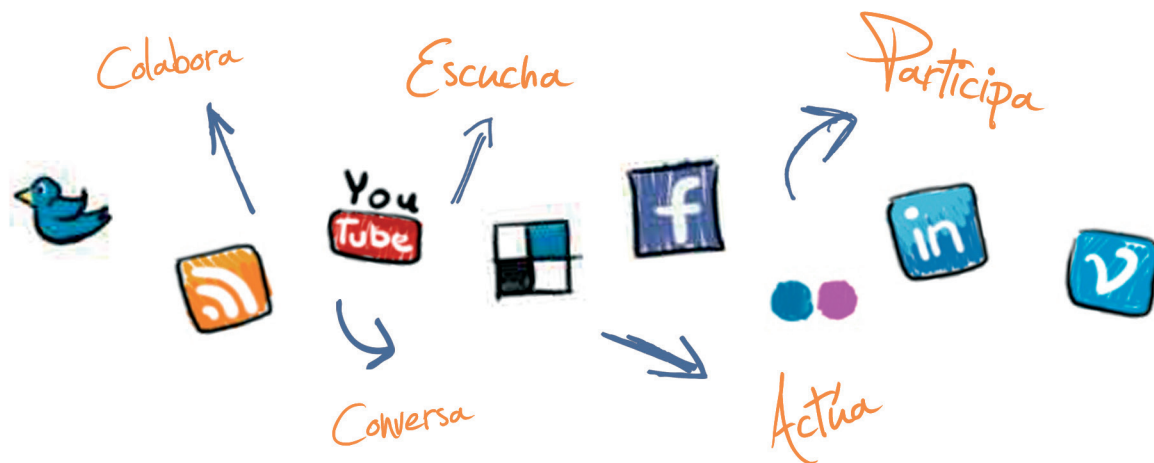


GUÍA PRÁCTICA PARA EL USO DE LAS

REDES SOCIALES

EN LOS

AYUNTAMIENTOS





Aviso Legal

Esta publicación ha sido realizada por la Consejería de Fomento y Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León para el desarrollo del proyecto Red Transdigital, en el marco del proyecto de Cooperación Transfronteriza España-Portugal, y se encuentra bajo una **licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 3.0 España**.

Usted es libre de copiar, hacer obras derivadas, distribuir y comunicar públicamente esta obra, de forma total o parcial, bajo las siguientes condiciones:

- **Reconocimiento:** Se debe citar su autoría así como su procedencia, haciendo referencia expresa al proyecto Red Transdigital.
- **Uso No Comercial:** No puede utilizar esta obra para fines comerciales

Índice

- 1. INTRODUCCIÓN6
- 2. IDEAS PARA UTILIZAR LAS REDES SOCIALES EN TU AYUNTAMIENTO8
 - 2.1 Recomendaciones generales de uso para todas las redes sociales9
 - 2.2 Redes de contactos: Facebook.....12
 - 2.3 Redes de microblogging: Twitter18
 - 2.4 Redes profesionales: Linkedin26
 - 2.5 Redes de contenidos: Youtube, Flickr, Slideshare y Delicious32
 - 2.6 Blogs: WordPress y Blogger.....48
- 3. HERRAMIENTAS PARA SACAR EL MAXIMO PARTIDO A LAS REDES SOCIALES53
 - 3.1 Aplicaciones que facilitan la gestión y organización de cuentas54
 - 3.2 Herramientas de monitorización y reputación online57
 - 3.3 Acortadores de URLs61
 - 3.4 Repositorios de imágenes libres de derechos62
 - 3.5 Gestores de carga de contenidos63
- 4. CONCLUSIONES64

1. Introducción

Las **redes sociales** están permitiendo que haya una mayor y mejor comunicación y colaboración entre las personas. Servicios tan extendidos como Facebook o Twitter, y tecnologías como blogs, wikis, etc hacen que nuestras relaciones a través de Internet sean bidireccionales, mediante un proceso de comunicación mutua y no meramente informativa.

Las herramientas 2.0, las redes sociales, los blogs, el microblogging, etc., comparten esta característica: el receptor del mensaje ya no es un sujeto pasivo en la comunicación. Participa en la conversación y es ahora también **creador de contenidos**, que enriquecen la comunicación mediante la cooperación y la colaboración.

Las redes sociales ofrecen como principales características la Comunicación y la Colaboración entre personas y la formación de Comunidades. **Comunicación**, entendida como proceso por el que las personas obtienen información de su entorno y pueden compartirla con el resto; **Colaboración** o cooperación con otros y **Comunidad** o la posibilidad de asociarse entre personas o entidades con intereses, propiedades u objetivos comunes.

Desde el principio los ciudadanos están utilizando las redes sociales para relacionarse con sus familiares y amigos, compartir aficiones e intereses, expresar sus inquietudes, etc. Las empresas también están utilizándolas para relacionarse con los clientes, mejorar sus productos y servicios, hacer marketing y promocionarse...

Ahora es el momento para que las **Administraciones Públicas**, y en especial los **Ayuntamientos**, como **Administración más cercana al ciudadano**, comiencen a utilizar también estas herramientas para comunicarse mejor, mejorar la relación con el ciudadano y aumentar la calidad de los servicios públicos ofrecidos.

También hay que animar a que los **empleados públicos** utilicen esta poderosa herramienta para relacionarse con otros profesionales de su sector, formarse e informarse, colaborar con otros compañeros...

Presentamos esta guía como una primera orientación para acercarnos de una forma práctica al uso que un Ayuntamiento y los empleados públicos pueden hacer de las redes sociales. Conoceremos qué nos permiten hacer redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube..., y daremos ejemplos concretos y prácticos para poder utilizarlas en nuestros Ayuntamientos y en el trabajo diario de los empleados públicos de la Administración Local.

Desde la Junta de Castilla y León también estamos trabajando en la presencia en redes sociales: con **el proyecto de Gobierno Abierto** (http://www.jcyl.es/web/jcyl/Portada/es/Plantilla100/1284212027838/_/_/) queremos que mediante el uso de Internet y las redes sociales se pueda incorporar a la actuación habitual de un gobierno medidas que fomenten la transparencia, de forma que los ciudadanos, con la información suficiente, puedan participar y colaborar en las actuaciones de su gobierno.

Esta guía se desarrolla dentro del proyecto **Red Rural Digital Transfronteriza** (Red Transdigital www.redtransdigital.eu). La Red Transdigital es un proyecto de colaboración entre Administraciones Públicas de Portugal y España, aprobado en el marco del Programa de Cooperación Transfronteriza España-Portugal 2007-2013 (POCTEP), apoyado por la Unión Europea y cofinanciado por FEDER y POCTEP, cuyo objetivo es incrementar y mejorar los Servicios Públicos Digitales transfronterizos a base de alta tecnología.

La Red Transdigital pretende con esta guía **fomentar el uso de las redes sociales y de las tecnologías 2.0 entre los Ayuntamientos y Diputaciones de Castilla y León**, para aumentar la calidad de los servicios públicos y mejorar la relación entre ciudadanos y Administraciones.

Además, esta guía está alineada con las actividades de la **Red de Municipios Digitales** de Castilla y León (www.rmd.jcyl.es), una iniciativa de la Consejería de Fomento y Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León, enmarcada en la Línea Estratégica "Municipios Digitales de Castilla y León" de la Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento (ERSDI) 2007-2013, que persigue impulsar los Servicios Públicos en línea de calidad en el entorno local dirigidos a sus ciudadanos, empresas y organizaciones, utilizando para ello las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La RMD, en la que están integrados los principales Ayuntamientos y todas las Diputaciones Provinciales de la región, coordina y apoya proyectos de Administración Electrónica y Servicios Públicos Digitales en el entorno local.

2. Ideas para utilizar las Redes Sociales en tu Ayuntamiento

En este capítulo vamos a ver qué redes sociales existen y cómo las podemos utilizar en nuestro Ayuntamiento. Para comenzar, podemos decir que existen cientos de redes sociales y herramientas 2.0 y hay muchas formas diferentes de clasificarlas. Una posible clasificación podría ser la siguiente:

- Redes sociales de contactos: Facebook, Google+, Tuenti, etc.
- Redes de microblogging: Twitter, Tumblr, Posterous, etc.
- Redes sociales profesionales: LinkedIn, Xing, etc.
- Redes de contenidos: Youtube, Flickr, Slideshare, Issuu, Delicious, etc.
- Wikis: Wikipedia, Wikispaces, etc.
- Blogs.

En esta guía nos centraremos solamente en unas pocas, las más utilizadas. De todas formas, la mayoría de las recomendaciones y usos que hacemos con estas se pueden hacer extensivas a todas las demás.

Veremos de una forma práctica cómo se pueden utilizar estas redes sociales desde un Ayuntamiento, tanto desde el punto de vista institucional como del uso que el personal puede hacer de ellas para mejorar su trabajo.

2.1 Recomendaciones generales de uso para todas las Redes Sociales

Hay una serie de consideraciones generales que son comunes a todas las redes sociales y que debemos tener en cuenta a la hora de trabajar en las redes sociales en nuestro Ayuntamiento:

1.

Cuando trabajemos en las redes sociales hay una serie de principios que debemos cumplir. Debemos ser imparciales, prudentes, transparentes, responsables y constantes, y sobre todo, sinceros, humildes y honestos.

2.

Escucha activa: Debemos atender y escuchar lo que se dice en las redes sociales sobre nuestro Ayuntamiento. Es importante no sólo tener presencia en las redes 2.0, sino también escuchar lo que los ciudadanos comentan sobre el municipio, el Ayuntamiento, los servicios ofrecidos, las incidencias ocurridas..., como parte de un mecanismo más amplio de mejora del servicio público ofrecido. Además de escuchar, también debemos actuar. Lo que se diga en las redes sociales nos puede ser de gran utilidad para mejorar el servicio público y atender las necesidades de los ciudadanos de nuestro municipio.

