

**LEY 1712 DE 2014**  
**ARTÍCULO 12. ADOPCIÓN DE ESQUEMAS DE PUBLICACIÓN.**

Todo sujeto obligado deberá adoptar y difundir de manera amplia su esquema de publicación:

**PLAN DE COMUNICACIONES**

El plan de comunicación de la estrategia GEL de la CVC, está dirigido a apoyar la implementación de su estrategia institucional de gobierno en línea para facilitar el acceso de los actores sociales a la información ambiental y de gestión institucional, de forma oportuna y en doble vía, fomentando la participación y rindiendo cuentas de manera permanente con actualidad e inmediatez, para conocer la percepción de los vallecaucanos en el proceso de toma de decisiones, generando confianza y satisfacción.

**PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE GOBIERNO EN LÍNEA**

Para la CVC en el proceso de promoción y divulgación de gobierno en línea es indispensable el trabajo interdisciplinario de las áreas, para definir los datos que necesitamos exteriorizar y el tipo de información a publicar.

El Portal de [Internet](#) de la CVC, [www.cvc.gov.co](http://www.cvc.gov.co), es un [sitio web](#) cuyo objetivo es ofrecer a nuestros usuarios, el acceso a información ambiental y de gestión institucional, así como a los servicios corporativos, de una forma fácil e integrada.

En este punto se desarrollarán las campañas publicitarias o educativas que se requieran dirigidas al público específico determinado por las necesidades de la comunidad y el estado de los recursos naturales.

Será responsabilidad del Proceso de Comunicación Corporativa, que la entidad logre definir la personalidad que quiere dar a conocer a los vallecaucanos y a la opinión pública en general.

Se suministrará constantemente noticias relacionadas con la implementación y el avance de gobierno en línea en la entidad, tanto al público interno como externo de la organización.

Además se mantendrá un canal de comunicación abierto para responder con prontitud a las preguntas de nuestros usuarios y ofrecer un completo servicio de información sobre las acciones que se desarrollan en la CVC.

A través de la página Web los navegantes pueden informarse de la estructura de la organización, las diversas convocatorias y las últimas noticias de interés general y que tienen que ver con la temática ambiental, como son:

\* Divulgación, promoción para la apertura de datos y uso en el desarrollo de servicios:

- El informativo institucional de televisión se presenta por el canal regional Telepacífico los martes de 7:30 a 8:00 PM. Es un noticiero ambiental con la actualidad ambiental en el Valle del Cauca. Es utilizado a través de su sección agenda para informar sobre procesos de participación ciudadana y prestación de nuevos servicios por parte de la Corporación a través de su portal web.

\* Divulgación y promoción para los trámites y servicios implementados.

- Cuentos Verdes: Es el microprograma de educación ambiental no formal de la Corporación. Sale por canal regional Telepacífico de lunes a viernes entre las 12:50 y las 12:55 del medio día con repetición a las 8:25 de la noche. Aquí se tratan temas relacionados con la aplicación de trámites y la prestación de servicios en la Corporación y se alude a la posibilidad de realizarlos a través del portal de Web.

- Boletines de prensa: son publicaciones del proceso de comunicación corporativa de la CVC, y permiten sin distinción del tema que se trate en el comunicado promocionar como un anexo al tema la posibilidad de obtener más información a través de nuestras redes sociales y portal institucional. Salen en promedio 3 diarios y llegan a los medios de comunicación masivos.

\* Divulgación y promoción para la realización de ejercicios de participación y democracia

- Cuentos Verdes: es utilizado para llamar a la ciudadanía a la participación ciudadana cuando se abren convocatorias para construcciones sociales colectivas.
  - Informativo CVC: es utilizado para invitar a la ciudadanía a la participación ciudadana cuando se abren convocatorias para construcciones sociales colectivas.
  - Intranet: la red interna de comunicaciones al servicio de los funcionarios y contratistas de la CVC es utilizada también como mecanismo para promover la participación en la gestión ambiental. Es así como se toman opiniones, iniciativas ciudadanas. Además los mismos trabajadores de la CVC cuando tienen reuniones comunitarias son los encargados de divulgar a la ciudadanía sobre la posibilidad de participar en procesos de construcción colectiva.
  - Correo electrónico masivo: [cvcnoticias@cvc.gov.co](mailto:cvcnoticias@cvc.gov.co) es el correo electrónico utilizado por la CVC para la divulgación de noticias de interés ambiental, así mismo es utilizado como mecanismo de intercambio de información con los usuarios internos y externos de la Corporación. De otra parte [atencionalusuario@cvc.gov.co](mailto:atencionalusuario@cvc.gov.co) es el correo utilizado por la Corporación como único mecanismo probatorio de seguimiento y control a las comunicaciones interpuestas por los usuarios de la Corporación para promover a participación y la democracia.
- \* Divulgación y promoción de políticas y normas de seguridad.
- Se publicó con el portal web de la CVC el documento de políticas y normas de seguridad de nuestro sitio en internet, con el fin de realizar la divulgación y promoción de las mismas.

