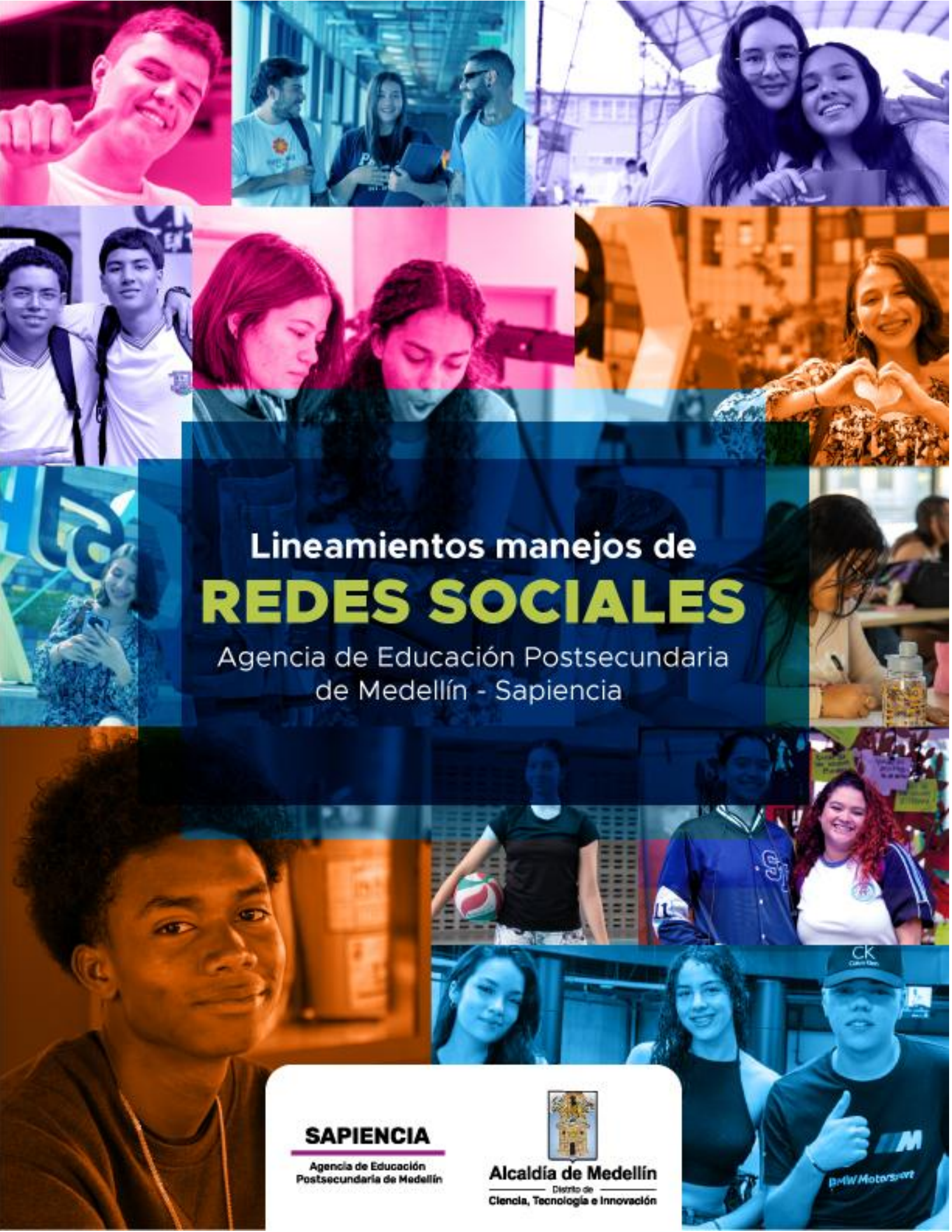




Lineamientos manejo de **REDES SOCIALES**

Agencia de Educación Postsecundaria
de Medellín - Sapiencia

SAPIENCIA

Agencia de Educación
Postsecundaria de Medellín



Alcaldía de Medellín

Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación

LINEAMIENTOS MANEJO DE REDES SOCIALES

AGENCIA DE EDUCACIÓN POSTSECUNDARIA DE MEDELLÍN - SAPIENCIA

EJES DE LOS CONTENIDOS

INFORMATIVOS

El eje informativo fortalece las prácticas institucionales de divulgación que en la actualidad lleva a cabo Sapiencia para alcanzar los públicos objetivos de sus mensajes.