3.

Las redes sociales se debe utilizar un tono de conversación cercano, de manera que es recomendable que utilicemos un lenguaje que sea comprensible por los ciudadanos.

4.

Cada red social es diferente y tiene objetivos distintos, por lo que debemos conocerlas adecuadamente y actuar en ellas de forma diferenciada. Puesto que cada red es diferente, puede llegar a ser contraproducente publicar exactamente la misma actualización en redes diferentes, ya que puede producir una actitud de rechazo en los usuarios de una red social.

5.

Intenta dar a todas tus redes sociales una imagen corporativa uniforme, con los mismos tipos de colores, logos, escudos, etc, e incluso con los nombres uniformes para que los perfiles describan adecuadamente al Ayuntamiento en las redes sociales.

6.

Es recomendable que los contenidos digitales generados por el ayuntamiento dispongan de una licencia de uso. Una buena opción es utilizar las licencias de tipo Creative Commons (CC). Hay diferentes tipos de licencias CC, pero una de las más utilizadas por las Administraciones es la licencia Creative Commons Reconocimiento 3.0 (<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/legalcode.es>), que permite a los usuarios reutilizar (copiar, hacer obras derivadas, distribuir y comunicar) el contenido siempre que se reconozca al autor de la obra (el Ayuntamiento) y no se haga uso comercial de la misma.

7.

No debemos permitir contenidos ofensivos, ilegales o no apropiados en las redes sociales que gestionemos. Por ello, es muy recomendable publicar unas normas de uso generales que todos los usuarios deben cumplir para participar en tus redes sociales. Si como gestor de contenidos te ves obligado a eliminar algún comentario por esta razón, siempre te podrás remitir a las normas de uso. Sin embargo, recuerda que eliminar contenidos o bloquear a personas nunca debe ser la primera opción. En primer lugar trata de razonar con la persona que pueda estar generando problemas. Advértele de que no se tolerarán infracciones de las normas de uso y solo si no tienes otra opción, borra o bloquea al usuario, pero hazlo explicando las razones y dando la máxima transparencia a tu decisión.

8.

Puedes enlazar desde la página web del Ayuntamiento a las redes sociales en las que se participe. Así conseguirás dar una imagen de oficialidad a la cuenta de la red social que estás usando.



2.2 Redes de contactos: Facebook

Facebook (www.facebook.com) es la red social más popular actualmente, y aunque nos centremos en ella, los usos y recomendaciones que daremos se pueden aplicar a otras redes sociales similares como Google+, -en mayor auge últimamente-, o Tuenti, similar a Facebook pero más orientada a los jóvenes y de público principalmente español.

Facebook es una plataforma para comunicarnos y compartir con usuarios que conocemos, información, fotos, vídeos y enlaces. Además, los usuarios pueden participar en las comunidades que les interesen. Facebook también ofrece la posibilidad de enviar mensajes privados, y permite crear eventos e invitar a otros usuarios a participar en ellos.

Para un uso institucional de Facebook se debe crear una **Página Oficial de Institución**, que te permitirá gestionar una estrategia de presencia y contacto con aquellas personas a las que les guste tu página. Es importante que no confundas una Página con un perfil de usuario, dado que Facebook no permite que las Instituciones, públicas o privadas, utilicen esa otra modalidad de usuario para crear un perfil en Facebook.

En tu página oficial no tendrás “amigos” sino “personas a las que les gusta tu página” a las que no podrás mandar mensajes privados ni contactar con otras utilidades que solo están disponibles para usuarios no corporativos.

Por otro lado, si lo que deseas es poner en marcha un **grupo** de colaboración con personas concretas para un fin determinado y durante un periodo concreto, es recomendable que utilices un perfil de grupo. Los grupos tienen otro funcionamiento ligeramente diferente y fundamentalmente son entornos en las que personas con los mismos intereses se reúnen para conseguir un fin determinado.



El **muro** es el elemento principal de Facebook, en el que puedes publicar toda la información que desees. La información aparecerá presentada por orden cronológico como si se tratara de un blog, apareciendo también en los muros de las personas que te siguen, que podrán añadir comentarios de cualquier tipo a tus publicaciones. Además tus seguidores también pueden publicar información en tu muro. Corresponde a la persona encargada de la gestión del perfil del Ayuntamiento en Facebook decidir qué comentarios o publicaciones ajenas serán aprobados, pues se tiene la posibilidad de borrar aquellos contenidos que desee, o de responder a los comentarios, preguntas y sugerencias de los mismos.

¿Qué usos le puede dar el Ayuntamiento a Facebook?

- Anunciar eventos, cursos, exposiciones, actividades culturales y deportivas, espectáculos, etc.
- Publicar noticias de interés local.
- Avisar sobre el estado del tráfico: avisos sobre cortes de calles, aperturas de tráfico, etc.
- Compartir la previsión del tiempo en la ciudad.

Anunciar, Publicar,
Avisar, Difundir,
Atender, Conocer y
siempre.....
Compartir.

- Difundir nuevos servicios municipales, incidencias en servicios públicos...
- Atender a consultas que tenga el ciudadano.
- Conocer los gustos y opiniones de los ciudadanos.
- Compartir fotos y videos propios o de otros ciudadanos.

- Aprovechar la información que generan los propios ciudadanos para enriquecer el muro de Facebook.
- Realizar encuestas entre los ciudadanos: permiten hacer un estudio de mercado totalmente gratuito y conocer qué opinan los ciudadanos respecto de un tema concreto.



Página oficial del Ayuntamiento de Zaragoza en Facebook

¿Qué usos le puede dar un empleado público a Facebook?

- Trabajar de forma colaborativa: Se pueden crear grupos en Facebook de colaboración interna con otros funcionarios del mismo ayuntamiento o de otras Administraciones para compartir experiencias, desarrollar proyectos conjuntos, etc.
- Acceder y compartir información de interés con otros profesionales del sector público y privado (noticias, videos, enlaces, etc).



- Conocer las opiniones de los ciudadanos sobre el servicio público prestado y poder atenderlas adecuadamente.

Facebook permite
crear grupos de
colaboración entre
otros funcionarios
del mismo u otro
Ayuntamiento para
compartir y trabajar.

Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Facebook?

- Difundir nuevos servicios municipales, incidencias en servicios públicos...Crea una Página Oficial de "fans" del Ayuntamiento para uso institucional.
- Responde a las preguntas dirigidas al Ayuntamiento que se realicen en el muro. Propicia la participación de los ciudadanos en el muro, mediante encuestas, preguntas abiertas, etc.
- Crea un grupo de Facebook para una campaña específica del Ayuntamiento o para un grupo de colaboración entre empleados públicos.
- Define unas normas claras de uso del muro del perfil del Ayuntamiento.
- Crea eventos para actos, conferencias, inauguraciones... Todos los invitados a su vez pueden añadir comentarios o hacer preguntas por medio del muro del evento.
- Haz un seguimiento de tu repercusión, seguidores y efecto de las publicaciones mediante los informes y estadísticas de Facebook.



No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Facebook?

- Crear y usar un perfil personal para hacer un uso institucional. Como hemos comentado, mejor crea una Página Oficial.
- Publicar contenidos sobre los que no se tienen derechos de autor.
- Convertir el muro de Facebook en un monólogo del Ayuntamiento. Por el contrario, procuraremos interactuar con el ciudadano, responder a sus consultas, ofrecer un servicio más personalizado, etc.





2.3 Redes de microblogging: Twitter

Twitter (www.twitter.com) es un servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios enviar pequeñas entradas basadas en texto, denominadas “tweets” o “tuits”, con una extensión máxima de 140 caracteres. Hay más servicios de microblogging, pero Twitter es el más popular. Actualmente tiene un gran crecimiento y en cierta medida está desplazando a Facebook como red social de referencia, aunque las posibilidades que ofrece son muy diferentes.

La principal característica de esta red es la inmediatez de la comunicación y la capacidad para que un mensaje se extienda rápidamente entre los usuarios. Esto brinda la posibilidad de llegar a muchas personas, así como conseguir una gran difusión de tus mensajes. Parte de este dinamismo se debe a que es una red muy utilizada desde los teléfonos móviles de los usuarios, lo que permite que puedan acceder a la misma en cualquier momento y desde cualquier parte. En este sentido, utilizaremos esta red como una ventanilla de información a los ciudadanos a tiempo real.

Para una gestión más potente de Twitter, es aconsejable trabajar desde un ordenador, ya que existen aplicaciones como Tweetdeck o Hootsuite, que permiten agrupar en un único programa los distintos perfiles que el Ayuntamiento tenga en diferentes redes sociales, así como diferentes cuentas en una misma red social.

Algunos términos que se utilizan en Twitter:

Tweet o Tuit: Es el mensaje que enviamos o recibimos.

Followers o Seguidores: Se trata de los usuarios que siguen nuestras publicaciones.

Following: Son los usuarios cuyas publicaciones sigues.

Retweets: Son aquellas publicaciones que son compartidas por otros usuarios citando la fuente original de la publicación. Esta funcionalidad permite que un contenido publicado se difunda rápidamente entre muchas cuentas de Twitter.

Hashtags: Se trata de las etiquetas que agrupan un tema específico, para lo que se utiliza el símbolo # antes de una palabra, como por ejemplo #serviciosresiduosvalladolid.

Listas: Se trata de una utilidad a disposición del usuario para agrupar a los distintos tipos de usuarios con los que estas en contacto por medio de esta red. Así les puedes agrupar de la forma que te resulte de mayor comodidad para organizar la información que te llega por medio de Twitter.

Timeline: Es la página en la que están presentadas por orden cronológico todas las publicaciones de los usuarios que sigues.

DM (Direct Message): Se trata de los mensajes directos que puedes enviar a tus seguidores de modo que no aparezcan como publicaciones visibles para todos ellos.

