



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Manual de Sinergias Digitales del Gobierno de Colombia

Introducción

La sinergia es la metodología con la que la Fuerza de Tarea Digital articula a las entidades del Gobierno Nacional alrededor de la difusión de mensajes estratégicos que permitan informar e incentivar la participación de los ciudadanos con el gobierno a través de los medios digitales. El objetivo es potenciar la información que cada sector desea promover, por medio de la unión y el apoyo de las cuentas en redes sociales creadas por el Gobierno que existen a la fecha. Esta unión ha permitido que la oferta de gobierno y los mensajes de la coyuntura nacional impacten a aproximadamente 30 millones de usuarios.

Las sinergias contienen campañas que cada una de las entidades del Gobierno nacional y territorial desea promocionar y que tienen mensajes de uso e interés para la mayoría de usuarios de las redes sociales de las diversas cuentas del gobierno. El fin último de los temas aprobados para estas sinergias es informar al ciudadano y generar interacción sobre programas, convocatorias, servicios, eventos, entre otras que ofrecen las diferentes entidades.

¿Cómo hacer una sinergia de gobierno?

¿Cómo lograr que mi campaña sea incluida en el envío de sinergias?

La solicitud debe hacerse a través de correo electrónico, especificando:

a. Nombre o HT: La campaña o información para divulgar a través de la sinergia deberá estar nombrada con una palabra clave o el hashtag exacto con el que la entidad desea difundir los mensajes.

Ejemplo:

#InnovaciónTIC

b. Objetivo: La campaña debe traer una breve descripción o contextualización de la información que desea difundir. No debe ser más de un párrafo a manera de lead, con el qué, cómo, cuándo, dónde y por qué de la campaña. De esta forma los equipos digitales podrán conocer de forma clara y concreta de qué se trata y cuál es el objetivo.

Ejemplo:



Ejemplo:

Descripción campaña: comunicar a los profesionales del sector TIC las últimas tendencias tecnológicas, con la motivación de obtener mejoras en los servicios de comunicación y ayudar al desarrollo del manual de usuario de red, con el aporte de la ciudadanía que deberá estar publicado en 90 días.

c. Fechas al aire y horario: para un mayor impacto es necesario informar las fechas en las que la campaña estará vigente (inicio y final). Además, para sinergias relacionadas con eventos, es necesario que se especifique la hora en la que se realizarán las actividades, así todos los equipos digitales podrán estar atentos de hacer el envío en el momento preciso.

Ejemplo: Inicio campaña 8 de mayo de 2018. Fin campaña: 8 de junio. Horarios recomendados: 8:00 a.m. a 11:00 a.m.

d. HT: Recomendamos que, para una mejor articulación, los mensajes tengan palabras clave o el ht que se desea posicionar en todos los mensajes.

Ejemplo: En el mes de la tecnología podemos encontrar [#InnovaciónTIC](#) para usar en nuestros hogares

e. Contenidos: pueden venir adjuntos en el correo o para descargar a través de Wetransfer, drive, Dropbox o cualquier otra herramienta de almacenamiento.



f. Imágenes, piezas gráficos y/o archivos multimedia: estos archivos deben estar en formatos adecuados como .jpg, .png, .gif. Estos productos deben ser revisados previamente por la entidad para confirmar que la información, ortografía y gramática sean las adecuadas. Es fundamental que cada entidad tenga en cuenta a la hora de la revisión que los logos usados sean los correctos, que respondan a los parámetros de uso del manual de marca de gobierno nacional, que estén completos y totalmente visibles (con el tamaño adecuado). Toda campaña que llegue a la Fuerza de Tarea Digital se entiende como aprobada por la oficina de comunicaciones de la entidad, y que está lista para salir al aire.



g. Mensajes: El lenguaje de las redes sociales permite que los mensajes que generemos sean dinámicos y atractivos para los usuarios. Recomendamos que siempre busquen la interacción, haciendo preguntas, poniendo situaciones o buscando que el usuario comente la información que le estamos entregando.

