

Guia
d'USOS
i ESTILS
a les
xarxes socials
de l'AJUNTAMENT
de BENICARLÓ





Ajuntament
de Benicarló

Guia d'**USOS** i **ESTILS** a les **xarxes socials**
de l'AJUNTAMENT de BENICARLÓ



PRESENTACIÓ

Les xarxes socials s'han consolidat com una potent eina de comunicació. Representen un nou canal per a parlar, comunicar (informar i rebre informació), compartir i posar en comú, com un espai d'opinió per a interactuar amb veïns i públics d'àmbits molt diversos.

El seu abast sobrepassa la comunicació exclusivament personal per convertir-se en un instrument real de comunicació empresarial i institucional. L'Ajuntament de Benicarló, com a institució pública, no està al marge d'aquest fenomen, al contrari, considera molt positiu que s'aprofiten les virtuts d'aquests nous canals de comunicació.

Primer, i més important, perquè obrin nous espais de relació, de debat i de participació ciutadana a l'entorn d'àmbits determinats, de manera que s'aconsegueix una comunicació més bidireccional. I segon, perquè es poden oferir respostes ràpides que complementen altres canals de comunicació més tradicionals, com ara l'atenció telefònica o presencial. A més, és a través de les xarxes socials que podem redirigir els usuaris cap al canal per excel·lència d'informació oficial: el web corporatiu.

El gran volum d'usuaris i la rellevància adquirida per les xarxes socials fan necessari articular els instruments per tal que l'Ajuntament de Benicarló tinga una presència eficaç i segura en aquests mitjans. És per això que, tot i la innegable força que han adquirit les xarxes socials, no en tots els casos és recomanable ser-hi i fins i tot en alguns casos la nostra presència pot arribar a ser contraproduent, si no és gestionada correctament.

Per tant, complir els criteris d'aquesta guia no ens habilita per a crear infinits perfils a les xarxes socials. No tots els departaments o àrees generen prou contingut per a justificar la seua presència autònoma a les xarxes. O potser no tenen els mitjans adequats per a fer-ho. En realitat, gestionar xarxes socials no és fàcil i, per tant, com menys xarxes socials tinguem, millor. En aquest cas, com en molts d'altres, menys és més.

És per això que des del Departament de Comunicació plantegem una sèrie de qüestions a valorar per tal d'orientar sobre la conveniència o no de ser presents a les xarxes socials, tenint en compte, a més, les diferents dinàmiques que caracteritzen cada xarxa. Què es vol dir? Amb quina periodicitat? A qui es vol dir?

Si tenim clars tots aquests conceptes com a pas previ, el nostre treball serà més efectiu i, el que és més important, aconseguirem ser un canal de comunicació eficaç entre l'administració i la ciutadania.



Ajuntament de Benicarló

1a edició, octubre de 2018:

Ajuntament de Benicarló - Departament de Comunicació

Col·labora:

Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esports

Disseny i maquetació:

4Colors, coop. v.

Les xarxes

Introducció. Principis que han de regir el comportament de l'Ajuntament de Benicarló en les xarxes socials	10
Creació i manteniment del compte	11
Quin tipus d'informació podem publicar?	13
Les xarxes socials en una comunicació de crisi	15
Participació i interacció	17
Protocol en la gestió de comentaris	18
Facebook	19
Twitter	22
YouTube	27
Recomanacions, procediments i requisits	29
Regles a tenir en compte en les nostres converses a les xarxes	30
Practiquem l'escolta activa	32
Dinamització dels comptes	33

Annex

Annex 1. Procediment d'obertura de comptes municipals	36
Annex 2. Adaptació de perfils i comptes existents abans de la publicació d'aquesta guia	38
Annex 3. Ús de les xarxes socials amb objectius professionals i personals	39
Annex 4. Plantilla per a les estadístiques	40
Annex 5. Normes de participació en els comptes oficials de Facebook de l'Ajuntament de Benicarló	41

Les xarxes



> PRINCIPIS QUE HAN DE REGIR EL COMPORTAMENT DE L'AJUNTAMENT DE BENICARLÓ EN LES XARXES SOCIALS



> CREACIÓ I MANTENIMENT DEL COMPTE

Els diferents departaments municipals podran sol·licitar al Departament de Comunicació la creació d'alguna de les plataformes socials per al propi departament o per a algun dels serveis que en formen part. Una vegada s'hagen estudiat les necessitats, el Departament de Comunicació, en cas de ser aprovada la proposta, determinarà la xarxa social més adequada en funció de les necessitats i característiques del departament i/o servei i crearà el compte o els comptes corresponents, que passaran a disposició de la persona responsable del canal en qüestió. El Departament de Comunicació serà administrador, juntament amb cadascun dels administradors de cada compte oficial, de totes les pàgines i comptes institucionals.

Els passos que cal seguir són els següents:

1. El departament que sol·licite el compte ha d'emplenar una fitxa (annex 1) que s'entregarà al Departament de Comunicació.
2. Una vegada activat el compte o els comptes, l'administrador de cada compte ha de crear un informe de l'activitat del canal que es veurà reflectit en una plantilla (annex 4).
3. La plantilla s'ha d'emplenar cada mes amb dades reals i s'enviarà per correu electrònic al Departament de Comunicació.
4. El responsable o administrador del compte haurà de vetllar per l'actualització constant d'aquest informe i tenir-lo preparat per entregar al Departament de Comunicació en cas que siga necessari.