Trending Topic: Aquellos temas de los que más se está hablando en un momento concreto. Normalmente están representados por hashtags.

¿Qué usos le puede dar el Ayuntamiento a Twitter?

Los usos que se le pueden dar a Twitter aprovechan la inmediatez que ofrece, pudiendo llegar al ciudadano en tiempo real:

- Hacer difusión de eventos y noticias de interés en el municipio, de forma inmediata, aprovechando la posibilidad de que otros usuarios hagan retuit de los contenidos publicados.

- Informar a tiempo real de incidencias en el municipio (cortes de tráfico, accidentes, etc).

- Informar sobre el estado actual de los servicios públicos de transporte.

- Hacer recomendaciones para el día de hoy, la semana, etc.



Twitter de la ciudad de San Francisco



Canal de Twitter del Ayuntamiento de Segovia

- Narrar un evento que esté sucediendo en ese momento en el municipio: una conferencia o congreso, una jornada, una rueda de prensa, etc.

- Resumir las decisiones aprobadas por el pleno del Ayuntamiento.

- Pedir sugerencias a los ciudadanos sobre un tema de interés para el Ayuntamiento.

- Responder a las preguntas de los ciudadanos relacionadas con la gestión de su municipio. Por ejemplo, el servicio de Twitter de atención al ciudadano de la ciudad de San Francisco responde a consultas de los ciudadanos y les asigna un número de incidencia que les permite conocer el estado de su consulta.

- Obtener información sobre lo que dicen de mi Ayuntamiento y atenderla en caso de que sea necesario.

- Mediante el uso de listas de Twitter donde incluyamos otras cuentas, podemos estar informados de los principales temas de conversación del momento, de las actividades realizadas en otras ciudades cercanas, otras cuentas de Twitter de interés, etc.

- Promocionar la imagen turística y cultural de mi Ayuntamiento. Por ejemplo, el ayuntamiento de Segovia responde múltiples consultas sobre turistas que quieren visitar la ciudad, les hace recomendaciones, etc.

- Conectar con personas de interés en el municipio (artistas, escritores, políticos, empresarios...).



Twitter de la ciudad de SF311

¿Qué usos le puede dar el empleado público a Twitter?

- Informarse sobre noticias, eventos y contenidos de interés en su área profesional que se publiquen en Twitter. El buscador de Twitter es una herramienta muy poderosa para encontrar este tipo de contenidos.

- Seguir a expertos de tu rama profesional que están en Twitter. Es una buena manera de informarse y formarse. Si además ordenas las cuentas de Twitter en listas, tendrás un acceso más simplificado y organizado a los tuits por temáticas.



- Comentar y debatir cuestiones y problemas comunes con profesionales de tu sector.
- Hacer networking con otros profesionales.
- Conectar con personas a las que transmitir lo que mi Ayuntamiento está haciendo o tiene previsto desarrollar.

Seguir a expertos en un campo profesional que están en Twitter es una buena manera de informarse y formarse además de poder hacer networking con otros profesionales.

Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Twitter?

- Completa la información de Twitter sobre el nombre de usuario, la foto y la información de perfil. Incluye un enlace al sitio web, blog o perfil de Facebook del Ayuntamiento. La información de perfil debe recoger las palabras clave por las que la gente puede buscar nuestra cuenta. Aquí puedes poner también el horario de atención al ciudadano a través de Twitter.

- Toma como ejemplo cuentas de Ayuntamientos que sean referencia en Twitter, como @segovia_es, y observa cómo lo utilizan, cómo responden a los ciudadanos, qué tipo de información publican... Será de mucha utilidad para poner en marcha la cuenta de tu Ayuntamiento.

- Utiliza el buscador de Twitter para encontrar a gente de tu municipio a la que seguir.

- Usa hashtags para abrir canales específicos de comunicación. Por ejemplo, los hashtag #zamora #trafico, para abrir un canal en el que se comuniquen las incidencias de tráfico en la ciudad de Zamora.

- Crea listas de gente que te interesa seguir (medios de comunicación, empleados, empresas...). Esto te permitirá gestionarlos de forma más sencilla. En <http://public.tclab.es/2011/03/04/listas-twitter-para-ayuntamientos/> se dan muy buenas ideas sobre cómo usar las listas de Twitter en Ayuntamientos.

- Tuitea de forma regular. La constancia es muy importante en Twitter, de lo contrario, los usuarios pueden abandonar tu cuenta por falta de interés.

- Cuando te dirijas a alguien en concreto, hazlo anteponiendo en el mensaje @ y a continuación el perfil del usuario al que te dirijas. De esta forma sabrá que le has enviado un mensaje.

- Siempre da crédito a la fuente de tus tuits, mediante un retweet (RT) o con la expresión "via @ perfil", que indica que la información proviene de esa cuenta de Twitter.

- Los viernes, los usuarios de Twitter suelen hacer FollowFridays. Esto consiste en hacer una mención especial a los usuarios de Twitter que son interesantes y recomendáis a la gente seguir. Se hace enviando un tuit con las cuentas de Twitter que queráis promocionar y añadiendo el hashtag #FF. Por ejemplo:

@redtransdigital: "Hacemos #FF a @timepyme y @orsicyl"



No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Twitter?

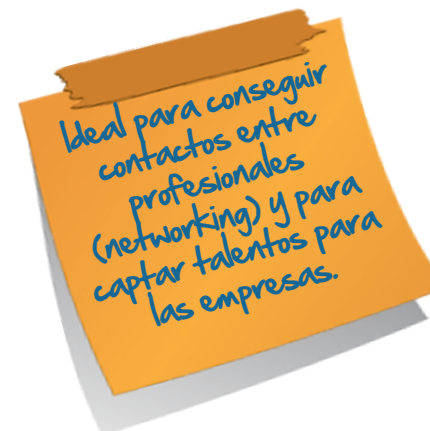
- No debes buscar seguidores a toda costa. El esfuerzo por buscar seguidores cueste lo que cueste se puede considerar como spam y vamos a tener justamente el efecto contrario.
- No publiques tuits de otros usuarios como si fueran propios.
- Evita hacer spam en Twitter, por ejemplo, inundando la cuenta con tuits repetidos o demasiado frecuentes.





2.4 Redes profesionales: LinkedIn

En la actualidad, LinkedIn (www.linkedin.com) es la red social profesional de referencia. Es una plataforma enfocada a conseguir relaciones profesionales (networking) y a la captación de talentos para las empresas. LinkedIn ha evolucionado mucho y ya no es simplemente un lugar donde mostrar un currículum. En ella podemos encontrar contenidos de nuestro interés, la opción de poder participar en grupos verticales, etc...



Un recurso más que ofrece esta red social es la de poder crear una página de empresa, con lo que los usuarios que tengan un perfil personal en LinkedIn pueden seguir a la organización y estar al día de sus actualizaciones.

Con una página de nuestro Ayuntamiento podemos mostrar un perfil general, la lista de empleados que están presentes en esta red, estadísticas, ofertas laborales y los servicios que ofrece la organización.

De forma similar a Facebook, otro de los recursos que nos ofrece esta red social es la de crear “Grupos”, una forma de acercarnos a los ciudadanos y poder debatir sobre sus intereses y preocupaciones quizá desde un punto de vista más profesional. Frente a las redes sociales más populares LinkedIn se ha posicionado fuertemente como una “herramienta de trabajo” sería, una red llena de expertos que nos pueden ayudar para resolver nuestras dudas. En definitiva podemos resumir que LinkedIn es un buen recurso para ser más productivo.



Empresas y Empleo Ayuntamiento de Cartagena's Summary

El Ayuntamiento de Cartagena pone en marcha el Portal de Empresas y Empleo enfocado a prestar servicios a las empresas y comercios de Cartagena y de su término municipal. Con este proyecto hemos adquirido un compromiso con los empresarios de la comarca porque sabemos que Internet es una potente herramienta de ayuda a la gestión de la actividad empresarial.

Servicios que ofrecemos:
- Directorio de empresas
- Servicio de Intermediación Laboral Municipal
- Información y Servicios

Specialties
Servicio de Intermediación Laboral Municipal entre empresarios y demandantes de empleo

LinkedIn del Ayuntamiento de Cartagena

LinkedIn no es la única red social profesional, existen otras como **Xing** (11 millones de usuarios) y **Viadeo** (40 millones de usuarios) que pueden ser alternativas o complementos a LinkedIn.

¿Qué usos le puede dar el empleado público a LinkedIn?

- Encontrar recursos de empresas que den soluciones a Ayuntamientos.
- Favorecer el networking de nuestro Ayuntamiento: Encontrar contactos que puedas necesitar en un momento dado, tanto profesionales, como proveedores, distribuidores, etc.
- Contactar con otros empleados públicos y empresas relacionados con su sector profesional.
- Crear o participar grupos de debate sobre intereses profesionales.
- Crear eventos y difundirlos para que exista la máxima participación de los ciudadanos en ellos.



Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en LinkedIn?

- Crea y dinamiza debates en los grupos de interés.
- Organiza eventos tanto en lugares físicos como online.
- Ten actualizado el listado de productos o servicios que ofrece el Ayuntamiento a los ciudadanos.
- Usa palabras clave en la “Descripción de la empresa”, es decir, aquellas palabras que los usuarios ponen en los buscadores y que estén relacionadas con mi Ayuntamiento.
- Ubica el botón interactivo de “Seguir en LinkedIn” en la web o blog del Ayuntamiento para conseguir más seguidores.
- Anima a los empleados a aportar contenido interesante sobre la organización. Además, es recomendable que los empleados del Ayuntamiento tengan perfil en LinkedIn.
- Ten actualizada la sección “Noticias”, en la que aparecen vínculos a novedades de nuestro Ayuntamiento encontradas por LinkedIn fuera de esta red.