Debido a que el fin último es precisamente la relación con el ciudadano, es de vital importancia que los mensajes tengan el lenguaje, tono, gramática y ortografía adecuados. En el caso de los mensajes para Twitter, deberán ser medidos para corroborar que cabe la información junto con los enlaces e imágenes, si es el caso. Para hacer menciones hay que verificar que la cuenta es la oficial y que está perfectamente escrita. Recomendamos que las parrillas de mensajes estén en un Excel con las columnas Sector (por si sugieren mensajes específicamente para alguna entidad) Mensaje y Pieza (si estos tienen asociada una imagen o pieza, debe ir relacionada con el nombre exacto del archivo).

Parrilla de mensajes #NoMeOlvides		
Entidad	A	B
1	Entidad	Mensajes generales
2	Generales	En 2011 se aprobó la Ley de Víctimas y de Restitución de Tierras para garantizar la dignificación y reparación moral y material de las víctimas. #NoMeOlvides
3	Generales	Por primera vez las víctimas de violencia sexual en Colombia son tenidas en cuenta por el Estado. Hoy más de 7 mil han sido reparadas. #NoMeOlvides
4	Generales	La construcción de paz permite que las historias de miles de víctimas, antes ocultas por el conflicto, salgan a la luz. El compromiso con su reparación es un asunto de todos. #NoMeOlvides
5	Generales	La Ley de Víctimas y Restitución de Tierras de 2011 permite que las víctimas reciban: -Apoyo integral -Capacitaciones -Oportunidades laborales -Restitución -Recursos para reiniciar sus vidas #NoMeOlvides
6	Generales	En 8 años hemos progresado de manera sustancial en la garantía de sus derechos: la política de reparación colombiana es una de las más amplias y completas del mundo. #NoMeOlvides
7	Generales	Gracias a la Ley de Víctimas, aprobada en 2011, el Gobierno logró destinar más recursos humanos y económicos para un objetivo histórico: reparar integralmente a las víctimas en Colombia. #NoMeOlvides
8	Generales	Las víctimas son la base de la construcción de paz. Este Gobierno reconoció sus derechos y ha venido trabajando por su reparación a través de la Ley de Víctimas y de Restitución de Tierras. #NoMeOlvides
9	Generales	Nuestra meta es que más campesinos regresen a sus tierras. En estos 8 años hemos logrado que miles lo hagan y seguimos trabajando por ellos. #NoMeOlvides
10	Generales	Los héroes del @COL_EJERCITO también han trabajado de la mano con las víctimas. Contemos con el apoyo de las @FuerzasMILCol para garantizar la seguridad en el proceso de Restitución de Tierras. #NoMeOlvides
11	Generales	¡La verdad y el perdón son la llave que abre la puerta a una Colombia reconciliada! Hemos trabajado durante 8 años con las víctimas para construir un mejor país. #NoMeOlvides
12	Generales	¡La JEP es una realidad y ya está en funcionamiento! Así garantizamos que las víctimas del conflicto participen en un proceso justo y reciban la reparación que merecen. #NoMeOlvides
13	Generales	Con la coordinación de la @FiscaliaCol hemos acompañado a más de 2.000 familias de personas desaparecidas en el proceso de reconocimiento de sus seres queridos. #NoMeOlvides
14	Generales	La Justicia Especial para la Paz tiene como centro las víctimas, así les garantizamos: - Justicia - Verdad - Reparación - No repetición #NoMeOlvides
15	Generales	No solo reconocemos a las víctimas y sus derechos, también nos aseguramos de brindar herramientas que garanticen justicia y reparación para ellas. #NoMeOlvides
16	Generales	Estos 8 años la abrieron la puerta a la esperanza, a la posibilidad de soñar con un país justo y con más oportunidades para los colombianos golpeados por el conflicto armado. #NoMeOlvides
17	Generales	Trabajamos para que la ley proteja a las víctimas, así hemos alcanzado logros históricos que nos permiten soñar con un mejor futuro para ellas. #NoMeOlvides

h. Enlaces: si los mensajes incluyen link para redireccionar a páginas web u otros sitios, es necesario verificar que el sitio esté funcionando y que el enlace efectivamente redirecciona al sitio deseado. Si el link es muy largo existen herramientas como Bitly o Google url shortener que ayudan a disminuir el tamaño de los enlaces.

