

A collection of white dice with various social media icons on their faces, including Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, and others, scattered on a light blue textured background.

# Manual de Administración de Redes sociales Administración Departamental 2016 - 2019

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b> <b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 2 de 14</b>

## 1. OBJETIVO GENERAL

El objetivo del presente Manual, es brindar lineamientos para la correcta administración de las redes sociales de la Administración Departamental del Quindío.

## 2. ALCANCE

Este documento aplica para el manejo de las redes sociales de de la Administración Departamental del Quindío en la vigencia 2016 – 2019.

**Nota:** Los logotipos e imagen institucional se actualizarán de acuerdo a las nuevas administraciones.

## 3. GENERALIDADES

Las redes sociales han propiciado una comunicación más participativa entre las instituciones de la administración pública y la ciudadanía. Con los años se han convertido en canales de difusión paralelos a los medios de comunicación tradicionales, porque facilitan la propagación rápida y eficaz de información institucional. Asimismo son pieza fundamental en el posicionamiento y reconocimiento digital de las entidades.

Conforme a esta realidad la oficina de Comunicaciones de la gobernación del Quindío diseñó el presente instructivo de manejo de redes sociales, con el objetivo de promover un uso adecuado y eficiente de dichas redes, en cada una de las dependencias de la administración seccional.

Las orientaciones aquí expuestas tienen fundamento en la ley de transparencia y la estrategia gobierno digital. Por tanto buscan garantizar que la institución comunique la actividad estatal a los ciudadanos, a través de canales virtuales, propiciando una cultura de transparencia.

Cabe aclarar que las interacciones que se generen por estos medios en ningún momento responderán de manera oficial las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y/o denuncias de la comunidad. Para ello fue dispuesta la ventanilla única virtual en la página web de la entidad: [www.quindio.gov.co](http://www.quindio.gov.co).

### Conversación en redes sociales

Las redes sociales que maneja la gobernación del Quindío vigencia 2016 – 2019 son: Facebook, Twitter y Youtube. Para su administración es indispensable seguir las siguientes pautas:

- Los comentarios hechos por seguidores y público en general se deben responder de manera asertiva, para que nuestra participación sea real y cercana. No se trata de un espacio de imposición de ideas, sino de escucha de conversaciones y participación.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b> <b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 3 de 14</b>

- La interacción en redes sociales permitirá crear una base de datos con temas que llaman la atención de la comunidad, para crear nuevo contenido que responda a las inquietudes de los ciudadanos.
- En caso de escoger la vía de no interacción en las redes sociales de la gobernación del Quindío, se aconseja cerrar las opciones ‘comentar’ o ‘enviar mensajes’ para no generar expectativas de respuesta.
- Si se opta por abrir este canal de conversación (recomendado), se tendrán en cuenta los criterios expuestos a continuación:

### **Moderación de comentarios**

Es necesario establecer mediación en las redes sociales para garantizar la calidad de los comentarios. Por tanto se aceptarán comentarios o interacciones que se caractericen por tener:

- **Pertinencia:** Comentarios que guardan correspondencia con el hilo y la temática de la conversación.
- **Respeto:** Comentarios que están libres de términos ofensivos, lenguaje soez o calumnias.
- **Protección de datos:** Comentarios que no revelen los datos personales de los usuarios de Facebook (dirección, teléfonos, correos electrónicos, etc.). La gobernación del Quindío compartirá el número de PBX 741 77 00 y la respectiva extensión dado el caso.
- **Información sin fines comerciales:** Comentarios que no corresponde a información publicitaria, comercial o spam.

### **Factores a tener en cuenta en la respuesta**

- **Inmediatez:** Se responderá tan pronto como sea posible.
- **Agradecimiento:** Siempre se agradecerá la participación cuando se conteste a un comentario.
- **Gestión:** Se escalarán las dudas, quejas o sugerencias a las dependencias involucradas en casos específicos. Asimismo se le informará al ciudadano que puede radicar sus documentos, peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y/o denuncias en la Ventanilla Única Virtual de la página web de la gobernación o de forma presencial en la oficina de Gestión Documental.
- **Institucionalidad:** Cerrar el canal de mensajes directos. Se responderá como gobernación, no como secretarías independientes. Ejemplo de publicación: “Desde la gobernación del Quindío venimos trabajando...”

