

Metodologías para potenciar la difusión

de acciones públicas



Contenidos

Planificación de campañas



Contenido atractivo y accesible



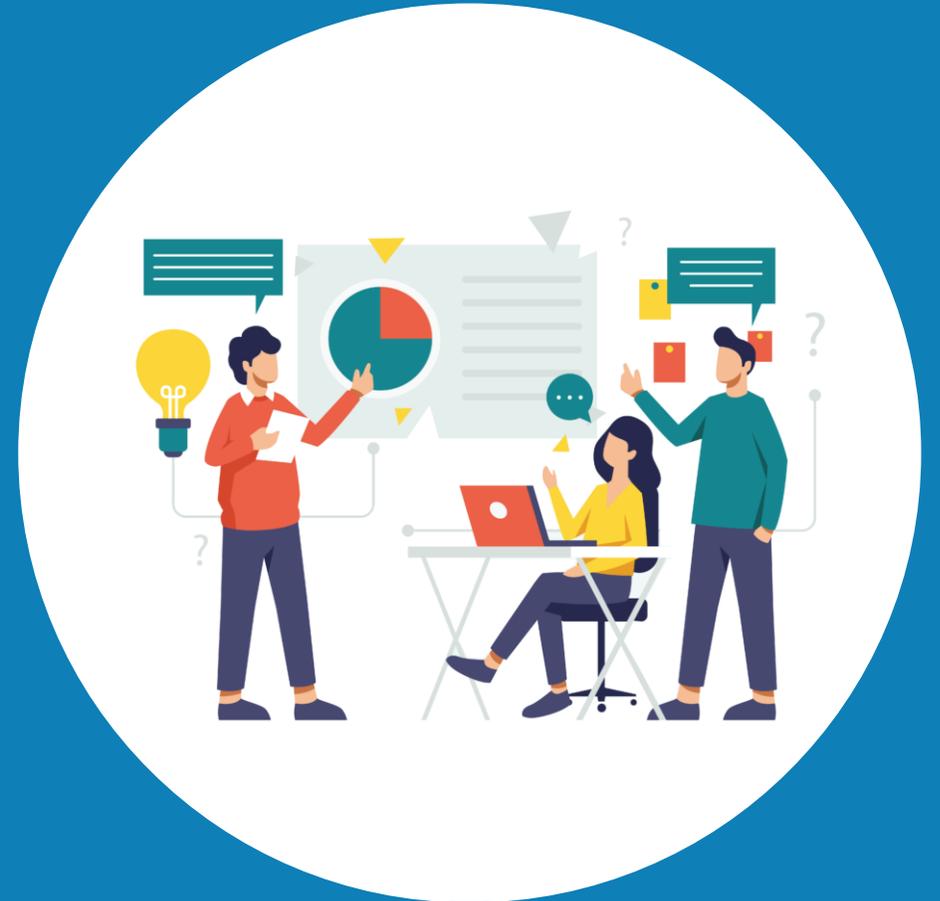
Visibilidad local



Edición de vídeos



Planificación de campañas efectivas



Puntos clave



- **Analizar las necesidades de la audiencia**
- **Mensajes clave**
- **Canales de comunicación**
- **Plan de acción**
- **Medición y evaluación**

Metodología Inbound Government

- **Esta estrategia se centra en atraer a la ciudadanía ofreciéndoles contenido de valor que responda a sus necesidades e intereses.**
- **Consta de fases como atraer (con contenido de interés), convertir (obteniendo datos de contacto a cambio de contenido exclusivo), cerrar (personalizando aún más el contenido) y deleitar (manteniendo la satisfacción con contenido de calidad y escucha activa).**
- **El objetivo es construir relaciones de confianza a largo plazo.**

Verificación de cuentas

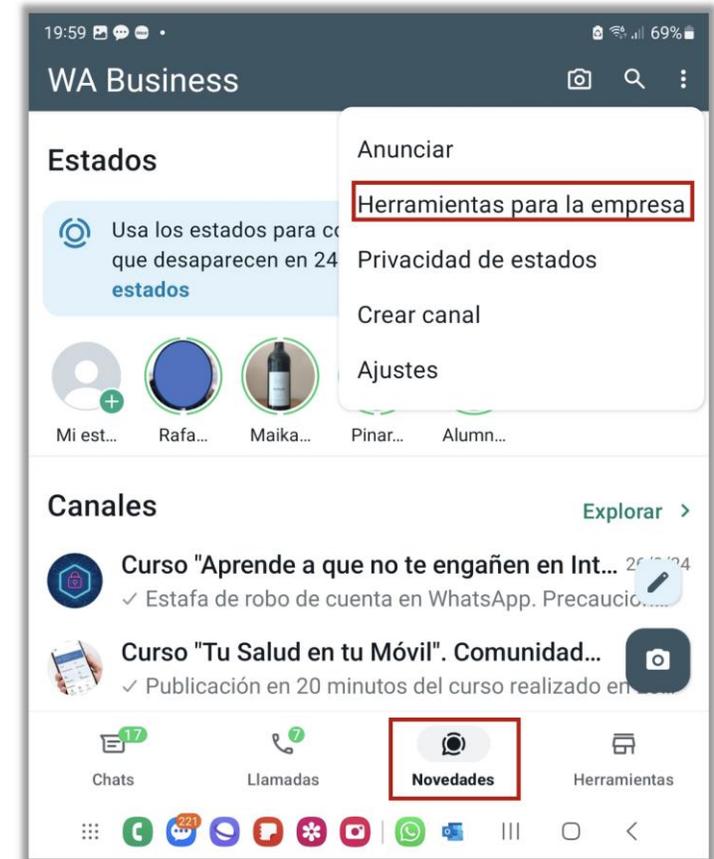
Para conseguir este distintivo o insignia, es necesario solicitarla siguiendo unos pasos concretos según la plataforma:

- [Solicitar una insignia de cuenta verificada en Facebook](#)
- [Proceso de verificación en Instagram](#)
- [Insignias de verificación de los canales de YouTube](#)
- [Cómo obtener la marca de verificación azul en X](#)



Canales en WhatsApp

- **Accede a la aplicación de WhatsApp Business y al apartado de “Novedades”.**
- **En el menú de tres puntos de la parte superior de la pantalla, selecciona la opción de “Crear Canal”.**



Códigos QR accesibles

- Lee las etiquetas a decenas de metros, según el tamaño del marcador.
- No se necesita enfocar, imprescindible para personas con discapacidad visual.
- Navilens detecta las etiquetas mientras el usuario va caminando.
- Navilens informa de la distancia a la que está la etiqueta. Además de la distancia, navilens indica el ángulo de inclinación de la etiqueta.



