

FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DIGITAL DE LA ASAMBLEA
DEPARTAMENTAL DEL MAGDALENA

MARÍA ANGÉLICA CAMPOS BARAHONA
ID: 191779

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
2018

FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DIGITAL DE LA ASAMBLEA
DEPARTAMENTAL DEL MAGDALENA

MARÍA ANGÉLICA CAMPOS BARAHONA
ID: 191779

Trabajo de grado en modalidad pasantía para optar por el título de Comunicadora
Social – Periodista

Supervisora
ZULLY ANDREA VELAZCO CARRILLO
Magíster en Comunicación Digital

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
2018

Contenido

Introducción	5
Contexto Institucional	7
Referente Conceptual	8
Unidad 1	8
Internet y su evolución	8
Historia de Internet	8
Internet como medio de comunicación.....	9
Evolución de la web.....	9
La web 2.0.....	10
Unidad 2	11
La empresa en la web 2.0	11
Presencia digital de una empresa en la red	11
Qué es Social Media	12
Plataformas que conforman el Plan Social Media.....	12
Marketing Digital	13
Contenidos de valor.....	14
Generación de contenidos para una entidad gubernamental.....	14
Medición de contenidos digitales	18
OBJETIVOS	19
General.....	19
Específicos.....	19
Propuesta Estratégica	20
Actividades Realizadas por Objetivo	22
Actividades realizadas para alcanzar el objetivo 1:	22
Actividades realizadas para alcanzar el objetivo número 2:.....	31
Actividades para alcanzar el objetivo número 3	52
CONCLUSIONES	55
RECOMEDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	57

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: FORTALECIMIENTO DE LA PRESENCIA DIGITAL DE LA ASAMBLEA DEPARTAMENTAL DEL MAGDALENA

AUTOR(ES): MARÍA ANGÉLICA CAMPOS BARAHONA

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): M.SC. ZULLY ANDREA VELAZCO CARRILLO

RESUMEN

Este trabajo se realiza como requisito de grado para optar por el título de Comunicadora Social – Periodista en la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, y consistió en la ejecución de una pasantía durante 4 meses en la Asamblea Departamental del Magdalena, entidad gubernamental de importancia para el departamento en tanto su rol está vinculado con la gestión pública en beneficio de la comunidad magdalenense. Parte de su estrategia como organismo público se enfoca en hacer visibles las diferentes intervenciones, decisiones, obras y actividades sociales, como forma de evidenciar la efectividad y transparencia de la gestión que realiza este órgano como institución y los diputados como miembros de la cámara legislativa ante las diferentes entidades de control, la opinión pública y la comunidad en general. Una de las formas para visibilizar la acción de la asamblea contempla un plan Social Media, estrategia a través de la cual se generó contenidos de valor para redes sociales, cuya finalidad fue comunicar y mantener contacto con sus públicos de interés, sin dejar de lado los medios masivos, alternativos y los focus grup.

PALABRAS CLAVE:

Asamblea Departamental del Magdalena, Social Media, contenidos digitales, community manger

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: STRENGTHENING OF THE DIGITAL PRESENCE OF THE DEPARTMENTAL ASSEMBLY OF MAGDALENA

AUTHOR(S): MARÍA ANGÉLICA CAMPOS BARAHONA

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: M.SC. ZULLY ANDREA VELAZCO CARRILLO

ABSTRACT

This work is done as a degree requirement to opt for the title of Social Communicator - Journalist at the Universidad Pontificia Bolivariana, Bucaramanga section, and consisted of the execution of an internship for 4 months at the Departmental Assembly of Magdalena, a governmental entity of importance to the department as long as its role is linked to public management for the benefit of the Magdalenen community. Part of its strategy as a public body focuses on making visible the different interventions, decisions, works and social activities, as a way to demonstrate the effectiveness and transparency of the management carried out by this body as an institution and the deputies as members of the legislative chamber before the different control entities, public opinion and the community in general.

KEYWORDS:

Departmental Assembly of Magdalena, Social Media, digital content, community manger

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

La Asamblea Departamental del Magdalena es una entidad gubernamental de gran importancia pues su rol está vinculado con la gestión pública en beneficio de la comunidad magdalenense. Parte de su estrategia como organismo público se enfoca en hacer visibles las diferentes intervenciones, decisiones, obras y actividades sociales, como forma de evidenciar la efectividad y transparencia de la gestión que realiza la asamblea como institución y los diputados como miembros de la cámara legislativa, ante los diferentes órganos de control, la opinión pública y la comunidad en general.

Una de las formas para visibilizar la acción de la asamblea contempla un plan de social media, herramienta con la cual, a través de la generación de contenidos para redes sociales, busca comunicar y mantener contacto con sus públicos de interés.

Por esa razón, el presente informe da cuenta del trabajo de grado en modalidad pasantía realizado bajo la función de *community manager* en la Asamblea Departamental del Magdalena, entre los meses de junio y noviembre de 2018.

Contexto Institucional

La Asamblea Departamental del Magdalena es una corporación pública de carácter político-administrativo de elección popular del Departamento del Magdalena en Colombia. Se encarga de emitir ordenanzas y resoluciones de obligatorio cumplimiento en su jurisdicción territorial y cuenta con autonomía administrativa y presupuestal para ejercer control político sobre los actos del Gobernador, Secretarios de Despacho, Gerentes y Directores de Instituciones del orden departamental. Además, tiene la facultad de estudiar y aprobar proyectos que beneficien la comunidad.

De acuerdo con el Decreto Nacional N° 2111 de julio 29 de 2003, la Asamblea Departamental del Magdalena está conformada por trece (13) diputados elegidos por un periodo de cuatro años, de la siguiente manera: un Presidente, Un Primer Vicepresidente, Un Segundo Vicepresidente y un Secretario General, elegidos separadamente para períodos, de un año calendario. Por su parte, las Mesas Directivas de las Comisiones Permanentes tienen períodos iguales a los de la Mesa Directiva de la Asamblea. Tratándose de Comisiones Permanentes hay un Presidente y un Vicepresidente.

Durante los períodos de sesiones, la Mesa Directiva se reúne por lo menos una vez a la semana, en un día y la hora estipulados por el Presidente o por la mayoría de sus integrantes, para resolver las consultas, desarrollar temas correspondientes a su especialidad, vigilar la organización y desarrollo de las comisiones, y adoptar las medidas que sean necesarias dentro de los límites legales (Asamblea del Magdalena, 2018). De estas reuniones se levantan actas textuales que sirve de prueba de todos sus actos, constituyéndose en documentos públicos.

Misión

La asamblea Departamental del Magdalena es una Corporación Administrativa de Elección Popular, que, a través de las Ordenanzas, del ejercicio del control político y de la facilitación de la participación ciudadana busca el bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los magdalenenses.

Visión

En el 2015, ser valorada en la Costa Caribe y en el país como una Corporación líder en los procesos de participación y gestión, en procura de cimentar un nuevo departamento para nuestras futuras generaciones con criterios de honestidad, solidaridad, moralidad y equidad social.

Referente Conceptual

Unidad 1

Internet y su evolución

Se dice que Internet, desde el punto de vista técnico y tecnológico, se comprende como un sistema de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos. Sin embargo, al hacer un análisis de su rol social, se afirma que “Internet es la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales” (Castells, 2000). En ese sentido, se concibe como la integración entre infraestructura tecnológica y un sistema de relacionamiento social que de a poco, se ha ido adentrando en la cotidianidad causando una serie de transformaciones a tal punto en que sea casi inconcebible la vida actual sin Internet.

Historia de Internet

Castells (2000), en su documento llamado Internet y la Sociedad Red, hace una excelente reflexión en torno a la historia de Internet, basado en una serie de enseñanzas que él mismo denominó como lecciones de valor analítico. Para efectos argumentativos de este documento, tales planteamientos de Castells, son de gran aporte para ilustrar el recorrido histórico de Internet:

Lección 1: Internet se desarrolló a partir de la interacción entre la ciencia, la investigación universitaria fundamental, los programas de investigación militar en Estados Unidos. Es decir, las tres cosas simultáneamente. Para Castells, si bien Internet fue producto de un programa de investigación militar (el origen de su financiación), este finalmente no tuvo tal aplicación. Lo que sí se hizo al respecto, fue aprovechar los avances en la materia (redes y estudios informáticos) para expandir su rango de acción y su propósito.

Lección 2: Internet no se creó como un proyecto de ganancia empresarial. Y prueba de ello fue lo ocurrido en 1972, cuando el Pentágono intentó por primera vez privatizar Arpanet (el antepasado de Internet), ofreciéndolo a la compañía ATT para su desarrollo. No obstante, ATT no encontró rentabilidad alguna y a esta percepción se sumó la de Digital (compañía informática) quienes aseguraron que no veían viable el hecho de querer tener un ordenador en casa.