De la mateixa manera, el departament encarregat del manteniment i actualització d'un compte corporatiu en xarxes socials haurà de ser el responsable de l'edició, manteniment i actualització de la seua secció web.

L'escassa actualització o publicació de continguts poc rellevants o no relacionats amb les competències dels diferents departaments podrà ser motiu suficient per a la revisió dels objectius d'aquest departament en les xarxes socials i, donat el cas, per al tancament del compte.

Per tal de coordinar aquests treballs, i amb l'objectiu de mantenir un contacte directe amb els administradors dels comptes, serà necessària la creació d'un grup de correu on s'incloga el Departament de Comunicació i els administradors de cadascun dels comptes oficials.

> QUIN TIPUS D'INFORMACIÓ PODEM PUBLICAR?

És recomanable, en qualsevol actualització d'estat o tuit, adreçar els usuaris dels nostres comptes cap a fonts fiables, preferentment a fonts pròpies o fonts institucionals.

En aquest cas, les fonts pròpies que té l'Ajuntament de Benicarló són:

- Pàgina web de l'Ajuntament: secció notícies, agenda, altres departaments...
- Ràdio Benicarló: hi podeu accedir a través del web www.radiobenicarlo.org o a través de l'aplicació mòbil Ràdio Benicarló.
- Les pròpies xarxes socials de l'Ajuntament: Facebook, Twitter, Youtube.

Només excepcionalment es poden fer servir notícies procedents d'altres mitjans.

Què hem de dir i amb quins criteris

Les publicacions que es fan des de qualsevol xarxa social han de complir un doble objectiu:








- Informar sobre aspectes que puguen ser d'interès per al públic al qual s'adrecen els serveis.
- Interactuar amb aquest públic i conèixer la seua opinió.

Criteris de noticiabilitat

El primer criteri per a fer una publicació ha de ser l'interès públic del departament que publica la informació: notícies i enllaços que puguen interessar a la ciutadania seguint un ordre de prioritat amb notícies locals. Aquí es poden incloure notícies i altres esdeveniments que pel seu contingut estiguen relacionats amb el nostre departament o àrea d'actuació i que siguen d'interès per a la ciutadania.

Desaconsellem, per tant, totes les notícies o apunts referents a la política i l'opinió.

Alguns exemples:





-  Notícies referents al vostre àmbit d'actuació provinents del propi Departament de Comunicació o altres mitjans propis (Ràdio Benicarló, xarxes socials de l'Ajuntament)
-  Campanyes de comunicació dels vostres departaments o serveis
-  Convocatòries d'ajudes i subvencions
-  Agenda cultural: quan el contingut estiga relacionat amb el departament
-  Ofertes de treball
-  Decisions del Ple de l'Ajuntament
-  Notícies relacionades amb trànsit, via pública, meteorologia, estat de les platges...

➤ LES XARXES SOCIALS EN UNA COMUNICACIÓ DE CRISI

Les xarxes socials, per la seua immediatesa, també s'han convertit en referent a l'hora de la comunicació de crisi.

Les administracions es poden enfrontar a situacions complicades i excepcionals comunicativament, com poden ser catàstrofes naturals, accidents o bé qüestions que afecten la pròpia institució. En aquest cas és molt important establir un protocol i una logística a l'hora de comunicar.

En aquesta situació és important:

-  Saber qui ha d'intervenir per poder donar una resposta adequada. Han de ser persones clau amb capacitat d'accés a informació i execució. És a dir, el primer que hem de fer és establir fonts i la figura d'un portaveu. També és fonamental establir els canals d'informació i gestió que estaran disponibles.
-  El segon aspecte que cal tenir en compte és la monitorització (escolta activa) i avaluació de la situació. Des del moment inicial s'ha de fer el seguiment de la situació de crisi.
-  Ha d'haver un flux d'informació constant per generar transparència i confiança. En aquest sentit, el primer que cal dir és que som conscients de la situació i que estem treballant per a resoldre-la. Deixar passar la situació i intentar fer com si no passés res el més segur és que tinga com a conseqüència l'agreujament de la crisi. I el que no s'ha de fer mai és intentar mitigar la situació amb informació confusa o que no siga certa, perquè encara complicarà més la situació.
-  Saber amb quins aliats podem comptar. Usuaris influents que poden ajudar a gestionar la situació des d'una posició avantatjosa pel que fa a la difusió de la informació. Les persones referents en xarxes socials o personalitats de la pròpia organització poden ser de gran ajuda a l'hora de contrarestar la propagació d'una determinada informació.

! Intentar localitzar el focus de la situació de crisi i esbrinar quina és la causa del descontentament per poder resoldre-la. El més normal és que, en tot aquest procés, aparega la propagació d'una notícia falsa, de manera que serà necessari localitzar la font i els usuaris que se n'han fet ressò i oferir-los informació adequada. És la millor manera d'aturar-ho.