[Ver información navilens.com](https://www.navilens.com)

Segmentación y personalización

- **No toda la información interesa a todas las personas por igual.**
- **Segmentar los mensajes en función de los intereses, la demografía o la ubicación geográfica de los usuarios permite una comunicación "a la carta", más relevante y efectiva.**
- **Esto requiere un buen conocimiento del público objetivo y la capacidad de adaptar el contenido a diferentes audiencias y canales.**

Fichas locales en Google



Ayuntamiento de Ponferrada

4,3 ★★★★★ (907)

Pl. Ayuntamiento, 1, 24401 Ponferrada,
León, España

DETALLES RESEÑAS FOTOS QUIÉNES S...



CÓMO LLEG...



LLAMADA



GUARDAR



COMPARTIR



Pl. Ayuntamiento, 1, 24401
Ponferrada, León, España



Gestiona esta empresa para responder a reseñas, actualizar su información y más

 iciarsilma@gmail.com

Al continuar, aceptas los [Términos del Servicio](#) y la [Política de Privacidad](#).

Para obtener más información sobre cómo obtenemos y usamos la información de fichas locales, mira [here](#).

[Gestionar ahora](#)

Soy propietario o administrador de otra empresa

- Reclamar el lugar
- Promocionar eventos como “Novedades”

business.google.com

Interreg



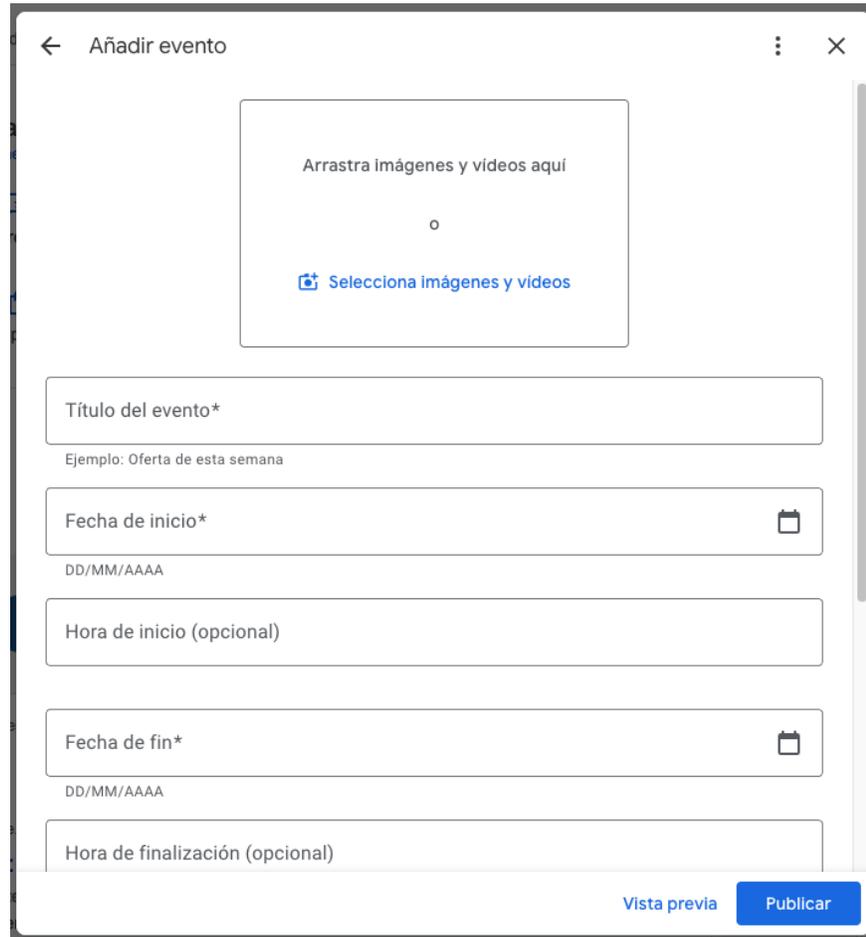
Cofinanciado por
la Unión Europea

España – Portugal



Ayuntamiento
Ponferrada

Google My Bussines



The screenshot shows the 'Añadir evento' (Add event) form in Google My Business. At the top, there is a header with a back arrow, the text 'Añadir evento', and a close button. Below the header is a large rectangular area for adding images and videos, containing the text 'Arrastra imágenes y videos aquí' and a blue button labeled 'Selecciona imágenes y videos'. Underneath this area are several input fields: 'Título del evento*' (Event title), 'Fecha de inicio*' (Start date) with a calendar icon, 'Hora de inicio (opcional)' (Optional start time), 'Fecha de fin*' (End date) with a calendar icon, and 'Hora de finalización (opcional)' (Optional end time). At the bottom right of the form are two buttons: 'Vista previa' (Preview) and 'Publicar' (Publish).

- Descripción de imágenes
- Archivos accesibles

[Documentos accesibles Word](#)

Lenguaje claro y transparente

- **La comunicación de las administraciones locales debe ser accesible para toda la ciudadanía.**
- **Utilizar un lenguaje sencillo, evitar la jerga administrativa innecesaria y ser transparente en la información que se comparte son claves para generar confianza y asegurar que el mensaje sea comprendido. El objetivo es ofrecer información práctica y útil de manera honesta y objetiva.**

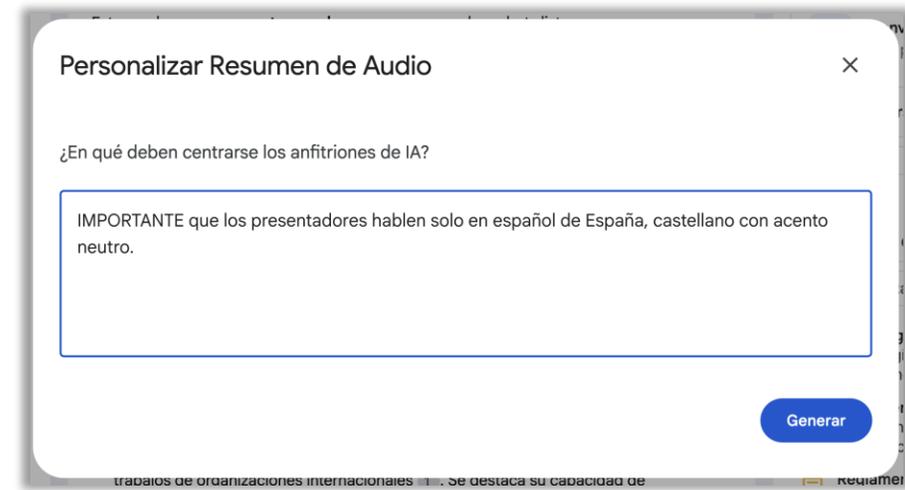
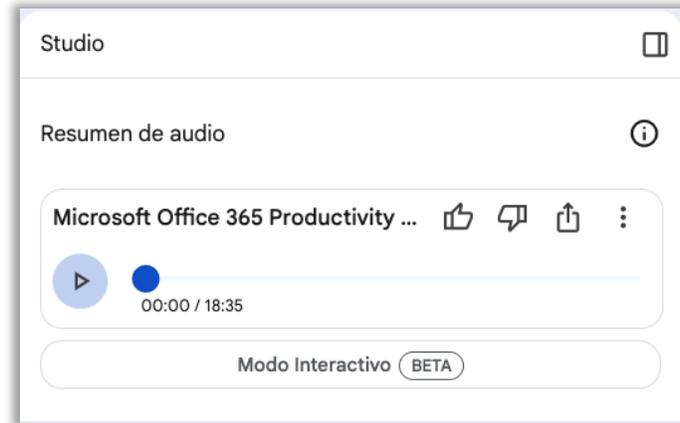
Transcripciones de audio a texto