Ejemplo:

<https://InnovaciónTIC/campaña/publicaciones/fotos/foto1/Finales>

bitly

<https://bit.ly/1bZksa0>

i. Requerimientos especiales: si hay algún tipo de especificación para la difusión de los mensajes es muy importante que sea señalado en esta solicitud, por ejemplo, qué entidades son clave para la difusión del tema o una hora específica para publicar.

Monitoreo y evaluación de sinergias

Los informes de monitoreo de las sinergias evidencian el seguimiento que la Fuerza de Tarea Digital hace del desempeño e impacto de cada una de las campañas en sinergia realizadas por las entidades de gobierno a través de las redes sociales. Con estos informes es posible saber en qué medida las cuentas de gobierno nacional se unieron a la difusión de cada campaña, cuál fue el impacto de los mensajes, los sectores que más participaron, la cantidad de menciones, participación de la audiencia e incluso el género y profesión de los usuarios que fueron impactados por la campaña.

Recomendaciones para sinergias exitosas

Lenguaje:

Las sinergias exitosas son aquellas que contienen mensajes directos, con el tono y el lenguaje apropiados para los medios digitales, llamativos, creativos y en los que el ciudadano logre

encontrar un beneficio. De esta forma conseguiremos lo más importante para los medios del Gobierno Nacional: generar interacción con los ciudadanos.

Los canales:

Hay múltiples redes sociales para realizar campañas y así mismo cada uno de estos canales tiene un lenguaje que funciona mejor. Las mejores sinergias son aquellas que especifican mensajes diferentes para cada medio.

El público objetivo:

Debido a que las redes sociales se basan en microsegmentación, cada entidad tiene usuarios con intereses muy específicos y que buscan información relacionada con el sector al que siguen en los medios digitales. Esta es la razón por la que es efectivo sugerir mensajes para cada uno de los sectores. Las sinergias que tienen mejores resultados contienen propuestas de mensajes con enfoques distintos, que las diferentes entidades podrían usar sin llevar a sus usuarios a temas opuestos a los que les interesan.

Sin embargo, si estas sugerencias de mensajes específicos por sector no están en la sinergia, es fundamental que los community managers y equipos digitales de cada entidad sean proactivos y transformen los mensajes con un lenguaje adecuado para su público y con el enfoque apropiado para sus seguidores y fans. Las cuentas más destacadas y los CMs con mejor desempeño para la Fuerza de Tarea Digital son aquellos que ofrecen este valor agregado y no se quedan simplemente en copiar y pegar los mensajes sugeridos.

A continuación, se muestran algunos ejemplos de sinergias exitosas, con mensajes directos donde se puede evidenciar el tono y lenguaje apropiados para los medios digitales y que han logrado encontrar una forma más eficiente de comunicarse con sus audiencias:

• MinAgricultura Record Guinness “Mayor entrega de frutas y verduras en 4 horas

El Ministerio de Agricultura realizó una campaña en la que promovía el consumo de frutas y verduras, y aprovechó la oportunidad para lograr que la organización Guinness World Record aceptara el reto de lograr la mayor entrega. La estrategia que usaron tuvo las palabras clave ‘Medicina Deliciosa’ y su objetivo era mostrar información de interés general como disminución en precios de algunas frutas y propiedades de algunos alimentos para prevenir enfermedades y mejorar la salud.



Min. de Agricultura @MinAgricultura 18 de nov.
Aprovechando bajos precios de frutas y verduras, podemos llevar a nuestras despensas una medicina deliciosa #5alDía



Aurelio Iragorri V. @MinIragorri - 17 de nov.
100 días de Gobierno: logramos Record Guinness de mayor entrega de frutas y verduras pic.twitter.com/MilwvFMFAY pic.twitter.com/UXXDZykB2L



MinCultura y Urna de Cristal: #NoMásDiscriminación



Circulo virtuoso de la participación digital ciudadana



+INFORMACIÓN

Equipo Fuerza de Tarea Digital aluzardo@mintic.gov.co mvillegas@mintic.gov.co
3443460 ext 1841