Lección 3: Internet se desarrolló a partir de una arquitectura informática abierta y de libre acceso desde el principio, claro ejemplo son los protocolos centrales TCP/IP (1973 y 1978) son protocolos que, se distribuyen gratuitamente y a cuya fuente de código tiene acceso cualquier tipo de investigador o tecnólogo.

Lección 4: los productores de la tecnología de Internet fueron fundamentalmente sus usuarios, es decir, en principio fue una tarea de producción de la tecnología por parte de los innovadores, no obstante, los nuevos desarrollos tecnológicos que se dieron con posterioridad fueron una respuesta al proceso feedback de los usuarios. Entonces y ahora los usuarios modifican constantemente la tecnología y las aplicaciones de Internet (tal y como ha sucedido con otras innovaciones como la televisión o el cine).

Lección 5: Internet se desarrolla desde el principio a partir de una red internacional de científicos y técnicos que comparten y desarrollan tecnologías en forma de cooperación, por ende, no es una creación netamente norteamericana.

Lección 6: Desde su origen, Internet se autogestiona, de forma informal. El gobierno de Internet lo tiene hoy una sociedad de carácter privado apoyada por el Gobierno norteamericano y por gobiernos internacionales pero que es privada, (ICANN)

Internet como medio de comunicación

Según Piscitelli (2002), "Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios." Según él, Internet es un hipermedio, pues agrupa las características de los medios tradicionales, pero le aporta nuevas funcionalidades la hipertextualidad, el concepto de no lugar y atemporalidad y la reticularidad. Para Piscitelli, Internet es el centro de la era post televisión.

Evolución de la web

El proceso evolutivo de Internet en los últimos 20 años ha surgido de forma rápida y en diferentes aspectos, pero sin duda uno de los más significativos es el aumento en la cantidad de usuarios conectados y la rapidez en el acceso. A ello se suma su presencia en múltiples de las actividades cotidianas (estudios, pagos, reservas, compras, relaciones, etc.) así como el rol que han ido desempeñando los usuarios a través del tiempo. Es así como en relación al papel que han jugado los internautas se puede ilustrar la evolución de Internet a través de tres etapas (Belloc, 2012):

1: Web 1.0. Se basa en la Sociedad de la Información, en medios de entretenimiento y consumo pasivo (medios tradicionales, radio, TV, email). Las páginas web son estáticas y con poca interacción con el usuario (web 1.0, páginas para leer).

2: Web 2.0. Se basa en la Sociedad del Conocimiento, la autogeneración de contenido, en medios de entretenimiento y consumo activo. En esta etapa las páginas web se caracterizan por ser dinámicas e interactivas (web 2.0, páginas para leer y escribir) en donde el usuario comparte información y recursos con otros usuarios (descarga de imágenes, vídeos, libros; participación y colaboración en wikis y blogs). Aquí surgen las primeras nociones de redes sociales como Myspace y Facebook.

3: Web 3.0. Las innovaciones basadas en las Sociedades Virtuales, realidad virtual, web semántica y búsqueda inteligente.

La web 2.0

A la luz de lo planteado por Fumero y Roca (2007) se puede definir La Web 2.0 como la “promesa de una visión realizada: la Red, convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. En otras palabras, en la definición de Web 2.0 juegan un papel fundamental los términos de interacción, rol, individuo, sociedad, comunicación y el concepto mismo de “no lugar”, que integrados entre sí dan origen a la concepción de la Web 2.0 como ese espacio de carácter no físico (y sin fronteras) en el que individuos de una sociedad se comunican e interactúan, asumiendo distintos roles.

Unidad 2

La empresa en la web 2.0

Para Javier Celaya (2011), lo que se ha venido experimentando en la empresa a raíz del surgimiento de la Web 2.0, es un fenómeno idéntico al que se vivió en la Revolución Industrial: se “transformó radicalmente la manera de producir, comercializar y promocionar cualquier tipo de producto o servicio en la sociedad” y así como aquel momento significó un gran desafío, hoy la Revolución Digital sostiene una necesidad inevitable de innovar para redefinir los nuevos modelos de negocio en el siglo XXI, y a su vez, “no sólo implica llevar a cabo una inversión tecnológica para mejorar los procesos de una compañía, sino que es más importante aún asumir que comportará un cambio de actitud por parte de la firma hacia sus empleados, clientes, accionistas y, sobre todo, en las relaciones entre ellos” (Celaya, 2011).

Presencia digital de una empresa en la red

Según introduce Muriel (2011) en el prólogo de La empresa y la web 2.0, en la actualidad, “las empresas e instituciones deben entender cómo actuar en este nuevo entorno y cómo comunicar de manera efectiva. Porque cada acción en la comunicación de una persona o de una empresa dice mucho más que en el pasado”. Según él, se necesita desarrollar una capacidad de interpretación a tal punto de “conseguir evitar ser parte del ruido que nos empieza a abrumar y convertir un mensaje en relevante para cada una de las personas que intercambian ideas en estas redes que nos conectan a todos entre sí” (Muriel, 2011).

Parte de esa capacidad de interpretación está en la toma de decisiones al momento de hacer presencia digital en la red (por parte de la empresa), la elección de los medios sociales, los formatos, temas a tratar, horarios, frecuencias, lenguaje, interacción, etc. Todos estos aspectos son fundamentales y de gran cuidado desde el punto de vista de la planeación, a la hora de posicionarse en los diferentes medios digitales.

Qué es Social Media

Los social media son comprendidos como espacios para la colaboración en masa (Tapscott; Willians, 2006) y la convergencia mediática en la que se experimentan fenómenos alrededor del intercambio de información (usos y costumbres), modificando las formas de interacción social y las estructuras de organización tradicionales, haciendo posible la comunicación instantánea no presencial y facilitando aspectos como el debate, la participación, la construcción de conocimiento y la movilización de masas.

Plataformas que conforman el Plan Social Media

Tal y como sugiere Celaya (2011), estas son algunas de las plataformas a tener en cuenta al momento de diseñar el Plan Social Media:

- Alertas en la red: Herramientas como Google Alerts, Technorati Watch Lists o la creación de alertas a través de RSS permiten monitorizar lo que se publica en la red sobre marcas, conceptos o personas clave.
- rss / sindicación contenidos: Herramientas como Google Reader, Yahoo o FeedReader.net nos permiten consultar la información publicada en las diferentes páginas web, sin tener que visitarlas una por una.
- Facebook: Red social generalista, la más popular en todo el mundo. Los usuarios publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional.
- Twitter: Herramienta de microblogging, que permite enviar mensajes con un máximo de 140 caracteres de forma instantánea y gratuita a sus seguidores. Canal bidireccional muy potente. Permite adjuntar vídeos, fotos, archivos, etc.
- Flickr: Publicación de fotos que pueden ser vistas, compartidas y descargadas por los usuarios de la red.

- Youtube: Publicación de vídeos que pueden ser vistos, compartidos y descargados por los usuarios de la red.
- Vimeo: Publicación de vídeos que pueden ser vistos, compartidos y descargados. No admite vídeos comerciales, demostraciones de videojuegos o pornografía. El contenido debe ser creado por el usuario. Alta resolución e interfaz de vídeo más limpio que Youtube.
- LinkedIn: Red social profesional que nos permite crear y gestionar una amplia agenda de contactos profesionales, buscar proveedores y referencias, seguir eventos de nuestro interés, pedir opiniones, etc.
- Xing: Red social profesional, permite crear y gestionar una amplia agenda de contactos profesionales, buscar proveedores y referencias, seguir eventos de nuestro interés, pedir opiniones, etc.
- Slideshare: Publicación de presentaciones que pueden ser vistas, compartidas y descargadas por los usuarios.
- Menéame: Basado en la participación comunitaria en la que los usuarios envían historias que los internautas pueden votar, promoviendo las más votadas a la página principal. Combina marcadores sociales, blogging y sindicación con un sistema de publicación sin editores.
- Delicious: Servicio de gestión de marcadores sociales en web. Permite guardar en la nube los marcadores que habitualmente se archivaban en el navegador del propio PC, categorizarlos y compartirlos con otros usuarios.

Marketing Digital

En la actualidad, la presencia de medios digitales y tecnológicos, y su facilidad de acceso por parte de las personas, han modificado la forma en que se comportan los mercados. Aspectos como la interactividad, la disposición inmediata de información y la ausencia de establecimientos físicos y reales (posibles gracias a Internet), han marcado la pauta hacia un nuevo modelo de Marketing que funciona de forma sistemática y ofrece simplicidad y comodidad tanto a los clientes como a las marcas.

No obstante, los medios digitales han pasado de convertirse en simple canales de venta y conformar todo un sistema de comunicación, relacionamiento y fortalecimiento de marca. De hecho, se puede afirmar que Internet “es quien marca las pautas que hay que tener en cuenta para poder implantar una buena estrategia de marketing digital... (ya que) los consumidores tienen un comportamiento determinado que las empresas deben conocer para adecuar su estrategia de marketing” (Vertice, 2010).