### **Tipo de participación y guía de respuesta**

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 4 de 14</b>

- **Sugerencias:** Se agradecerá el aporte y se ampliará información en caso de que la gobernación haya empezado un proceso de mejora respecto al tema planteado por el ciudadano.
- **Preguntas o inquietudes:** Se responderá a la inquietud. En caso de que sea un tema que requiera el envío de datos personales, se le solicitará al ciudadano que contacte por mensaje privado y se atenderá su requerimiento.
- **Quejas:** Se le pedirá al ciudadano hacer uso de la Ventanilla Única Virtual de la página web de la gobernación para responder sus peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y/o denuncias, PQRS.
- **Participaciones:** Se reconocerán las participaciones con un 'me gusta'. De no ser posible dado el alto volumen de interacción, se hará un comentario en la publicación, agradeciendo la participación.

Se sugiere que los Community Managers creen un documento con las quejas o sugerencias recurrentes para construir nuevo contenido o trasladar dichas inquietudes a las dependencias correspondientes.

## Lenguaje

- **Hashtag oficial:** Los hashtags oficiales serán #EnDefensaDelBienComún y #QuindíoSíParaTi para la vigencia 2016 – 2019 de la gobernación del Quindío.
- **Tono:** Uso de un lenguaje formal, cordial y cercano. No se emitirán opiniones personales que comprometan la voz de la institución.
- **Forma verbal:** Tuteo

## Usos no sexistas del lenguaje

- Siguiendo las pautas de la RAE, se usará el género gramatical masculino para referirse a colectivos mixtos.
- No se deberá usar el signo @ para integrar en una sola palabra las formas masculina y femenina del sustantivo.
- Para el uso del femenino en profesiones, cargos, títulos o actividades humanas, deberá ser consultado en el citado diccionario de dudas de la lengua española.

## Imágenes

- Solo se publicarán imágenes de propiedad de la gobernación.
- Imágenes propiedad de otras fuentes deberán autorizar su uso y se citará su autor/propietario. Si se trata de una cortesía, se citará la fuente (URL) de donde fueron obtenidas.

## Menciones

- Deberán seguirse las cuentas o perfiles de valor institucional para la gobernación.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b> <b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 5 de 14</b>

- Se valorarán (me gusta) los posts de valor institucional para la gobernación.
- Se compartirá, retuiteará o se añadirá a la lista de reproducción un post o video con noticias o imágenes que proyecten una buena imagen de la administración departamental.

### **Creación de biografías**

- Se seguirán los lineamientos de cada red social en cuanto a la longitud que deben tener las descripciones.
- Se guardará unidad en las descripciones de biografías de todos los canales.

### **Fortalecimiento de los perfiles en redes sociales**

- Promocionar los canales oficiales de la gobernación en los boletines de prensa.
- Invitar a empleados y contratistas a seguir las redes de la gobernación.
- Actualizar los links de los perfiles oficiales en la web de la gobernación.
- Considerar el pago de publicidad en Facebook para promocionar la página, como instrumento de comunicación, específicamente para apoyar campañas estacionales (Ejemplo: campaña contra el uso de pólvora).

## **4. GLOSARIO**

### **4.1. COMMUNITY MANAGERS**

Son las personas encargadas de gestionar las cuentas en redes sociales. Deberán tener formación profesional y/o habilidades requeridas para llevar a cabo dicha labor.

### **4.2. PARTICIPACIÓN**

Los funcionarios y contratistas de la gobernación del Quindío podrán publicar sus opiniones de forma libre y respetuosa a través de sus cuentas personales en redes sociales, sin que dichos comentarios sean atribuibles a la administración departamental.

## **5. NORMATIVIDAD**

El instructivo de manejo de redes sociales de la gobernación del Quindío tiene sustento en la Ley 1712 de 2014, ley de transparencia, que establece un principio de divulgación proactiva de la información:

“El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que lleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible...”

