



FEMA

Hoja Informativa

USO DE HERRAMIENTAS DE MEDIOS SOCIALES EN FEMA

Las herramientas de Medios Sociales se han tornado más importantes en la informática del manejo de crisis. Estas herramientas de Internet y teléfono móvil ofrecen a las comunidades sociales de parecer similar (e intereses mutuos) una plataforma de localidad, sector e incidente para el intercambio de información que podría salvar vidas.

POR QUÉ FEMA ESTÁ INVOLUCRADO EN LOS MEDIOS SOCIALES

FEMA está involucrado en el mundo de comunicaciones en expansión de Web 2.0 específicamente a través del uso de herramientas existentes de medios sociales y a través de la incorporación de compatibilidad en su sitio de Internet y estrategias de comunicación. Estas herramientas proveen oportunidades de comunicación directa con colegas, el público en general y los medios de manera oficial y rápida como parte de la próxima generación de comunicaciones en línea. La iniciativa de FEMA en los medios sociales es coordinada a través de su oficina de Asuntos Externos y provee productos suplementarios para mejorar los objetivos actuales de alcance comunitario.

Las metas de FEMA con los medios sociales son: proveer información oportuna y precisa relacionada con respuesta y recuperación en preparación para desastres; presentar un lado humano y público a la agencia; proveer al público la transparencia en las operaciones de la agencia; e involucrarse en un diálogo público que provee el foro adecuado para voces internas y externas. Las iniciativas de medios sociales de Asuntos Externos funcionan como alcance suplementario y los canales apropiados para el insumo extraoficial.

Asuntos Externos de FEMA ha estado adaptando pragmáticamente sus esfuerzos de comunicación para incluir medios sociales desde junio de 2008. Asuntos Externos de FEMA, en coordinación con la Oficina Legal de FEMA, fue una de las primeras agencias federales en lograr un acuerdo de usuario modificado con Google en mayo de 2008, lo que provee un ejemplo práctico para otras agencias federales. También abrió caminos para una agencia federal a través de su uso de Twitter para la primera “conferencia de prensa” de acceso completo a través de la herramienta. Para el evento de Twitter, FEMA estableció nuevas reglas para la participación federal y proveyó sus resultados en línea en una movida para marcar el comienzo de la transparencia completa <http://www.fema.gov/media/2009/010909.shtm> detrás de los intercambios federales con medios sociales.

CÓMO ESTÁ INVOLUCRADO FEMA

FEMA está expandiendo su uso de herramientas de Web 2.0 para distribuir productos externos adaptando información existente a estándares y aplicaciones actuales. Esto incluye comunicaciones directas de texto al igual que productos visuales de alcance amplio que pueden compartirse a través de las plataformas.

Todas las cuentas fuera de la red (fuera del dominio de FEMA.gov) para los medios sociales de FEMA tienen el mismo estilo que *femainfocus*. Esto provee constancia y responsabilidad del contenido fuera de la red y el público y nuestros colegas pueden estar confiados de que es la cuenta autorizada de FEMA y que la información es precisa.

Comenzando con YouTube como una plataforma para presentar y compartir vídeos, FEMA comenzó a capturar historias de las labores de respuesta y recuperación de desastres para explicar el alcance de su misión. Los vídeos han variado en temas desde preparación, respuesta y recuperación hasta mitigación y explicaciones sobre cómo operan los programas específicos de ayuda federal. Los sujetos, o las voces han sido de personal de FEMA, autoridades estatales y locales y de individuos afectados por los desastres. El enfoque de estos vídeos de Internet es capturar la voz y la perspectiva de la comunidad afectada por un desastre y presentarlo como una oportunidad para ayudar a educar a otros sobre la misión y los programas de FEMA.

FEMA ha estado usando Twitter www.twitter.com/femainfocus desde octubre de 2008 como un medio para ofrecer información sobre la misión, la labor y la perspectiva de la agencia. La agencia también lanzó su página de YouTube www.youtube.com/fema en octubre de 2008 para proveer historias sobre cómo sus programas funcionan en comunidades de toda la nación mientras se preparan, responden y se recuperan de desastres.