> PARTICIPACIÓ I INTERACCIÓ

- Seccions fixes que despertin interès:
 - Coses interessants i/o curioses relacionades amb la ciutat (sabies que...)
 - Esmert a iniciatives personals de gent de la ciutat
 - Novetats al web corporatiu o al web dels departaments
- Vídeos promocionals que estiguen relacionats amb l'activitat o interès del departaments.
- Cada xarxa ha de tenir la capacitat de poder generar el seu propi contingut, ja siguin activitats o continguts relacionats. No és admissible una pàgina que no genere contingut.
- Recomanem actualitzar diàriament el contingut, excepte en els canals repositori, com ara Youtube. Així i tot, cal tenir en compte els festius i caps de setmana, així com períodes de vacances: veure com queda el servei, qui se'n fa càrrec. També és bo fer comprendre als usuaris que darrere dels canals hi ha persones que tenen un horari. Per tant, és positiu establir marges per a aquestes situacions.
- La interacció entre els diferents canals: la pàgina oficial de l'Ajuntament de Benicarló ha de donar visibilitat a aquests espais quan parle d'àmbits específics que tenen un compte propi. Des de Twitter, per exemple, es farà RT del canal a promocionar i des de Facebook es podrà compartir la notícia publicada per l'altre perfil. De la mateixa manera que des dels altres espais també han de donar difusió a la publicació de continguts de l'Ajuntament. Això no implica, però, que s'haja de compartir o retuitar tot. S'ha de seleccionar què es vol diversificar i trobar també cada quan fer-ho sense caure en pràctiques de contingut brossa.

> PROTOCOL EN LA GESTIÓ DE COMENTARIS

Alguns aspectes a tenir en compte:

- ✍ Els missatges/comentaris que arriben hauran de ser contestats en la mesura dels possibles en un màxim de 24 hores a partir de la publicació.
- ✍ No s'han de contestar judicis de valor ni opinions.
- ✍ Cal publicar les normes d'ús de cada pàgina i mantenir-les visibles. Haurèm de d'avisar i, si arriba el cas, esborrar els comentaris que vulneren les normes. En cas d'incompliments reiterats, caldrà bloquejar el perfil infractor (sempre amb previ avís al Departament de Comunicació, ja que els bloquejos són delicats i poden arribar a ser contraproductius).
- ✍ Quan algú pregunta sobre algun tema de l'acció municipal que desconeixem, caldrà establir un protocol el més efectiu i mecanitzat possible per donar resposta als comentaris.

> FACEBOOK



És la xarxa social més activa i amb més resposta social i interacció, tant a nivell mundial com estatal. És, per tant, un canal molt potent per a transmetre informació, especialment imatges, vídeos, enllaços, entre d'altres, de manera immediata i eficaç.

Els usuaris de Facebook

- Busquen però alhora generen contingut.
- Sovint es mostren passius al canal però la gran majoria veu la informació pertinent.
- És un canal molt heterogeni: des d'adolescents fins a persones de més de 50 anys i demogràficament diferents.

Característiques i usos de les pàgines de Facebook

- La pàgina és indexada pels buscadors: d'aquesta manera més gent pot trobar-te als buscadors més coneguts.
- Les pàgines a Facebook són visibles per tot el món: encara que la gent no siga fan de la pàgina poden veure-hi el contingut.
- Les pàgines a Facebook poden tenir un nombre il·limitat de fans.
- Les persones interessades poden unir-se a la pàgina sense que l'administrador l'haja de confirmar.
- No es poden enviar notificacions d'actualitzacions d'estat, però els usuaris sí que es poden subscriure a rebre notificacions cada vegada que es publique un ítem a la pàgina. Per a fer-ho cal:
 - Passar el ratolí sobre el botó de «M'agrada»
 - Seleccionar «rebre notificacions»
 - Amb aquesta acció donem la possibilitat als seguidors més interessats que no es perden cap actualització.





- Es pot personalitzar la pàgina de fans amb aplicacions (posar el Twitter, un formulari de contacte, botigues virtuals, etc).
- Les publicacions apareixen a la pàgina d'inici dels seguidors, com qualsevol publicació d'un amic, tot i que amb moltes limitacions, ja que Facebook estableix una sèrie d'algoritmes que fan que una informació destaque més o menys. L'últim canvi que ha fet Facebook en aquest sentit dificulta encara més la visibilitat dels continguts de les pàgines i dona prioritat a les publicacions dels amics.

Gestió de comptes i el seu contingut




Les pàgines de Facebook les crearà el Departament de Comunicació. Una vegada creada la pàgina, passarà a ser gestionada per l'administrador del departament que ho sol·licite. Hem d'intentar personalitzar la URL per tal que quede de la següent manera: www.facebook.com/departamentBenicarló. Per exemple: www.facebook.com/esportsBenicarló. De la mateixa manera, el nom de la pàgina serà el del departament + Benicarló.

Cada departament gestionarà el contingut de la seua pàgina i els administradors seran els encarregats de vetllar pel seu bon funcionament i ús.

Algunes recomanacions sobre els continguts

-  Es recomana publicar diàriament, amb contingut propi en la mesura del possible.
-  Les fotografies aconseguen més difusió i interacció que els enllaços, tot i que si el titular de l'enllaç és realment important, caldrà penjar la publicació com un enllaç.
-  Utilitzar un llenguatge proper, sense oblidar que estem parlant com a entitat pública i que no hem de fer comentaris de tipus personal.
-  La llengua d'ús per a la publicació de missatges a Facebook és preferentment el valencià, tot i que això pot estar subjecte a les necessitats de cada canal. De





cara a donar respostes als usuaris, considerem convenient donar la informació demanada en l'idioma de l'usuari, sempre i que siga en valencià o castellà.

-  Hem de tindre molta cura amb l'ortografia, la gramàtica i el vocabulari.
-  Recomanem evitar comentaris, notícies, enllaços o altres que tinguen qualsevol contingut de tipus polític. D'aquesta manera evitarem entrar en debats que puguen afectar la imatge de l'Ajuntament.
-  Cal aplicar el protocol de resposta per respondre els comentaris dels seguidors.

