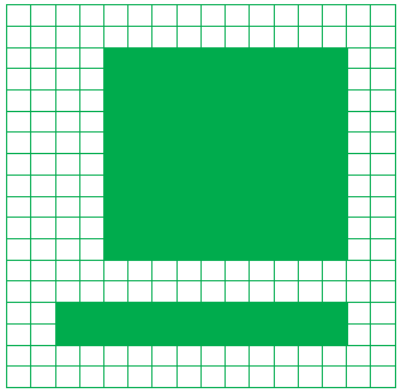


1.5.2. Retícula 1:1

RETÍCULA



UBICACIÓN DE ELEMENTOS EN EL ESPACIO

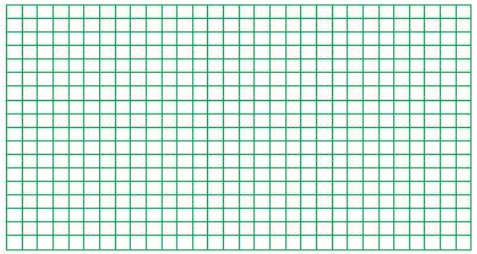


COMPOSICIÓN GRÁFICA

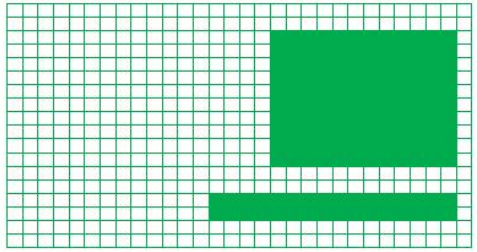


1.5.2. Retícula 4:3

RETÍCULA



UBICACIÓN DE ELEMENTOS EN EL ESPACIO

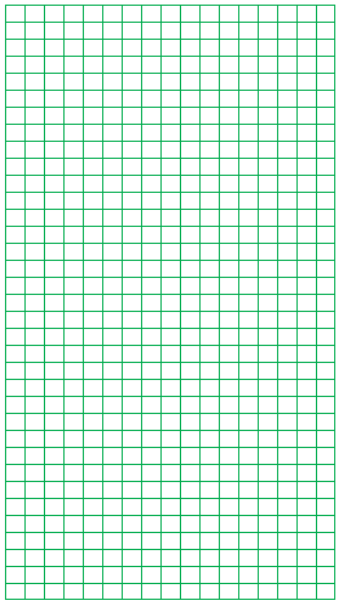


COMPOSICIÓN GRÁFICA

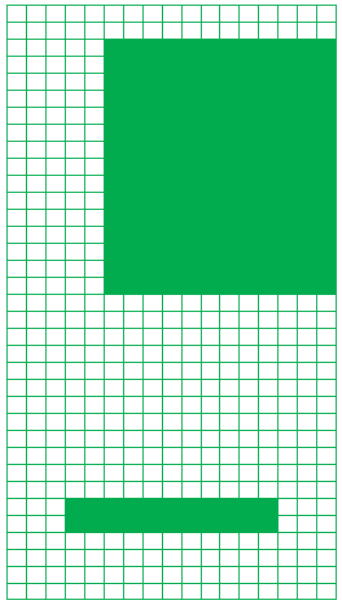


1.5.2. Retícula 9:16

RETÍCULA



UBICACIÓN DE ELEMENTOS EN EL ESPACIO

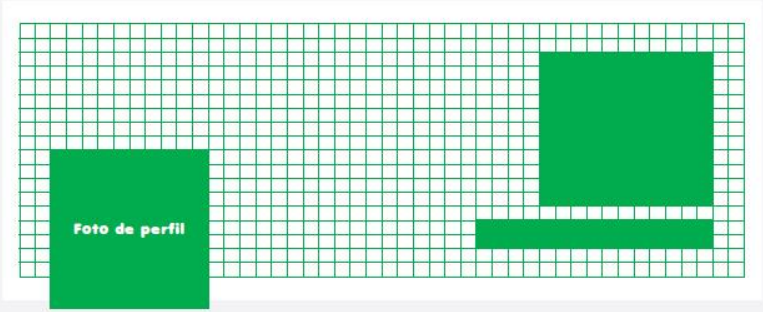


COMPOSICIÓN GRÁFICA

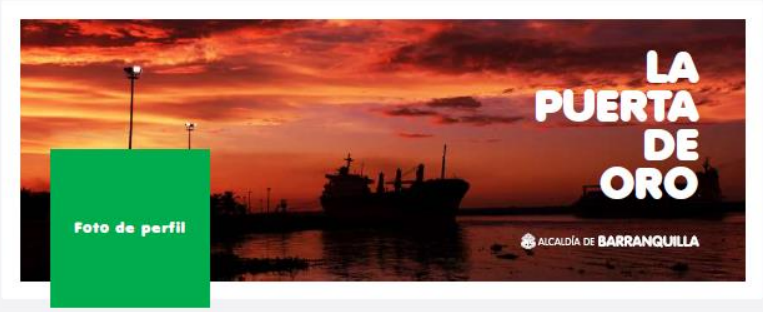


1.5.2. Retícula para portadas digitales

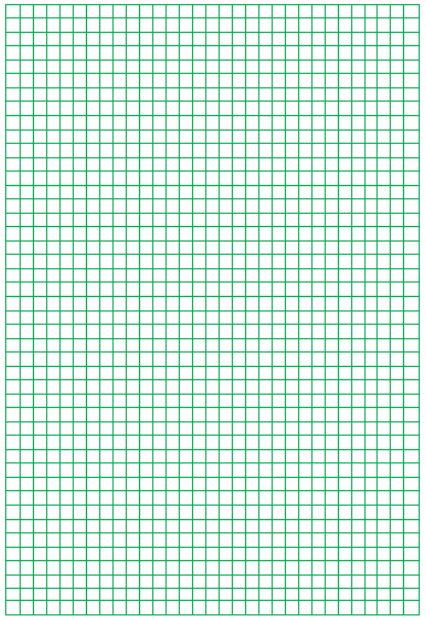
RETÍCULA



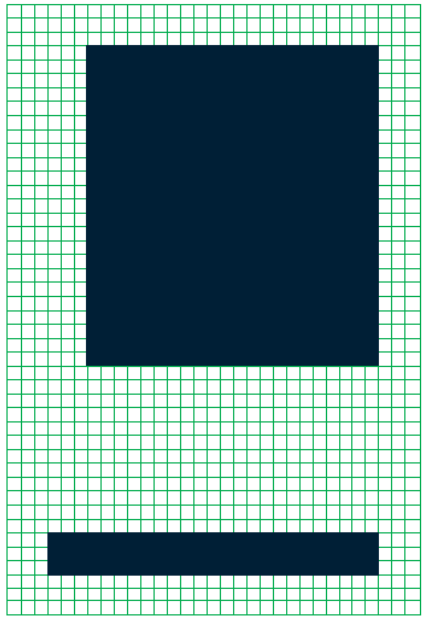
COMPOSICIÓN GRÁFICA



RETÍCULA



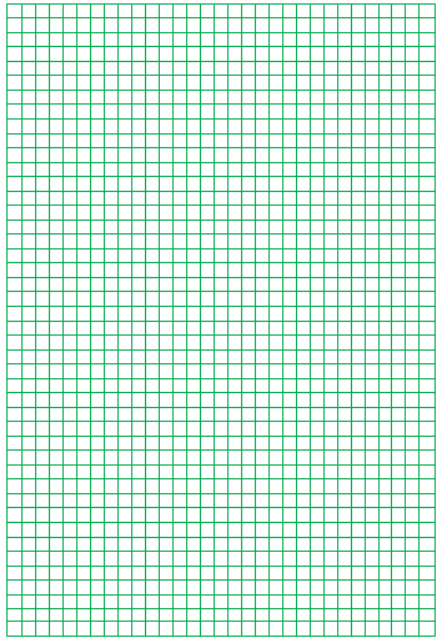
UBICACIÓN DE ELEMENTOS EN EL ESPACIO



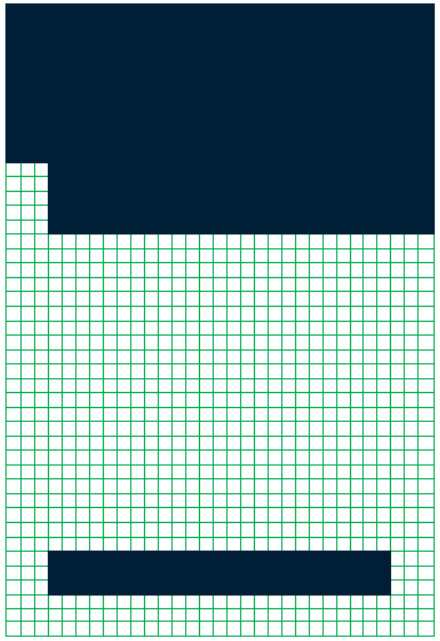
COMPOSICIÓN GRÁFICA



RETÍCULA



UBICACIÓN DE ELEMENTOS EN EL ESPACIO



