 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTA, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 1 DE 9

MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.

Por responsabilidad ambiental NO imprima este documento.
El Concejo de Bogotá establece como única documentación vigente la ubicada en la carpeta de Planeación SIG de la red interna de la Corporación, la cual entra en vigencia a partir de su aprobación, toda copia de este se considera COPIA NO CONTROLADA.



 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTA, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 2 DE 9

Tabla de Contenido

- 1. Las redes del Concejo de Bogotá D.C.**
- 2. ¿Quién realiza las publicaciones?**
- 3. Protección de datos y seguridad**
- 4. Lenguaje y tono de la comunicación**
- 5. El propósito de las redes sociales**
- 6. Conocer la audiencia**
- 7. Cómo crear una parrilla de contenidos**

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 3 DE 9

1. Las redes del Concejo

Las redes sociales son un espacio donde se establece conversación y relación con la ciudadanía interesada en la gestión de la entidad, por tanto, los principales criterios de publicación a observar es que la información compartida sea relevante y útil para la audiencia y se relacione de manera directa o indirecta con la labor del Concejo de Bogotá.

Se presentan a continuación lineamientos a tener en cuenta en la publicación de contenidos y gestión de las Redes Sociales a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC), que a saber corresponden a:

- Página de Facebook: @ConcejoDeBogota
- Perfil de Instagram: @concejodebogota
- Perfil de Twitter: @ConcejoDeBogota
- YouTube: El Concejo de Bogotá en TV


Teniendo en cuenta el carácter diverso del contenido compartido proponemos extender a los diferentes formatos los siguientes lineamientos para la gestión de contenidos y respuesta en las Redes Sociales del Concejo de Bogotá.

2. ¿Quién realiza las publicaciones?

La publicación de contenidos en las redes sociales, gestionadas desde la Oficina Asesora de Comunicaciones del Concejo de Bogotá, estará a cargo de los profesionales que para este fin sean autorizados por el funcionario que ejerza la jefatura de la Oficina. Este directivo será el encargado de otorgar las claves y autorizar los accesos pertinentes para el cumplimiento de la tarea, previa entrega de manera oficial a través de memorando, donde se informará la responsabilidad y qué alcance tendrá en la cuenta que administra.

Por responsabilidad ambiental NO imprima este documento.

El Concejo de Bogotá establece como única documentación vigente la ubicada en la carpeta de Planeación SIG de la red interna de la Corporación, la cual entra en vigencia a partir de su aprobación, toda copia de este se considera COPIA NO CONTROLADA.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 4 DE 9

Los perfiles asociados al Concejo de Bogotá D.C. cuya gestión no esté a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones, como son el canal de YouTube Concejo de Bogotá Sesiones, la línea de WhatsApp de Atención al ciudadano, deberán observar también los lineamientos de lenguaje y tono de la comunicación que se proponen en este documento.

3. Protección de datos y seguridad

Los funcionarios a cargo de la gestión de todos los perfiles digitales del Concejo de Bogotá deben guardar estricta confidencialidad sobre las contraseñas y datos de acceso a estas redes oficiales.


Los jefes de las dependencias involucradas son los únicos facultados para otorgar los datos de acceso a los funcionarios autorizados y tienen la discrecionalidad de hacerlo de acuerdo con la demanda de la gestión.

Por seguridad, la OAC recomienda cambiar las contraseñas de acceso a las redes sociales que se tengan a cargo, cada tres meses.

4. Lenguaje y tono de la comunicación

El Concejo de Bogotá D.C. mantiene un tono informal en las publicaciones que se manejan desde sus redes sociales, con el objetivo de sostener una comunicación cercana con la ciudadanía. Nos dirigimos a la audiencia en segunda persona familiar (tú) y desde la voz de la primera persona institucional (“nuestros concejales”, “nuestra Corporación”, etc).

En cuanto al lenguaje, este debe ser cercano, claro, evitando al máximo los tecnicismos. Es necesario cuidar la redacción, pues la informalidad del tono no significa descuido en el cumplimiento de las normas ortográficas y gramaticales del idioma.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 5 DE 9

La OAC recibe la solicitud de las áreas, a través de correo electrónico o comunicación oficial, con los datos de la publicación que se desea compartir con la ciudadanía a través de las redes sociales. Antes de realizar la publicación debe revisarse que la información corresponda con la solicitud y que cumpla con las condiciones de corrección ortográfica, gramatical y el tono, arriba descritos, sin afectar la exactitud de los datos.

En caso de inexactitudes en la información publicada, se recomienda rectificar el contenido y proceder a eliminarlo de manera inmediata para evitar confusiones.

Dado que es conocida la naturaleza plural del Concejo de Bogotá D.C., antes de realizar cualquier publicación es necesario revisar su pertinencia, entendiendo que la Corporación no debe tomar parte en debates políticos o de otra índole y mantenerse como un órgano imparcial.

Aunque no es de carácter obligatorio, es recomendable invitar a los funcionarios a apoyar en redes sociales con likes y compartir en sus perfiles propios la información que se publica en las redes sociales de la Corporación, como expresión de su sentido de pertenencia.


Se recomienda identificar las diferentes publicaciones con una etiqueta (# numeral) para facilitar a las audiencias conectar con otra información compartida desde las cuentas oficiales del Concejo de Bogotá D.C.

En el caso de Twitter, cuenta desde la que se da seguimiento a las sesiones, se recomienda que para cada sesión se siga un hilo de publicación que permita contextualizar el debate del día, siguiendo una secuencia tipo crónica y que incluya en lo posible registro fotográfico en cada mensaje enviado.