• Muestra la ubicación de nuestra sede en Google Maps. Al introducir nuestra dirección postal aparece el mapa de Google Maps para que los usuarios puedan geolocalizarnos.

• Analiza las estadísticas que proporciona esta red en cuanto al incremento de seguidores, experiencia que van adquiriendo los empleados y la comparativa que se produce en cuanto a la media del sector.



No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en LinkedIn?

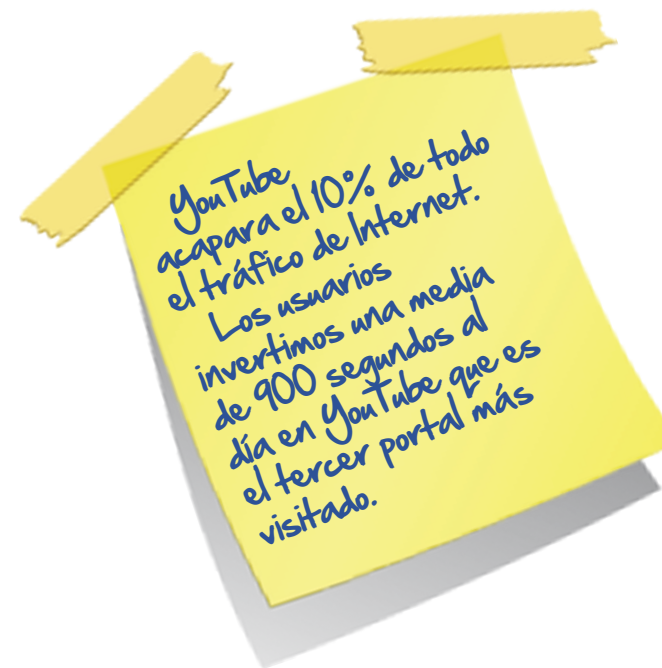
- Al igual que en Facebook, para el Ayuntamiento debes crear una página oficial. No crees un usuario en LinkedIn cuando lo que necesitas es una página para el Ayuntamiento.
- Si abres un debate es porque te interesa dar información y recibir opiniones. No descuides las conversaciones y responde a todos los comentarios, aunque sea solo para agradecerlos.
- No tener incorporados los perfiles profesionales de sus empleados.





2.5 Redes de contenidos: YouTube, Flickr, Slideshare y Delicious

Los Ayuntamientos también pueden servirse de diferentes redes para compartir contenidos y aprovechar contenidos que ha publicado otra gente. En esta sección expondremos algunas de las más utilizadas para compartir vídeos, fotos, presentaciones y publicaciones y veremos cómo podemos utilizarlas.



2.5.1 Compartir vídeos: YouTube y Vimeo

Como sabemos, YouTube (www.youtube.com) es una plataforma web en la que puedes subir vídeos para que sean vistos por los usuarios que visiten la página. Existen otros espacios para compartir vídeos además del popular YouTube. El que más está avanzando es Vimeo (www.vimeo.com) que tiene una apariencia más profesional. Por otro lado, a efectos prácticos Youtube tiene muchas más visitas, lo que hace que sea más fácil que los ciudadanos encuentren nuestros vídeos.



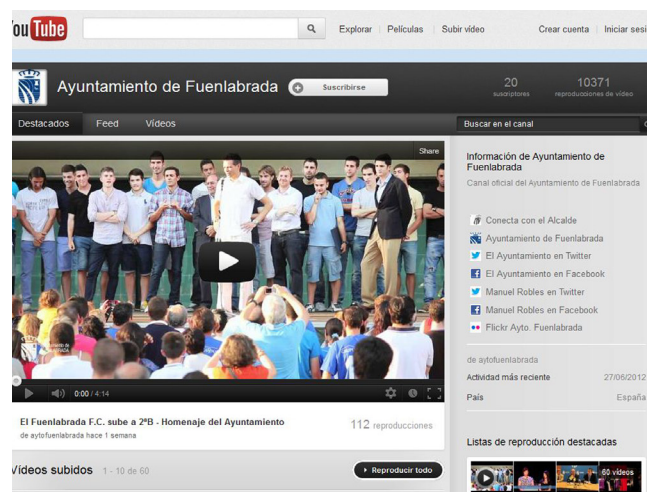
¿Qué usos le puede dar el ayuntamiento a YouTube?

- Dar a conocer la labor de mi Ayuntamiento: explicar de forma visual las diferentes áreas de trabajo del Ayuntamiento y quién las desarrolla.
- Publicar vídeos de los plenos del ayuntamiento.
- Colgar videos en los que se resuelvan preguntas frecuentes de los ciudadanos.
- Videos resumen de exposiciones, eventos culturales y deportivos, etc
- Vídeos turísticos del municipio y de la zona.
- Hacer difusión de videos oficiales dirigidos a los medios de comunicación.
- Recreaciones virtuales y tours visuales de monumentos y lugares de interés histórico-artístico.



¿Qué usos le puede dar el empleado público a YouTube?

- Aprender con la gran cantidad de videos formativos y tutoriales que hay en Youtube.
- Subir videos relacionados con su actividad en la organización que puedan ser de utilidad para tus compañeros u otros profesionales.
- Seguir canales de video relacionados con la actividad profesional que desempeñe.
- Incrustar los videos subidos al canal en otras redes sociales como Facebook o el blog personal.



Canal YouTube del Ayto. de Fuenlabrada.

Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en YouTube?

- Crea un canal en YouTube para tu Ayuntamiento. A partir de aquí, puedes crear listas de reproducción organizando por temáticas los videos que subas.
- Incluye en tus listas de reproducción videos de otros usuarios que estén relacionados con las temáticas del Ayuntamiento y de la ciudad.
- La duración de los videos que se cuelguen no debería exceder los cinco minutos y la duración óptima se encuentra entre uno y dos minutos.
- Es recomendable que a lo largo de todo el vídeo aparezca de forma discreta, y sin obstaculizar el visionado, el logotipo e imagen corporativa del Ayuntamiento.

- Pon un título que describa adecuadamente los vídeos que publiques.
- Incluye una descripción más detallada del contenido.
- Añade tres o cuatro palabras clave relacionadas con el vídeo que sean orientativas para la búsqueda de contenidos por parte de los usuarios.
- Echa un vistazo a la guía 'YouTube Creator Playbook' (https://docs.google.com/presentation?id=dgd69vh3_0fnmsf5gk) (en inglés) que ayuda a sacar el máximo provecho a las nuevas funcionalidades de YouTube.



No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en YouTube?

- No subas vídeos que no sean de tu propiedad. En cambio, puedes referenciar vídeos de otros usuarios en tu canal.
- No es necesario que todos los videos que publiques tengan una producción profesional. Puedes subir vídeos sencillos y directos que no requieran una gran preparación técnica.
- Los vídeos con un cierto tono de humor o de

creatividad son los más exitosos, pero recuerda siempre que la imagen corporativa de tu Ayuntamiento no debe verse afectada.

- No hay que obsesionarse con la "viralidad" (efecto de contagio que autopromociona un contenido en la red) de los videos. Por el contrario, intenta que los contenidos sean interesantes y útiles para los ciudadanos.





2.5.2 Compartir fotografías e imágenes: Flickr

Flickr (www.flickr.com) es la red más comúnmente utilizada para alojar, ordenar, buscar y compartir fotografías en Internet.

Gracias a Flickr podemos crear un catálogo de fotografías propias. Estas fotografías luego se podrán publicar en los perfiles que tiene tu Ayuntamiento en las redes sociales. Así mismo, estas fotografías pueden aparecer en las búsquedas de otros usuarios gracias a las etiquetas con palabras claves con las que las publiques en la red.

Hay muchas áreas del Ayuntamiento que se pueden beneficiar de Flickr, especialmente aquellas que desarrollen proyectos que supongan la creación o utilización de contenidos fotográficos. El contenido que compartan puede ser creado internamente (fotografías de actos oficiales), puede ser contenido que ya posea o colecciona (fotografías históricas, por ejemplo) o puede ser contenido adquirido a terceros.



¿Qué usos le puede dar el Ayuntamiento a Flickr?

- Se puede utilizar como repositorio de imágenes: Almacenaremos imágenes en Internet de modo que estarán disponibles en todo momento.
- Compartir fotografías con los ciudadanos de nuestro municipio y que éstos las puedan etiquetar o comentar.
- Hacer disponible fotografías oficiales en alta calidad para publicación por los medios de comunicación.
- Lanzar campañas y concursos. Por ejemplo, invitando a los ciudadanos a compartir fotos en grupos de Flickr sobre monumentos de la ciudad.
- Completar las colecciones existentes de imágenes de las que dispone el Ayuntamiento, por ejemplo, fotografías históricas, con otras fotografías que puedan subir los ciudadanos.
- Conseguir y utilizar imágenes y fotografías de otros usuarios que estén publicadas y que sean de libre distribución. El Ayuntamiento puede utilizar estas imágenes como recursos para su página web, informes, estudios, presentaciones y publicaciones.

Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Flickr?

- Organiza tus fotografías en sets y colecciones. Un set es un conjunto de fotos que están relacionados con un evento o temática. Las imágenes se pueden colocar en diferentes sets. Las colecciones son agrupaciones de sets.
- Respeta siempre los derechos de autor. Esto quiere decir: no robes fotografías que otras personas hayan compartido para hacerlos pasar por tuyos. Si te gusta alguna imagen de otro usuario, puedes marcarla como Favorita.
- Respeta la privacidad de las personas en las imágenes que se van a compartir.
- Es importante completar la información asociada a las imágenes: títulos, descripción y etiquetas.
- Puede ser útil para algunas fotografías añadir información de geoposicionamiento. De esta manera, los ciudadanos podrán localizar sobre el mapa el lugar donde se encuentra el contenido de la imagen.
- Hay que hacer un uso razonable de Flickr: Si tienes 30 fotos de un acto oficial, es conveniente publicar sólo las 5 mejores.
- Configura adecuadamente las opciones de privacidad y permisos para controlar quién puede descargar las fotos, quien puede compartirlas, si se pueden comentar, etc.
- Es recomendable permitir a los usuarios que hagan comentarios.
- Puedes apuntarte a grupos ya formados en Flickr para contribuir con las propias fotografías e imágenes.