- **Carga de archivos de audio**
- **Transcripción en tiempo real**
- **Edición y revisión**
- **Integración con el documento**

The image shows a screenshot of a transcription software interface. The top navigation bar includes 'Comentarios', 'Ponerse al día', 'Edición', and 'Compartir'. Below this is a toolbar with icons for 'Buscar', 'Copiar', 'Pegar', 'Borrar', 'Revisión', 'Complementos', and 'Diseñador'. A red box highlights the 'Voz' (Voice) icon in the toolbar. A dropdown menu is open, showing options: 'Solo texto', 'Con oradores', 'Con marcas de tiempo', and 'Con los oradores y las marcas de tiempo'. At the bottom of the menu are buttons for 'Agregar al documento' and 'Nueva transcripción'. The main panel, titled 'Transcribir', contains instructions: 'Genere una transcripción cargando el archivo de audio (.wav, .MP4, .m4a, .mp3) o inicie una grabación.' Below this is a language selector set to 'Español (España)' and two buttons: 'Cargar audio' and 'Iniciar grabación'. At the bottom of the panel is an illustration of a blue dog wearing headphones and sitting at a laptop, and a status bar indicating '0/300 minutos de carga de transcripción usados este mes.'

Generación de podcasts

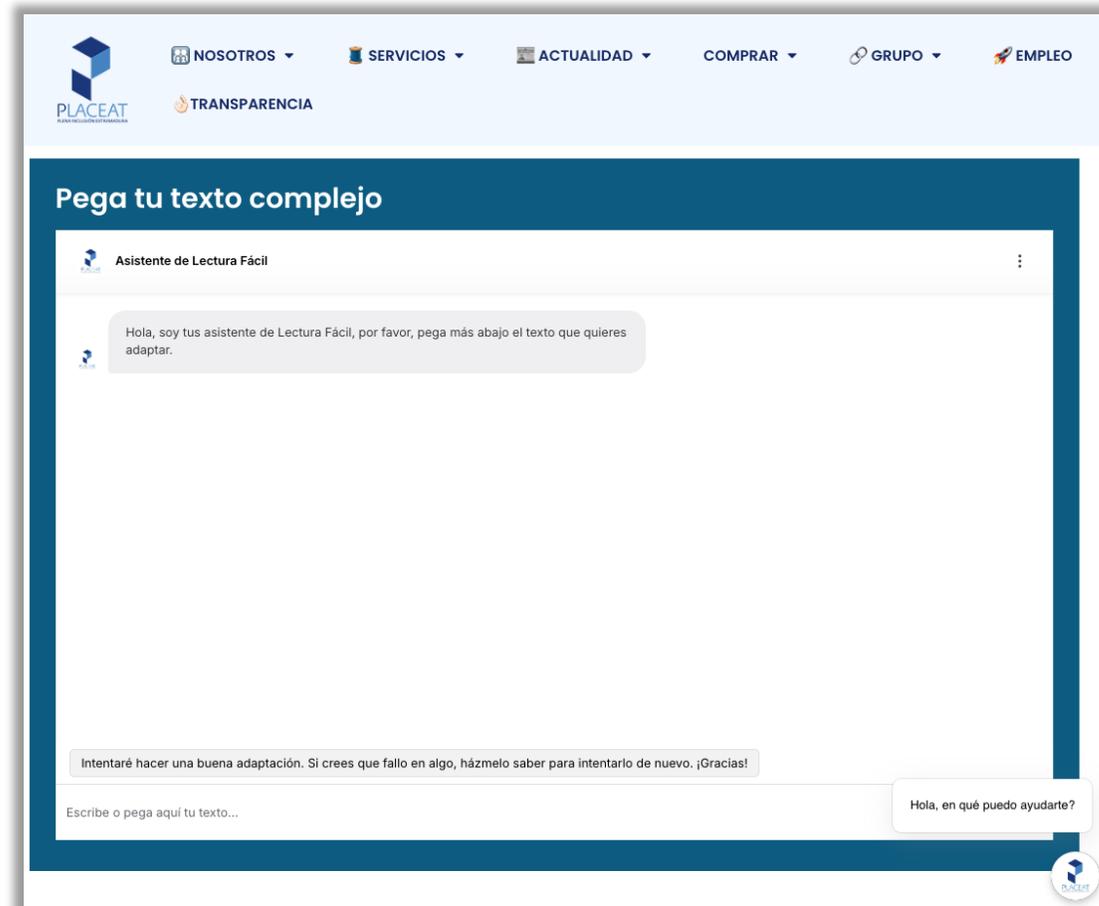
- Solo hay un tipo de podcast que puedes crear: la conversación en profundidad.
- La duración del podcast es indeterminada en función a las fuentes.