Gestió de comentaris

Tot i que seguirem les pautes marcades a l'apartat «Protocol en la gestió de comentaris», cada plataforma té unes especificitats diferents. A Facebook s'haurà de respondre els comentaris amb el mínim de temps possible, i dins del mateix espai on ha tingut lloc la pregunta o consulta. Convé donar les gràcies a l'usuari per la seua participació i afegir els continguts necessaris per complementar-ho. Si la crítica és negativa, caldrà estudiar amb profunditat la queixa i donar-hi resposta de forma constructiva.

Bones pràctiques a Facebook

-  Provocar respostes incloent frases com ara «Què vos pareix?» o «Vos agrada?»
-  Publicacions ni llargues ni curtes. Si són llargues, han de tenir un títol suggerent que convida a seguir llegint.
-  Aportar valor. És recomanable publicar continguts que considerem interessants per als nostres seguidors i que tinguen alguna cosa a vore amb la temàtica del compte que ho publica.
-  Convé actualitzar el perfil entre una i quatre vegades al dia. Les hores claus en què es registra major activitat a Facebook són les 11.00 h, 13.00 h, 15.00 h, 18.00 h i 20.00 h. A pesar d'aquestes recomanacions, està comprovat que el que dona més èxit a un post no és l'hora de la publicació, sinó l'interés que puga despertar el seu contingut entre els nostres seguidors.

> TWITTER



Twitter és una aplicació de *microblogging* (molts no la consideren una xarxa social) que permet als seus usuaris enviar i llegir microentrades d'una longitud màxima de 280 caràcters (abans 140) anomenats tuits o piulades. L'enviament d'aquests missatges es pot realitzar a través de l'espai web de www.twitter.com, des de l'aplicació mòbil o a través d'altres aplicacions com Hootsuite o TweetDeck.

Característiques dels usuaris

- L'edat mitjana dels usuaris està baixant, de manera que la franja dels 25 als 34 anys és cada vegada més nombrosa.

Característiques i usos del Twitter

- Com a font i recurs per a la difusió de notícies.
- Per saber de què s'està parlant a la xarxa.
- Per a estar en contacte amb els amics.
- Com a diari de viatge.
- Per a fer seguiments de conferències i altres actes.
- Com a eina de relacions públiques i màrqueting.
- Com a eina d'aprenentatge.

Gestió de comptes i el seu contingut

El compte de Twitter ha de ser creat pel Departament de Comunicació de l'Ajuntament. Una vegada creat, passarà a ser gestionat per l'administrador del departament sol·licitant. El nom d'usuari haurà d'estar constituït per les lletres Benicarló + departament.




Cada departament gestionarà el contingut de la seua pàgina (què pengen, comentaris, quins enllaços es comparteixen, etc.) i els administradors seran els encarregats de vetllar pel seu bon funcionament i ús.

El nombre de publicacions diàries recomanem que no siga superior a 5, excepte quan hi ha alguna situació excepcional o quan es retransmet un acte en directe.

Tipus de continguts

- Noves publicacions al web corporatiu.
- Retransmissions en directe d'actes.
- Publicació de nous vídeos, fotos o presentacions als canals repositoris.
- Convocatòries públiques de processos de selecció.
- Notes de premsa publicades al web. Quan es tuiteja una nota de premsa, cal redactor de nou el titular adaptat a aquest mitjà i afegir l'enllaç per redirigir al web.
- Anuncis i invitacions a actes.
- Incidents, emergències i comunicacions de crisi.
- Continguts elaborats exclusivament per a Twitter a partir d'informacions contrastades de la xarxa que afegisquen valor al perfil.

Continguts per a retuitejar (*)

-  Informació procedent de fonts de confiança.
-  Informació procedent d'usuaris que tinguen reconegut prestigi.
-  Informacions oficials.

* El volum de retuits no ha de superar el de tuits de producció pròpia.

Usos lingüístics

D'acord amb el Reglament municipal per a la normalització lingüística, els tuits es redactaran preferentment en valencià. També es poden redactar en castellà o anglés, segons el tipus de contingut i el perfil que emeta el tuit. En el cas de comentaris d'altres usuaris en castellà i valencià, haurem de contestar en la llengua que ha fet servir l'usuari.

Estructura del tuit

Els tuits es componen d'un text (a mode de titular) i, com a norma general, d'un enllaç per ampliar la informació. És convenient escurçar els enllaços amb alguna de les aplicacions que existeixen actualment. L'Ajuntament fa servir l'escurçador bit.ly, que dóna estadístiques i, per tant, ens permet tenir indicadors d'efectivitat dels continguts compartits.

També se solen acompanyar d'etiquetes (*# hashtags*), que es fan servir per determinar a quina àrea o campanya pertany el tuit. També poden anomenar (*@*) aquelles persones o institucions que estiguen relacionades directament amb el contingut del nostre tuit. Hem d'evitar nomenar persones que facen un ús privat del seu perfil, encara que siguin personatges públics.

La informació ha de ser sintètica, rigorosa i concisa. Per això és important adjuntar-hi un enllaç sempre que siga possible per a ampliar la informació.

En el cas de retransmissió d'actes en directe a través de Twitter no és necessari associar cap enllaç, però és important acompanyar el tuit amb l'etiqueta que faça referència a l'acte.