## EL COMMUNITY MANAGER

La CVC se circunscribe a todos los medios de comunicación convencionales exceptuando las redes sociales que actualmente son aprovechadas por empresas y negocios, agencias interactivas o de marketing, que les permita obtener los resultados propuestos en términos de ventas, posicionamiento de marca, reconocimiento, etc. En el caso de la Corporación, no existía una actividad mensual que permitiera a los usuarios interactuar e informarse acerca de actividades y convocatorias próximas a realizar teniendo espacios eficientes en

redes como facebook y blogger. Para esta labor *Ha nacido un nuevo puesto de trabajo el del Community manager. Más de la mitad de las empresas tienen uno. Él es el encargado de gestionar y dinamizar las relaciones con la comunidad en los medios sociales. Si bien, en la mayor parte de los casos, este profesional combina sus tareas con otras que no son propias del puesto. (Territorio creativo, 2010. p.15)*

En estos espacios existe un profesional que asume funciones más específicas en relación al flujo de información constante en los medios sociales, para ser más exactos, hay varias Corporaciones Autónomas que ya cuentan con su propio espacio en facebook o twitter creados con varios años de antelación, lo cual es ventajoso para otros perfiles relativamente nuevos y los utilizan para medir indicadores, fomentar la participación en los usuarios, hacer convocatorias, difundir información relevante del medio ambiente o de procesos importantes para ellos.

El objetivo es crecer durante el 2017 en al menos un 20% en redes sociales. Esto incluye Facebook, Blogger, Twitter y página Web.

## **ESTÁNDARES DE PUBLICACIÓN**

### **POLITICAS DE ADMINISTRACION DE CONTENIDO PORTAL WEB DE LA CVC**

- Todos los textos deben ser coherentes, claros, interesantes, precisos, fluidos y sencillos.
- Las palabras empleadas deben ser comunes, pero no vulgares (ejemplo: muerte en lugar de deceso).
- Las oraciones deben ser cortas pero no abreviadas. **TODA ORACIÓN DE MÁS DE 25 PALABRAS DIFICULTA LA COMPRESIÓN.**
- Los párrafos deben ser breves, máximo 50 – 60 palabras.
- Los manuales de usabilidad web recomiendan el uso de viñetas para enumerar ideas precisas de un texto y facilitar la lectura del público.
- Nunca debe iniciar una frase con una cifra, a menos que esta sea de una sola palabra, ejemplo dos, cien, mil, etc.
- Evitar el juego de palabras que tiendan a confundir (ejemplo: disminuyó el aumento de la gasolina).
- Evitar los localismos, regionalismos y provincialismos, para no excluir ningún sector de nuestros receptores.

- Los adjetivos valorativos deben ser muy escasos, expresar cosas como: una manifestación gigantesca, o expresiones así puede resultar falso para muchos lectores. Casi siempre hay datos concretos que pueden reemplazar los adjetivos valorativos, para que el lector saque sus conclusiones.
  - Evitar vaguedades como varios, un grupo, algunos. Estas pueden ser sustituidas por datos concretos.
  - En todos los casos que sea pertinente deben darse las cifras de los costos.
  - Es importante que toda información tenga relación directa con la actualidad.
  - No se deben dejar entre comillas palabras que no haya dicho nadie.
1. El publicador de área deberá recopilar y publicar la información de todas las áreas adscritas a la dependencia que representa como administrador de contenido temático.
  2. La información a publicar debe ser enviada por las diversas áreas a través de correo electrónico para guardar el registro del remitente, hora, fecha de solicitud.

## **NOMBRES, TÍTULOS Y TRATAMIENTOS**

- Cuando se menciona por primera vez en la noticia una persona, debe escribirse su nombre completo. En adelante se le mencionará por su primer apellido.
- No se le dará a nadie el tratamiento de señor, doctor, don ni doña. Doctor está limitado a los médicos.
- Los títulos de protocolo se emplearán sin adjetivaciones: Cardenal, Senador, Presidente. Prescindiendo de tratamientos como excelentísimo, eminentísimo.
- La primera vez que se nombra a una persona se debe mencionar el cargo que ocupa: Presidente de la República. Cuando no tiene cargo se debe mencionar la profesión: abogado, médico, arquitecto. En las menciones subsiguientes se utilizará el apellido, sin la repetición del título. O alternar apellido y cargo, pero no ambas cosas.
- Cuando en un boletín de la Corporación, se menciona el nombre de la entidad, no habrá que mencionar el nombre completo: Corporación autónoma regional del Valle del Cauca, se dirá sólo CVC, sin puntos entre las letras.
- Cuando se menciona por primera una sigla, se debe dar el significado completo, seguido de la sigla entre comas. De la segunda

mención en adelante se utilizara sólo la sigla. Por ejemplo, cuando se escriba la sigla DAR, se deberá explicar Dirección Ambiental Regional, en la primera mención, de ahí en adelante en el mismo escrito solo se escribirá la abreviatura DAR.