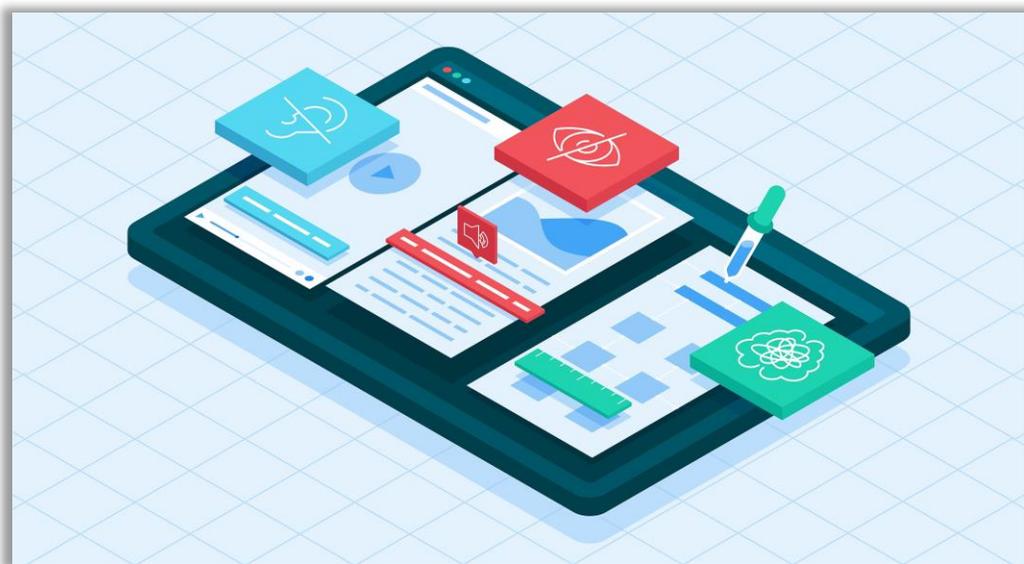
Aplicación para lectura fácil con IA

- **Asistentes de Inteligencia Artificial**
- **Ejemplo basado en el modelo GPT para adaptación de textos a lectura fácil:**

[Ver asistentes](#)



Contenidos accesibles

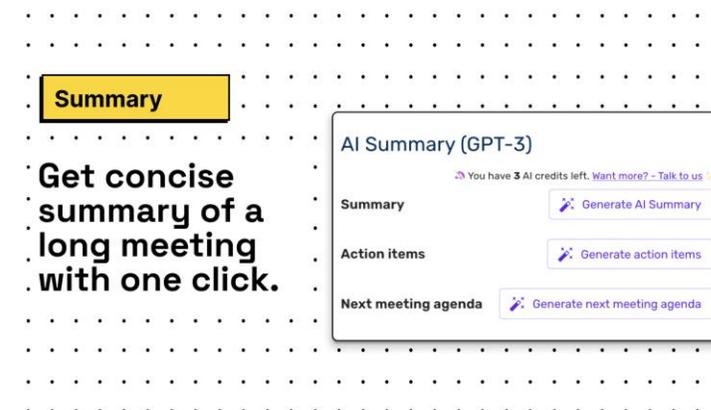


- Descripción de imágenes
- Archivos accesibles

[Documentos accesibles Word](#)

Resumir conversaciones y extraer ideas clave

- Resúmenes automáticos
- Puntos de acción automáticos
- Agenda automática para la próxima reunión



tactiq.io/es

Caja de herramientas para tus diseños



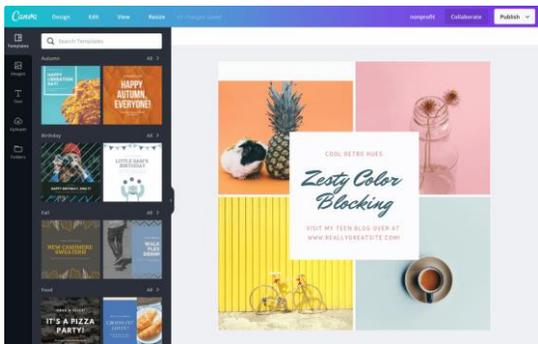
Canva



Melanie Perkins

- **Plataforma de diseño y comunicación visual que salió al mercado en 2013.**
- **Misión: poner el poder del diseño al alcance de todo el mundo, para que cualquier persona pueda diseñar lo que quiera y publicarlo donde quiera.**

Formas de utilizar Canva

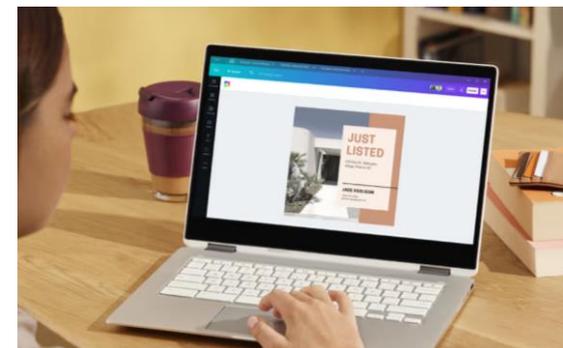


NAVEGADOR WEB

www.canva.com



DISPOSITIVOS MÓVILES



PROGRAMA DE ESCRITORIO



Interreg



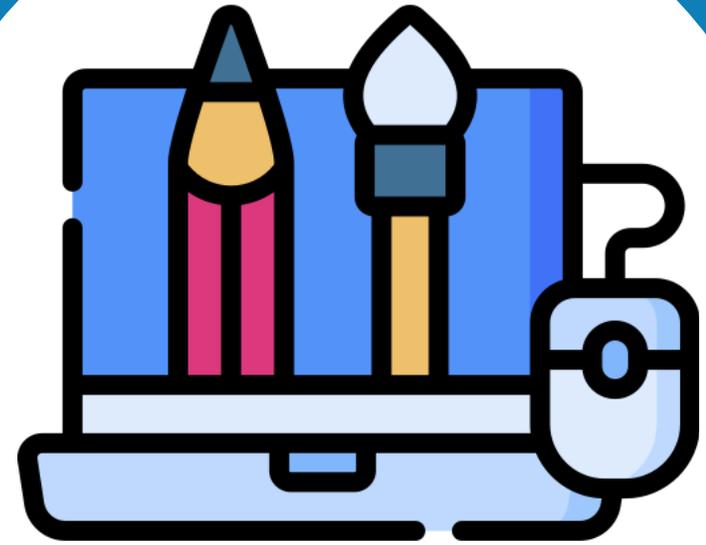
Cofinanciado por
la Unión Europea

España – Portugal



Ayuntamiento
Ponferrada

Nociones básicas de diseño



Diseño gráfico

- **Disciplina que combina arte y comunicación**
- **Tiene como objetivo transmitir un mensaje de forma visual, clara y atractiva**



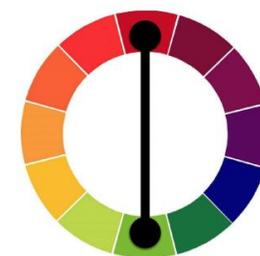
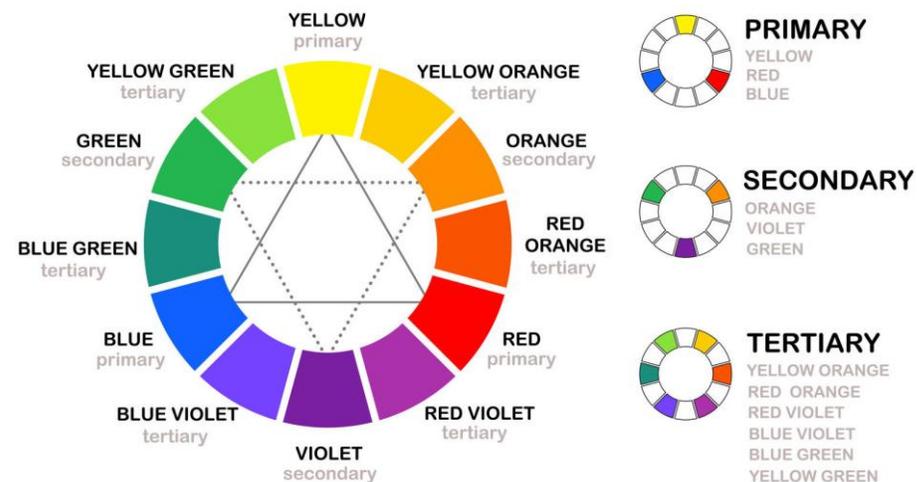
Comunicación visual