Los eventos, convocatorias, boletines, ruedas de prensa y la actualidad noticiosa de la Agencia, encontrarán en las redes sociales un apoyo para su divulgación, dado que permiten la difusión viral de los mensajes de manera didáctica, pedagógica e interactiva.

CONTENIDOS DE VALOR (EDUCATIVOS - INTERACCIÓN)

El eje educativo - interacción tiene como objetivo consolidar la marca a través de contenidos de valor para los públicos estratégicos y generar conversaciones con los seguidores, lo que permite la creación de nuevo conocimiento entre Sapiencia y la ciudadanía. En este eje se encuentran contenidos como: testimonios de beneficiarios, convocatorias de la Agencia al público externo, convocatorias de aliados y datos relevantes.

INSTITUCIONAL

Este eje busca acercar a la ciudadanía a todo lo que hacemos desde Sapiencia. A través de nuestras redes, compartimos los programas y proyectos que fortalecen la educación postsecundaria en Medellín, como **Ruta HubSpot Medellín, Medellinglish, Estud-IA, Matrícula Cero, Fondos Sapiencia – créditos condonables, Becas Mejores Deportistas, Becas Mejores Bachilleres, Becas Mejores Maestros y Arroba Medellín.**

También damos a conocer iniciativas como **Premios Medellín Investiga, Tarifa Metro Preferencial**, los datos del **Observatorio de Educación Superior (OdeS)** y el cubrimiento de eventos o presencia institucional. En este eje contamos lo que hacemos, los logros que alcanzamos y cómo desde Sapiencia seguimos transformando la educación en la ciudad.

RESPUESTAS Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

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

La respuesta oportuna y clara permite:

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

PAUTAS Y RECOMENDACIONES PARA REDES SOCIALES

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

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

Importante:

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

ORTOGRAFÍA

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

Recomendaciones:

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

USO DE ABREVIATURAS

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

Recomendaciones:

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

RELACIONAMIENTO VIRTUAL

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

Recomendaciones:

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

IMAGEN CORPORATIVA

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

Recomendaciones:

Cada cuenta institucional debe portar una descripción breve sobre su misión institucional para que los ciudadanos las identifiquen. A la vez, debe direccionar a la página web de la Agencia: sapiencia.gov.co

RECOMENDACIONES GENERALES EN REDES SOCIALES

- ❖ Una cuenta en redes sociales no se abre sólo por estar a la moda. La interacción es fundamental para ganar confianza, visibilidad y crecimiento.
- ❖ Evite usar sus cuentas personales con la misma herramienta que administra las redes sociales oficiales. Como administrador de redes sociales, usted asume el compromiso de no publicar mensajes personales en las cuentas institucionales. Recuerde que son herramientas con gran alcance entre los ciudadanos y medios de comunicación.
- ❖ Genere contenidos multimedia periódicamente. Esto permite mayor interacción y cercanía con el ciudadano.
- ❖ Cada red social tiene su propia filosofía y estilo.

- ❖ Evite conectar o sincronizar plataformas. Evite referirse a los participantes como usuarios. Lo adecuado es **ciudadanos**.
- ❖ Como entidad pública, estamos expuestos a críticas, reclamos y ataques. No se deje provocar ni entre en discusiones. La Secretaría de Comunicaciones está atenta a momentos de crisis para acompañarle y ayudarle a superar la situación.
- ❖ Se usarán los correos electrónicos institucionales para registrar cuentas en redes sociales. Los datos de acceso deberán ser entregados al coordinador del área de Comunicaciones, con el fin de evitar la pérdida o inutilidad debido a la falta de gestión. Las claves deberán ser modificadas con regularidad y con alto grado de seguridad (combinación de letras, números y símbolos).
- ❖ Tenga presente que la información publicada siempre debe ser de utilidad para los ciudadanos (datos, cifras, imágenes, audios o información coherente y de importancia).
- ❖ Procure redactar algunos mensajes en inglés, con el propósito de generar una cultura de bilingüismo e internacionalización.
- ❖ Utilice la herramienta goo.su para acortar enlaces. Como segunda opción, tenga www.bitly.com
- ❖ Gestione las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias con el personal encargado de cada tema.
- ❖ Siga las cuentas institucionales para mantenerse informado de la gestión que se realiza desde diferentes áreas y replique mensajes con su comunidad virtual.

