



Gobernación  
de **Nariño**

# INFORME DE GESTIÓN

CENTRO DE COMUNICACIONES

GOBERNACIÓN DE NARIÑO

PERÍODO ENERO 2016



## CONTEXTO DEL INFORME

Teniendo en cuenta el valor que el Gobernador Camilo Romero le otorga a los procesos de comunicación para impulsar el ejercicio de gobierno, así como a los diversos planes, programas, y proyectos de la Administración Departamental, se ha definido como una primera tarea el consolidar una estrategia de comunicación que permita avanzar en la constitución de un Centro de Comunicaciones de la Gobernación de Nariño.

Anteriores administraciones han fijado las tareas de la comunicación institucional en asuntos propios de una Oficina de Prensa que ligada al Despacho del Gobernador se ha encargado fundamentalmente de procesos de gestión de información que se refleja en el manejo de boletines, comunicados, ruedas de prensa, y circulación de contenidos de corte institucional a través de medios y canales tradicionales con un avance importante en la incursión de las redes sociales y los contenidos digitales.

La visión compartida con el equipo de comunicaciones es la de constituir una dinámica de articulación estratégica que además de incluir la gestión de la información pública, facilite una sinergia entre los ejercicios de comunicación que surgen desde las diversas entidades de la Administración Departamental, y, ante todo, de la vida que adquiere la comunicación en el territorio nariñense desde diversas expresiones que se unen a las acciones de la cultura, la educación, la promoción de la salud, la planeación y la gobernanza, entre otras.

Se suma a estas consideraciones la necesidad de fomentar los pilares del nuevo gobierno (Gobierno Abierto, Innovación Social y Economía Colaborativa) desde una lógica diferente de la comunicación pública que coadyuve a establecer nuevos relacionamientos entre el Estado y la ciudadanía. Los retos que se han trazado para generar condiciones de buen gobierno ameritan una concepción de la comunicación como herramienta que contribuye al desarrollo humano sostenible.

La comunicación para y desde lo público, sobrepasa las acciones de la información y conlleva a la generación de nuevos mensajes, contenidos diferentes, canales, medios y escenarios diversos para facilitar principios como la transparencia, la participación y la colaboración. Será labor del Centro de Comunicaciones contribuir a fijar entonces en el imaginario colectivo los sellos que caracterizarán a esta Administración: el buen gobierno y el sello verde.

El compromiso con los temas ambientales deberá estar presente también en los componentes estratégicos de una comunicación para promover una cultura en conciencia del cuidado, protección y preservación de nuestros entornos.



Prioridades: agua, restablecimiento de la armonía con la naturaleza y cuidado de los recursos.

## EL EQUIPO DE TRABAJO

PROFESIONAL	RESPONSABILIDAD
<b>JUAN IGNACIO ROSERO</b>	Profesional Universitario responsable de las tareas administrativas de la oficina. Asume en calidad de Jefe de Prensa de la Gobernación. Establece relacionamiento con los medios y periodistas locales, regionales y nacionales. Es el punto de articulación entre el Gobernador, Secretarios, Secretarias, Directores y Profesionales Universitarios y las tareas que debe desarrollar la Oficina. Lidera el equipo profesional y técnico-operativa. Diseña la agenda de trabajo y asigna responsabilidades.
<b>GUSTAVO MONTENEGRO</b>	Profesional Universitario. Está a cargo del diseño del componente estratégico del Centro de Comunicaciones. Es responsable de los procesos de redacción de boletines de prensa, revisión de textos y guionización. Viene asumiendo el manejo de las cuentas de Twitter, Fan Page, y gestión de contenidos de la Oficina para alimentar la Página WEB. Es responsable de la circulación de los boletines de prensa. Diseña y comparte los vínculos del Informe Semanal en formato digital vía Time Line.
<b>DAVID SÁNCHEZ</b>	Coordina el componente informativo de la oficina. Está a cargo del diseño del componente de información pública. Asumirá la dirección del proyecto de noticiero. Ejerce labores de reportería, recolección de información, investigación de fuentes, y coordinación de agenda emergente según las condiciones del accionar, tanto del Despacho como de las demás dependencias.





<b>JUAN JURADO</b>	Las labores de registro fotográfico, audiovisual y sonoro están bajo su responsabilidad, al igual que el apoyo a los procesos de diseño, producción, y posproducción que surgen desde las necesidades del Centro de Comunicaciones. Aporta significativamente en los espacios de diseño, creatividad y construcción de piezas de comunicación desde los multilinguajes.
<b>LORENA BURBANO</b>	Acompaña las tareas de reportería. Cuenta con talentos y capacidades especializadas en el lenguaje audiovisual desde donde aporta en las etapas de pre-producción y posproducción de piezas comunicativas que se demandan desde el Centro de Comunicaciones. Gestiona contenidos para las redes sociales, y acompaña procesos de redacción, revisión de textos y circulación de las piezas comunicativas que produce el Centro.
<b>JESSITH GUERRERO</b>	El volumen de producción que se demanda al Centro de Comunicaciones requiere de un soporte técnico y profesional para el manejo adecuado de los equipos que hoy se disponen en el Centro. Asume responsabilidades de registro fotográfico, audiovisual y sonoro. Ejerce labores de reportería gráfica. Coordina la disposición de los equipos técnicos. Cumple con tareas de preproducción, producción y posproducción del material audiovisual que se realizan al interior del Centro.
<b>JHON CORTÉS</b>	Coordina las tareas de diseño gráfico que deberán articularse en torno al Centro de Comunicaciones. Oficia en calidad de editor gráfico para apoyar la producción de contenidos que demandan las diferentes dependencias ante el Centro de Comunicaciones. Aporta profesionalmente en labores de diseño, animación y producción de contenidos de comunicación visual.