Es por eso que hoy se habla de un consumidor cuyo comportamiento está determinado por la cantidad de información que reciben del producto y no se limitan a la acción simple de comprar. De igual forma el consumidor recurre a los medios digitales para evaluar la conveniencia de su compra de acuerdo a las experiencias y valoraciones que otros expongan en la red, y basados en ello, crean su propio juicio de valor sobre el producto o la marca.

Contenidos de valor

Alfonso Palazón (2001), afirma que “la mejor propuesta de cualquier sitio web para fidelizar a un usuario es que ofrezca unos contenidos de calidad. Quizá pueda resultar obvio, pero disponer un contenido diferenciador distingue a los sitios web. Esto produce una necesidad que hace que el usuario vuelva a la web de forma habitual, lo que se traduce en experiencia”.

De acuerdo con esto, no basta solo con disponer del medio, sino lo que este comunica y la forma en la que crea un vínculo con el internauta. Por esa razón, cuando se habla de contenidos de valor, se hace referencia precisamente a ese componente que rompe con lo habitual y que conecta con los diferentes públicos a través de un lenguaje hecho a la medida, dado que la mayoría de usuarios buscan contenidos que les “formen e informen” (Palazón, 2001).

Unidad 3

Generación de contenidos para una entidad gubernamental

Ignacio Criado y Francisco Rojas (2013) en su texto Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un

gobierno abierto, hacen un completo análisis sobre los contenidos que se van generando en las redes sociales que lideran las administraciones públicas. Según ellos, “no solo qué dicen estas, cómo y por qué lo dicen, sino cómo se moldean esos contenidos por la ciudadanía, se convierten también en ámbitos de necesario interés para las organizaciones que conforman el sector público. En este sentido, el aspecto esencial de las redes sociales digitales implica convertirlas en sensores de lo que sucede en la sociedad, de manera que la escucha y lectura activa son esenciales para explorar todo el potencial de las redes sociales digitales en las administraciones públicas” (Criado y Rojas, 2013).

Por esa razón en el texto recomiendan concretar los valores que van a inspirar la creación de contenidos con los que el ente va a hacer presencia digital, partiendo del hecho de que tal presencia facilite al acceso de datos e información de manera sencilla al tiempo en que “logre convertir a los ciudadanos en sus auténticos propietarios, más allá de la retórica tradicional, en la medida en que su colaboración y participación son activos altamente valiosos”.

Tales valores propuestos son:

- Colaboración (participación en acciones ciudadanas): promover y participar en espacios de colaboración es la clave para crear comunidades que aportan un valor en la red. Participar en acciones ciudadanas como si fueran propias, además de fomentar la participación del resto de la ciudadanía.
- Apertura y transparencia: la organización se debe mostrar tal y como es, con naturalidad y con voluntad de servicio.
- Interdependencia (corresponsabilidad): saber a quién se representa y hacia quién, cómo y dónde nos relacionamos. Se deben tener en cuenta las normas de netiqueta propias de cada uno de los espacios.
- Compartición (conocimiento abierto): crear las condiciones necesarias para que ciudadanía, empresas y otras organizaciones generen riqueza con los datos y contenidos elaborados por la Administración.
- Integridad (servicio público): la comunicación y atención a través de las redes sociales debe ser tan eficaz o más de lo que lo es la presencial. Al

mismo tiempo, debe ser más eficiente y dar más resultados procurando no crecer en recursos.

Distribución de información en sitios web para una entidad gubernamental

Uno de los puntos más importantes a considerar a la hora de tener un portal web oficial que represente una entidad gubernamental es la distribución de la información que allí aparece, dado que no es lo mismo diseñar una web para comercializar productos o servicios, que para fines relacionados con la institucionalidad. Por esa razón, Esteves (en Alianza Sumaq, 2005) elaboró la siguiente guía que sirve como base para organizar la información en sitios web gubernamentales:

1.- Presencia:

Los servicios tienen la capacidad de proveer información sobre su acción al ciudadano, es decir, existe información en línea y la incorporación de esquemas de búsqueda básicas; permite, por ejemplo, la descarga de archivos y formularios.

- a) Impresos: Documentos del municipio (documentos para presentar en trámites, información)
- b) Plenos/Boletín municipal: Actas del Ayuntamiento o descripción de cambios normativos en el municipio (reglamentos principalmente).
- c) Buscador: Se emplea para buscar información dentro del sitio web municipal.
- d) Mapa web: Mapa del sitio web.

2.- Información urbana:

Proveer información sobre el callejero y los transportes urbanos. Exige en muchos casos, herramientas tecnológicas avanzadas como el GPS.

- a) Dirección de las calles: Mapa del municipio con todas sus calles (puede ser estático o dinámico, como ciertos buscadores especializados).
- b) Transportes: Transportes del municipio: autobuses, metro, similares (incluso cómo llegar al municipio).
- c) Transparencia: leyes, reglamentos, acuerdos, manuales.

d) Enlaces: links con otras entidades gubernamentales o sitios de interés para los usuarios.

3.- Interacción:

Considera comunicaciones simples entre el servicio y el ciudadano, el contacto se realiza por teléfono o correo electrónico.

a) e-mail municipal: Está disponible un correo electrónico con el cual poder comunicarse con el municipio.

b) Teléfono del municipio: Está disponible un número de teléfono con el cual poder comunicarse con el municipio.

4.- Transacción:

Incluye interacción electrónica bidireccional entre el ciudadano y el servicio, en forma alternativa a la atención presencial en las dependencias del órgano. Incluye autenticación, procesamiento de formularios, etc.

a) Móvil: Es posible acceder a contenido del sitio web desde un celular y recibir información por parte del municipio a través del teléfono celular.

b) Trámite online: Es posible realizar un trámite a través del sitio web del municipio. Por ejemplo: cambio de dirección, solicitud de permiso de circulación, etc.

c) Seguimiento: Es factible realizar seguimiento de algún trámite (incluso si no fue iniciado en forma on-line).

d) Certificado digital: Es posible generar/sacar certificados. Por ejemplo de domicilio, en forma directa o a través del sitio web.

e) Carpeta ciudadana: Se puede acceder a la información de cada ciudadano como vecino del municipio y además es posible actualizar dichos datos.

f) Pagos por red: El vecino puede pagar algún trámite (por ejemplo, un permiso) a través del sitio web, generalmente a través de tarjeta de crédito o de débito.

g) Personalización: Es posible personalizar el sitio web según el usuario.

5.- e-democracia:

Incluye servicios de participación ciudadana como foros de conversación sobre cuestiones gubernamentales.

- a) Participación ciudadana: Existen foros de discusión abocados a las problemáticas del municipio u otras instancias.

Medición de contenidos digitales

Está claro que como en cualquier medio, se hace necesario llevar un control sobre el impacto de los contenidos digitales en las diferentes plataformas, no solo para determinar su efectividad, sino para obtener recursos a la hora de tomar decisiones. De acuerdo con Martínez (2006) “los estudios métricos de la información constituyen un terreno aún en pleno desarrollo y por ello, cada día surgen nuevas posibilidades de aplicación para los resultados obtenidos. Cada vez, se utilizan más con fines de agregar valor a la información, no sólo en unidades dedicadas al trabajo intensivo con esta, sino también para la toma de decisiones en cualquier tipo de organización”.

En relación a esto, existen las siguientes herramientas para medir los contenidos en las principales plataformas digitales:

Facebook Insights: es la herramienta nativa de Facebook que permite extraer los datos de una FanPage de manera gratuita. Ofrece opciones como segmentar el periodo de tiempo sin limitaciones, descargar los datos de todos los parámetros de la página en formato CVS y Excel, conocer la tendencia de los “Me gusta”, determinar el número de visitas a la página de Facebook, obtener gráficos de todos los parámetros, seleccionar y analizar cada una de las publicaciones con todos los datos de interacción, observar a páginas de la competencia o similares, análisis de todos los vídeo subidos, con sus correspondientes métricas y parámetros, datos demográficos de los seguidores, tales como país, comunidad, edad o género, entre muchos otros.

Twitter Analytics: es una herramienta que brinda la propia red social que permite conocer datos sobre los tweets, seguidores y los post o página web.

Instagram Insights: es una herramienta súper completa (y gratuita) que permite monitorizar los resultados de cada acción tomada en esta red. A través de ella se miden datos de cada una de las publicaciones y/o historias, del comportamiento los seguidores y otras informaciones que pueden ayudar a determinar la estrategia.

OBJETIVOS

General

Fortalecer la presencia digital de la Asamblea Departamental del Magdalena en el entorno web.

Específicos

1. Diagnosticar la presencia de la Asamblea Departamental del Magdalena en el entorno web.
2. Generar contenidos digitales que permitan visibilizar las acciones de la Asamblea Departamental del Magdalena.
3. Medir los contenidos digitales para optimizarlos y hacer que sean efectivos, así como generar nuevos contenidos amparados en la eficacia de los ya evaluados.