PROTOCOLO DE FACEBOOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN – SAPIENCIA

PREMISA

Generar confianza en la ciudadanía para que trasciendan de lo virtual a lo real. El objetivo es dar trámite a las solicitudes para fidelizar y fortalecer la confianza en la comunidad virtual. Además, se busca enviar mensajes asertivos que motiven a las personas a inscribirse en las convocatorias, programas y proyectos que ofrece la Agencia. Las redes sociales son una herramienta fundamental para dar a conocer estas oportunidades y facilitar el acceso de la ciudadanía a la oferta educativa de Sapiencia.

PUBLICACIONES

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

EVENTOS ESPECIALES

Ante la realización de un evento especial, Sapiencia realiza un cubrimiento integral que incluye la producción de fotografías y videos durante el desarrollo de la actividad. En el evento, se comparten en las historias de Facebook e Instagram los momentos más destacados en tiempo real, como el ingreso de los asistentes, las experiencias de los participantes y las intervenciones del alcalde, la alcaldesa o la dirección de la Agencia.

Finalizado el evento, se publican en el feed de todas las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X y LinkedIn) las fotografías y videos que resumen los principales momentos, con el propósito de visibilizar la gestión realizada y compartir con la ciudadanía cómo se vivió la experiencia.

MONITOREO DE PRENSA

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

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

PROGRAMACIÓN DE MENSAJES

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

“LOOK AND FEEL”

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan, generalmente, el look and feel de las redes sociales de Sapiencia busca proyectar una imagen coherente, moderna y cercana, que refleje el compromiso de la Agencia con la educación postsecundaria y el desarrollo de Medellín.

Visualmente, las piezas gráficas deben mantener una línea institucional clara, en coherencia con el manual de identidad visual de la Agencia, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos definidos para fortalecer el reconocimiento de la marca Sapiencia.

El estilo fotográfico debe transmitir cercanía, optimismo y credibilidad, mostrando a las personas como protagonistas del acceso a la educación. Las imágenes y videos deben resaltar historias reales, espacios educativos y momentos significativos de los programas, proyectos y eventos de la Agencia.

En cuanto al tono comunicativo, se privilegia un lenguaje claro, humano y respetuoso, que conecte con las audiencias desde la empatía y la transparencia, manteniendo siempre la coherencia institucional en todos los canales digitales.

GALERÍAS

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

PAUTA EN FACEBOOK

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

CAMPAÑAS EDUCATIVAS

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

PÁGINA – PERFIL

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

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

DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

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

ADMINISTRACIÓN

Como administradores de las Fan Page deben estar asociadas las personas responsables de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo anterior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín

RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

En Facebook, las respuestas a la ciudadanía deben darse de manera ágil e inmediata. Entre más corto sea el tiempo de respuesta, mejor será la experiencia de quienes se comunican con la Agencia, ya que permite brindar información oportuna y fortalecer la confianza en nuestros canales digitales.

Cuando se trate de solicitudes, peticiones, quejas o reclamos (PQRs), se remitirá al ciudadano al canal oficial de atención a la ciudadanía, compartiendo el siguiente enlace: <https://sapiencia.gov.co/pqrsdf-2/>

En redes sociales, las respuestas se realizan tuteando a las personas, con el propósito de generar cercanía y empatía, siempre manteniendo un trato respetuoso, amable y conciliador. Se busca que el tono del mensaje refleje calidez y disposición al servicio, utilizando expresiones como: “Esperamos que estés muy bien”, “Cuéntanos en qué te podemos colaborar” o “Gracias por escribirnos”, para fortalecer el vínculo entre Sapiencia y la comunidad digital.