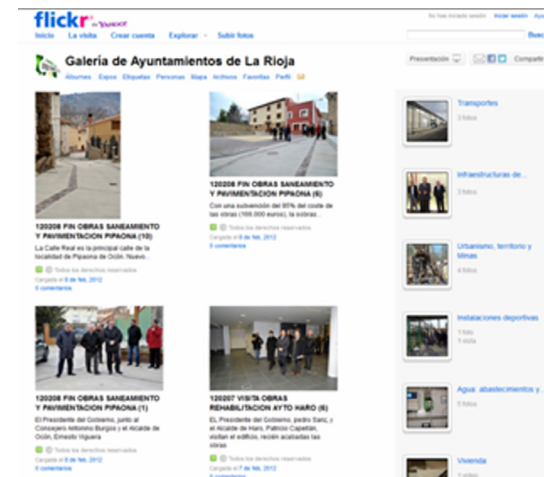


Ayuntamiento de Puertollano en Flickr

No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Flickr?

- Por supuesto, no se deben subir imágenes que puedan ser ilegales u ofensivas.
- Todas las fotos de Flickr tiene una descripción de derechos de propiedad. No se deben utilizar fotos con derechos reservados. Alternativamente, se puede usar el enlace "Solicitar licencia" en caso de dudar del copyright.



Ayuntamientos de La Rioja en Flickr



2.5.3 Compartir presentaciones: Slideshare

Slideshare (www.slideshare.com) es un espacio gratuito en el que puedes subir presentaciones de diapositivas en formato Powerpoint, OpenOffice o PDF preferentemente, para que los otros usuarios puedan verlas.

Tiene una función auxiliar como almacén de presentaciones para publicar en otras redes desde las que difundirlos, aunque cada vez más usuarios lo utilizan como fuente primaria de información sobre un tema.

Los usuarios pueden marcar como favorita una presentación, pueden comentarla, descargarla, incrustarla en sus redes sociales o difundirla por email.

Aunque muy similar **Scribd** (www.scribd.com) es visualmente elegante y útil cuando el documento de texto a subir es más cercano al formato de Word que al de PowerPoint. Sin embargo si lo que queremos es realizar la presentación online con un estilo visual poderoso y elegante una opción muy interesante es usar **Prezi** (www.prezi.com).



Otra alternativa es **Issuu** (www.issuu.com), una red que permite la publicación digital de contenidos en diferentes formatos como revistas o libros a partir de un documento en formato PDF, de manera que puedan ser consultados por los usuarios como si se tratara de una cuidada edición en papel sin que estos tengan que descargar el contenido en su ordenador.

De este modo puedes dotar de una apariencia atractiva a los materiales que desees difundir en Internet.

Con Issuu también puedes etiquetar tus documentos y recibir comentarios de los lectores, lo que hace que esta herramienta sea interactiva.

Además, puedes insertar imágenes de presentación de los documentos que edites en la página web o el Blog de tu Ayuntamiento.



¿Qué usos le puede dar el Ayuntamiento a Slideshare?

- Repositorio de presentaciones públicas sobre diversas temáticas.
- Compartir presentaciones realizadas en el Ayuntamiento o en eventos en los que participe.



Presentación compartida en Slideshare

¿Qué usos le puede dar un empleado público a Slideshare?

- Aprender con las presentaciones colgadas por otras personas, administraciones o empresas.
- Compartir presentaciones que hayas hecho con los ciudadanos o con otros miembros del Ayuntamiento.
- Compartir ideas con otros miembros afines de la comunidad de Slideshare.



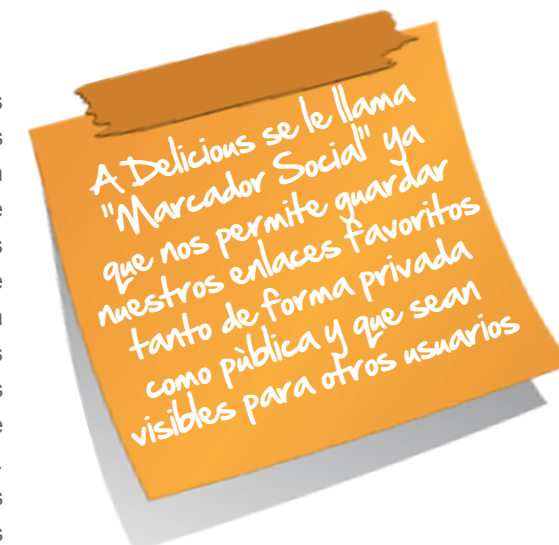


2.5.4 Repositorio de marcadores: Delicious

Al igual que guardamos nuestros marcadores en el navegador, Delicious (www.delicious.com) nos permite archivar nuestras páginas favoritas en la red, para que podamos acceder a ellas desde cualquier lugar conectado a Internet. Además, estos favoritos podrán compartirse con cualquiera que tenga nuestros mismos intereses. Es por ello que a Delicious se le llama un “Marcador Social”. Delicious nos da la posibilidad de guardar nuestros enlaces favoritos tanto de forma privada como pública y que sean visibles para otros usuarios de esta red social. Además podremos categorizar nuestras páginas favoritas gracias a las etiquetas (tags: palabras clave o descriptores de contenido) para que sean más fácil de localizar.



Arrástrame a tu barra de herramientas!



Para poder marcar como favoritos es necesario crearnos una cuenta en dicha red social e instalarnos la extensión que encontramos en la web de Delicious. Con ello podremos etiquetar dichos enlaces con palabras claves. Es recomendable etiquetar de lo más global a lo más específico.



¿Qué usos le puede dar el Ayuntamiento a Delicious?

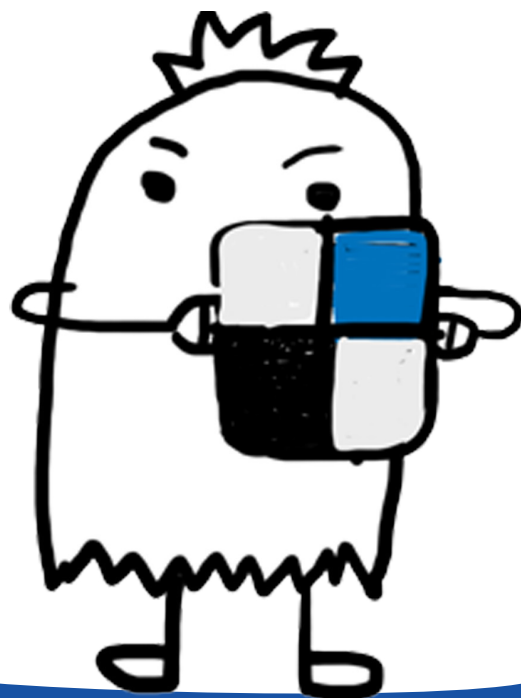
- Construir un repositorio de recursos en Internet, para su fácil consulta por parte de cualquier ciudadano o funcionario del consistorio.
- Aprovechar el talento colectivo de los trabajadores públicos recopilando los enlaces de interés para realizar su trabajo.
- Si disponemos de diferentes recursos en la web del Ayuntamiento (portal, blog, redes, etc...) podemos aunarlos en un solo lugar de Delicious con tags adecuados para que cualquier usuario de los servicios web del Ayuntamiento los encuentre reunidos en un mismo lugar.
- Enlazar a los artículos escritos en otras webs y blogs sobre el Ayuntamiento.



Perfil de Ciudad de Alicante en Delicious

¿Qué usos le puede dar el empleado público a Delicious?

- Crear y compartir un listado de enlaces productivos para él o para el resto de empleados.
- Compartir y hacer más viral los enlaces de interés publicados en la web del Ayuntamiento y en el blog.



Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo esté en Delicious?

- Crea enlaces favoritos privados para los empleados y personal del Ayuntamiento y otros públicos para ser compartidos con todos los ciudadanos.
- Marca y sube como favoritos enlaces a publicaciones que hagan referencia a eventos realizados por el Ayuntamiento.
- Sé selectivo con los enlaces que quieras publicar, no uses indiscriminadamente Delicious para indexar todo aquello que encuentres.
- Realiza varias listas por temáticas de los enlaces.
- Tómate tu tiempo para etiquetar correctamente cada enlace que quieras incluir.
- Invita a los usuarios a compartir las etiquetas y los enlaces marcados para hacer una mayor difusión de los servicios del Ayuntamiento.

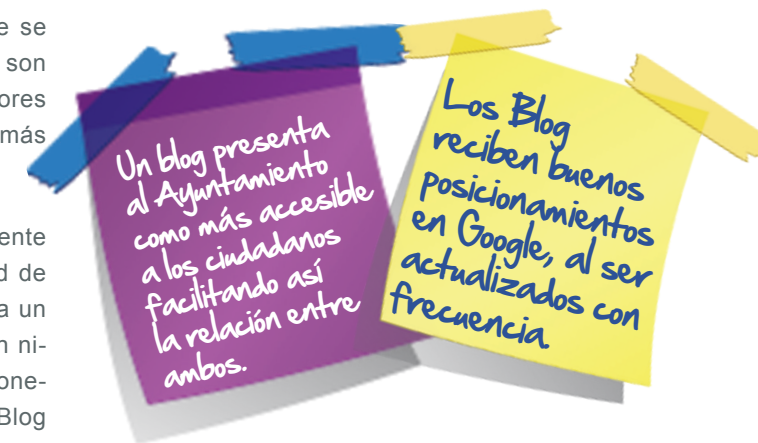




2.6 Blogs: WordPress y Blogger

Un blog es una publicación online en el que se publican contenidos de forma periódica, que son presentados en orden cronológico a los lectores encontrándose en primer lugar la publicación más reciente.