Propuesta Estratégica

Objetivo Específico	Estrategia	Acciones	Tiempo de ejecución
<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la presencia de la Asamblea Departamental del Magdalena en el entorno web. 	<p>Realizar un análisis minucioso de la presencia digital de la Asamblea en el entorno web a través de un análisis de contenidos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y cuantificar los medios digitales con que cuenta la Asamblea. • Aplicar instrumentos de análisis Evidencias de pantallazos y demás. • Realizar diagnóstico con base en los datos recolectados. 	<p style="text-align: center;">Durante los dos primeros meses de la pasantía.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Generar contenidos digitales que permitan visibilizar las acciones de la Asamblea Departamental del Magdalena. 	<p>Ejecutar el plan de publicaciones establecido por la oficina de comunicaciones de la Asamblea.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de cronograma. • Recolección de datos y elaboración de mensajes. • Publicación en medios digitales 	<p style="text-align: center;">Del inicio al final de la pasantía</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Medir los contenidos digitales para 		<ul style="list-style-type: none"> • Hacer revisión semanal del impacto de las publicaciones. 	<p style="text-align: center;">Del inicio al final de la pasantía</p>

<p>optimizarlos y hacer que sean efectivos, así como generar nuevos contenidos amparados en la eficacia de los ya evaluados.</p>	<p>Analizar las estadísticas y métricas proporcionadas por cada plataforma digital.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Identificar oportunidades de mejora.• Ejecutar nuevas estrategias de contenido.	
--	---	--	--

¿Por qué?: La información publicada en la página web de la Asamblea Departamental del Magdalena, es de carácter institucional, por lo tanto toda publicación realizada en la página son actividades en las que se está involucrada la Asamblea o bien relacionada con temas que le afecten.

¿CADA CUÁNTO ACTUALIZAN LA INFORMACIÓN?										
Cada hora		Diario		Semanal	X	Mensual		Anual		No la actualizan
Según el evento	X	Otro		¿Cuál?						

¿QUÉ TEMAS TIENEN MÁS PRIORIDAD PARA LA COMUNIDAD?										
Académicos a estudiantes		NA	Comunitarios		NA	Noticias de la Asamblea	X	Noticias de la ciudad		X
Ambientales	X	Noticias científicas	NA	Literarios		NA	Institucionales	X	Convocatorias	X
		Otros		¿Cuál(es)?						

¿CUENTA EL SITIO WEB CON ENLACES A OTROS SITIOS QUE REFIERAN INFORMACIÓN IMPORTANTE Y RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN?										SI	X	
										N		
										O		
Presidencia de la Republica			X	Colnodo		X	MinTIC		X			
Rendición de cuentas	X			Instagram		X	Gobierno en Línea		X	Canal Youtube		
Facebook	X	Twitter	X	Portal Único de Contratación		X	Hora colombiana		X	Otros		
¿Cuál(es)?												

¿EN EL SITIO WEB DE LA EMPRESA HAY?	SI		NO		¿PERMITE DESCARGAR O COMPARTIR?			QUÉ TEMAS
Productos multimedia	X				SI	X	NO	Fotografías de actividades que realiza la Asamblea y/o sus diputados.
Infografías digitales			X		SI		NO	
Audios			X		SI		NO	
Videos	X				SI		NO	Los vídeos que se pueden visualizar en la página web, son de carácter informativo.

¿EXISTEN PRODUCTOS QUE INTEGREN TODOS ESTOS ELEMENTOS?	SI		N	X
¿SE DAN POR YUXTAPOSICIÓN?	SI		N	X
¿EN EL SITIO WEB SE OBSERVA INTERACCIÓN?	SI		N	X
¿EL SITIO WEB ES SÓLO PARA LA DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL?	SI	X	N	

¿EL SITIO WEB CUENTA CON ESPACIO PARA BLOGS?	SI		N O	X
¿PARTICIPAN EN EL BLOGS OTROS AUTORES?	SI		N O	X

¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE INTERACCIÓN SE OBSERVAN EN LA PÁGINA?				
Inclusión del correo electrónico del autor de cada nota	SI		N O	X
Foros	SI		N O	X
Posibilidad de comentar cada nota o elemento	SI		N O	X
Hay que registrarse previamente	SI		N O	X
Encuestas	SI		N O	X
Chats programados a una hora determinada con un personaje específico	SI		N O	X
Wikis	SI		N O	X
Espacios para que la gente suba notas, vídeos, fotos, audios sobre temas de interés	SI		N O	X
Espacio para imagen institucional como 'Quiénes Somos'	SI	X	N O	
Correos de todas las personas que están a cargo de la página.	SI	X	N O	
El sitio cuenta con moderación	SI		N O	X
¿Está expuesto de forma explícita el objetivo del sitio web?	SI	X	N O	
Existen espacios para hacer preguntas, dar sugerencias o interponer recursos o quejas ante la institución.	SI		N O	X
Otros		¿Cuál(es) ?		

¿LA COMUNICACIÓN QUE SE DA EN ESTE SITIO ES?				
Sincrónica: En tiempo real, por ejemplo, chats, videoconferencias	SI		N O	X
Asincrónica: Foros, wikis, correos electrónicos	SI	X	N O	
Otra		¿Cuál?		

Redes sociales

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA			
NOMBRE	Asamblea Departamental del Magdalena		
DIRECCIÓN WEB	http://www.asamblea-magdalena.gov.co/index.shtml		
DIRECCIÓN FÍSICA	Carrera 3 No. 13 – 18	Municipio	Santa Marta

INFORMACIÓN DE FACEBOOK			
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
URL del grupo	-		
URL de Fan Page	https://www.facebook.com/Asambleadelmag/		
¿Cuántos amigos en el primero?		¿cuántos miembros en el segundo?	
¿Tienen FanPage en Facebook?	SÍ	¿A cuántas personas les gusta?	437
¿Se interactúa desde este sitio web?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
Realizando publicaciones de interés para los seguidores de la Fan Page y respondiendo sus comentarios e inquietudes.			
¿Qué se comparte?: Desde la página se visualizan las actividades que realiza la Asamblea y sus diputados, como las plenarias, sesiones, convocatorias, etc.			
¿Permiten que los amigos o fans interactúen?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
¿De qué manera se permite esto?: A través de comentarios, likes y reacciones.			
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?			
Fotos	<input checked="" type="checkbox"/>	Vídeos	<input checked="" type="checkbox"/>
		Enlaces	<input checked="" type="checkbox"/>
		Audio	
		Otros	
¿Cuál(es)?			
¿Qué información generan estos amigos o fans?			
Comentarios			

INFORMACIÓN DEL TWITTER			
¿Cuentan con un perfil en Twitter?		SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO
¿Cuántos seguidores tiene?	499	¿A cuántos sigue?	239
¿Quiénes son esos seguidores?			

¿Cuál(es)?	Medios de comunicación, diputados y personas de la comunidad.											
¿Qué actividad se adelanta desde Twitter?												
Se publica información institucional y noticiosa.												
¿Qué utilidad le dan a esta red social?												
Tiene una utilidad importante pues el perfil está activo y se actualiza constantemente.												
¿Qué tipo de información se comparte en esta página?												
Se publica información institucional y noticiosa.												
¿Cada cuánto lo hacen?												
Cada hora		Día		Semana		Mensual		Anual		No lo actualizan		
Según el evento	X	Otro		¿Cuál?								
¿Permiten que sus seguidores interactúen?									SI	X	NO	
¿De qué manera lo hacen?: A través de RT, Likes y respuestas.												
¿Responden las preguntas que les hacen sus seguidores?									SI	X	NO	
¿Emiten solo información?									SI		NO	X
¿Se informa a la comunidad de alguna situación en especial?									SI	X	NO	
¿Permiten que la comunidad interactúe?									SI	X	NO	
¿En esta red se comparte?												
Información	X	Fotos	X	Vídeos	X	Enlaces	X	Audios		Otros		
¿Cuál(es)?												
¿Los diputados interactúan entre ellos, empleando esta red social para tal fin?												
Ellos suelen aparecer en publicaciones informando sobre temas de interés o invitando a la comunidad a participar en alguna convocatoria.												

OTRAS REDES											
¿Cuentan con un perfil en Instagram?									SI	X	NO
¿Cuántos seguidores tiene?			1138			¿A cuántos sigue?			405		
¿Qué utilidad le dan a esta red social?											

La red social Instagram se utiliza para mostrar las actividades de la asamblea, eventos, e-cards sobre fechas especiales, etc.										
¿Cada cuánto actualizan esta red social?										
Cada hora		Día		Semana	X	Mensual		Anual		No lo actualizan
Según el evento	X	Otro		¿Cuál?						
¿Permiten que sus seguidores interactúen?									SI	X NO
¿De qué manera lo hacen?: A través de Likes y comentarios										
¿Responden las preguntas que les hacen sus seguidores?									SI	X NO
¿Emiten solo información?									SI	NO X
¿Permiten que la comunidad interactúe?									SI	X NO
¿En esta red se comparte?										
Información		Fotos	X	Videos	X	Enlaces		Audios		Otros
¿Cuál(es)?										