PROTOCOLO DE X (ANTES TWITTER)

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN – SAPIENCIA

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

PREMISA

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

TIPO DE MENSAJE

Los mensajes que se publiquen a través de X (antes Twitter) deben conservar las líneas de la estrategia de comunicación digital de la Agencia: Informativos Contenidos de valor Institucionales.

REACCIÓN ANTE SITUACIONES EVENTUALES

ANTE SOLICITUDES DE LA COMUNIDAD

Responda lo más pronto posible y dé trámite interno a las peticiones para atender el llamado de la comunidad. Para que quede constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.

ANTE CRÍTICAS

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

ANTE SUGERENCIAS O COMENTARIOS DE MEJORA

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

ANTE UNA INFORMACIÓN O ENLACE DE INTERÉS

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

ANTE MATERIAL DE DENUNCIA

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

ANTE COMENTARIOS AGRESIVOS Y/O GROSEROS

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

ANTE QUEJAS REITERATIVAS

Invite al ciudadano a ampliar la información a través del sistema de PQRS (Peticiones, quejas reclamos y sugerencias) habilitado en el sitio web: <https://sapiencia.gov.co/pqrsdf-2/>

ANTE QUEJAS DE CIUDADANOS INFLUYENTES

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

ANTE CAMPAÑAS POLÍTICAS CONTRA LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN O EL ALCALDE

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

USO DE HASHTAGS O ETIQUETAS

El uso de hashtags o etiquetas en las publicaciones de Sapiencia se definirá de acuerdo con los lineamientos de la Alcaldía de Medellín y con las directrices del proyecto o programa específico. Si el proyecto sugiere o establece algunos hashtags o etiquetas, estos se implementarán; en caso contrario, o si la Alcaldía de Medellín indica no utilizarlos, no se realizarán.

Cuando se empleen hashtags, se debe conservar una buena ortografía, aplicando las tildes correspondientes según las normas del idioma. Se recomienda evitar el uso excesivo de etiquetas y, antes de crear nuevas, concertar con el Equipo de Comunicación Digital, para garantizar coherencia, sinergia institucional y un adecuado posicionamiento de los contenidos.

PROTOCOLO DE YOUTUBE

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA

PREMISA

Alojar videos en la red social para ofrecer información audiovisual sobre los programas y proyectos de Sapiencia.

TIPO DE VIDEOS

En el canal oficial de YouTube de Sapiencia se publican contenidos audiovisuales que reflejan la gestión, los programas y los proyectos de la Agencia de Educación Postsecundaria de Medellín.

- ❖ **Videos institucionales:** incluyen mensajes del director o la directora de Sapiencia, especialmente al iniciar convocatorias o para compartir información relevante sobre la Agencia y sus logros.
- ❖ **Videos de proyectos:** se publican piezas que muestran el impacto y desarrollo de los diferentes proyectos que lidera Sapiencia, como Premios Medellín Investiga o el Observatorio de Educación Superior (OdeS), entre otros, con el propósito de que la ciudadanía conozca más sobre estas iniciativas.
- ❖ **Videos largos:** se pueden publicar contenidos de más de dos minutos que profundicen en la gestión, resultados o historias destacadas de la Agencia.
- ❖ **Shorts o videos breves:** se incluyen formatos cortos con testimonios de beneficiarios, fragmentos de eventos o historias inspiradoras que conecten con la audiencia desde una comunicación cercana y dinámica.

De esta forma, el canal de YouTube se consolida como un espacio para difundir los contenidos audiovisuales institucionales, fortalecer la transparencia y acercar la labor de Sapiencia a la ciudadanía.