<b>CAMILA NARVÁEZ</b>	Apoya técnica, operativa y conceptualmente la elaboración de las piezas gráficas que se demandan en volumen significativo ante el Centro de Comunicaciones. Aporta creativamente en el área de diseño gráfico, y asumió las responsabilidades del manejo de la imagen corporativa institucional.
<b>AMPARO TIMANÁ</b>	Brinda apoyo en las tareas administrativas que permiten agilizar labores de contratación, operatividad y adecuado funcionamiento de la oficina. Contribuye en el manejo de la agenda de tareas a cumplir por parte de la oficina atendiendo las demandas de otras dependencias, de medios y periodistas que requieren atención por parte del equipo del Centro.

## ACTIVIDADES PRINCIPALES

Las tareas del Centro de Comunicaciones comenzaron desde el 1° de enero con la transmisión de televisión del Acto de Posesión del Gobernador de Nariño y del nuevo Alcalde de Pasto. Desde ese momento clave se describen a continuación las tareas fundamentales desarrolladas por el equipo del Centro.





- Cubrimiento de los primeros Consejos de Gobierno.
- Cubrimiento de actos de posesión del Gabinete
- Cubrimiento del Carnaval de Negros y Blancos.
- Registro de los primeros Consejos de Seguridad.
- Acompañamiento al primer Consejo de Gestión del Riesgo.
- Gestión administrativa para la conformación del equipo de trabajo.
- Taller para iniciar con el diseño del Centro de Comunicaciones.
- Diseño conceptual y técnico del Informe Semanal para Televisión.







- Diseño conceptual y técnico del Informe Semanal para Radio.
- Diseño conceptual y técnico del Informe Semanal para medios digitales.
- Definición de los criterios para el ciclo de producción de información.
- Acompañamiento periodístico a la agenda del Despacho.
- Elaboración de comunicados de prensa.
- Registros fotográficos perfiles del gabinete.
- Levantamiento de información documental perfiles del gabinete.
- Diseños gráficos requeridos para la imagen corporativa institucional.





- Producción de piezas gráficas para Dirección de Gestión del Riesgo, Oficina de Sistemas, Secretaría de Gobierno, Secretaría de Planeación, Despacho, GANA, Oficina de Planeación.
- Ejercicios de articulación con la Dirección Administrativa de Cultura, Comunicaciones del Instituto Departamental de Salud.
- Producción del Informe Semanal para Radio, Televisión y Digital.
- Circulación de comunicados de prensa.
- Asistencia y participación del Jefe de Prensa a los Consejos de Gobierno convocados desde Despacho.
- Recopilación de propuestas de pauta para el diseño del Plan de Medios.
- Encuentros creativos para el diseño del plan estratégico del Centro de Comunicaciones.
- Gestión de información para periodistas y medios locales y nacionales.
- Entrega de información requerida por periodistas y medios locales.
- Activación del sistema de redes sociales.
- Articulación de las tareas del equipo de comunicación del Plan de Desarrollo Departamental con el Centro de Comunicaciones.
- Apoyo a las labores del comunicador de la Gestora Social.
- Asignación medios para su correspondiente monitoreo.
- Monitoreo de medios.
- Avances en el diseño del documento estratégico para la constitución del Centro de Comunicaciones.
- Actualización de contenidos para el sitio web: [narino.gov.co](http://narino.gov.co)
- Participación en los Consejos de Gestión del Riesgo.







Gobernación  
de **Nariño**

## INFORME SEMANAL



Gobernación  
de **Nariño**

DOMINGO

10 de enero  
Hora: 8:30 pm



telepasto



GOBIERNO  
ABIERTO



INNOVACIÓN  
SOCIAL



ECONOMÍA  
COLABORATIVA

## VICTORIAS TEMPRANAS





PROCESO	INDICADOR	OBSERVACIONES
Información pública	28 comunicados redactados y en circulación permanente.	Fuera de estos 28 comunicados se han puesto en circulación 5 boletines de prensa más.
Gobierno abierto y comunicación	4 Informes Semanales para radio, televisión y medios digitales.	Hasta el tercer informe se logró un registro en la Fan Page de más de 30 mil visualizaciones sumando las tres producciones de video.
Redes sociales	Crecimiento del 30,7% en FanPage de Facebook. (Me gusta).  Crecimiento del 459% en seguidores de Twitter.	En twitter se ha logrado tener menos trinos que en diciembre de 2015, pero mayor impacto en impresiones, réplicas, y seguidores.  Ver anexo 1: análisis comparativo.  La publicación del Informe Semanal marca los puntos de alcance más importantes de cada semana.  Ver anexo 2: comportamiento Fan Page.
Comunicación gráfica.	Se ha logrado un posicionamiento positivo del concepto de Corazón del Mundo.	Se avanza significativamente en la adaptación de la nueva imagen institucional.