A partir del diseño de un cuestionario, se pudo realizar la recolección de información de tipo cualitativo, la cual permite profundizar en la caracterización del uso que le da la Asamblea a los medios digitales.

Caracterización cualitativa- medios digitales asamblea digital del Magdalena.

¿Con cuáles medios digitales cuenta la Asamblea Departamental del Magdalena?

La Asamblea Departamental del Magdalena cuenta con una página web que actualmente se encuentra en proceso de reconstrucción, y perfiles en las redes sociales Facebook (fan page), Twitter e Instagram.



Ilustración 1 Perfil de Twitter <https://twitter.com/asambleamagdale?lang=es>



Ilustración 2 Fan Page Facebook https://www.facebook.com/pg/Asambleadelmag/about/?ref=page_internal

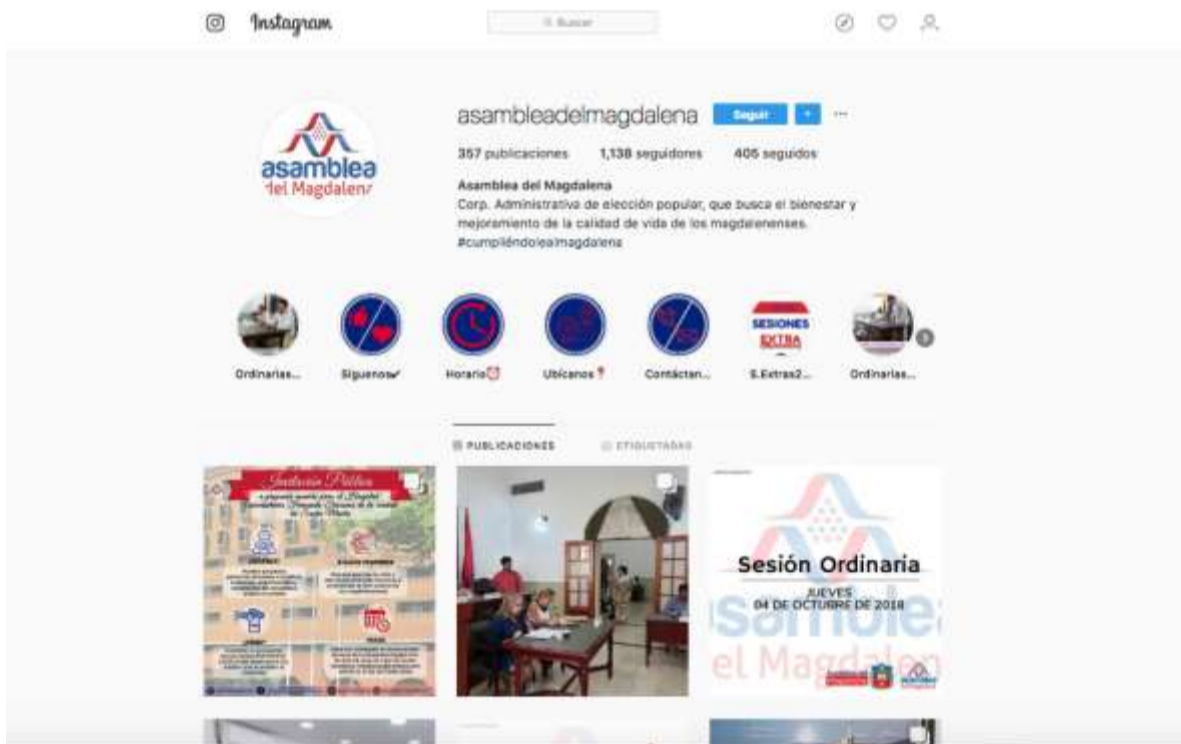


Ilustración 3 Perfil de Instagram <https://www.instagram.com/asambleadelmagdalena/?hl=es-la>

¿A quién va dirigido cada medio digital?

Los medios digitales están dirigidos a la comunidad en general, no obstante se considera como audiencia clave a los habitantes del departamento del Magdalena, Medios de comunicación locales, instituciones gubernamentales (presidencia, ministerios, gobernación, etc.) y entes de vigilancia y control.

¿Qué tipo de contenido comparten/publican?

Contenido informativo que da cuenta de los temas tratados en las plenarios, eventos, avances y resultados de proyectos, noticias, convocatorias, temas de actualidad local y nacional, fechas especiales y conmemorativas, etc.



Ilustración 4 Ejemplos publicaciones en redes sociales

¿Quién gestiona las publicaciones y contenidos?

La gestionan Comunicadores sociales y periodistas

¿Qué formatos manejan?

Se trabajan formatos escritos y/o audiovisuales de tipo informativo (clips, vídeos, E-cards, post, noticias, enlaces, infografías, etc.)

¿Cómo se planean las publicaciones?

Mensualmente se establece un cronograma de publicaciones el cual distribuye semanalmente los contenidos de acuerdo a la agenda de la Asamblea, eventos y sucesos relevantes. No obstante, también se comparten enlaces con noticias de medios de comunicación sobre temas de actualidad que suceden de forma esporádica.

¿Utilizan publicaciones promocionales (pagas)?

Se promocionan solo las publicaciones más importantes o de mayor relevancia.

¿Cómo miden el alcance?

El alcance se mide utilizando las métricas que proporcionan cada una de las plataformas digitales.

¿El contenido es de creación propia?

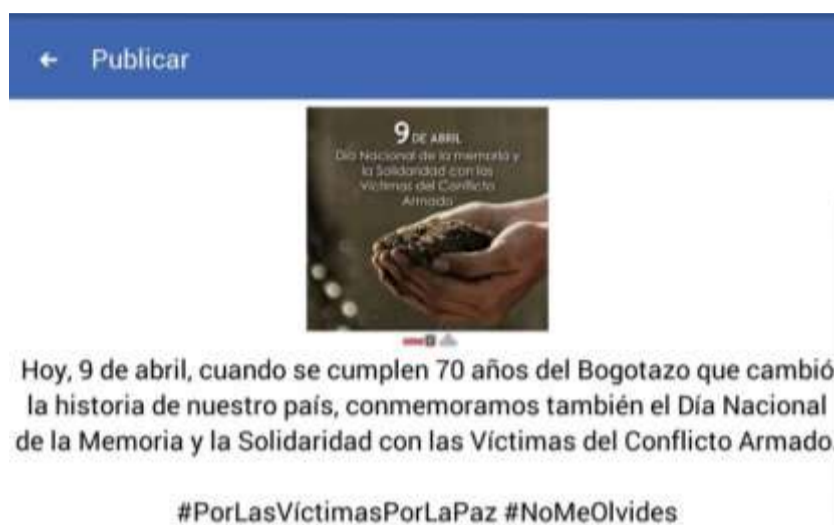
El contenido es completamente propio. Los enlaces que se comparten siempre son en temas que abarcan o incluyen a la Asamblea.

Importancia y beneficios de estar en las redes sociales

La Asamblea Departamental del Magdalena ha obtenido grandes beneficios al tener presencia en los medios digitales porque estos le han brindado la posibilidad de acceder de una forma más fácil y rápida a su audiencia. Igualmente han permitido visibilizar temas logrando que queden albergados en la web para su consulta atemporal.

La importancia que ha tenido tiene que ver con la cercanía y lazos que se ha creado con la comunidad, porque ha permitido dar a conocer el trabajo que se viene realizando desde la corporación en beneficio de la misma población. Además, gracias a la interacción en redes se han podido conocer de primera mano las diferentes problemáticas del departamento y buscarles, desde la jurisdicción de la Asamblea, las posibles soluciones.

Actividades realizadas para alcanzar el objetivo número 2: Generar contenidos digitales que permitan visibilizar las acciones de la Asamblea Departamental del Magdalena.



← Publicar



65 años de un ciclón de sueños e historia.
Al equipo de nuestros amores ¡feliz cumpleaños, Unión Magdalena S.A!
!❤️❤️

#FelizCumpleañosCiclón

👍❤️ 62

Nairuth Melendez Meriño y Garcela Maria Martnez de Arce están etiquetados aquí.

🗨️ Ver los 15 comentarios

-  **Rodolfo Segundo Romero Alvarez** Feliz Cumpleaño
19-abr-2018 a las 19:50 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Albis Fontalvo** Lo mejor que viva el union magdalena mi equipo del alma
19-abr-2018 a las 20:01 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Estivinson Arregoces Suarez** De esos 65 años 15 han jugado en la B... Y todavía tiene afición ...eso es grande...
19-abr-2018 a las 20:02 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Maria Garcia Maestre** El equipo de mi corazon.....lo amolos colores de mi tierra.....
19-abr-2018 a las 20:05 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Hugo Ramos Gamez** VIVA EL UNIÓN NOJODA!
19-abr-2018 a las 20:19 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Luis Carlos Ruiz Rueda** Nacio' cuando yo naci' ojala' y noS lleve a la A
19-abr-2018 a las 20:56 · Me gusta · Responder · 1
 -  **Alvaro Enrique Salcedo Payares** la garra samaria sentimiento de un pueblo mi equipo del alma
19-abr-2018 a las 21:51 · Me gusta · Responder
-  Escribe un comentario...  