Gestió de comentaris

Hi ha dos tipus de preguntes, dubtes i sol·licituds que haurem de respondre tan prompte com siga possible:

- Formulació de preguntes, dubtes i sol·licituds.
- Crítiques: en el cas de situacions de crítica oberta positiva, l'opció més adequada és contestar públicament amb la finalitat de mostrar que es dóna resposta a les opinions dels usuaris. Si la crítica és negativa, caldrà estudiar amb profunditat la queixa i donar-hi una resposta de forma constructiva.

Recomanacions

Mantenir un compte de Twitter significa estar molt pendent d'aquest canal, actualitzar i aportar publicacions constantment i controlar-les. A diferència de Facebook, aquest

és un canal en què hi ha moltes normes d'ús (retuits, ff, respostes, agraïments...), i si no es compleixen, els mateixos seguidors s'hi poden posar en contra.




No s'ha de tornar el seguiment a tothom. Només a aquells usuaris que siguin públic objectiu. Cal tenir en compte que molts fan el seguiment només amb l'objectiu d'aconseguir el retorn del seu *follow*. Si algú ens esmenta o ens fa un retuit, no cal contestar sempre, ja que pot resultar avorrit per als nostres seguidors. Si es vol agrair un retuit, podem fer-ho per DM (Direct Message), si és possible. En aquests casos, va bé comprovar si és públic objectiu i si el seguim.

Com promoure el nostre perfil a Twitter

El nostre perfil representa qui som a Twitter. Seguirem els següents passos per a aconseguir que més persones ens troben i ens seguiscuen. D'aquesta manera, augmentarem el nombre de seguidors i la seua participació amb els tuits publicats:

- Si tècnicament és possible, una bona estratègia és incorporar els enllaços a les xarxes socials a les signatures dels emails.
- Podem fer el mateix amb tota la publicitat: cartelleria, fulletons, anuncis.
- No s'ha d'oblidar posar un giny (*widget*) a la pàgina web i/o un botó per a fer el seguiment directament.
- Per aparèixer als resultats de cerca, ens assegurarem que el nom d'usuari, nom real i biografia estiguen complets i incloguen les paraules claus amb les quals volem associar el compte.

Bones pràctiques a Twitter

-  Els missatges han de contenir informació d'interès per al sector, igual que al Facebook.
-  Heu de contestar de manera freqüent i sincera: mai s'ha de deixar una pregunta, un prec, una queixa o un suggeriment per respondre.
-  Contesteu el més prompte possible i de forma pública, no a través de missatges directes.

1. En cas de necessitar alguna dada per privat, s'ha de respondre a l'usuari amb un tuit públic indicant-li que ens posarem en contacte amb ell a través de missatge privat.
2. Controleu el nombre de tuits: tan dolent és l'excés com el defecte.

Estadístiques a Twitter

Les dades necessàries per a obtenir les estadístiques de periodicitat mensual de Twitter les podeu trobar a través de la pàgina Twitter Analytics.

> YOUTUBE



És una plataforma que permet als usuaris publicar, veure i compartir vídeos. És idoni per a difondre audiovisuals informatius o didàctics sobre l'activitat dels departaments al web mitjançant aplicacions o incrustant el codi HTML.

És un canal amb molta viralitat.

- Majoritàriament públic jove: de 16 a 25 anys.
- Un 57% dels usuaris utilitzen preferentment Youtube per a visualitzar vídeos.
- Els usuaris són molt interactius.

L'Ajuntament de Benicarló compta amb un canal institucional a Youtube que recull tots els vídeos que genera el propi Ajuntament, des dels plens municipals fins als espots promocionals o els vídeos d'homenatge a persones destacades. Atés que és poc habitual que els departaments realitzen vídeos de forma continuada, cal fer servir el compte de l'Ajuntament de Benicarló com a repositori únic i concentrar així totes les accions de difusió sobre un únic canal.

Característiques

- Youtube permet crear llistes de reproducció, escollir quina llista volem que es reproduïska o quin vídeo volem que aparega com a destacat dins l'apartat Vídeos i llistes de reproducció.
- Quan publiquem un vídeo, cal posar-li un títol i una breu descripció. D'altra banda, afegirem etiquetes amb paraules claus que facen referència al vídeo, per tal d'indexar la cerca.
- La durada dels vídeos és determinant. Més enllà dels 2 o 3 minuts, és molt difícil mantenir l'atenció dels usuaris. Per tant, hem de pensar, en la mesura del possible, en continguts curts i visuals. Així i tot, en alguns casos, com els plens municipals, no podem controlar la durada.

- És convenient enllaçar els nostres vídeos de Youtube a altres xarxes socials (Facebook, Twitter), per tal d'arribar a un nombre major d'usuaris.

Bones pràctiques a YouTube

- ▣ Cal centrar-se en la qualitat i no en la quantitat
- ▣ Per regla general, YouTube és el millor canal per al contingut instructiu i de consells
- ▣ La freqüència de publicació dels vídeos no és rellevant, ni tampoc el disseny. No serveix de molt un canal ben dissenyat si no hi ha contingut.

> RECOMANACIONS, PROCEDIMENTS I REQUISITS

Una vegada feta la reflexió prèvia sobre la conveniència o no de ser presents a les xarxes socials, tenint en compte els pros i els contres i les diferents dinàmiques que caracteritzen cada xarxa, si creieu que és necessari ser presents a les xarxes socials, heu de contactar amb el Departament de Comunicació, que us crearà el compte i us proporcionarà les claus d'accés (annex 1).

Els departaments que ja teniu perfils a les xarxes socials us heu de posar en contacte amb el Departament de Comunicació per a facilitar les dades dels vostres comptes i les dades de contacte de la persona o persones responsables dels comptes (annex 2).