HERRAMIENTAS ESPECÍFICAS DE MEDIOS SOCIALES

Aparte de la labor en sitios de red social de terceros, FEMA continúa aumentando su uso de herramientas de Web 2.0 para mejorar el contenido en la página de Internet de la agencia. El sitio multimedia de la página oficial de FEMA (www.FEMA.gov) está siendo rediseñada para permitir mejor visualización gráfica y funcionalidad para los usuarios. El sitio nuevo de multimedia reemplaza la “Red Radial” de la agencia en línea con capacidad de Podcast, compartir vídeos y otras funciones de medios sociales que serán integrados como parte del rediseño. Esto añade a la misión de proveer información oportuna y precisa en un formato que pueda ser transferido fácilmente entre redes públicas y privadas. Al hacerlo, FEMA tendrá mayor oportunidad de preparar a la nación para desastres y proveer información durante la respuesta y recuperación de desastres.

FEMA también patrocina la comunicación y colaboración transparente usando tecnologías de Email y Web 2.0 que permiten a cualquier visitante del sitio de FEMA inscribirse y recibir actualizaciones en 86 temas importantes. Las opciones de inscripción se promueven en la página principal y en todo el sitio con enlaces de “suscríbese” que funcionan como los enlaces de “añadir al carro de compras” en el sector privado. El sitio también provee colaboración robusta con otras 15+ agencias usando un pareo de Web 2.0.

FEMA también está involucrada en *pruebas beta*, vigilar, desarrollar y activar múltiples herramientas de terceras personas, que incluyen las siguientes:

- YouTube – Servicio de vídeo que provee a FEMA la oportunidad de contar historias oportunas y precisas sobre su misión. Recientemente, el canal de FEMA (www.youtube.com/fema) se utilizó para ayudar a colegas estatales a presentar y compartir anuncios de servicio público, explicar el proceso de reembolso federal y esfuerzos de mitigación locales para comunidades específicas. Estos vídeos cortos proveen acceso a la operación general y ofrecen la oportunidad a las voces de la comunidad explicar cómo los programas afectan, o no, sus vidas.
- Twitter – Microblog que provee a FEMA la oportunidad de dirigir a los seguidores y usuarios de la herramienta a información específica de manera oportuna, como durante emergencias y desastres. Los seguidores actuales de la cuenta de FEMA (www.twitter.com/femainfocus) son de la comunidad de manejo de emergencias, los medios y el público en general. Twitter provee capacidad de SMS para textos instantáneos durante desastres. FEMA también usa Twitter para suplementar la labor del personal de respuesta estatal y local al retransmitir o ‘retweet’, comentarios de estos colaboradores. FEMA usa Twitter para involucrar al público en general en discusiones sobre preparación, el proceso de recuperación y herramientas de mitigación para desastres.
- Widgets – Los *Widgets* proveen transmisiones de datos a través de interfases gráficas transportables bien definidas y basadas en Internet. Esto va a la par con un “tablero de anotación” que cualquiera puede colocar en el sitio de Internet que usen al que se le alimentan datos de fuentes que nosotros definimos. A principios de este año, DHS lanzó un *widget* en su sitio que proveyó una transmisión de la información de respuesta y recuperación de FEMA relacionada con el huracán Gustav (http://www.dhs.gov/xprepresp/programs/gc_1220128923561.shtm). Asuntos Externos de FEMA ha desarrollado *widgets* para información similar. Puede encontrar *widgets* actuales en http://www.fema.gov/help/widgets/ike_index.shtm. El valor real de un *widget* es proveer datos específicos, localizados en un ciclo de reportaje específico para que sitios que no sean de FEMA incorporen a sus productos de información. Un ejemplo sería un “tablero de anotación” de los solicitantes de Asistencia Pública para proyectos de infraestructura y dinero desembolsado relacionado con un desastre específico que se actualice automáticamente mediante fuentes internas validadas que sea presentado a través de un *widget* en el sitio de Internet de un periódico o estación de TV local.
- RSS – Actualmente FEMA ofrece transmisiones de RSS a nivel nacional que proveen a los suscriptores información automatizada actualizada (<http://www.fema.gov/help/rss.shtm>). Aparte de la información de comunicados de prensa y declaración de desastres, los suscriptores pueden recibir notificaciones sobre la emisión de informes de situación nuevos y fotografías añadidas a la biblioteca de fotos oficial de FEMA.
- GoogleBooks – FEMA ha estado trabajando con GoogleBooks para proveer su contenido publicado en un formato gratis y de fácil acceso en línea. Actualmente, FEMA ofrece publicaciones sobre preparación, mitigación y sus programas de recuperación en copia impresa a través de su almacén de distribución. FEMA podrá proveer este contenido y contenido futuro en una escala más amplia para nivelar la tecnología con la plataforma de red que provee Google.