Una de las principales ventajas del Blog frente a otras formas de edición web es la posibilidad de obtener un diseño muy similar al que elaboraría un profesional del diseño Web sin necesidad de un nivel de especialización tan alto, dado que disponemos de plantillas a partir de las cuales armar el Blog de tu Ayuntamiento. No obstante el Blog no viene a sustituir a la página web, dado que esta tiene un perfil más corporativo y el blog un uso más personal, comunicativo e interactivo.



Existen diversas plataformas que ofrecen la posibilidad de diseñar un Blog gratuito para tu Ayuntamiento como Wordpress (www.wordpress.com) o Blogger (www.blogger.com). Wordpress puede ser instalado también en servidores del propio ayuntamiento.

Un blog es una herramienta de fidelización de los lectores que siguen las publicaciones de tu Ayuntamiento. Permite centralizar toda tu actividad comunicativa en redes sociales integrando en el mismo el acceso al perfil en Facebook, Twitter, Slideshare, etc. de tu Ayuntamiento.

Por último, un buen blog sirve como herramienta para conseguir un mejor posicionamiento orgánico en los principales buscadores de Internet.



Blog de "La Mata de Curueño"

¿Qué usos le puede dar un Ayuntamiento a un blog?

- Crear un blog genérico para el ayuntamiento describiendo las actividades, eventos, actos culturales, etc que se organicen.
- Mantener un blog para una iniciativa o proyecto especialmente interesante que queramos comunicar o interactuar directamente con los beneficiarios del programa.
- El alcalde, como cabeza visible del Ayuntamiento, o los concejales pueden tener su blog personal en el que expresar sus opiniones.
- Mantener un Blog de la biblioteca o de los museos municipales. Estos centros contienen muchos recursos digitales interesantes y organizan eventos, cursos, exposiciones que pueden ser difundidos a través de un blog.



Blog del Ayuntamiento de Belalcázar

¿Qué usos le puede dar un empleado público a un blog?

- Formarse a partir de los blogs de otros empleados públicos o empresas especializadas.
- Compartir ideas y conocimiento con otros miembros afines de la comunidad y usuarios de la blogosfera que compartan inquietudes comunes. En <http://eadmin.wikispaces.com/Qui%C3%A9n+es+qui%C3%A9n> podrás encontrar un listado muy completo de blogs de empleados de la Administración en España con los que compartir opiniones e ideas.
- Compartir información relevante con otros miembros de la organización.



Blog de la Junta de Castilla y León

Recomendamos:

¿Qué debe hacer mi Ayuntamiento cuándo utilice un blog?

- Compra un nombre de dominio propio para el blog de tu Ayuntamiento y preferiblemente con el dominio “.es”. En la página www.nic.es puedes ver los nombres de dominio que están libres. También se puede incluir dentro del dominio que ya posea el propio Ayuntamiento, por ejemplo, <http://blog.ayuntamiento.es>.
- Utiliza licencias de contenidos Creative Commons para que tus lectores puedan difundir los contenidos que publicas.
- Ofrece un contenido atractivo con imágenes y vídeos, no solo texto.
- Mantén los contenidos organizados por etiquetas para organizarlos y facilitar la búsqueda de información de los lectores.
- Permite los comentarios a las publicaciones del blog para recibir retroalimentación de tus publicaciones y mostrar que el Ayuntamiento está abierto a las opiniones de los ciudadanos.
- Si el blog no es personal, puede ser bueno que los que vayan a generar los contenidos en el blog sean varias personas. Así habrá mayor variedad en los contenidos.

- No olvides ejercer como moderador de los comentarios en las publicaciones. Para ello establece unas normas de uso y respeto claras, pero no te muestres especialmente autoritario.
- Evita usar un lenguaje complicado y expón las cosas con claridad y sencillez.
- Intenta ser constante en las publicaciones del blog: al menos dos publicaciones semanales y no más de una diaria es adecuado.
- Evita la redacción en mayúsculas y usa tipografías sencillas.
- El texto debe ser de fácil lectura, en una sola columna, fuente de tamaño doce con titulares más grandes, y textos no demasiado extensos.
- Enlaza con contenidos de interés a través de los menús laterales o widgets (web corporativas, información de utilidad, enlaces, etc...)
- Aprovecha el contenido de otras redes sociales para alimentar el Blog (Slideshare, Twitter, Flickr, etc...).



No recomendamos:

¿Qué NO debe hacer mi Ayuntamiento cuándo utilice un blog?

- Copiar contenidos de la Web o de otros blogs. Además, esto se penaliza en los buscadores de Internet.
- Repetir los contenidos de la web corporativa.
- Escribir con poca frecuencia.
- Deshabilitar los comentarios en las entradas.
- No especificar quién es el autor de los posts o temas del blog.
- Usar el blog como arma política.



52

3. Herramientas para sacar el máximo partido a las Redes Sociales

Existen cada día más herramientas que pueden ayudarnos a mejorar el uso de las redes sociales. Disponemos de múltiples herramientas que nos facilitarán la gestión de los perfiles de nuestro Ayuntamiento en las distintas redes y a enriquecer los contenidos y la presentación de los mismos.

53

3.1 Aplicaciones que facilitan la gestión y organización de cuentas.

Hootsuite es una herramienta que puede resultar muy útil, un autentico centro de operaciones de tus redes sociales. Con ella podremos organizar los perfiles de nuestro Ayuntamiento, hacer estadísticas de nuestros seguimientos o programar las salidas de mensajes a una hora determinada.

Con **Hootsuite**, (www.hootsuite.com) puedes integrar



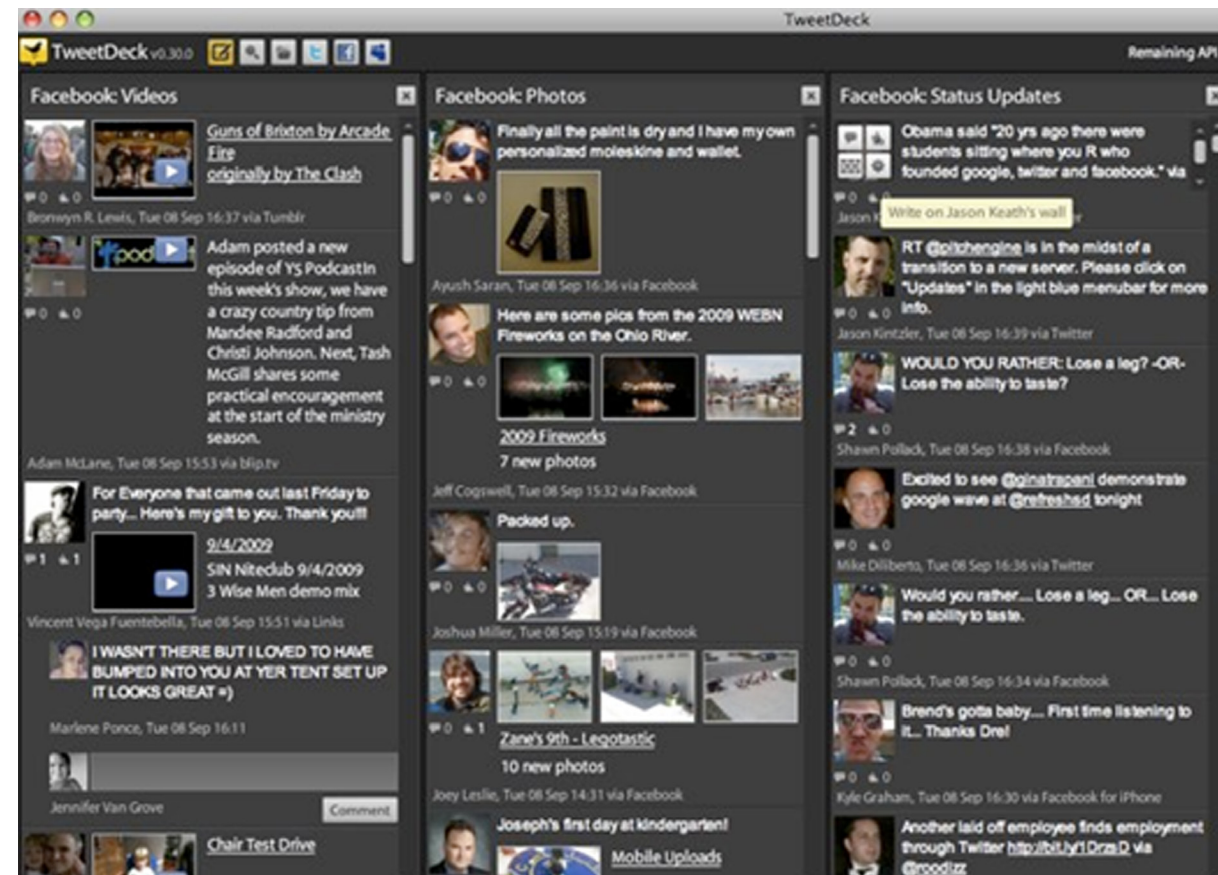
Hootsuite

en un solo interfaz Twitter y Facebook, pero también blogs de Wordpress, o el perfil de Foursquare de tu Ayuntamiento, entre otras redes.

Además permite gestionar de forma colaborativa los contenidos de estas redes por parte de un equipo y hacer una monitorización de resultados de la estrategia de comunicación de tu Ayuntamiento en las redes gracias a que integra Google Analytics y Facebook Insights con los que podrás tener acceso a informes avanzados del rendimiento de las redes de tu Ayuntamiento.