Relacionamiento	<p>Eliminación de módulos físicos en la oficina de prensa.</p> <p>Garantía de entrega de material informativo.</p> <p>Atención oportuna a medios y periodistas.</p> <p>Gestión de ruedas de prensa.</p>	<p>La adecuación física de la oficina fue bien recibida por los colegas que visitan el Centro de Comunicaciones al descubrir un escenario de puertas abiertas.</p> <p>Diariamente se hace entrega de material sonoro, visual y de contenido que facilita el trabajo de los comunicadores y periodistas.</p> <p>Amplia aceptación del responsable de la Oficina de Prensa.</p>
Articulación Centro de Comunicaciones	<p>Se iniciaron ya las primeras tareas de articulación con: Dirección Administrativa de Cultura, Oficina de Turismo, Comunicación de Gestión Social, Comunicaciones I.D.S.N. Secretaría de Planeación. Dirección de Gestión del Riesgo.</p> <p>Se han generado espacio de diálogo con asesores del despacho en las áreas de Innovación Social, Gobierno Abierto y Economía Colaborativa para definir líneas estratégicas de la comunicación y su rol en el buen gobierno.</p>	<p>Se empieza a establecer un ciclo de producción de contenidos de manera articulada.</p>



Página Web	Sección noticias, audios y videos actualizada día a día.	La oficina de prensa recibió capacitación de la oficina de sistemas para definir el proceso de actualización de los contenidos realizados desde el Centro de Comunicaciones.
------------	--	--

## ANEXO 1: COMPORTAMIENTO COMPARATIVO DIC 2015 Y ENE 2016 – TWITTER.

Nota: entre otros aspectos el comparativo de indicadores nos permite entender que la generación de post en Twitter no es proporcional al nivel de impactos y seguidores. Se ha propuesto ser oportunos y pertinentes en la información generada por esta red, buscando mayor nivel de reconocimiento y de impresiones. Menos trinos, más impactos.

---

### RESUMEN DE ENERO DE 2016

Tweets

**376**

Impresiones de Tweets

**219 K**

Visitas al perfil

**11,4 K**

Menciones

**665**

Nuevos seguidores

**684**

---

### RESUMEN DE DICIEMBRE DE 2015

Tweets

**853**

Impresiones de Tweets



92,7 K

Visitas al perfil

1.843

Menciones

223

Nuevos seguidores

149

## ANEXO 2: COMPORTAMIENTO FAN PAGE EN FACEBOOK

Nota: el total de ME GUSTA en la fanpage comenzó con un total de 3.923, y finalizado el mes se alcanzó un total de 5.669, un incremento de 1.746 personas que han entrado en contacto con los contenidos digitales. La gráfica indica la tendencia al crecimiento y los picos relevantes se generan con la publicación del Informe Semanal.



## CONSTRUCCIÓN DE MEMORIA





La herramienta Línea de Tiempo que se implementó tanto en la página web como en la plataforma de GANA, es un mecanismo de información pública, de comunicación para el relacionamiento, pero ante todo es un aporte del Centro de Comunicaciones para avanzar, desde el primer día, en el ejercicio de sistematización y consolidación de una memoria visual, gráfica y textual, sobre el avance de cada uno de los 1461 días de buen gobierno.

En tanto avancen los procesos vinculados a los pilares del buen gobierno, se irán también generando nuevas herramientas e iniciativas que tanto desde lo digital, como de lo presencial-no virtual, contribuyan a fortalecer lazos comunicantes con la ciudadanía nariñense.

Así mismo el Centro de Comunicaciones ha iniciado con un ejercicio juicio de conformación del archivo audiovisual, sonoro, gráfico y digital desde un auténtico esfuerzo colectivo que paso a paso empieza a lograr la sinergia necesaria para garantizar un trabajo en equipo a favor de la comunicación, no sólo de la administración departamental, sino del propio territorio nariñense.





## LO QUE VIENE

**Para el mes de febrero se han proyectado acciones en torno a:**

- Finalizar el documento de diseño estratégico.
- Realizar el pilotaje del espacio de noticiero.
- Definir los lineamientos generales para el plan de medios.
- Abrir la convocatoria para asignar la emisora desde donde se originará el espacio radial de Informe Semanal.
- Gestionar fuentes de recursos para la implementación del proyecto comunicativo.
- Avanzar en el proceso de flujo de información para medios.
- Acompañar las tareas de agenda.
- Avanzar en nuevos espacios de articulación desde el concepto de Centro de Comunicaciones.





Gobernación  
de **Nariño**