DÍA DE LA *Tierra.*



22
DE ABRIL



Hoy, celebramos el **#DíaDeLaTierra** invitándote a reconocerla como nuestro hogar disminuyendo la contaminación y contribuyendo a la conservación y protección de la biodiversidad.
Feliz día a nuestra madre tierra.

🌐 5





Hoy celebramos nuestro idioma y conmemoramos los 400 años de la muerte del escritor español Miguel de Cervantes Saavedra quién glorificó el español en la Literatura Universal gracias a su gran obra "Don Quijote de la Mancha".

👍 10



← Publicar



Feliz día de la Secretaria, especialmente a las de nuestra Corporación, a quienes respetamos y admiramos mucho por su destacado trabajo.

#DíaDeLaSecretaria
#26deAbril
#cumpliéndoleAlMagdalena

👍 8



Rodolfo Segundo Romero Alvarez Muchas Felicidades para todas las Secretarias en su Día

26-abr-2018 a las 17:26 · Me gusta · Responder

← Publicar



Hoy queremos desearles un Feliz #díadelniño a todos los pequeños magdalenenses que son la esperanza de nuestro departamento. Los invitamos a enseñarles y promover sus derechos, a respetarlos y cumplirlos.

#DíadelNiño #CumpliéndoleAlMagdalena #28abril #children #niños
#futuro #esperanza

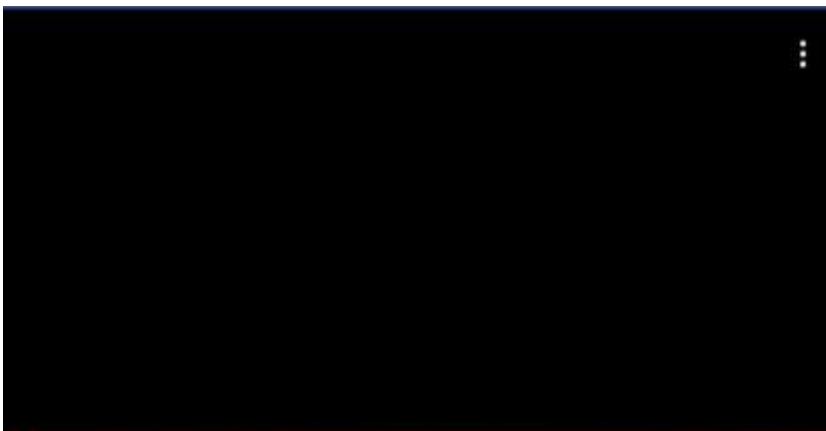
👍 13



Jesus Charris Acá en la veredas del municipio de sitio nuevo estos derechos don vulnerados ya que no cuentan con programas social. Comunitario..mañana 2pm. . asamblea cívica. Social comunitaria. Colegio el progreso.de Palermo. Invitado especial director Ibfc. Del Magdalena

28-abr-2018 a las 18:07 · Me gusta · Responder

Jesus respondió · 2 respuestas



Feliz día de las madres

Cuando quieras sentir amor,
piensa en tu madre y tu corazón se llenará de él

13
de mayo



Feliz día al sinónimo de amor más grande en la tierra: a las madres.

**#díadelamadre #13mayo #felizdiamamá
#CumpliéndoleAlMagdalena**

4



← Publicar



Infinitas gracias a todos los maestros por tan magnífica labor.
¡Felicidades en su día!

#CumpliéndoleAlMagdalena #15mayo #díadelmaestro #maestro
#educador #educación #profesor

👍 16



Alvaro Enrique Salcedo Payares FELIZ DIA PROFE QUE EL SEÑOR SIGA BENDICIENDO A TODO LOS MAESTROS DE COLOMBIA

16-may-2018 a las 09:16 · Me gusta · Responder

👍 1

← Publicar

Cuentanos con el #SinopuedesreusarloRehusalo de la ONU como contribuyes al cuidado del medio ambiente.

#diamundialdelmedioambiente #medioambiente
#cumpliéndoleAlMagdalena #5junio



👍 11

💬 1

🔗 5

👍 11



Jesus Charris Necesitamos es programa social con énfasis proteger el medio ambiente pero con presencia de lid entes del gobierno. Los pueblos ribereños todos los residuos líquidos y sólidos van ha tener al río Magdalena no hay campañas concientizar ha la comunidad proteger y cuidar nuestra naturaleza pero esto acá no se ve. Palermo sitio nuevo Magdalena

05-jun-2018 a las 19:58 · Me gusta · Responder



Escribe un comentario...



← Publicar



👍 11

💬 5

🔗 3

👍 11



Rodolfo Segundo Romero Alvarez Nada del maltrato al niño.

13-jun-2018 a las 13:46 · Me gusta · Responder 👍 1



Lettyz Pianetha Y si vieran la cantidad de niños y niñas q trabajan aqui en santa ana magdalena no estudi a n y simplemente son ignorados

13-jun-2018 a las 21:09 · Me gusta · Responder

Lettyz respondió · 2 respuestas



Estivinson Arregoces Suarez La respuesta de siempre... Para que ponen el tema en el muro sino no son capaces de afrontar los retos que el departamento requiere frente a esta clase de explotación de los niños ... Respeto su opinión moriría por defenderla pero no la comparto...

15-jun-2018 a las 09:54 · Me gusta · Responder



Escribe un comentario...



← Publicar



Homenajeamos a todas las personas que con este acto solidario ayudan a salvar millones de vidas al año: ¡GRACIAS!

Nos unimos a la campaña de este año por la OMS "Date a los demás. Dona sangre. Comparte vida".

#DonaSangre #Vida #solidaridad #generosidad #14junio

9



Rodolfo Segundo Romero Alvarez Buen Acto humano

14-jun-2018 a las 20:56 · Me gusta · Responder

← Publicar



¡Feliz día a los superhéroes de la casa!

16



Rodolfo Segundo Romero Alvarez Feliz Día del Padre para todos

24-jun-2018 a las 12:07 · Me gusta · Responder

← Publicar



Hoy conmemoramos este día a favor de la tolerancia. Respetar sus derechos es y será un avance social importante ya que es una forma de reconocerlos como los seres humanos que son, sin importar su orientación sexual.

1

Publicar

Asamblea Departamental del Magdalena
 11-jul-2018 a las 09:45 ·

¿Sabes cuáles son las comisiones de la Asamblea?
 Nosotros te contamos:

1 2

1

Publicar

Conmemoramos y celebramos que un día como hoy, hace 208 años, se escuchó el grito que inició nuestra independencia.

Nos sentimos #OrgullosamenteColombianos

#FelizDíaDeLaIndependencia #20dejulio 🇨🇴
 #independenciaDeColombia #GritoDeLaIndependencia

27

Estivinson Arregoces Suarez Seguimos peleando por las libertades y derechos de todos los colombianos...
 20-jul-2018 a las 09:52 · Me gusta · Responder 3

← Publicar



¡Feliz día a todos los abogados!
Que la defensa de los derechos y la ética sean siempre principios de su ejercicio.

#22junio #derecho #diadelabogado #asambleadelmagdalena
#CumpliéndoleAlMagdalena

1

← Publicar



¡132 años de historia! Feliz cumpleaños al departamento que llena nuestro corazón y por el que trabajamos cada día.
#CumpliéndoleAlMagdalena

#Magdalena #DepartamentoDelMagdalena #132años #4deagosto

36

 **Estivinson Arregoces Suarez** Feliz Cumpleaños para todos los nacidos en esta hermosa tierra
05-ago-2018 a las 05:37 · Me gusta · Responder

← Publicar

Ganaron la victoria;
Su varonil aliento
De escudo les sirvió". 🇪🇸

¡Viva Colombia y el ❤️ de su gente! ¡Feliz 7 de agosto! Y ¡FELICES 199 AÑOS A NUESTRO ÚNICO Y GLORIOSO Ejército Nacional de Colombia!