Otra aplicación de escritorio muy usada similar a Hootsuite es **TweetDeck** (www.tweetdeck.com), como aquella nos permite integrar diferentes cuentas de Twitter, Facebook y otras redes sociales y gestionarlal de una forma ordenada en diferentes

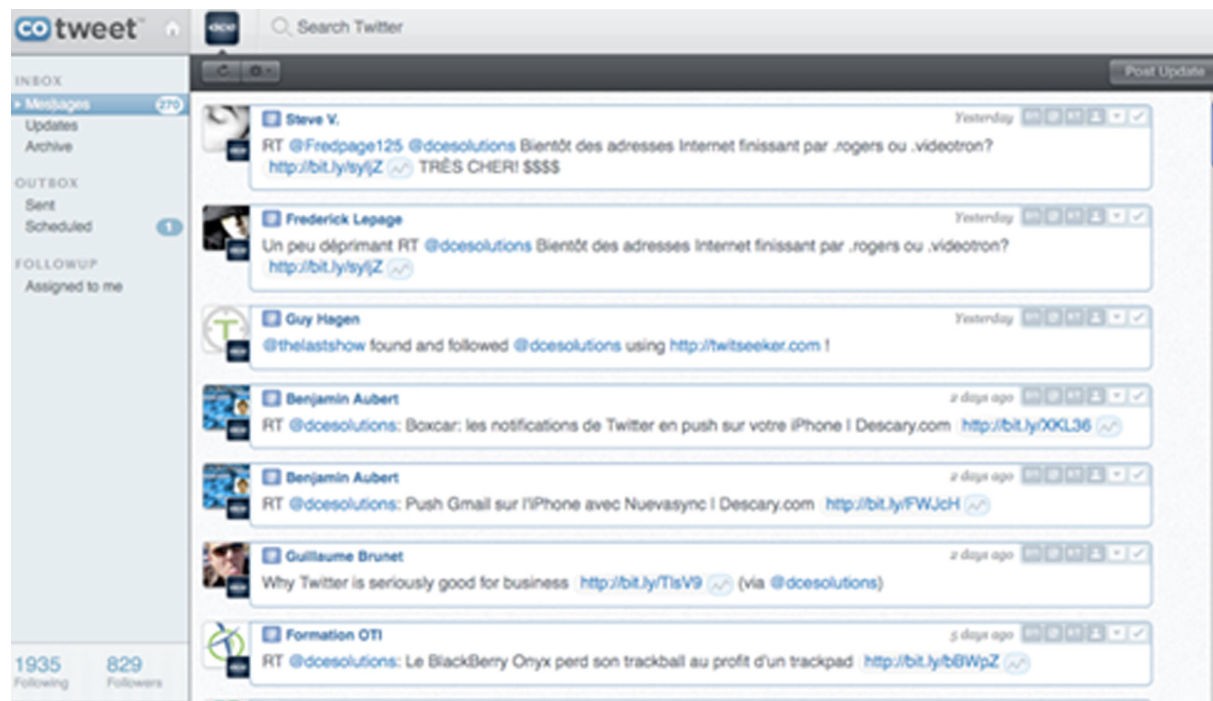
columnas. Así mismo puedes realizar la función de agrupar los contactos de la cuenta de tu Ayuntamiento mediante listas que consideres oportunas, según la estratificación que hagas del público de la red del Ayuntamiento.



TweetDeck

Estas herramientas junto con otras muchas como Seesmic Desktop, (seesmic.com/seesmic-social/desktop/) que tiene una utilidad similar a la de las dos herramientas anteriormente revisadas, o SocialOomph (www.socialoomph.com) que ofrece una serie de herramientas de productividad, implementan diferentes formas de automatizar tareas: gestionar diferentes cuentas o por diferentes personas, programar la salida de mensajes a una hora determinada, analizar nuestra comunicación online, etc.

Orientado al uso corporativo, CoTweet (www.cotweet.com) permite que varias personas manejen de un modo colaborativo una única cuenta de Twitter. Es por ello muy útil cuando en un mismo Ayuntamiento son varios los departamentos que van a publicar información en la misma cuenta de Twitter. También podemos manejar diferentes perfiles a la vez, en el caso de querer enviar un mismo mensaje a distintas cuentas. Permite también programar a una determinada hora la salida de un Tweet.



Cotweet

3.2 Herramientas de monitorización y reputación online.

Es esencial para desarrollar una buena estrategia de comunicación en las redes sociales monitorizar la información que circula sobre tu Ayuntamiento, es decir hacer un seguimiento de las opiniones que se formulan en la red y adaptar de ese modo el trabajo que implementamos en la red.

Para ello, debes analizar la reputación de nuestro Ayuntamiento como parámetro de medición, de modo que tienes que conocer lo que se está diciendo de tu Ayuntamiento, si es positivo o negativo, quien lo está diciendo, si son usuarios enfadados, usuarios agradecidos, qué capacidad de generar opinión tienen, y si son líderes de opinión con capacidad prescriptora entre sus lectores identificalos.

También debes saber desde donde se está hablando de tu Ayuntamiento, qué redes usan las personas que hablan de él, ya sean blogs, Facebook, Twitter, o cualquier otro medio.

Para empezar lo más sencillo es que hagas una simple búsqueda en Google de tu Ayuntamiento. Si lo que aparece no es la imagen que quieres transmitir debes trabajar para solucionarlo. Para ayudarnos, hay otras muchas herramientas de análisis que te permiten valorar la situación de la imagen pública de tu Ayuntamiento, para que pienses en el mejor modo de mejorarla.

3.2.1 Alertas de Google.

Google

alertas

beta

Términos de búsqueda:

[Vista previa resultados](#)

Tipo:

Todo

Frecuencia:

una vez al día

Longitud del mensaje:

Máximo 20 resultados

Su dirección de correo electrónico:

Crear alerta

Google Alertas

3.2.2 Twilert.

3

MANAGE YOUR TWILERTS

Twilerts	Next Schedule	Last Sent	Status
GetDash Everyday at 1PM	01:00 PM, Tomorrow	---	On
Twilbooth Once a week	12:00 PM, Tomorrow	01:00 PM, Today (View)	On
#followfriday Every Saturday	01:00 PM, Tomorrow	07:07 PM, Today (View)	Off
@codegent Mondays at 8AM	08:00 AM, Mon, Tue	---	On
Twilert Everyday at 12PM	02:00 PM, Tomorrow	07:00 PM, Today (View)	On

Copyright © 2012 Twilert.com. All rights reserved.

Use the app? Help us promote Twilert

codegent.com/app

Twilert

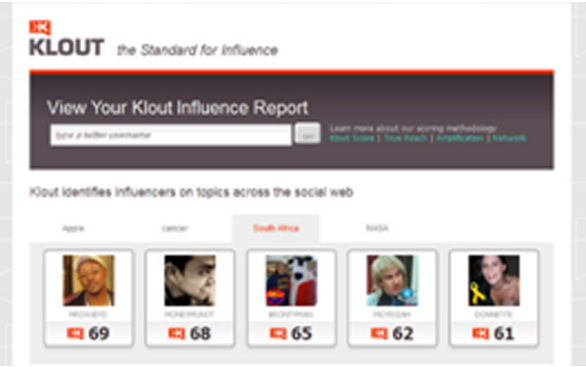
Con esta práctica utilidad (www.google.com/alerts?hl=es) que nos ofrece Google podemos rastrear noticias, páginas o blogs donde se haga referencia a nuestro Ayuntamiento o a cualquier otra información que le propongamos. De este modo sabremos quién habla de nuestro Ayuntamiento y qué conocimiento hay de la información que vayamos divulgando en la web. Su uso es sencillo, solo requiere que le digamos qué palabras queremos rastrear y con qué frecuencia queremos recibir los resultados por email, ofreciéndose también la posibilidad de recibir esa información en tu servicio de RSS.

Del mismo modo que las Alertas de Google, existe otra herramienta que te avisa de los resultados obtenidos, pero en este caso en el entorno de Twitter, se trata de **Twilert** (www.twilert.com). Con su uso podemos conocer el seguimiento que se hace de nuestro Ayuntamiento en esta red social. Los tweets que hagan referencia a nuestro nombre de usuario, a un enlace concreto (puede ser el de la web del Ayuntamiento) o a cualquier otra palabra o expresión que se defina, serán enviados en un informe a nuestro correo con la frecuencia que queramos.

3.2.3 Klout.

No siempre basta con ver cuántos seguidores tiene tu Ayuntamiento en las redes sociales para saber cuánta influencia tiene o cuál es su reputación. Dependiendo de quién te sigue o como se reutiliza la información que se publica desde las redes de tu Ayuntamiento podrás tener mayor o menor relevancia. Medir esta situación social que depende de tantos factores se hace muy difícil.

Para hacerlo tenemos **Klout** (www.klout.com), una herramienta que te permite medir con un índice de valores que va del 1 al 100 la “influencia y reputación” en las redes sociales que tiene tu Ayuntamiento.



Es necesario entender que para tener una buena reputación no solo es necesario tener presencia en las redes sociales. También hay que tener claro cómo contar las cosas y esta herramienta puede servirte para identificar las formas de comunicar

que resultan más efectivas. Klout puede ayudarte en este sentido, dado que el algoritmo que utiliza para esta medición no solo calcula la cantidad de seguidores que tienes, sino también la influencia y capacidad de prescripción de estos en sus propios seguidores.



90-day Activity

Con esta herramienta podrás consultar gráficas que reflejan diferentes indicadores de la marcha de las diferentes redes sociales que utiliza tu Ayuntamiento, de modo que puedes observar en qué momento has conseguido una mayor capacidad de influencia o de popularidad para las redes de tu Ayuntamiento y revisar gracias a que publicaciones o a qué tipo de contenidos se debe un mayor éxito y a cuales una menor relevancia. Además, estas graficas están representadas de un modo sencillo e intuitivo que hace muy fácil el manejo de esta herramienta, que te mandará con cierta periodicidad informes sobre los contenidos anteriormente mencionados.