Quan creem un perfil o una xarxa social de departament o de recurs municipal estem parlant en nom de l'Ajuntament. Qualsevol entrada en aquest perfil queda indexada a Google i pot tenir repercussions a llarg termini. Per tant, i per garantir que l'Ajuntament té una imatge coherent i de qualitat a les xarxes socials, cal que els vostres comptes complisquen sis característiques bàsiques:

1. El nom del perfil ha de ser el de Benicarló + el vostre departament o projecte.
2. La vostra imatge de perfil o avatar serà fixada pel departament de Comunicació. També la foto de portada de Facebook i els fons de Twitter.
3. Tota la comunicació feta a través de xarxes socials ha de tenir garanties de correcció lingüística i d'estil. Podeu demanar assessorament a Aviva Benicarló (aviva@ajuntamentdebenicarlo.org).
4. Els comptes han d'estar interrelacionats i enllaçats amb la vostra secció web.
5. Heu d'evitar qualsevol contingut personal i/o ideològic.
6. En les xarxes socials, tan importants són els continguts que publiqueu com els comentaris que rebeu. Per tant, és bàsic que la ciutadania se senta escoltada i s'han de contestar els comentaris al més prompte possible (en cas que es reben crítiques constructives, s'han de respondre amb un to adequat).

➤ REGLES A TENIR EN COMPTE QUAN INTERACTUEM A LES XARXES

Quan participem en les xarxes socials com a institució, hem de tenir present que ens trobem en un terreny propi de la ciutadania i aquí, cadascú té la seua opinió, que no sempre hem de compartir però sí respectar.

Com a principi general, des dels perfils corporatius no es poden emetre opinions personals i la línia editorial ha de coincidir amb la del lloc web oficial. A més, hem d'evitar les discussions i les situacions conflictives a través de l'empatia. Hem d'evitar actuar impulsivament i rellegir els missatges sempre abans d'enviar-los.

1. No hem d'oblidar que qui llegeix el missatge és una persona amb sentiments, no una pantalla. Hem de procurar adreçar els missatges de manera personal quan siga possible.
2. Escriure en majúscules en les xarxes socials es considera l'equivalent a cridar. A més, dificulta la lectura.
3. Respecteu la privacitat de terceres persones, encara que l'interlocutor no ho faça.
4. No abuseu del vostre poder ni exhibiu superioritat.
5. Heu de tolerar les errades alienes i acceptar les crítiques.
6. Difoneu informacions interessants per a l'audiència, no per al propi interès del vostre servei o dels seus responsables.
7. No publiqueu mai en un perfil institucional una cosa que no diríeu en un acte públic.
8. No difongueu actes contraris a la institució que representeu, ni missatges de partits polítics o reivindicacions personals.
9. No es pot comprometre la imatge de la institució vinculant-la a empreses o esdeveniments que li són aliens.
10. Cal posar especial atenció en els missatges que retuitegem. No és suficient que algú ens mencione per a retuitejar. Hem de comprovar la veracitat de les informacions i reflexionar sobre les conseqüències. Sempre que siga possible hem de retuitejar missatges d'institucions, no de persones particulars (excepte en el cas que tinguen un càrrec institucional important).
11. Les xarxes socials municipals no són una oficina de denúncies. Per això, si es denuncia un fet delictiu, cal remetre l'usuari denunciant a la Policia Local o

Policia Nacional. En cas que es tracte de queixes, cal redirigir els usuaris als canals adequats.

12. Si us trobeu en una situació de crisi en el compte que gestioneu, heu de contactar immediatament amb el Departament de Comunicació per tal d'establir les pautes que cal seguir.
13. Davant d'una situació d'emergència, no es poden compartir informacions no verificades. Sempre heu de buscar la informació que proporcionen les fonts oficials i limitar-vos a compartir-la.
14. Els comptes municipals de l'Ajuntament de Benicarló en xarxes socials no contestaran aquells comentaris o tuits que siguen insultants. Així mateix, es recomana que no contesteu comentaris procedents de perfils anònims (vegeu l'annex 5).
15. Generalment, les respostes seran públiques. Només en el cas que el nostre interlocutor ens demane algunes dades o si així ens ho demanen, la conversa es podrà traslladar a l'àmbit privat de les xarxes socials.
16. Pel que fa a Twitter, no recomanem a cap servei municipal que automatitze les respostes i també aconsellem no abusar dels *hashtags* (etiquetes).
17. Hem de conèixer les normes ortogràfiques i, si tenim dubtes, hem de consultar el diccionari. Cal llegir SEMPRE abans de publicar i, en cas d'error, hem de demanar disculpes.
18. Hem de fer servir un llenguatge correcte, senzill, proper i fàcil d'entendre.
19. Ens referirem als usuaris de la xarxa com a «vosaltres» i a la institució que representem com a «nosaltres». Per exemple: «Comencem el Dia del Llibre amb esta bonica iniciativa dels alumnes de l'IES Ramón Cid» o «Avui vos recomanem...»
20. A qui seguir i a qui no? En el cas de Twitter, la norma respecte dels comptes que hem de seguir hauria de ser perfils institucionals, perfils relacionats amb la ciutat i mitjans de comunicació. Paral·lelament, cada compte pot aplicar el criteri propi de cada gestor, basat en els interessos compartits en funció de la temàtica de cada compte.
21. Les fotografies que es faran servir per a les diferents xarxes socials hauran de tenir un mínim de qualitat i hauran de «dir» alguna cosa.
22. Pel que fa a imatges de menors, queda prohibit l'ús de fotografies de menors reconeixibles en xarxes socials dels quals no es tinga constància del seu consentiment. Només si són fotos fetes d'esquena o en les quals no es puga reconèixer el menor, es podran fer servir sense el permís.