#CumpliéndoleAlMagdalena #7deAgosto #BatallaDeBoyacá
#CampañaLibertadora #Colombia #199añosEjército



👍 29



↻ 6

👍❤️ 29



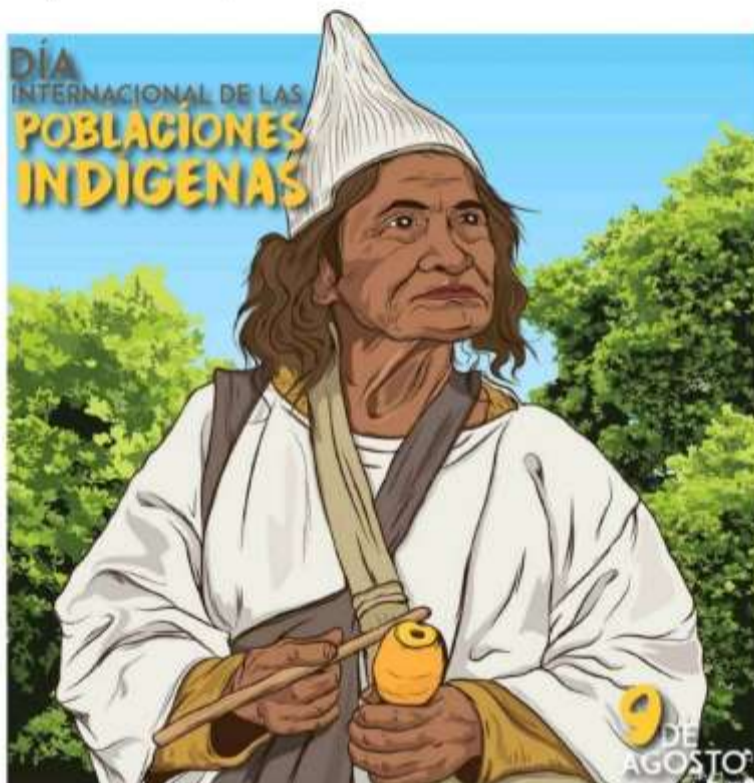
Escribe un comentario...



← Publicar

Kankuamos, ya que con su estrecha relación con el medio ambiente, protegen y permiten su preservación.

#9deagosto #DíaInternacionalDeLosPueblosIndigenas #ONU
#CumpliéndoleAlMagdalena #SierraNevadaDeSantaMarta



👍 27

💬 2

↻ 16

👍❤️ 27 >



Rodolfo Romero El gran valor cultural aún es discriminado, hay que respetar su cultura y sana convivencia así como ellos respetan la naturaleza...

09-ago-2018 a las 17:37 · Me gusta · Responder 👍 1



Luis Carlos Ruiz Rueda Respetando su territorio protegemos nuestra agua evitando la deforestación de la sierra

09-ago-2018 a las 20:57 · Me gusta · Responder 👍 1



Escribe un comentario...



← Publicar

#CumpliéndoleAlMagdalena #AmoryAmistad #15septiembre #Amor #Amistad #Magdalena



👍 39

💬 6

🔄 15

👍❤️ 39



Estivinson Arregoces Suarez Igual para todos ustedes... Que el señor los llene de claridad para tratar de sacar este departamento del atraso que se encuentra ..

15-sep-2018 a las 10:28 · Me gusta · Responder 🇺🇸 1



Jesus Charris Con esta situación de abandono y en seguridad que hay en las veredas t corregimientos del dpto donde el 70% de las comunidades campesinas carecen de educación. electrificación agua potable puestos de salud.zonas de recreación y deporte. Y demás derechos violados ha estas comunidades sin que nadie se le da por ayudar vemos todos lis días violaciones.muerte.vacunas. t acá todo esta bien. dicen los gobernantes. Palermo sitio Nuevo corredor vial



Escribe un comentario...



← Publicar



#DíaMundialDeLaLuchaContraElCáncerDeMama
TÓCATE PARA QUE NO TE TOQUE

Nos unimos al rosa en este día por todas esas mujeres que a diario muestran su valentía.

#19octubre #cáncerdemama #salud #cumpliéndoleAlMagdalena

👍 11



← Publicar



DÍA UNIVERSAL DEL NIÑO.

Hoy, 20 de noviembre, celebramos este día dando a conocer la importancia de trabajar juntos por el bienestar de todos los niños y niñas, reconociendo sus derechos y garantizando su sano desarrollo.

Desde la Corporación, desde nuestra jurisdicción, hemos trabajado para que el derecho especialmente a la salud, la educación y a su protección se cumpla a cabalidad. Por ello, nuestros estudios y aprobaciones a proyectos que los benefician y al control político a las autoridades de infancia y adolescencia, de educación y salud.

Aprovechamos esta oportunidad para decirles a Alit y a Albertico que no los olvidamos y seguiremos luchando y exigiendo para que vuelva pronto al seno de su hogar #TodosLosDerechosParaTodoLosNiños

#DíaUniversalDelNiño #20denoviembre #CumpliéndoleAlMagdalena

👍 Tú y 4 personas más



← Publicar

Tendrá quince (15) días, a partir de la fecha de su presentación para decidir sobre los planes y programas que presente el Gobernador, sobre la inversión o creación de nuevos servicios que le hayan sometido los Diputados, y si así no lo hiciere con respecto a las iniciativas del

Gobernador, estas pasarán a la Asamblea plena que habrá de aprobarlos o no dentro de los veinte (20) días siguientes.

Si vencido este plazo, la Asamblea no hubiere tomado ninguna decisión, el Gobierno Departamental podrá poner en vigencia el Proyecto respectivo.

#CumpliéndoleAlMagdalena



Sé el primero en reaccionar



Escribe un comentario...



← Publicar

general asuntos referentes a ingresos del erario publico departamental, así como sobre egresos, gastos, aportes o erogaciones de cualquier índole a cargo del fisco seccional.

Corresponde a esta Comisión:

- Aprobar en primer debate los Proyectos de Ordenanza sobre presupuesto departamental y sus modificaciones
- Presenar informe para segundo debate de los Proyectos de Ordenanza sobre Plan de Desarrollo y planes o programas de inversión, especialmente sobre la viabilidad o razonabilidad económica de las mismas.

Conocerá de los asuntos relacionados con:

- la Contraloría Departamental
- Los establecimientos públicos descentralizados
- Las empresas de economía mixta
- Las empresas industriales y comerciales del Departamento

Los planes y estrategias sobre política fiscal, el seguimiento de los mismos y en general los aspectos económicos, de hacienda y tesoro públicos son temas y funciones de esta Comisión Permanente.

#CumpliéndoleAlMagdalena



Escribe un comentario...



← Publicar

#CumpliéndoleAlMagdalena



COMISIÓN TERCERA 2016 - 2019



MARCOS BRUGÉS SANTOS
DIPUTADO

Educación, Deporte, Cultura, Turismo y Agropecuaria

👍 3

💬 1

🔗 1

👤 3



Digno Santa Marta Santa Marta HOY LE ESCRIBO SEÑORES DIPUTADOS PARA DECIRLE O PREGUNTARLE SI USTEDES SABEN QUE SE HACEN CON LOS DINEROS DEL DEPORTE Y LA RECREACIÓN... DESDE VARIOS AÑOS LE VENGO HACIENDO SEGUIMIENTO A ESOS RECURSOS QUE ES MUY FÁCIL DE DETECTAR TODO EL ROBO QUE HAY EN ESA ENTIDAD DEPARTAMENTAL EN COMPLICIDAD CON FUNCIONARIOS Y ALGUNOS DIPUTADOS, POR EJEMPLO AÑO TRAS AÑO SE VIENEN REALIZANDO CAMPEONATOS NACIONALES DONDE PARTICIPAN LOS JÓVENES PROMESAS DEL DEPORTE DEL MAGDALENA LA CUAL ASISTEN RECAUDANDO FONDOS CON ACTIVIDAD COMO VENTA DE SANCOCHO, BINGO ENTRE OTRAS ACTIVIDADES...



Escribe un comentario...



← Publicar

o reconocimiento.

#CumpliéndoleAlMagdalena



👍 5

💬 3

↪ 2

👍 5



Estivinson Arregoces Suarez Éxitos en todo lo que se propongan que este orientado hacia el bien de todos lo que habitamos en este golpeado departamento...

17-ago-2018 a las 10:44 · Me gusta · Responder 👍 1



Belinda de Baute 🙌

17-ago-2018 a las 11:51 · Me gusta · Responder



Lilian Santodomingo Felicitaciones y éxito para todos en este nuevo cargo en el departamento.

18-ago-2018 a las 08:02 · Me gusta · Responder



Escribe un comentario...



Inicio

Información

Publicaciones

Fotos

Comunidad



3 reproducciones



#Conócenos - COMISIÓN
2DA: ASUNTOS ECONÓM...
61 reproducciones



#Conócenos - COMISIÓN
1ERA: PLAN DE DESARR...
47 reproducciones



¿Sabes cuáles son las
comisiones de la Asambl...
53 reproducciones



Funciones de la Asamblea
(parte 1)
65 reproducciones



Ingeniero de la
Interventoría explica proc...
21 reproducciones



Inicia intervención Fabio
Alejandro Manjarrés Pinz...

Actividades para alcanzar el objetivo número 3: Medir los contenidos digitales para optimizarlos y hacer que sean efectivos, así como generar nuevos contenidos amparados en la eficacia de los ya evaluados.