COMPOSICIÓN GRÁFICA



1.5.3. Ubicación de elementos en el espacio

POST
REDES SOCIALES



HISTORIAS
REDES SOCIALES



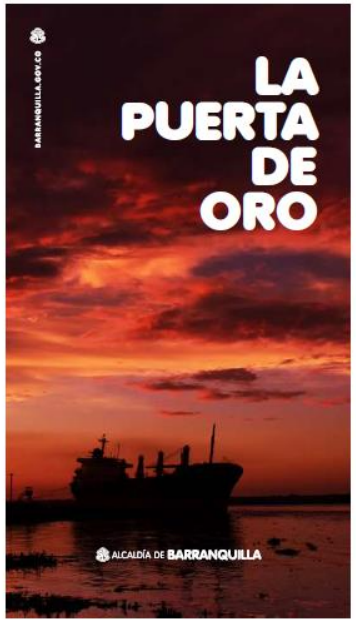
1.5.4. Composición gráfica 1:1

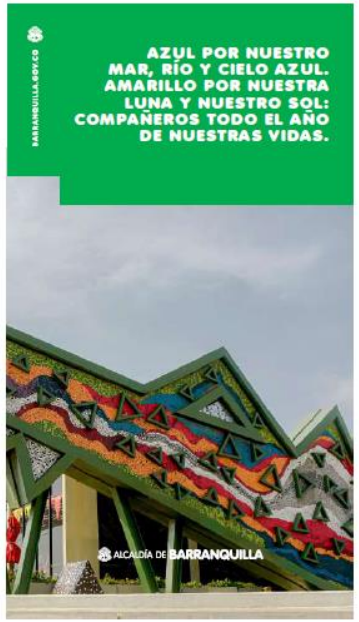


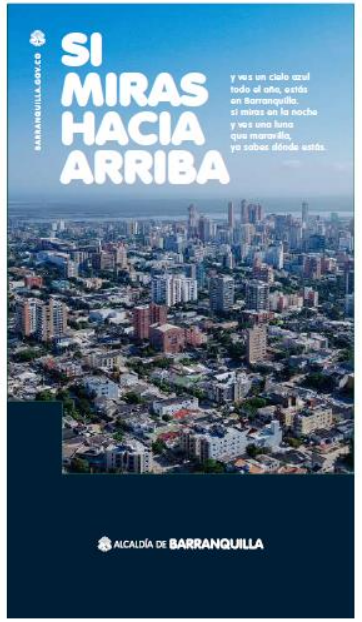




1.5.4. Composición gráfica 9:16







1.5.4. Composición gráfica 4:3





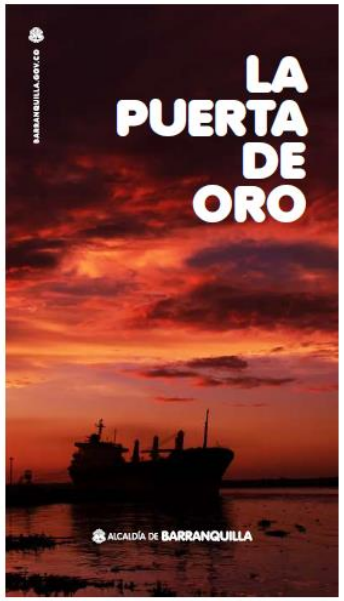
2.1.2. Estilo post redes sociales



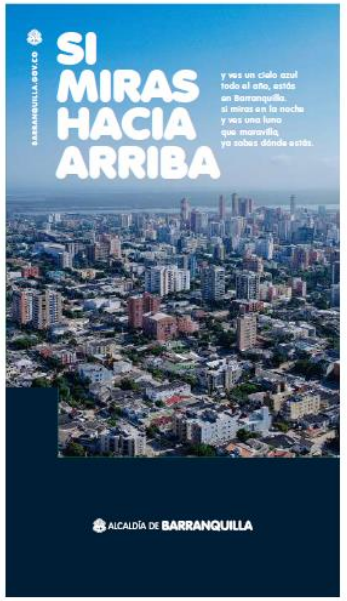




2.1.3. Estilo historia redes sociales

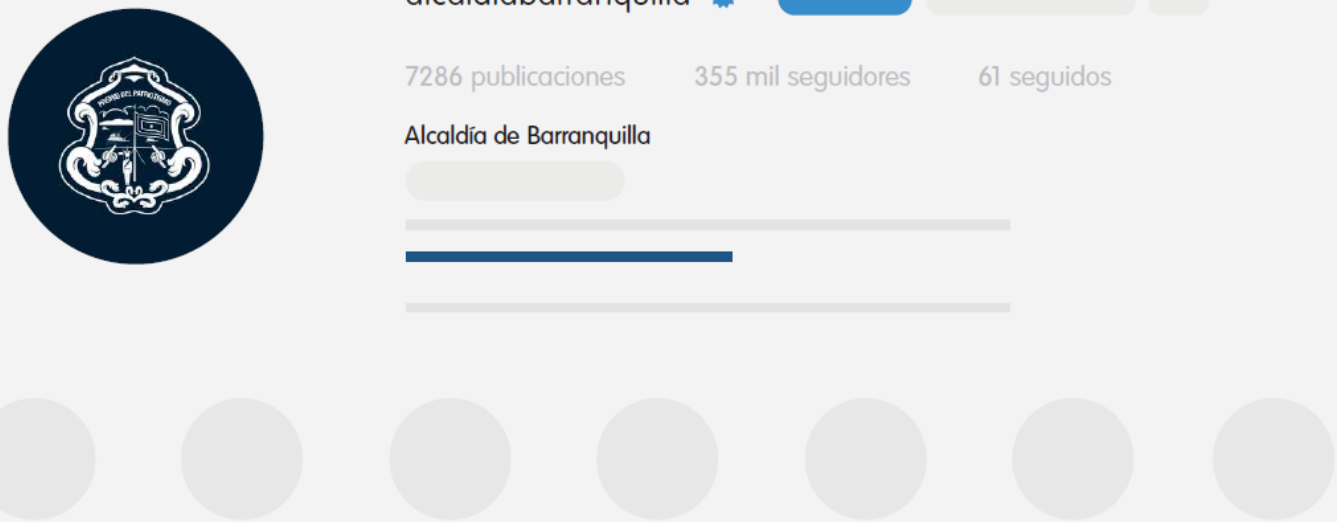




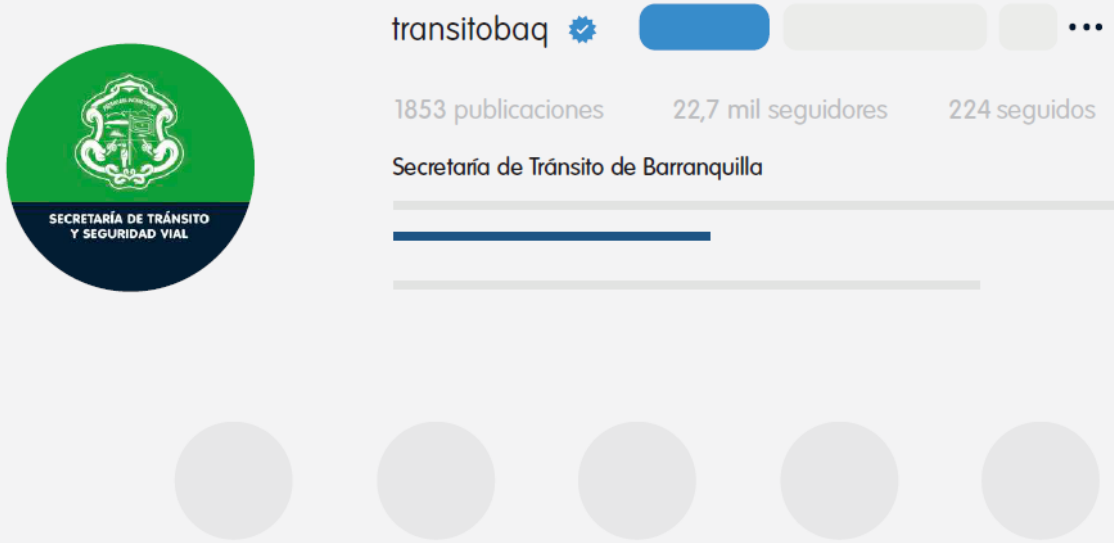


2.1.5. Avatares para RRSS

2.1.5.1 Cuenta principal



2.1.5. Avatares para RRSS
2.1.5.2 Cuentas dependencias



2.1.7. Pieza básica de invitación digital - Ecard





5. Vocerías

El artículo séptimo de la Ley 2345 de 2023 dispuso que las entidades estatales adoptarán dentro del MIV las cuentas autorizadas para el ejercicio de Vocería Institucional. En