> PRACTIQUEM L'ESCOLTA ACTIVA

1. En cas d'avisos per emergències, cal contestar «telefoneu al 112».
2. Si es tracta d'usuaris que sol·liciten algun tipus d'informació, podem contestar directament (en cas que coneguem la resposta), enllaçar al web que ofereix la informació (en cas que la resposta siga molt extensa) o adreçar al correu o telèfon que pot oferir una resposta (en cas que nosaltres no la coneguem).
3. En cas d'incidències en la via pública, cal contestar agraint l'avís i recomanar l'ús de l'App Benicarló Connecta.
4. Si es tracta d'una proposta o idea nova, hem de redirigir-la al Departament de Participació Ciutadana.
5. Quan es tracta d'una crítica sense solució tècnica, respondrem en funció del perfil (si es tracta d'un perfil personalitzat o d'un perfil anònim), del to de la crítica i de si la crítica dóna lloc o no a una resposta. Si decidim contestar, caldrà mencionar el compte de l'Ajuntament.
6. Pel que fa als comentaris bel·ligerants o insults, hem de ser curosos i no alimentar-los. En alguns casos és convenient ignorar-los i fins i tot eliminar-los (consulteu l'annex 5).

> DINAMITZACIÓ DELS COMPTES

Podem fer servir quatre tipus de fórmules:

1. Iniciatives per tal que participen els usuaris (propostes a debat, sondejos, etc.). En el cas dels concursos, cal fer-ho en coordinació amb el Departament de Comunicació. És important consultar les condicions del sorteig i no contradir les normes de cada xarxa social respecte dels sortejos.
2. Iniciatives d'imatge (campanyes d'imatge per a atraure usuaris).
3. Iniciatives d'informació (penjar informacions no municipals però que interessin als usuaris: informes de noves tecnologies, de salut, notícies del compte, etc.)
4. Iniciatives solidàries pròpies o alienes.

Podem difondre i compartir a través dels nostres perfils personals continguts de les xarxes socials de l'Ajuntament però no hem de fer servir els nostres comptes particulars per a captar nous seguidors.

Annex



Annex 1

Procediment d'obertura de comptes municipals

Per obrir un compte de xarxa social, heu de fer el següent:

1. Empleneu l'imprés «Sol·licitud per obrir un compte municipal de xarxa social» que trobareu a la secció «Comunicació» del Wiki intern de l'Ajuntament de Benicarló (<http://www.ajuntamentdebenicarlo.org/wiki/>)
2. Envieu-lo per correu electrònic al Departament de Comunicació (correu.premsa@ajuntamentdebenicarlo.org)



Ajuntament de Benicarló

Sol·licitud per obrir un compte municipal de xarxa social

Persona interessada	
Nom i cognoms de la persona que sol·licita el compte	
Loc de treball/càrrec de la persona sol·licitant	Nom de la Regidoria o servei de qui depèn
Correu electrònic de la persona sol·licitant	Telefon de la persona sol·licitant
Nom	NIF
Dades del compte	
Nom de la xarxa social en què se sol·licita l'alta	
Secció web associada al compte	
Persona o persones que gestionaran el compte	
1. Nom i cognoms: Grau de coneixement d'ús de la xarxa sol·licitada: <input type="checkbox"/> Alt <input type="checkbox"/> Mitjà <input type="checkbox"/> Baix Si teniu algun curs de formació relacionat amb l'ús de xarxes socials, indiqueu-lo:	
2. Nom i cognoms: Grau de coneixement d'ús de la xarxa sol·licitada: <input type="checkbox"/> Alt <input type="checkbox"/> Mitjà <input type="checkbox"/> Baix Si teniu algun curs de formació relacionat amb l'ús de xarxes socials, indiqueu-lo:	
Objectius	
Públic a qui es pretén arribar	
Continguts	
Estratègia comunicativa que s'aplicarà per gestionar el compte	
Sol·licito	Que s'estudie la creació d'un compte de xarxa social, les dades del qual es detallen a dalt. I, en cas que es considere viable la creació, em comprometo a gestionar-lo d'acord amb les normes i consells de la Guia d'usos i estils a les xarxes socials de l'Ajuntament de Benicarló.
Signatura	
Datació	Loc Data
DEPARTAMENT DE PREMSA I PROTOCOL	

Annex 2

Adaptació de perfils i comptes existents abans de la publicació d'aquesta guia.

És molt possible que quan aquesta guia entre en vigor, alguns departaments de l'Ajuntament disposen de comptes a les xarxes socials. En aquest cas, serà necessari que aquests departaments facen arribar la informació requerida en l'annex 1. També hauran de facilitar els usuaris i contrasenyes de les xarxes i nomenar administrador als responsables del Departament de Comunicació.

Posteriorment, caldrà mantenir una reunió entre el departament i el Departament de Comunicació per a una presa de contacte i posterior adaptació als criteris d'aquesta guia.

Les pàgines municipals contribuiran a difondre les altres pàgines existents o que es creen de nou i siguen reconegudes per l'Ajuntament. Però mai es donarà difusió a les pàgines que no complisquen els criteris descrits en aquesta guia, a les quals se'ls sol·licitarà l'adaptació o el tancament.