El 90% de toda la información que llega a nuestro cerebro es de tipo visual y procesamos las imágenes hasta 60.000 veces más rápido que cualquier texto.



Colores

- **COMPLEMENTARIOS.** Se usan para resaltar.
- **ANALÓGOS.** Son agradables juntos. Se pueden usar para agrupar.



COMPLEMENTARIOS



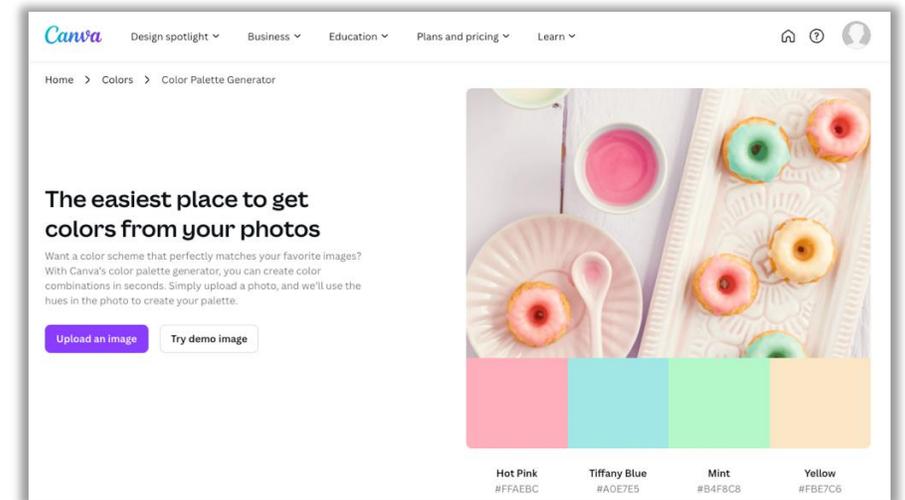
ANÁLOGOS



[Vídeo](#)

Reglas de la ARMONÍA

- Mejor usar 2 o 3 colores que combinen a 5 colores que no tengan ninguna conexión ni sentido entre ellos.
- Crea tu paleta de colores teniendo en cuenta:
 - 1º color claro y fuerte
 - 2º color complementario
 - 3º otro color complementario



[Generador de paletas de colores](#)

Elegir y combinar TIPOGRAFÍAS

- **Script.** Para títulos. **Lobster, Pacífico o Brusher**
- **Sans Serif.** Para textos largos de párrafos. **Helvetica, Century Gothic o Arial**
- **Serif.** Escritos en los que se busque transmitir profesionalidad, seriedad y confianza. **Times New Roman, Georgia o Garamond.**



Trucos para combinar tipografías

- **Combinar una tipografía de tipo Serif con una Sans Serif.**
- **Usar fuentes llamativas para los títulos.**
- **Jugar con las negritas para los subtítulos.**
- **Usar fuentes más claras para los textos largos como explicaciones o presentaciones y poner en negrita la información.**
- **Mejor usar 2 o 3 tipografías que combinen a 5 tipografías caóticas.**
- **Los textos deben estar distribuidos con lógica. Procurar que estén alineados, con márgenes, con espacios y con jerarquía.**

Palabras “poderosas”



Copywriting: conjunto de técnicas y prácticas usadas para producir textos escritos que estimulen en los lectores y conseguir un fin concreto.

www.webpositer.com/blog/palabras-persuasivas-copywriting.html

Palabras “poderosas”