cumplimiento de lo anterior, en el presente numeral se precisan las únicas cuentas que podrán ser utilizadas por las distintas instancias de gobierno distrital, secretarías, gerencias, oficinas y dependencias del Distrito.

5.1. Vocerías Digitales

5.1.1. Alcaldía Distrital de Barranquilla

X: https://twitter.com/alcaldiabquilla

Instagram: https://www.instagram.com/alcaldiabarranquilla/

Facebook: https://www.facebook.com/alcaldiabquilla/

TikTok: https://www.tiktok.com/@alcaldiabquilla

YouTube:

https://www.youtube.com/channel/@alcaldiabarranquilla

5.1.2. Dependencias y entidades descentralizadas

DEPENDENCIA	RED	USUARIO
Secretaría de Cultura y Patrimonio	X	https://twitter.com/secculturabaq
	Instagram	https://instagram.com/barranquillacpt
	Facebook	https://www.facebook.com/barranquillacpt
	Youtube	https://youtube.com/@Barranquillacpt
Secretaría de Control Urbano y Espacio Público	X	https://twitter.com/ControlUrbanoBq
	Instagram	https://www.instagram.com/espaciopublicobaq/
Secretaría de Desarrollo Económico	X	https://twitter.com/DesEconomicoBAQT
	Instagram	https://www.instagram.com/deseconomicobaq/
	Facebook	https://web.facebook.com/DesEconomicoBAQ
Gerencia de Desarrollo Social	Instagram	https://www.instagram.com/gerenciasocialbaq/
	X	https://x.com/gdsocialbaq?s=21
Secretaría de Educación	X	www.twitter.com/seceducacionbaq
	Instagram	https://instagram.com/sed_barranquilla
	Facebook	https://www.facebook.com/SecEducacionBAQ
	TikTok	www.tiktok.com/@sedbarranquilla
	Youtube	https://www.youtube.com/@secretariadeeducaciondebar1542
Secretaría de Gestión Social	X	https://twitter.com/gsocialbaq
	Instagram	https://www.instagram.com/gestionsocialbaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/baqgestionsocial

DEPENDENCIA	RED	USUARIO
Secretaría de Gobierno	X	https://twitter.com/SecGobiernoBaq
	Instagram	https://www.instagram.com/secgobiernobaq/
Secretaría de Planeación	X	https://twitter.com/planeacionbaq
	Instagram	https://www.instagram.com/planeacionbaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/BaqPlaneacion
Oficina de Servicios Públicos	Facebook	https://www.facebook.com/profile.php?id=61556372241153
	Instagram	https://www.instagram.com/osp_baq/
Secretaría Distrital de Salud	X	https://twitter.com/SecSaludBAQ
	Instagram	https://www.instagram.com/secsaludbaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/SecSaludBAQ
Secretaría de Recreación y Deportes	X	https://twitter.com/SecdeportesBAQ
	Instagram	https://www.instagram.com/secdeportesbaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/profile.php?id=100030702716853
Secretaría de Tránsito y Seguridad Vial	X	https://twitter.com/TransitoBaq
	Instagram	https://www.instagram.com/transitobaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/profile.php?id=100065146477642
Oficina de Gestión del Riesgo	Instagram	https://www.instagram.com/gestiondelriesgobaq/