EVALUACIÓN DE CONTENIDOS

- ❖ **Vigencia:** tener en cuenta si la publicación es vigente, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.
- ❖ **Extensión:** actualmente la cuenta de YouTube le permite a la Agencia subir videos que superen los 15 minutos, teniendo en cuenta sus antecedentes de buena administración del sitio. Se debe comprobar la efectividad o el interés de videos tan extensos.
- ❖ **Enfoque:** sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el quehacer de la Agencia.
- ❖ **Fuentes:** analizar quiénes son las personas que opinan en la noticia y lo que dicen, a la hora de valorar el contenido de la información.
- ❖ **Proximidad:** generar contenidos con historias de ciudad, haciendo énfasis en programas sociales. El detalle cobra vital importancia en redes sociales.
- ❖ **Impacto:** antes de compartir un video, se debe analizar las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever situaciones diferentes a lo que se quiere comunicar con esa pieza

TÍTULOS

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

EDICIÓN

Los videos deben cumplir con una buena edición y calidad. Cuando se trate de testimonios, el video llevará los créditos respectivos que permitan identificar quién habla, con nombre y cargo.

DESCRIPCIÓN

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

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

X: www.twitter.com/SapienciaMed

Facebook: www.facebook.com/sapienciamed/

YouTube: www.youtube.com/SapienciaMed

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

Sitio: www.sapiencia.gov.co

ETIQUETAS

Cada video será acompañado con mínimo las siguientes etiquetas, para posicionar los contenidos en buscadores, como Google: Alcaldía, Medellín, Colombia, alcalde, municipio.

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

VIRALIDAD

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

COMENTARIOS

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

PROTOCOLO DE INSTAGRAM

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN – SAPIENCIA

PREMISA

Consolidar a Instagram como el principal canal de interacción y divulgación de Sapiencia, aprovechando su alta receptividad y el interés de la comunidad digital para visibilizar las convocatorias, campañas, programas y proyectos de la Agencia.

Esta red social se convierte en un espacio clave para acercar la oferta educativa postsecundaria a la ciudadanía, mediante contenidos visuales atractivos, mensajes asertivos y formatos que conecten con las emociones y experiencias reales de los beneficiarios.

A través de Instagram, Sapiencia reafirma su compromiso con la educación como motor de transformación, promoviendo una comunicación humana, cercana y coherente con los valores institucionales de la Agencia.

PUBLICACIONES

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

EVENTOS ESPECIALES

Ante la realización de un evento especial, Sapiencia realiza un cubrimiento integral que incluye la producción de fotografías y videos durante el desarrollo de la actividad. En el evento, se comparten en las historias de Facebook e Instagram los momentos más destacados en tiempo real, como el ingreso de los asistentes, las experiencias de los participantes y las intervenciones del alcalde, la alcaldesa o la dirección de la Agencia. Finalizado el evento, se publican en el feed de todas las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X, LinkedIn y TikTok) las fotografías y videos que resumen los principales momentos, con el propósito de visibilizar la gestión realizada y compartir con la ciudadanía cómo se vivió la experiencia.

MONITOREO DE PRENSA

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

- ❖ Vigencia: se tendrá en cuenta si la noticia es vigente, es decir, si es válida la publicación de la noticia, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.
- ❖ Enfoque: sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el desarrollo de Medellín.
- ❖ Fuentes: se analizará quiénes son las personas que opinan en la noticia y lo que dicen, como elementos para valorar el contenido de la información.

- ❖ Impacto: antes de compartir un contenido, se analizará las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever si los mensajes se ajustan a los propósitos con los que se comparte.
- ❖ Interés: se publicarán notas sobre diferentes sitios turísticos y otros que sean de atractivo para visitar.

“LOOK AND FEEL”

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan, generalmente, el look and feel de las redes sociales de Sapiencia busca proyectar una imagen coherente, moderna y cercana, que refleje el compromiso de la Agencia con la educación postsecundaria y el desarrollo de Medellín.

Visualmente, las piezas gráficas deben mantener una línea institucional clara, en coherencia con el manual de identidad visual de la Agencia, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos definidos para fortalecer el reconocimiento de la marca Sapiencia.

El estilo fotográfico debe transmitir cercanía, optimismo y credibilidad, mostrando a las personas como protagonistas del acceso a la educación. Las imágenes y videos deben resaltar historias reales, espacios educativos y momentos significativos de los programas, proyectos y eventos de la Agencia.