INSTAGRAM	FACEBOOK	TWITTER
IMÁGENES DE FECHAS ESPECIALES	IMÁGENES DE FECHAS ESPECIALES	IMÁGENES DE FECHAS ESPECIALES
<p>E-Card UNO. 7 /04/2018. DÍA MUNDIAL DE LA SALUD Obtuvo 9 likes</p> <p>E-Card dos. 9/04/2018 Día nacional de la memoria y solidaridad con las víctimas del conflicto armado. obtuvo 12 likes.</p> <p>E-Card tres. 19/04/2018 Cumpleaños del equipo unión magdalena obtuvo 31 likes</p>	<p>E-Card dos. 9/03/2018 Día nacional de la memoria y solidaridad con las víctimas del conflicto armado. obtuvo 1 likes.</p> <p>E-Card tres. 19/03/2018 Cumpleaños del equipo unión magdalena obtuvo 12 likes y 15 comentarios.</p>	<p>E-Card Uno 15/9/2018 Día del amor y la amistad 2 likes</p> <p>E-card dos 20/7/2018 Día de la independencia Sin Likes</p> <p>E-card tres 19/7/2018 Día de la población Sin Likes</p> <p>E-card cuatro 24/6/2018 Día del padre 1 Like</p> <p>E-card cinco 22/6/2018 Día del abogado 1 Like</p> <p>E-card seis 14/6/2018 Día del donante de sangre 2 Likes 1 RT</p> <p>E-card siete 5/6/2018 Día del medio ambiente Sin Likes</p>

<p>E-Card cuatro 19/04/2018 Día mundial de la bicicleta Obtuvo 21 likes</p> <p>E-Card cinco 22/04/2018 Día de la tierra obtuvo 17 likes.</p> <p>E-Card seis 23/04/2019 Día del idioma obtuvo 19 likes.</p>	<p>E-Card cinco 22/04/2018 Día de la tierra obtuvo 5 likes.</p> <p>E-Card seis 23/04/2019 Día del idioma obtuvo 10 likes.</p>	
<p>E-Card siete 26/04/2018. Día de la secretaria Obtuvo 21 likes y un comentario.</p> <p>E-Card ocho. 28/04/2019 Día del niño. Obtuvo 19 likes.</p> <p>E-Card nueve. 01/05/2018 Día del Trabajador. Obtuvo 12 likes.</p> <p>E-Card diez. 01/05/2018 Día de la enfermera. Obtuvo 16 like y un comentario.</p>	<p>E-Card siete 26/04/2018. Día de la secretaria Obtuvo 8 likes y un comentario.</p> <p>E-Card ocho. 28/04/2019 Día del niño. Obtuvo 13 likes. Y un comentario</p> <p>E-Card nueve. 01/05/2018 Día del Trabajador. Obtuvo 8 likes.</p>	
<p>E-Card once. 13/05/2018. Día de las madres. Obtuvo 15 likes y un comentario.</p> <p>E-Card doce 15/05/2018 Día del maestro. Obtuvo 19 likes.</p> <p>E-Card trece. 31/05/2018. Día mundial sin tabaco. Obtuvo 9 likes.</p> <p>E-Card catorce. 05/06/2018 Día del medio ambiente</p>	<p>E-Card once. 13/05/2018. Día de las madres. Obtuvo 4 likes .</p> <p>E-Card doce 15/05/2018 Día del maestro. Obtuvo 16 likes y un comentario.</p> <p>E-Card catorce. 05/06/2018 Día del medio ambiente Obtuvo 11 likes y un cometario</p> <p>E-Card catorce.</p>	

<p>Obtuvo 20 likes y un comentario</p>	<p>05/06/2018 Día del medio ambiente Obtuvo 11 likes y un comentario</p>	
<p>E-Card quince. 12/06/2018 Día mundial contra el trabajo infantil. Obtuvo 18 likes.</p>	<p>12/06/2018 Día mundial contra el trabajo infantil. Obtuvo 11 likes y 5 comentario.</p>	
<p>E-Card dieciséis. 14/06/2018 Día mundial del donante de sangre. Obtuvo 15 likes y un comentario.</p>	<p>E-Card dieciséis. 14/06/2018 Día mundial del donante de sangre. Obtuvo 9 likes y un comentario.</p>	
<p>E-Card diecisiete 22/06/2018. Día del abogado. Obtuvo 22 likes</p>	<p>E-Card diecisiete 22/06/2018. Día del abogado. Obtuvo 1 likes</p>	
<p>E-Card dieciocho. 24/06/2018 Día del padre Obtuvo 16 likes.</p>	<p>E-Card dieciocho. 24/06/2018 Día del padre Obtuvo 16 likes. Y un comentario.</p>	

CONCLUSIONES

- Con el acelerado mundo y el nacimiento del ciberespacio se ha hecho exigente la presencia online de organizaciones para fortalecer las relaciones internacionales, la apertura de nuevos mercados, la conversación con comunidades de otros países, atención al usuario y gobierno en línea.
- Es importante que antes de arrancar con una propuesta estratégica se base en un diagnóstico que permita dilucidar qué se necesita y qué se puede suprimir y esto permitirá alcanzar de forma óptima los objetivos al interior de la organización.
- Los contenidos digitales deben basarse no solo en narrativas tradicionales sino en contenidos de valor teniendo en cuenta el marketing digital y móvil pues este último ha cobrado vigencia en los últimos años y requiere de un tratamiento especial.
- Para optimizar los contenidos es importante estarlos midiendo de forma constante y de esta forma se puede analizar cuáles usar con más frecuencia y cuáles descartar por no cumplir con los requisitos de alcance.
- Es importante que la UPB continúe fortaleciendo la formación digital en diferentes campos como el Ciberperiodismo, la comunicación digital, el marketing digital y otras herramientas digitales que se requieren cuando se ejerce la profesión como tal.

RECOMEDACIONES

Se recomienda a la Asamblea Departamental del Magdalena continuar con el proceso de esta estrategia digital con el fin de seguir fortaleciendo su presencia en estos escenarios.

Se recomienda a la Universidad Pontificia Bolivariana seguir enviando estudiantes en calidad de pasantía a estas instituciones públicas con el fin de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera.

Es necesario que la persona encargada del área de comunicación dentro de la Asamblea pueda tener sus propias herramientas para desarrollar sus diferentes productos dentro de su lugar de trabajo, lo ideal sería que el pasante tuviera acceso a diferentes elementos necesarios para su rol, como una grabadora periodística, cámara y trípode.

Se recomienda que la página web se esté actualizando de forma permanente para que al buscar información de esta entidad pública logren encontrar una vigente y no antigua.

Se recomienda a nuevos pasantes dar continuidad a este plan con el fin de avanzar en la ejecución del mismo y permitir que la Asamblea Departamental del Magdalena fortalezca no solo su presencia sino las relaciones con los usuarios a través del entorno digital.

BIBLIOGRAFÍA

Belloc, C. (2012). Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Aprendizaje. Unidad de Tecnología Educativa (UTE). Universidad de Valencia. [en línea] Disponible en https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31932340/TIC.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1540242730&Signature=7YzR%2BEVbyMBr5wpbDxmt%2Fk%2FInCA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DLas_Tecnologias_de_la_Informacion_y.pdf

Castells, M. (2001). Internet y la Sociedad Red. Lección inaugural del curso de Doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento 2001-2002 de la Universitat Oberta Catalunya [en línea] Disponible en <http://www.uoc.es/web/esp/articles/castells/print.html>

Celaya, J. (2011). La empresa en la Web 2.0. Gestión 2000. [en línea] Disponible en <http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1NK1FPVV5-2DJTVN2-1FS0/La%20empresa%20web.pdf>

Criado, I. Rojas, F. (2013). Las redes sociales digitales en la gestión y las políticas públicas. Avances y desafíos para un gobierno abierto. Escuela de Administración Pública de Cataluña. [en línea] Disponible en http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/criado_redes_sociales_digitales.pdf

Esteves, J. (2006). Análisis del gobierno electrónico municipal en España. IE Working Paper. [en línea] Disponible en http://www.latienda.ie.edu/working_papers_economia/WPE05-32.pdf

Fumero, A. Roca, G. (2007). Web 2.0. Fundación Orange. [en línea] Disponible en https://www.oei.es/historico/salactsi/WEB_DEF_COMPLETO2.pdf

Martínez, A. (2006). Indicadores cibernéticos: ¿Nuevas propuestas para medir la información en el entorno digital?. [en línea] Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352006000400003&lng=es&tlng=es.

Palazon, A. (2001). Comunicación Web. El valor de los contenidos en la red. En revista comunicar. núm. 17, octubre, 2001, pp. 93-96 [en línea] Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801713>

Piscitelli, Alejandro. Post-televisión. Ecología de los medios en la era de Internet. Paidós. Contextos. Buenos Aires, Argentina. 1998.

Ruiz, L. (2009). El e-government (administración electrónica) como herramienta de la democracia y de la gestión local. [en línea] Disponible en <https://cladista.clad.org/bitstream/handle/123456789/6072/0063222.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tapscott, Don; Williams, Anthony. Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything. Portfolio, New York, 2006, 320 p. ISBN 978-1591841388

Vértice. (2010). Marketing Digital. [en línea] Disponible en https://books.google.com.co/books?id=qdGjYHkGB1UC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false