Annex 3

Ús de les xarxes socials amb objectius professionals i personals

Aquestes recomanacions seran aplicables als comptes personals dels treballadors de l'Ajuntament de Benicarló i els ajudaran en l'ús personal i professional.

L'objectiu d'aquestes directrius és que els treballadors de l'Ajuntament de Benicarló puguen participar de manera respectuosa i adequada, protegint la seua reputació personal i professional, així com la de la institució per a la qual treballen.

- Cal declarar de manera expressa i ben visible en totes els comptes i perfils en xarxes socials que les opinions que es formulen són personals i no de l'Ajuntament de Benicarló, sobretot si esteu escrivint sobre algun assumpte relacionat amb la institució.
- Cal fer servir el nom real.
- Hem de procurar no fer servir logotips ni elements de la imatge institucional de l'Ajuntament de Benicarló per tal d'evitar la confusió.
- No feu servir el compte de correu corporatiu per a obrir perfils i comptes en xarxes socials. Utilitzeu el vostre correu personal.
- Cal tenir cura de les situacions de crisi, crítiques o comentaris malintencionats que procedeixen d'altres usuaris. La participació en les xarxes socials pot comprometre'ns a nosaltres i a la institució.
- Aneu amb compte de no revelar informació confidencial.
- Protegiu la vostra intimitat i la dels vostres companys de treball.
- No publiqueu opinions personals a través de comptes oficials i no promogeu el vostre compte personal a través de comptes oficials.
- Aquelles persones que tenen responsabilitat de govern han de tenir en compte si els comentaris personals que publiquen, fins i tot en espais clarament personals, poden ser malinterpretats com a declaracions oficials realitzades per l'Ajuntament de Benicarló.

Annex 4

Plantilla per a les estadístiques. La trobareu a la secció «Comunicació» del Wiki intern de l'Ajuntament de Benicarló.



«Nom de la pàgina de Facebook»

	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny
Nous fans de la pàgina						
Gent que ha deixat de seguir la pàgina						
Públic objectiu						
· Edat						
· País						
· Ciutat						
· Idioma						
Nombre de publicacions						
Persones que en parlen						
Nombre de «M'agrada» a les publicacions						
Nombre de comentaris a les publicacions						
Nombre de comparticions a les publicacions						
Audiència assolida						
Tràfic cap al web						

Millor moment per a publicar

Publicacions que han tingut més interacció

Publicacions que han tingut menys interacció

Annex 5

En els comptes oficials de Facebook de l'Ajuntament de Benicarló, hi constarà un apartat que contindrà les regles de participació en la pàgina i que seran les mateixes per a tots els comptes.

Normes de participació en els comptes oficials de Facebook de l'Ajuntament de Benicarló

Aquesta pàgina de Facebook està destinada a tots vosaltres perquè és amb vosaltres amb qui volem compartir continguts i experiències que milloren la nostra ciutat. Des de l'Ajuntament de Benicarló obrim aquesta finestra i ho fem amb les premisses següents:

1. No es pot fer servir aquesta pàgina per fer propaganda política ni publicitat d'empreses o esdeveniments privats de cap tipus. Aquests continguts seran eliminats sistemàticament. Ens reservem el dret a bloquejar els usuaris que insistisquen en aquesta pràctica.
2. Respecteu les opinions de la resta de participants, tot i no compartir-les. No es pot insultar o utilitzar un llenguatge ofensiu, racista, violent o xenòfob, ni promoure activitats il·legals.
3. Els vostres comentaris com a usuaris de les xarxes socials són lliures, personals i no atribuïbles a l'Ajuntament de Benicarló. Tanmateix, aquests no podran contenir missatges que atempten contra l'honor, la intimitat, la imatge personal i la dignitat de la persona i, en particular, que puguen perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, ni que fomenten l'odi, el menyspreu o la discriminació per motius de naixement, raça, sexe, ideologia, filiació política, orientació sexual, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància.
4. No envieu contingut amb els drets reservats (amb *copyright*) sense permís del seu propietari. En el cas que es considere oportú facilitar continguts d'Internet amb *copyright*, escriviu la URL per tal que els altres puguen anar a l'enllaç i consultar els continguts des de la pàgina propietària.

5. Cenyiu-vos al tema. Procureu parlar únicament sobre el tema de la publicació en la qual esteu opinant. Si voleu discutir sobre un altre tema, podeu buscar una altra pàgina que siga més adient.
6. No es poden proposar adhesions a grups o pàgines de Facebook que no tinguin cap relació amb l'Ajuntament de Benicarló.
7. No es pot escriure més d'una vegada el mateix comentari. Fer-ho es considerarà *spam*.
8. No us demanarem mai les dades personals (correu de contacte o telèfon, per exemple). Només en casos molt específics (registres per concursos, sortejos o semblants) us demanarem les vostres dades i sempre amb previ avís legal.
9. Normes de Facebook. A més, cal tenir present que Facebook té les seues pròpies normes de participació i que també cal respectar-les. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç <http://www.facebook.com/terms.php?locale=ES>.

L'equip de gestió de la pàgina de l'Ajuntament de Benicarló es reserva el dret d'eliminar qualsevol missatge que no seguisca aquestes normes o bloquejar l'activitat d'un usuari a la seua pàgina si reincideix en el seu comportament. No es fa responsable de l'incompliment d'aquestes normes per part vostra ni de les conseqüències d'aquest incompliment.



Ajuntament
de Benicarló