## LOS NÚMEROS

1. Se escriben con letras los números dígitos del cero al nueve y los que inician una frase.
2. Se podrán utilizar las palabras miles, millones y billones, para reemplazar ceros. (ejemplo: 237 millones).
3. Las fechas se escriben en el orden día, mes año.
4. Los años, se escriben sin punto de millar. (ejemplo: 2001)
5. Cuando se menciona porcentaje en un texto se debe escribir la expresión por ciento. Cuando va en gráficos se utiliza el símbolo %.
6. Para enumerar algo se escogerán números o letras nunca combinados. Ejemplo: 3 senadores, 45 concejales NO tres senadores y 45 concejales.
7. MAYUSCULAS Y MINUSCULAS

Se escribirá siempre con mayúscula la letra inicial de las siguientes palabras:

- Nombres propios de personas.
- Instituciones como Estado, República, Ejército, Fuerzas Armadas, Iglesia, cuando son el sujeto de la oración.
- Fiestas religiosas o nacionales: Navidad, Día de la Tierra.
- Nombres de ciudades, regiones, veredas.
- Nombres de iglesias, museos.
- Épocas y acontecimientos históricos: Batalla de Boyacá.
- Premios y Condecoraciones: Halcón de Oro.
- Nombres de órdenes religiosas: Carmelitas.
- Título del primer mandatario de un país: Presidente.
- Título de un dignatario cuando se utiliza en vez del nombre propio: el Papa, el Presidente.
- Nombres de acontecimientos deportivos: IX Juegos Intercorporaciones.
- Nombres científicos de especies, familias y plantas.
- El nombre de la CVC siempre irá en mayúsculas.

Siempre irá en minúscula la letra inicial de:

- Títulos y dignidades cuando vayan seguidos del nombre completo de la persona que los ostenta: el papa Juan Pablo Segundo.
- Nombres de los cargos personales genéricos como rector, gobernador, ministro. Ejemplo director general, José William Garzón Solís.
- Nombres de las estaciones del año, los meses, los días de la semana, las razas, las sectas, las notas musicales y los puntos cardinales.
- Los gentilicios.

## TITULO

- Los títulos deben expresar concretamente los hechos.
- No deben redactarse títulos genéricos.

## LA FORMA CORRECTA DE ESCRIBIR

- a) Se escribirá siempre con mayúscula la letra inicial de las siguientes palabras:
  - Direcciones de la CVC como Dirección Técnica Ambiental.
  - Grupos de la CVC como Grupo de Educación Ambiental y Participación Ciudadana.
- b) Irá siempre en minúscula la letra inicial de la Dirección, Área o Grupo, cuando vaya seguido del nombre de la persona que ostenta el cargo.
  - El director financiero, Miguel Chávez.
  - El coordinador del grupo de administración de los recursos naturales, Pepito Pérez.
- c) Se escribirá siempre con mayúscula inicial el cargo de un funcionario cuando se utiliza en vez del nombre propio.
  - El Director General anunció...
  - El Director de Planeación se reunió...
- d) Se escribirá con mayúscula inicial el nombre de la Corporación.
  - Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca.

- Se escribirá siempre en mayúscula sostenida y sin puntos, la abreviatura de la Corporación.
- CVC

## IMÁGENES

- El formato de imágenes debe ser JPG o GIF.
- La imagen no puede ser superior a 1024 (el lo máximo de un monitor)  
La imagen no puede ser muy pequeña, 100x100 es un tamaño que no permite detallar la imagen (cuando es una foto). La imagen tiene que ser lo menos pesado posible, así es menor el tiempo de descargar de la imagen para el usuario. Una recomendación: 400 de ancho es un buen tamaño.  
Debe utilizarse un programa para editar el peso y tamaño de las imágenes utilizadas
- A toda foto publicada se le debe incluir el ATL, o referencia que describe el lugar que muestra la imagen. Este proceso se hace cuando se está insertando la imagen en cualquier documento en línea.
- Las fotos utilizadas deben ser única y exclusivamente de CVC. Para evitar problemas legales por el uso de estas, el grupo de comunicaciones cuenta con un banco de imágenes suficientemente amplio y diverso para que acompañen sus textos
- De existir algún acuerdo entre el fotógrafo y un grupo de la corporación debe ser informado y presentado por escrito a la oficina de jurídica y/o grupo de comunicaciones, para tener el visto bueno de uso.
- El tamaño de las fotos está indicado en cada una de las plantillas que tiene el portal. En programas básicos de oficce como paint o Microsoft picture manager, se puede personalizar el tamaño para no utilizar fotos de alta calidad y saturar el servidor. Las fotos de alta calidad solo deben ser utilizadas para trabajos de impresión.
- Para subir fotos en el aplicativo de archivo fotográfico debe llenarse una ficha completa con los datos de la imagen que suministra el CEID.
- Para el módulo de noticias web se prohíbe el uso de clip arts o imágenes de banco de fotos gratuitos. En caso de no tener imágenes de apoyo para un boletín, se debe adjuntar el logo de la Corporación en la noticia.