EJEMPLOS RECIENTES

Recientemente, FEMA ha estado usando sus herramientas de medios sociales para contar la compleja historia de su misión y para personalizar la entrega de ayuda que provee a las comunidades estadounidenses. Un tema de enfoque ha sido el asunto de eliminación de escombros en toda la Costa del Golfo de Texas después del huracán Ike. Los reportajes de los medios atacaron a la agencia por una respuesta percibida como lenta. En realidad, la eliminación de escombros puede ser

un asunto complejo que involucra muchos factores y niveles de gobierno y del sector privado: lo que significa que toma tiempo, dinero y mucha planificación.

Asuntos Externos de FEMA capturó algunas de estas historias en vídeo y transmitió las viñetas en línea para ayudar a desmitificar el proceso. Una de ellas, titulada “*Perro trabajador busca personas perdidas en escombros de Bolívar*” se centró en el equipo de rescate y bomberos con base en Texas mientras realizaba búsquedas de restos humanos entre los escombros. Dicho con honestidad y dignidad por el líder del equipo local, el breve vídeo logró varias metas importantes: explicar el compromiso de FEMA a las familias afectadas por la tormenta, describir cómo trabajamos con aliados estatales y locales y mostrar la complejidad de la eliminación de escombros después de desastres mayores.

Desde que se subió al canal de YouTube de FEMA el 19 de diciembre, más de 879 personas han visto el vídeo de “*Perro trabajador busca personas perdidas en escombros de Bolívar*”. En general, el sitio de YouTube de FEMA cuenta con nuevos suscriptores todos los días y actualmente 17,644 personas han entrado para ver los 60 vídeos actuales. Estas personas pueden ver los vídeos más a menudo si los incrustan en sus páginas de Internet.

En Twitter, otra herramienta de medios sociales que usamos, los comentarios han sido positivos a los vídeos en general. De hecho, otros usuarios están promoviendo su presencia de vez en cuando según la materia se relacione con su interés. Con relación al vídeo específico, un usuario no afiliado con la agencia lo promovió entre su red, diciendo, “Un vídeo importante y serio sobre las personas desaparecidas en el huracán Ike: <http://is.gd/cOrC>. FEMA es importante”.

EL CAMINO ADELANTE

Más herramientas de colaboración y la integración más profunda de prácticas de redes sociales en el plan de comunicaciones de FEMA ayudarán a lograr su misión de ayudar a la nación a prepararse, responder y recuperarse de desastres. FEMA también busca integrar nuevos medios o prácticas de Web 2.0 en sus comunicaciones públicas a través de funciones como datos de GIS en línea y transmisiones automatizadas para información de desastres específicos.

Al mismo tiempo, FEMA trabaja para implantar herramientas de medios sociales y mejorar la colaboración interna. Los planes organizacionales para las comunicaciones internas se centran en la concienciación y la educación de empleados al igual que en la facilitación del diálogo.

Mientras FEMA continúa desarrollando sus capacidades para comunicarse usando nuevos métodos que influyen en las redes sociales, el enfoque de estos mensajes continuará alineado con la misión de la agencia de preparación, respuesta, recuperación y mitigación para todos los riesgos.

FEMA dirige y apoya a la nación en un sistema abarcador de manejo de emergencias basado en riesgos para la preparación, protección, respuesta, recuperación y mitigación a fin de reducir la pérdida de vida y propiedad y para proteger a la nación ante todo riesgo, incluidos los desastres naturales, actos de terrorismo y otros desastres ocasionados por el hombre.