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 6 de 14</b>

A su vez, el presente documento se relaciona con la Estrategia de Gobierno Digital que insta a las entidades públicas a utilizar las tecnologías de la información para fortalecer su interacción con la comunidad: “El objetivo de la estrategia de gobierno digital es 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”.

Estas leyes y estrategias permiten concluir que el instructivo de manejo de redes sociales de la Administración Departamental del Quindío, es relevante y acorde a la normatividad que el estado plantea en esta materia.

## 6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

### 6.1. Facebook

#### Apertura de perfiles

- La página oficial de la Gobernación del Quindío será: <https://www.facebook.com/GobernacionQuindio>
- Se permite la apertura de cuentas para las secretarías, previa solicitud y bajo el acompañamiento del community manager de la página oficial de la gobernación del Quindío.
- Solo el community manager de la página de la gobernación del Quindío tendrá el rol de Administrador y será quien adjudique el rol de editor para los community managers de las secretarías entre otros colaboradores de la fanpage.

<b>Permisos</b>	<b>Administrador</b>	<b>Editor</b>	<b>Moderador</b>	<b>Anunciante</b>	<b>Analista</b>
Administrar roles y la configuración de la página	✓				
Editar la página y agregar aplicaciones	✓	✓			
Crear y eliminar publicaciones en nombre de la página	✓	✓			
Enviar mensajes en nombre de la página	✓	✓	✓		
Responder y eliminar comentarios y publicaciones de la página	✓	✓	✓		
Eliminar personas y prohibir su acceso a la página	✓	✓	✓		
Crear anuncios	✓	✓	✓	✓	
Ver estadísticas	✓	✓	✓	✓	✓
Ver quién publicó en nombre de la página	✓	✓	✓	✓	✓

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 7 de 14</b>

### Identidad corporativa:

- Tanto la página oficial de la gobernación del Quindío como las secretarías usarán el mismo logotipo como imagen en la biografía



- La imagen de la biografía permitirá el uso del nombre distintivo de cada secretaría con una fotografía que represente la misión de las dependencias. Ejemplo:



### Personalización de la fanpage

- Se realizará descripción larga y corta para la ficha de la página.
- Se completará toda la información solicitada para la ficha de la página.
- El muro de la página estará deshabilitado para publicaciones hechas por otras personas (Publicaciones de visitantes).
- Se deshabilitará la opción de revisar la página (opiniones).

### Posts

- **Longitud de los post:** No deberán superar los 300 caracteres o 55 palabras aproximadamente.
- **Estilo:** Siempre estarán escritos de manera cercana, como una conversación natural.
- **Composición:** Estarán compuestos de un texto introductorio, una etiqueta y un llamado a la acción. En lo posible mencionarán a una institución, empresa o personaje.

Ejemplo: Hoy condecoramos a 55 estudiantes que lograron los mejores puntajes en las **#PruebasSaber** y a los beneficiarios del programa **@SerPilo Paga** en el Quindío. Nos acompañaron, la gestora social y el secretario de Educación. ¡Felicitaciones a nuestros jóvenes!

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 8 de 14</b>

- **Etiquetado:** Se permitirá el etiquetado de personas o instituciones en fotografías cuando cuenten con la aprobación del community manager. El objetivo de esta acción es aumentar la difusión y repercusión de las publicaciones.
- **Tamaño de las imágenes:** Las imágenes que acompañen a los post deberán ser de 940 x 788 píxeles y en formato PNG.
- **Presentación del contenido gráfico:** Se crearán plantillas para la publicación de material gráfico, de manera que se garantice la unidad e identidad institucional.
- **Criterios:** Las fotografías deberán mantener el nivel de calidad estético requerido y llevar el logo de la gobernación al igual que todo el material gráfico producido (infografías, frases, testimonios, etc.).
- **Ideas para la creación de contenido:** Siempre que sea posible, se elaborarán contenidos que presenten de una manera creativa la información contenida en boletines de prensa o noticias publicadas en la web de la gobernación.