DEPENDENCIA	RED	USUARIO
Oficina de la Mujer, Equidad y Género	X	https://twitter.com/OficinaMujerBAQ
	Instagram	https://www.instagram.com/oficinamujerbaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/OficinaMujerBAQ
Oficina de Cultura Ciudadana	X	https://twitter.com/ciudadano_baq
	Instagram	https://www.instagram.com/culturaciudadanabaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/CulturaCiudadanaBQ
Oficina para la Seguridad y Convivencia Ciudadana	X	https://twitter.com/OfSeguridadBaq
	Instagram	https://www.instagram.com/ofseguridadbaq/
	TikTok	https://www.tiktok.com/@ofseguridadbaq
	Facebook	https://www.facebook.com/ofseguridadbaq
Oficina de Participación Ciudadana	X	https://twitter.com/ParticipaBaq
	Instagram	https://www.instagram.com/participabaq/
	Facebook	https://www.facebook.com/participabaq
Gerencia de Ciudad	X	https://twitter.com/GerenciaBAQt
	Instagram	https://www.instagram.com/gerenciabaq/
Gerencia de Gestión Catastral	Instagram	https://www.instagram.com/catastrobaq?igsh=MWVlNWV4bnBuOHdmaw==

DEPENDENCIA	RED	USUARIO
Gerencia TIC	Instagram	https://www.instagram.com/gerenciaticbaq?igshdzIwaHJjdGtqNnM2
	X	https://x.com/gerenciaticbaq?s=21
Oficina de Turismo	Instagram	https://www.instagram.com/destinobaq?igsh=MTE2NXRoMmZxM21rMQ==
	X	https://twitter.com/DestinoBaq
	Facebook	https://www.facebook.com/DestinoBarranquilla

Puede consultarse la versión completa del Manual de Identidad Visual de la Alcaldía de Barranquilla en: https://www.barranquilla.gov.co/?dlm_download_category=documentos-institucionales

ALCALDÍA DE **BARRANQUILLA**

VALOR SERVICIOS PRESTADOS Y PORCENTAJE DE AVANCE EN LA GESTIÓN CONTRACTUAL CORTE SEPTIEMBRE 30 DE 2024

SERVICIOS	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Avances en elaboración del Manual de manejo de las Redes Sociales en el Distrito de Barranquilla, acorde a las directrices del Gobierno en Línea, las necesidades de interacción de las diversas dependencias y las características del entorno político y social.	Manual	0.5	$ 34,999,999.94	$ 17,499,999.97
Desarrollo de la estrategia digital distrital, implementada para divulgar los avances de la gestión y los proyectos del distrito.	Mes	0	$ 100,000,000.00	$ 0.00
Definición, asignación, gestión, seguimiento y control de publicidad en internet y redes sociales.	Mes	0	$ 25,000,000.00	$ 0.00
Monitoreo permanente de estrategias y la conversación pública digital (social listening): analítica web, análisis de métricas y benchmark, tendencias, análisis de audiencias, coordenadas de humor social, radiografías de búsquedas, comparativos de popularidad, tracking digital y evaluación de impacto digital.	Mes	0	$ 9,222,689.00	$ 0.00
Subtotal				$ 17,499,999.97
IVA				$ 3,324,999.99
Total con IVA				$ 20,824,999.96

		UNIDADES								
SERVICIOS	UNIDAD	PRESUPUESTADAS	AVANCE INFO 1	AVANCE INFO 2	AVANCE INFO 3	AVANCE INFO 4	AVANCE INFO5	AVANCE INFO6	AVANCE TOTAL	% AVANCE TOTAL
Avances en elaboración del Manual de manejo de las Redes Sociales en el Distrito de Barranquilla, acorde a las directrices del Gobierno en Línea, las necesidades de interacción de las diversas dependencias y las características del entorno político y social.	Manual	1	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	1.0	100.0%
Desarrollo de la estrategia digital distrital, implementada para divulgar los avances de la gestión y los proyectos del distrito.	Mes	6	1	2	1	1	1	0	6	100.0%
Definición, asignación, gestión, seguimiento y control de publicidad en internet y redes sociales.	Mes	6	1	2	1	1	1	0	6	100.0%
Monitoreo permanente de estrategias y la conversación pública digital (social listening): analítica web, análisis de métricas y benchmark, tendencias, análisis de audiencias, coordenadas de humor social, radiografías de búsquedas, comparativos de popularidad, tracking digital y evaluación de impacto digital.	Mes	6	1	2	1	1	1	0	6	100.0%
									Avance total	100.0%


sinfiaro®
ALCALDÍA DE BARRANQUILLA