VERBOS

IMAGINAR

DISFRUTAR

CREAR

ARRIESGAR

GREER

SUSTANTIVOS

VIDA

DESTINO

DOLOR

SEXO

BIENESTAR

ADJETIVOS

GRATIS

NUEVOS

EXCLUSIVO

INCREÍBLE

FÁCIL

ADVERBIOS

YA

AHORA

NUNCA

SÍ

PRONTO

DESCUBRE

ACELERA

MULTIPLICA

IMPULSA

CONOCE

Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea

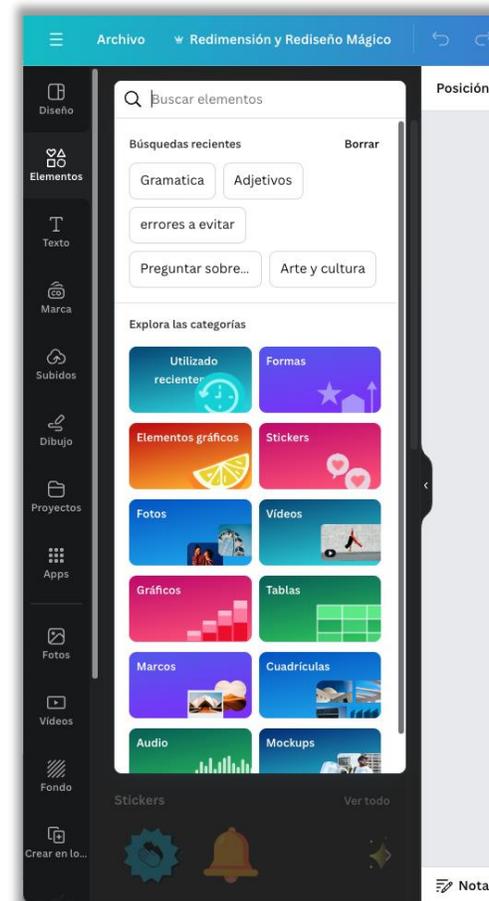
España – Portugal



Ayuntamiento
Ponferrada

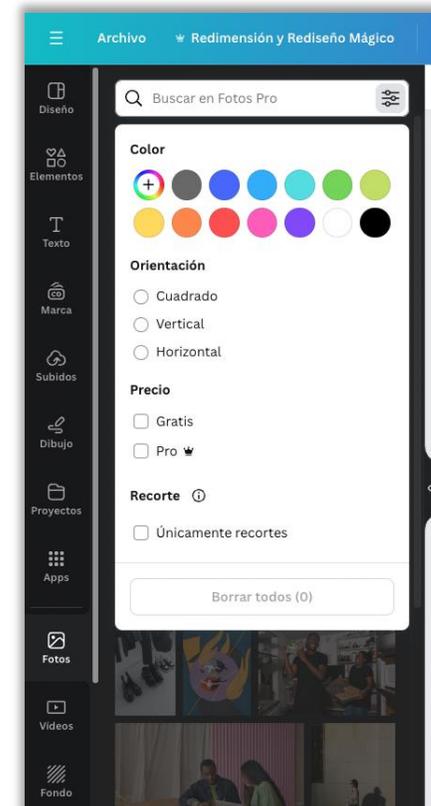
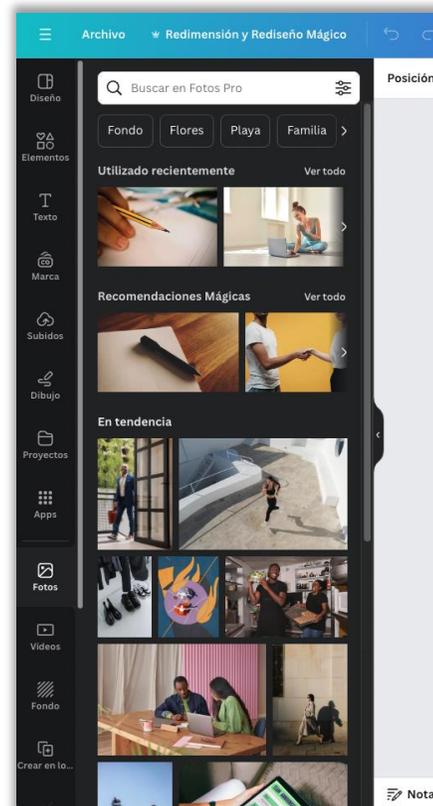
Elementos gráficos

- **Fotografías**
 - **Ilustraciones**
 - **Iconos**
 - **Gráficos**
 - **Símbolos**
- [Freepik](#). Para vectores, imágenes, iconos y PSD
 - [Flaticon](#). Para iconos
 - [Freeimages](#). Para imágenes
 - [Vecteezy](#). Para vectores
 - [Vector3free](#). Para vectores



Fotografías

- Color
- Orientación
- Si son gratuitas o no
- Pegatinas (fondo transparente)



Carteles



Elige una Imagen Impactante

- **Emociones.** Imagen principal que transmita las emociones que deseas evocar.
- **Dominancia Visual.** La imagen debe ocupar al menos el 50% de tu diseño para captar la atención.
- **Simplicidad.** Evita usar múltiples imágenes que puedan distraer del mensaje principal.

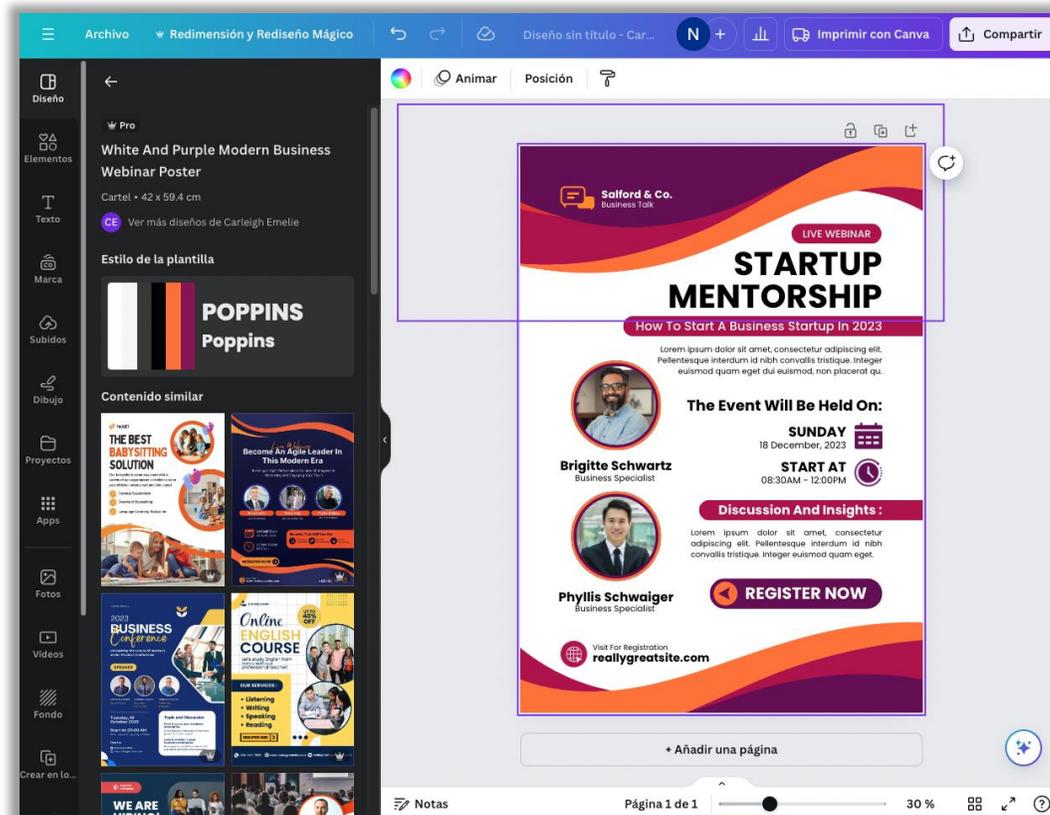


Establece una Jerarquía Clara

- **Orden de Lectura.** Diseña tu cartel de manera que la jerarquía visual guíe al lector a través de la información de forma intuitiva.
- **Tamaños Diferenciados.** Asegúrate de que el título, subtítulos y texto corporal tengan tamaños distintos para facilitar la comprensión rápida.