### Publicación de contenido

								
Video tutorial sobre procesos	Videos promocionales	Videos de adivinanza	Foto tutorial sobre procesos	Fotos con testimonio	Descuento en eventos	Gif	Foto promocional	Foto collage Presentación
								
Foto con frase célebre	Foto y frase propia	Foto frases comunidad	Foto con pregunta	Foto con "encuesta"	Foto con historia	Lista de chequeo	Foto comparativas	Foto dato curioso
								
Foto testimonio comunidad	Foto branding	Fotos enviadas por la comunidad	Foto de agradecimiento	Foto banner	Gráficos de datos	Verdadero o falso	Mini infografías	Noticias destacadas
								
Texto con historia	Noticia positiva (propia/ clipping)	Eventos	Detrás de cámaras	Campaña de expectativa	Enlace a sitio web	Enlace a web de eventos	Enlaces a boletines de prensa	Podcast destacados

	<b>PAGINA OFICIAL</b>	<b>UBICACIONES (SECRETARÍAS)</b>
<b>Periodicidad</b>	A diario	A diario
<b>Frecuencia</b>	De 3 a 4 veces al día (después de analizar las horas en que suele conectarse la audiencia de la página).	De 2 a 3 veces al día (después de analizar las horas en que suele conectarse la audiencia de la página).

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 9 de 14</b>

<b>Contenido</b>	Publicará información proveniente del despacho del gobernador y secretaría privada, así como de aquellas secretarías que no cuentan con una página propia para la difusión de su información. Solo se publicará información de fuentes propias.	Publicará información proveniente de su secretaría. Solo se publicará información de fuentes propias.
<b>Plan de contenido</b>	El último miércoles de mes se presentará el calendario de publicaciones previsto para el mes siguiente, con base en publicaciones no dependientes del sentido de “actualidad” (Boletines de prensa). Se deberá contar con al menos una publicación de este tipo por semana, la cual servirá de ‘colchón’ para las otras publicaciones que tienen caducidad (noticias, cubrimiento de eventos, etc.)	Cada community manager enviará el último lunes de mes a su jefe inmediato el calendario de publicaciones o campañas previstas para el mes siguiente, con base en publicaciones no dependientes del sentido de “actualidad” (Boletines de prensa). Se deberá contar con al menos una publicación de este tipo por semana, la cual servirá de ‘colchón’ para las otras publicaciones que tienen caducidad (noticias, cubrimiento de eventos, etc.)
<b>Programación</b>	Se podrán programar los posts creados como ‘colchón’ de contenido. Los generados en el día a día, deberán ser espaciados y publicados manualmente o programados de manera que exista un tiempo prudente de exposición entre cada uno (según el horario en que suele tener mayor actividad su audiencia).	Una vez aprobado el contenido mensual, el community manager de cada secretaría, podrá programar su publicación (según el horario en que suele tener mayor actividad su audiencia).

## Interacciones

- **Compartir:** Solo se compartirá información de fuentes confiables provenientes de otras fanpages, nunca de perfiles personales.
- **Una misma voz:** Para prevenir el conflicto que pueda generar el contenido compartido por los community managers de las fanpages de las secretarías, se deberán seguir las siguientes pautas:
  - Solo habrá un editor por página
  - Los community managers de las secretarías deberán seguir la voz definida para la gobernación, ya que al ser representantes de la institución tendrán que trabajar juntos para formar una voz coherente.
  - El instructivo de manejo de redes sociales se hará llegar a cada secretaría para que puedan consultar las directrices de publicación.
  - Se mantendrá una comunicación abierta con los community managers de las secretarías. Si un community manager no está seguro de cómo proceder, le deberá pedir consejo al community manager de la página principal.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 10 de 14</b>

## 6.2. Twitter

### Apertura de perfiles

- Solo existirá una cuenta oficial de la gobernación del Quindío.
- Se solicitará a Twitter la verificación de la cuenta.
- Se deberá evaluar la pertinencia de la creación de perfiles adicionales; en cualquier caso, no se crearán para las secretarías.
- Se reportarán las cuentas existentes, de las cuales no se tengan datos de acceso.
- El community manager será el único responsable de tuitear.