En cuanto al tono comunicativo, se privilegia un lenguaje claro, humano y respetuoso, que conecte con las audiencias desde la empatía y la transparencia, manteniendo siempre la coherencia institucional en todos los canales digitales.

GALERÍAS

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

PAUTA EN INSTAGRAM

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

CAMPAÑAS EDUCATIVAS

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

DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

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

ADMINISTRACIÓN

Como administradores de la cuenta de Instagram deben estar asociadas las personas responsables de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo anterior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín

RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

En Instagram, las respuestas a la ciudadanía deben darse de manera ágil e inmediata. Entre más corto sea el tiempo de respuesta, mejor será la experiencia de quienes se comunican con la Agencia, ya que permite brindar información oportuna y fortalecer la confianza en nuestros canales digitales.

Cuando se trate de solicitudes, peticiones, quejas o reclamos (PQRs), se remitirá al ciudadano al canal oficial de atención a la ciudadanía, compartiendo el siguiente enlace: <https://sapiencia.gov.co/pqrsdf-2/>

En redes sociales, las respuestas se realizan tuteando a las personas, con el propósito de generar cercanía y empatía, siempre manteniendo un trato respetuoso, amable y conciliador. Se busca que el tono del mensaje refleje calidez y disposición al servicio, utilizando expresiones como: “Esperamos que estés muy bien”, “Cuéntanos en qué te podemos colaborar” o “Gracias por escribirnos”, para fortalecer el vínculo entre Sapiencia y la comunidad digital.

PROTOCOLO DE LINKEDIN

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN – SAPIENCIA

PREMISA

Fortalecer la confianza y el posicionamiento institucional de Sapiencia como la Agencia de Educación Postsecundaria de Medellín, mediante contenidos que reflejen la gestión, los programas y las oportunidades de formación que lidera la entidad. En esta red, el objetivo es generar relaciones estratégicas y profesionales, compartiendo información relevante sobre convocatorias, proyectos y logros institucionales que aporten al desarrollo educativo y laboral de la ciudad.

LinkedIn se consolida como un canal para conectar con públicos especializados, fomentar alianzas, visibilizar la gestión de la Agencia y promover el acceso informado a la oferta educativa que impulsa Sapiencia.

PUBLICACIONES

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

EVENTOS ESPECIALES

Ante la realización de un evento especial, Sapiencia realiza un cubrimiento integral que incluye la producción de fotografías y videos durante el desarrollo de la actividad. En el evento, se comparten en las historias de Facebook e Instagram los momentos más destacados en tiempo real, como el ingreso de los asistentes, las experiencias de los participantes y las intervenciones del alcalde, la alcaldesa o la dirección de la Agencia.

Finalizado el evento, se publican en el feed de todas las redes sociales institucionales (Facebook, Instagram, X y LinkedIn) las fotografías y videos que resumen los principales momentos, con el propósito de visibilizar la gestión realizada y compartir con la ciudadanía cómo se vivió la experiencia.

“LOOK AND FEEL”

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan, generalmente, el look and feel de las redes sociales de Sapiencia busca proyectar una imagen coherente, moderna y cercana, que refleje el compromiso de la Agencia con la educación postsecundaria y el desarrollo de Medellín.

Visualmente, las piezas gráficas deben mantener una línea institucional clara, en coherencia con el manual de identidad visual de la Agencia, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos definidos para fortalecer el reconocimiento de la marca Sapiencia.

El estilo fotográfico debe transmitir cercanía, optimismo y credibilidad, mostrando a las personas como protagonistas del acceso a la educación. Las imágenes y videos deben resaltar historias reales, espacios educativos y momentos significativos de los programas, proyectos y eventos de la Agencia.

En cuanto al tono comunicativo, se privilegia un lenguaje claro, humano y respetuoso, que conecte con las audiencias desde la empatía y la transparencia, manteniendo siempre la coherencia institucional en todos los canales digitales.

GALERÍAS

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

CAMPAÑAS EDUCATIVAS

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

DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

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

ADMINISTRACIÓN

Como administradores de LinkedIn deben estar asociadas las personas responsables de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo anterior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín.

RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

En LinkedIn, las respuestas a la ciudadanía deben darse de manera ágil e inmediata. Entre más corto sea el tiempo de respuesta, mejor será la experiencia de quienes se comunican con la Agencia, ya que permite brindar información oportuna y fortalecer la confianza en nuestros canales digitales.

Cuando se trate de solicitudes, peticiones, quejas o reclamos (PQRs), se remitirá al ciudadano al canal oficial de atención a la ciudadanía, compartiendo el siguiente enlace: <https://sapiencia.gov.co/pqrsdf-2/>

En redes sociales, las respuestas se realizan tuteando a las personas, con el propósito de generar cercanía y empatía, siempre manteniendo un trato respetuoso, amable y conciliador. Se busca que el tono del mensaje refleje calidez y disposición al servicio, utilizando expresiones como: “Esperamos que estés muy bien”, “Cuéntanos en qué te podemos colaborar” o “Gracias por escribirnos”, para fortalecer el vínculo entre Sapiencia y la comunidad digital.

PROTOCOLO DE TIKTOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN – SAPIENCIA

PREMISA

Aprovechar el formato dinámico, cercano y creativo de TikTok para acercar la oferta educativa de Sapiencia a un público joven, promoviendo la participación en las convocatorias, programas y proyectos que impulsa la Agencia.

Esta red social se utiliza principalmente como un canal de divulgación y sensibilización, con contenidos breves, ágiles y llamativos que motiven a las personas a conocer y acceder a las oportunidades de educación postsecundaria disponibles en Medellín.

Aunque TikTok permite el uso de tendencias, su aplicación estará sujeta a los lineamientos de la Alcaldía de Medellín y al tono institucional de Sapiencia, priorizando siempre el respeto, la claridad y la coherencia con la identidad de la Agencia.

A través de esta plataforma, Sapiencia busca conectar con nuevas audiencias y reafirmar su compromiso con la promoción del acceso a la educación, utilizando un lenguaje simple, auténtico y adaptado al entorno digital actual.

PUBLICACIONES

Cada día se deben hacer mínimo tres publicaciones en el feed de TikTok.

“LOOK AND FEEL”

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan, generalmente, el look and feel de las redes sociales de Sapiencia busca proyectar una imagen coherente, moderna y cercana, que refleje el compromiso de la Agencia con la educación postsecundaria y el desarrollo de Medellín.

Visualmente, las piezas gráficas deben mantener una línea institucional clara, en coherencia con el manual de identidad visual de la Agencia, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos definidos para fortalecer el reconocimiento de la marca Sapiencia.

El estilo fotográfico debe transmitir cercanía, optimismo y credibilidad, mostrando a las personas como protagonistas del acceso a la educación. Las imágenes y videos deben resaltar historias reales, espacios educativos y momentos significativos de los programas, proyectos y eventos de la Agencia.

En cuanto al tono comunicativo, se privilegia un lenguaje claro, humano y respetuoso, que conecte con las audiencias desde la empatía y la transparencia, manteniendo siempre la coherencia institucional en todos los canales digitales.

DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

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

ADMINISTRACIÓN

Como administradores de TikTok deben estar asociadas las personas responsables de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo anterior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín

RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

En TikTok, las respuestas a la ciudadanía deben darse de manera ágil e inmediata. Entre más corto sea el tiempo de respuesta, mejor será la experiencia de quienes se comunican con la Agencia, ya que permite brindar información oportuna y fortalecer la confianza en nuestros canales digitales.

Cuando se trate de solicitudes, peticiones, quejas o reclamos (PQRs), se remitirá al ciudadano al canal oficial de atención a la ciudadanía, compartiendo el siguiente enlace:

<https://sapiencia.gov.co/pqrsdf-2/>

En redes sociales, las respuestas se realizan tuteando a las personas, con el propósito de generar cercanía y empatía, siempre manteniendo un trato respetuoso, amable y conciliador. Se busca que el tono del mensaje refleje calidez y disposición al servicio, utilizando expresiones como: “Esperamos que estés muy bien”, “Cuéntanos en qué te podemos colaborar” o “Gracias por escribirnos”, para fortalecer el vínculo entre Sapiencia y la comunidad digital.