Claves

- **Elementos Esenciales.** No olvides incluir información clave como la fecha, hora y lugar del evento, así como una imagen llamativa y elementos de diseño que representen tu marca o evento.



plantillas

Banner

- **Un banner es un formato de publicidad en línea. Se presenta como una pieza gráfica o multimedia que se inserta en un sitio web.**
- **Los banners suelen incluir un enlace que redirige al usuario a una página específica relacionada con la información del mismo.**
- **Llamada a la acción.**

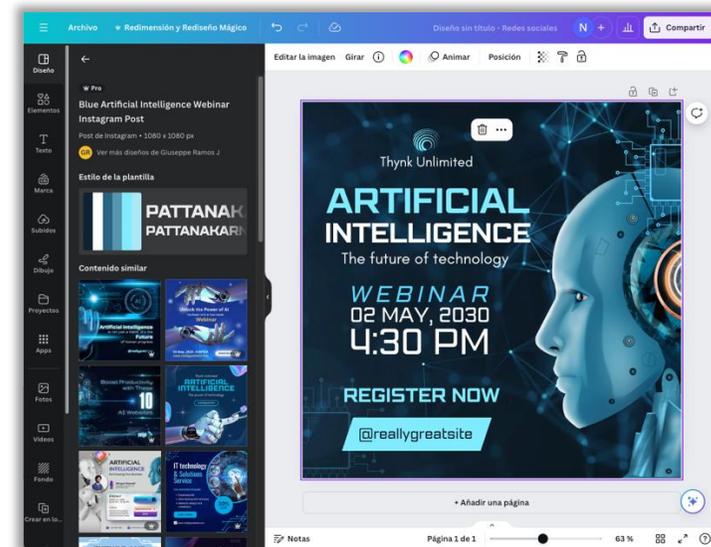
[plantillas de tipo banner](#)

Creatividades para Redes Sociales



Claves

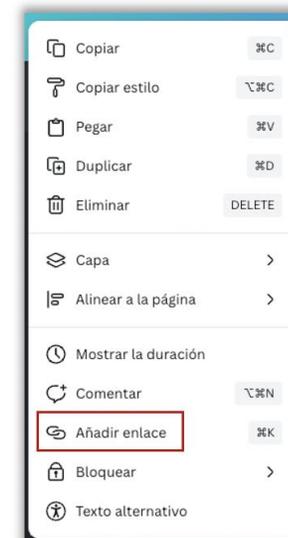
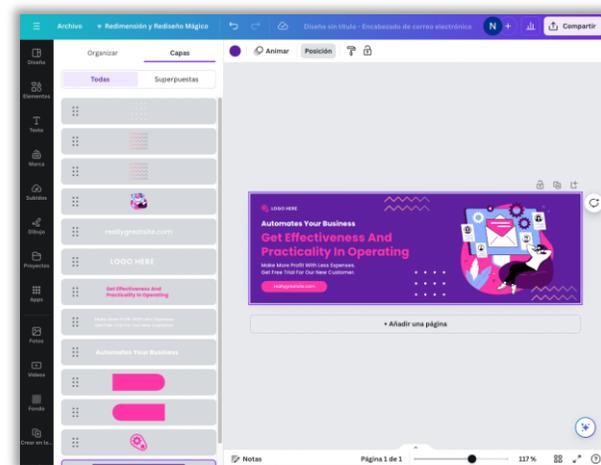
- **Contenido para Redes Sociales:** Incluye texto claro y legible, utiliza colores contrastantes, y selecciona fuentes que complementen el tono de tu mensaje.
- **Tipos de Contenido:** Desde historias de Instagram hasta banners de X y vídeos de Facebook, las posibilidades son infinitas.



[plantillas](#)

Claves

- Un título y subtítulo claros.
- Una imagen o paleta de colores llamativa
- El logo.
- Y una llamada a la acción efectiva. Utiliza imágenes, colores y texto que se adapten a la identidad de la organización para dejar una impresión memorable.



Vídeos



**"La gente olvidará lo que
dijiste, la gente olvidará lo que
hiciste, pero la gente nunca
olvidará cómo la hiciste sentir"**

(Maya Angelou, escritora y poeta)



El storytelling es el ARTE de CONTAR HISTORIAS



Hilo conductor



[Ver vídeo](#)

La historia debe tener un hilo conductor, una estructura narrativa muy clara y diferenciada en **tres etapas**.

- ⌵ INTRODUCCIÓN
- ⌵ NUDO
- ⌵ DESENLACE

El viaje del héroe



Guión Storytelling

Contexto / problema	Solución mágica	Beneficio para el usuario

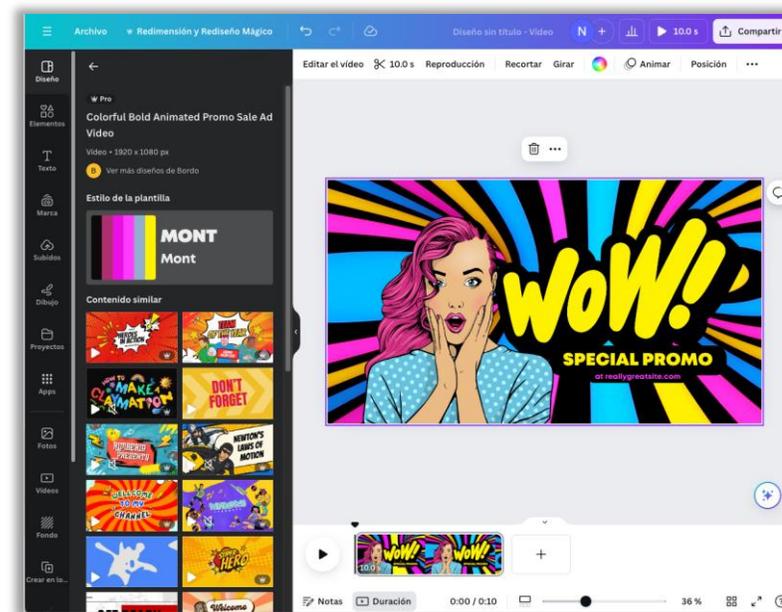
Guión Storytelling

Storyboard

1 	2 	3 
Introducció n _____ _____	Planteamiento problema _____ _____	Posible solución _____ _____
4 	5 	6 
Puesta en acción de la solución _____ _____	Resulta do _____ _____	Llamada a la acción _____ _____

Claves

- **El público es muy importante. El tono, la estética y el contenido deben ser adecuados para el público al que se dirija el vídeo.**
- **Añadir música a un vídeo en Canva. Solamente debes abrir tu vídeo en un editor, importar tu contenido multimedia y ajustar el audio.**