### Identidad corporativa

Se creará la cabecera con imágenes de la comunidad que representen programas del plan de desarrollo de la actual administración. Ejemplo:



### Implementación

- Se deberá redactar una descripción para el perfil de la gobernación en Twitter de máximo 160 caracteres
- Se crearán listas de acuerdo a la naturaleza de las cuentas seguidas

### Tweets

- **Longitud de los tweets:** No deberán superar los 280 caracteres.
- **Estilo:** Siempre estarán escritos de manera informativa, como titulares que “enganchen” a los lectores.
- **Composición:** Cada tweet llevará un hashtag, una mención en la medida de lo posible y un link acortado. Se recomienda que el acortador sea Google URL Shortener ya que se puede hacer un seguimiento del alcance de las publicaciones y goza de buena reputación.
- **Tamaño de las imágenes:** Las imágenes que acompañen a los tweets deberán ser de 440 x 220 píxeles y en formato PNG.
- **Presentación del contenido gráfico:** Se crearán plantillas para la publicación de material gráfico

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 11 de 14</b>

- **Criterios:** Las fotografías deberán mantener el nivel de calidad estético requerido; llevar el logo de la gobernación al igual que todo el material gráfico producido (infografías, frases, testimonios, etc.), bajo los lineamientos del manual de estilo gráfico para redes sociales.
- **Contenido:** Dado que se compartirán los boletines de prensa, en la medida de lo posible, se intentarán crear tweets más gráficos, con las ideas expuestas en el apartado Facebook.
- **Eventos:** Cuando se disponga de personal, se seleccionarán los eventos que ameritan cubrimiento y se tuitearán las intervenciones clave.

<b>Perfil en Twitter</b>	
<b>Periodicidad</b>	A diario
<b>Frecuencia</b>	Cinco a siete veces al día
<b>Contenido</b>	Se publicarán todos los boletines de prensa emitidos por la oficina de comunicaciones de la gobernación del Quindío, así como la información que el community manager considere relevante de las secretarías. Solo se publicará información de fuentes propias.
<b>Plan de contenido</b>	No será necesario, ya que las notas aprobadas por la dirección de comunicaciones, serán las mismas que se compartirán en esta red social.
<b>Programación</b>	Se podrán programar los tweets, mediante herramientas gratuitas como Hootsuite.

### Interacciones

- **Seguir:** La cuenta de la gobernación del Quindío en Twitter seguirá páginas de carácter oficial, vinculadas al ámbito de lo público y relacionadas con la institución.
- **Seguimiento a figuras públicas:** Se seguirá cuentas que no comprometan la filosofía de la gobernación del Quindío. Deberán guardar coherencia con la línea de pensamiento de la administración.
- **Artistas:** Se seguirán cuentas de artistas que hayan tenido contacto con alguna oficina de la gobernación o que sean talento del departamento.
- **Periodistas y medios de información:** Se seguirán las cuentas que den trato objetivo a la información que se comunica acerca de la gobernación.
- **Particulares:** De acuerdo a la pauta de conducta propia de internet (etiqueta) se seguirá a quien siga la cuenta, bajo los criterios de reputación del perfil, cantidad de seguidos Vs seguidores.

### Retweets

Solo se retuiteará de fuentes confiables, ya sean institucionales o personales.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 12 de 14</b>

## **Listas**

Se crearán listas para filtrar los tweets y mostrarlos por separado, de manera que sea más fácil seguir el timeline de acuerdo a la temática de cada lista. Para la lista de medios de información y periodistas, se sugiere que sean listas privadas, porque solo compete a la Gobernación hacer un seguimiento de las mismas.

### **6.3. YouTube**

#### **Apertura de perfiles**

- Se configurará como canal oficial de la gobernación del Quindío el siguiente enlace: [https://www.youtube.com/channel/UcHT6w\\_XmnczBQiwV8oZLMOA](https://www.youtube.com/channel/UcHT6w_XmnczBQiwV8oZLMOA)
- El canal estará vinculado a una cuenta de gmail creada para este propósito. En ningún caso deberá ser creada bajo un perfil personal.
- La oficina de Comunicaciones será la única autorizada para subir videos y gestionar el canal en su totalidad.
- Deberán vincularse las otras redes sociales de la gobernación al canal, para generar una red de audiencia.