5. El propósito de las Redes Sociales


En la internet mucho se especula sobre el uso adecuado de las redes sociales y su propósito, sin embargo, se destacan algunas características que involucran la

Por responsabilidad ambiental NO imprima este documento.
El Concejo de Bogotá establece como única documentación vigente la ubicada en la carpeta de Planeación SIG de la red interna de la Corporación, la cual entra en vigencia a partir de su aprobación, toda copia de este se considera COPIA NO CONTROLADA.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 6 DE 9

finalidad del mensaje y el público al cual queremos transmitirlo, por ejemplo, se sugiere para las actuales redes del Concejo:

Red social	Tipo de contenido
	- Los contenidos deben ser de tipo informativo y educativo, pueden publicarse temas de interés general como cifras y resultados.
	- De carácter emocional, deben ser contenidos basados en la cercanía, que generen en el usuario una conexión, son historias contadas con imágenes.
	- Focalizada a la opinión pública, contenidos noticiosos que involucren otros actores como entidades, personajes públicos y líderes de opinión.
	- Más que un repositorio de videos de la Corporación facilita a los visitantes los playlist de temas específicos en los que se puede ampliar la información.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 7 DE 9

6. Conocer la audiencia

Es importante partir de qué tipo de personas siguen los canales oficiales de la Corporación, y cuál contenido es el que despierta interés, no es lo mismo hablar con un público nuevo que con una audiencia interesada por el contenido y los temas que se publican diariamente. Por esto, al crear un contenido es importante tener en cuenta:


- A. ¿Quién es la audiencia?
- B. ¿Cuáles son los intereses de la audiencia?
- C. ¿Por qué deberían seguirnos?
- D. ¿Qué diferencia el actual contenido de nuestras redes con respecto a otras?

Al conocer la audiencia y sus intereses se podrá lograr una comunicación en “doble vía”, lo que se traduce en mayor interacción (Me Gusta, Compartir, Comentario) y además se genera cercanía con los seguidores al responder sus interacciones.

7. Cómo crear una parrilla de contenidos

Las parrillas de contenidos nos permiten organizar los mensajes de la Corporación de manera estratégica para lograr una mayor interacción y *Engagement* “compromiso” de los seguidores. No es adecuado utilizar un mismo mensaje en todas las redes y menos realizarlo de manera simultánea, las parrillas permiten organizar los mensajes según la red y el público objetivo. En la construcción de parrillas se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

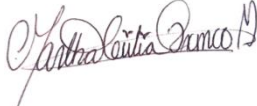


- **Menos es más:** usar textos cortos en las piezas gráficas, si se cuenta con mucha información se puede ampliar en el copy de la publicación o usar recursos como el carrusel para abrir la información en varias piezas.
- **Invitar siempre a la acción:** realizar preguntas, utilizar títulos que despierten la curiosidad en el usuario y pedir la opinión a los lectores.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 8 DE 9


- **Titular para web no para prensa escrita:** Es uno de los aspectos clave en los contenidos digitales. Usar verbos atemporales en presente, ser concreto, directo y evitar el uso de gerundios.
- **El texto debe complementar la imagen:** usar imágenes llamativas y alusivas al mensaje que se quiere transmitir.
- **No olvidar etiquetar:** en las parrillas mencionar cuentas oficiales de personas, instituciones, tendencias y todo lo que permita que el mensaje se multiplique y difunda en las redes sociales.




Estos lineamientos son construidos en aras de orientar y fortalecer las redes sociales oficiales del Concejo de Bogotá D.C., procurando su correcto uso, manejo y salvaguardando la información emitida y aprobada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones del momento.

8. CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Descripción	Fecha
01	Creación del documento Aprobado en Comité Institucional de Gestión y Desempeño sesión virtual del 22 de diciembre del 2021	22-Dic-2021

9. RUTA DE APROBACIÓN		
ELABORÓ O ACTUALIZÓ:	REVISIÓN METODOLOGICA OAP:	APROBÓ:
 MARTHA CECILIA FRANCO GÓMEZ Profesional especializada 222-05 Oficina Asesora de Comunicaciones	 CAMILO ALFREDO DAJOME NAVARRO OPS-Oficina Asesora de Planeación	 ANDREA RODAS QUICENO Jefe de Oficina 115-03 Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Por responsabilidad ambiental NO imprima este documento.
 El Concejo de Bogotá establece como única documentación vigente la ubicada en la carpeta de Planeación SIG de la red interna de la Corporación, la cual entra en vigencia a partir de su aprobación, toda copia de este se considera COPIA NO CONTROLADA.

 CONCEJO DE BOGOTÁ, D.C.	PROCESO COMUNICACIONES E INFORMACIÓN	CÓDIGO: CMI-MA-003
	MANUAL LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DEL CONCEJO DE BOGOTA, D.C.	VERSIÓN: 01
		VIGENCIA: 22-Dic-2021
		PÁGINA 9 DE 9

 JIMMY M QUINTERO M Auxiliar administrativo 407-11 Oficina Asesora de Comunicaciones		
 OSCAR RICARDO NIÑO Contratista Oficina Asesora de Comunicaciones		
 ANDREA RODAS QUICENO Jefe de Oficina 115-03 Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones		

Por responsabilidad ambiental NO imprima este documento.
El Concejo de Bogotá establece como única documentación vigente la ubicada en la carpeta de Planeación SIG de la red interna de la Corporación, la cual entra en vigencia a partir de su aprobación, toda copia de este se considera COPIA NO CONTROLADA.