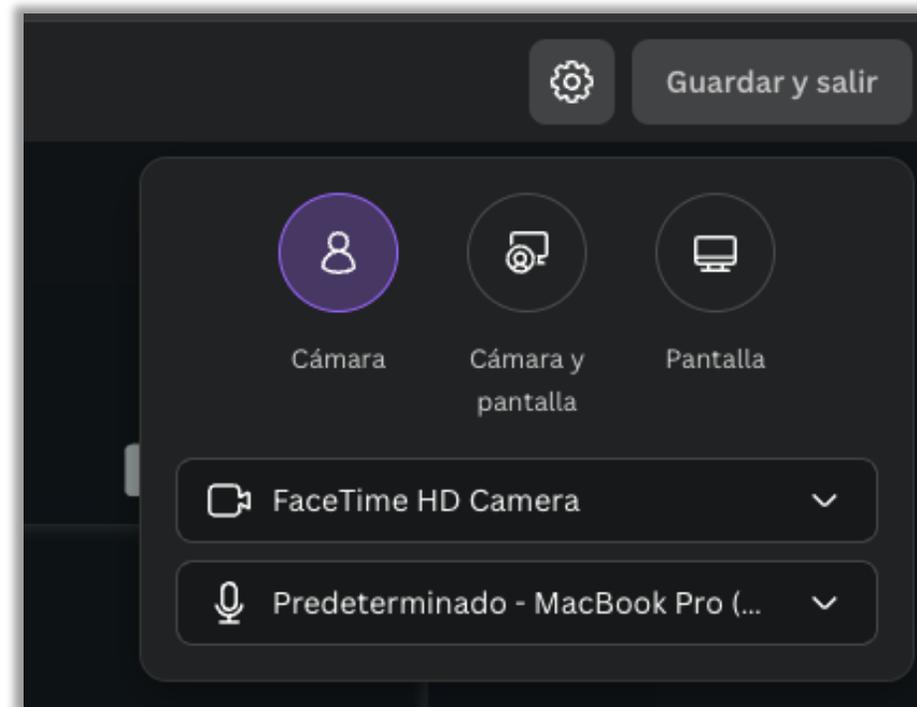
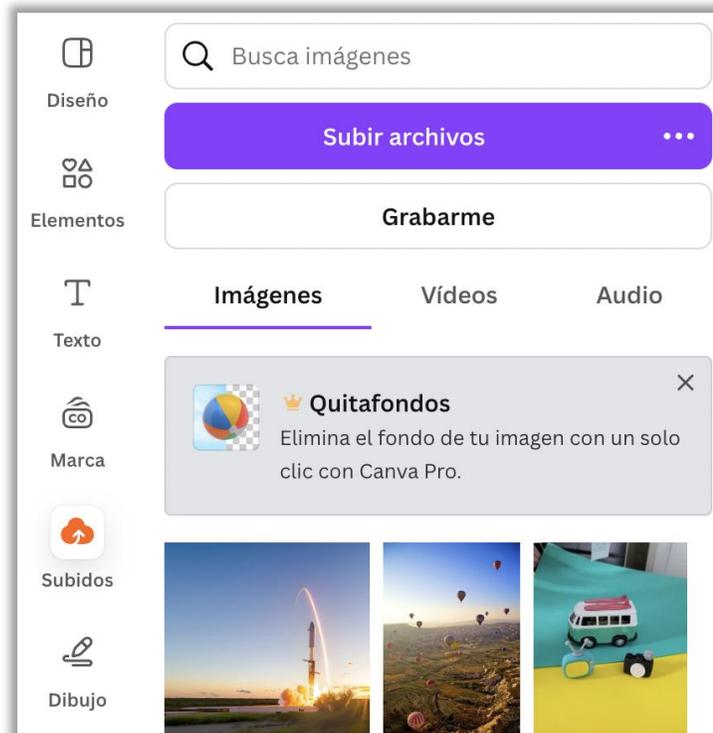
[plantillas para vídeo](#)

Grabadora de pantalla

- **Estudio.**

Graba:

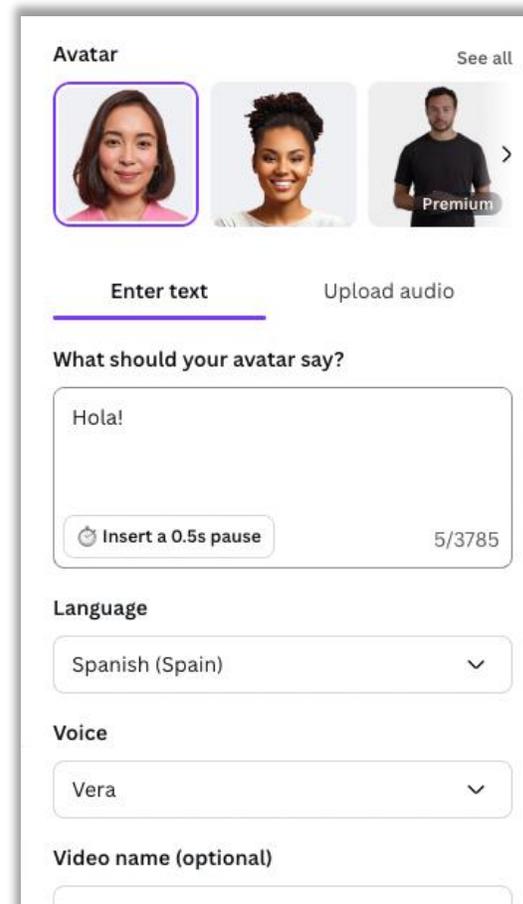
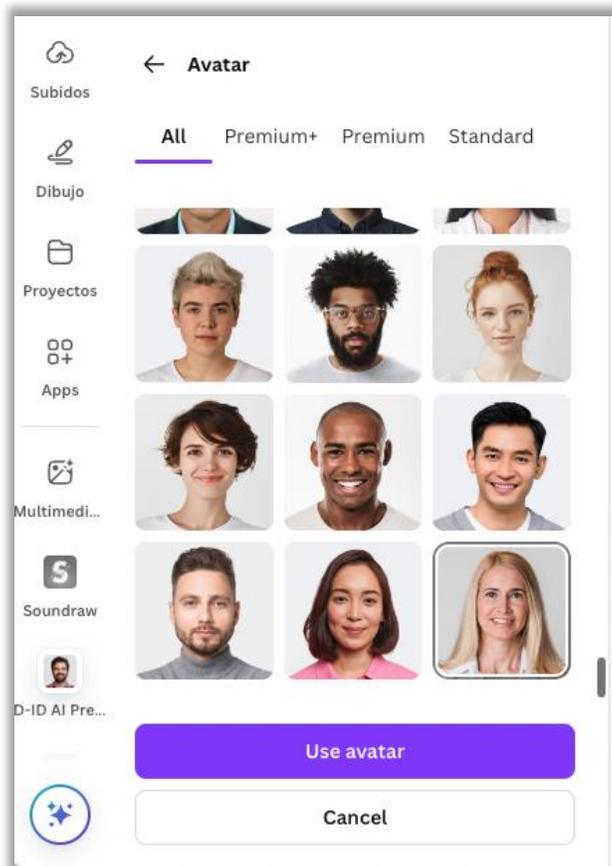
- **Cámara**
- **Cámara y pantalla**
- **Pantalla**



Grabadora de pantalla

Uso de avatares

- Elige un avatar
- Incluye el texto que se generará en voz
- Selecciona idioma y la voz del avatar



¡¡Muchas Gracias!!