#### **Identidad corporativa**

Se creará la cabecera con imágenes alusivas al Quindío y al lenguaje propio de la red (video). Ejemplo:



#### **Implementación**

- Se deberá completar la ficha de información del canal
- Se solicitará una URL de fácil recordación, una vez se cumplan los criterios de elegibilidad establecidos por YouTube.
- Se verificará el canal como oficial una vez se alcance el número de suscriptores.
- Se crearán listas para facilitar la búsqueda de contenido por parte de los suscriptores. Estas listas deberán tener:
  - Un título corto y llamativo
  - Una descripción sobre el tema de la lista
- Se insertará o creará un video institucional de la gobernación.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 13 de 14</b>

## Videos

- Cada video subido deberá llevar:
  - Un título (66 caracteres máximo)
  - Una breve descripción
  - Etiquetas (entre 4 y 5) que deberán ser frases y no palabras sueltas.
- Se complementará la información de la configuración avanzada (se recomienda permitir los comentarios y las valoraciones de los visitantes)
- En el caso de los informativos de la gobernación, se agregarán pantallas finales con el logotipo de la gobernación y la lista de reproducción que componen la lista.
- Se añadirán anotaciones distribuidas de manera espaciada a lo largo del video invitando a suscribirse al canal y promocionando el perfil de Facebook y Twitter de la gobernación.
- Periodicidad: Se recomienda subir un video a la semana.
- Vistas miniaturas: se crearán imágenes que representen de manera llamativa el tema del video. Tamaño 1280 x 720 píxeles. Formato PNG o JPG.



## Suscripción

- El canal de la gobernación se suscribirá a otros canales de carácter oficial, vinculados al ámbito de lo público y relacionados con la institución.
- Se seguirán canales que no comprometan la filosofía de la gobernación del Quindío. Deberán guardar coherencia con la línea de pensamiento de la administración.
- Se seguirán artistas que hayan tenido contacto con alguna oficina de la gobernación o sean talento del departamento.
- Se seguirán cuentas de medios que den un trato objetivo a la información que se comunica acerca de la gobernación del Quindío.

## Visualizaciones

Solo se visualizarán videos de fuentes confiables, ya sean institucionales o personales y se valorarán videos de carácter oficial, vinculados al ámbito de lo público y relacionados con institución.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: M-GER-01</b>
	<b>Manual de Administración de Redes Sociales de la Administración Departamental</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 23/09/2019</b>
		<b>Página 14 de 14</b>

### **Transversalidad**

Cuando se compartan videos en las plataformas Twitter, estos deberán provenir de links del canal de YouTube de la gobernación del Quindío, para fomentar el tráfico y crecimiento del canal.

### **7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

- Manual de gestión de la comunicación en redes sociales Gobierno de Colombia: [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-322548\\_Manual\\_de\\_Gestion\\_de\\_la\\_Comunicacion\\_en\\_redes\\_Sociales\\_Gobierno\\_de\\_Colombia\\_.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-322548_Manual_de_Gestion_de_la_Comunicacion_en_redes_Sociales_Gobierno_de_Colombia_.pdf)
- Ley 1712 de 2014, ley de transparencia: <http://www.anticorrupcion.gov.co/SiteAssets/Paginas/Publicaciones/ley-1712.pdf>
- Política de gobierno digital: <https://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/w3-propertyvalue-7650.html>

<b>ELABORACION</b>	<b>REVISION</b>	<b>APROBACIÓN</b>
Elaborado por: Carolina Aristizabal Cárdenas	Revisor Por : Miguel Ángel Rojas	Aprobado por: José Joaquín Rincón Pastrana
Cargo : Profesional Contratista	Cargo: Director de Comunicaciones	Cargo: Secretario Oficina Privada