3.2.4 EdgeRank Facebook



EdgeRank

El EdgeRank de Facebook es una fórmula que nos descubre cuan interesante pueden ser nuestros artículos para los demás. Si queremos conocer con qué frecuencia nuestros posts van a ser visibles en los perfiles de nuestros seguidores podemos chequearlo a través de la página <https://www.edgerankchecker.com/> y aprender de los éxitos o fracasos para las futuras estrategias de publicación en Facebook.

De todo ello podremos deducir cuestiones como la mejor frecuencia de publicación, la correcta longitud de los textos, qué tipos de contenido, imágenes, vídeos o enlaces pueden ayudar a su difusión, cuál es el mejor momento de día para publicar, etc... y de este modo afinar todos los detalles para que nuestra información aparezca en más lugares, por más tiempo y sea más veces “compartida”.

3.3 Acortadores de URLs

En muchas ocasiones las direcciones a las que queremos referirnos o incluso las nuestras propias son muy largas e incómodas a la hora de usarlas en las redes sociales, especialmente en aquellas como Twitter que por ejemplo permite solo 140 caracteres en cada mensaje.

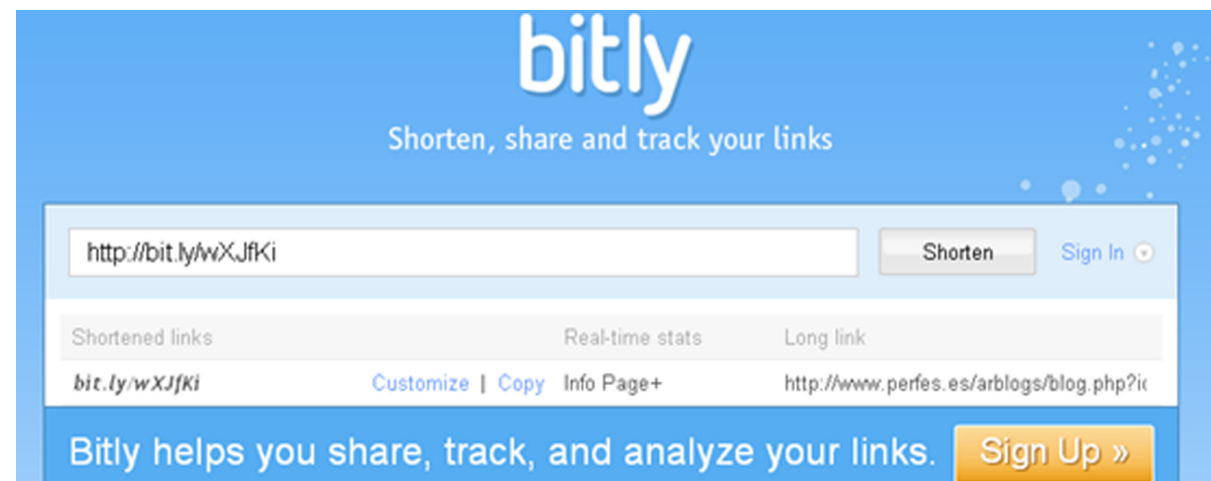
Los acortadores de URLs como bitly.com o TwitClicks nos ayudan a mostrar estos enlaces de una forma más corta y por lo tanto menos molesta.

De este modo conseguimos que direcciones largas de páginas web como puede ser http://www.perfes.es/arblogs/blog.php?id_blog=783&id_articulo=46544

pueden llegar a convertirse en direcciones del tipo <http://bit.ly/bGPNWi> lo que sin duda tiene una gran utilidad por las razones anteriormente comentadas.

Como valor añadido si nos suscribimos podremos tener estadísticas de la gente que ha accedido a ese link y de este modo rastrear a nuestros seguidores y conocer el interés que tienen por lo que contamos, con lo que es una herramienta que también resulta de utilidad para la medición de la reputación de tu Ayuntamiento.

Aunque actualmente muchas redes sociales y herramientas como Hootsuite o Tweetdeck ya incluyen los acortadores de URL en su servicio, como por ejemplo Twitter, siempre es conveniente tener esta herramienta en cuenta.



Bitly

3.4 Repositorios de imágenes libres de derechos.

Internet es el mejor recurso cuando necesitamos conseguir imágenes para ilustrar la información que queremos publicar. Pero hay que tener cuidado con la utilización que hagamos de esas imágenes si no sabemos cuál es su origen y por tanto si tienen o no derechos de uso libre. Es por ello que para facilitar la búsqueda de imágenes libres de derecho existen diferentes páginas que nos permiten usar imágenes de este tipo.

Así todo habrá que tener cuidado del uso que podemos darle a dichas imágenes, ya que en algunos casos el uso que se puede dar de ellas es personal y no comercial.

Una de las más completas es **Stock.XCHNG** (www.sxc.hu) a la que podemos acceder a través de un sencillo registro. El propio Flickr puede servir para obtener imágenes libres de derechos, filtrando por las fotografías que hayan indicado uso libre.

En todo caso, las licencias Creative Commons tienen diferentes grados de permisos de distribución de sus contenidos, y aunque en

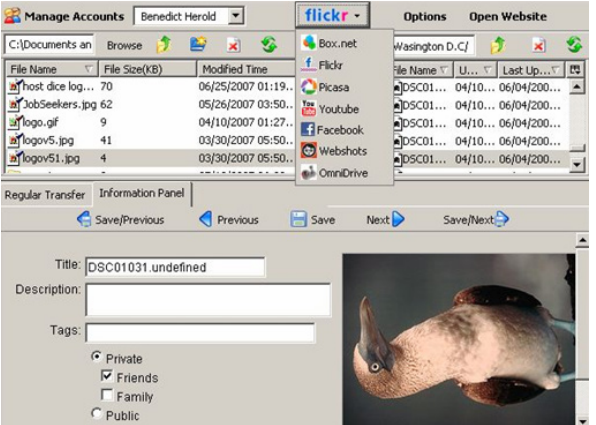
todas ellas se solicita citar la autoría de una imagen, son diferentes las condiciones en cada caso. Puedes consultar los detalles en profundidad en el siguiente enlace:

<http://es.creativecommons.org/licencia/>



3.5 Gestores de carga de contenidos.

Puede ser que necesitemos subir imágenes frecuentemente a diferentes redes como Facebook, Flickr o Youtube. Para evitar los inconvenientes que nos pueden ocasionar el sistema de subida de cada uno de los lugares podemos usar **Fireuploader** (www.fireuploader.com), una sencilla extensión del navegador Firefox para subir imágenes desde un único punto a los diferentes espacios de una sola vez y de un modo intuitivo (similar a un ftp).



4. Conclusiones

Las redes sociales son un medio utilizado a diario por millones de personas para comunicarse, establecer relaciones, compartir información, hacer publicidad, etc... ¿Por qué no utilizarlo en el Ayuntamiento o en tu trabajo diario para tu beneficio?

Las redes sociales van a permitir comunicar mejor las labores del Ayuntamiento, conversar con los ciudadanos y darles mejor respuesta a sus inquietudes; nos van a permitir mejorar la eficacia y la eficiencia del servicio público que ofrecemos al tiempo que mejoramos nuestra reputación.

Como empleados públicos, las redes sociales nos van a permitir relacionarnos con otras personas, con profesionales de otras administraciones y empresas de los que aprender y compartir opiniones. Vamos a poder conocer de primera mano los resultados de nuestro servicio y perfeccionarlo. Podemos utilizarlas para compartir contenidos, para colaborar internamente con nuestros compañeros.

Las posibilidades que nos ofrecen las redes sociales son infinitas: en esta guía hemos dado unas cuantas ideas, de unas pocas redes sociales y herramientas 2.0. Pero hay mucho más por descubrir y aprender: lo bueno de las redes sociales es que generamos nuevo valor entre todos y lo hacemos en comunidad y colaborando entre todos.

Aprovechémoslo para brindar un mejor servicio a los ciudadanos.

¡¡Comparte,
comunica,
responde,
aprende y sé
parte de la
conversación!!

Bibliografía:

- Las mejores prácticas en redes sociales para empresas: Guía y casos de éxito (Hipertextual/Movistar)
ebooks.hipertextual.com/mejores-practicas
- Flickr Best Practices Guide for Government (U.S. General Services Administration (GSA))
forum.webcontent.gov/resource/resmgr/flickr_best_practices_guide.pdf
- Social Media in Government: High-Level Guidance (New Zealand Government - data.govt.nz)
webstandards.govt.nz/assets/Social-Media-in-Government-High-level-Guidance-final.pdf
- Social Media in Government: Hands-on Toolbox (New Zealand Government - data.govt.nz)
webstandards.govt.nz/assets/Social-Media-in-Government-Hands-on-Toolbox-final.pdf

Guías de estilo:

- Guía de usos y estilo en las redes sociales del Gobierno Vasco
www.irekia.euskadi.net/assets/a_documents/1218/Gui%CC%81a_de_usos_y_estilo_en_las_Red_Sociales_del_Gobierno_Vasco.pdf
- Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña
www.gencat.cat/xarxessocials/pdf/v1_guia_usos_xarxa_es.pdf
- Guía de usos, estilo y buenas prácticas en las redes sociales corporativas del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes
www.ssreyes.org/acces/recursos/doc/Prensa_y_comunicacion/1694931960_622012133045.pdf

Aparecidos en blogs:

- 12 Commandments for Government Employees on Twitter (Govloop)
- 15 Commandments for Government Agencies on Twitter
www.govloop.com/profiles/blogs/new-twitter-guides-for-government-agencies-and-employees
- Youtube for Government (Utiliza YouTube para atraer a los ciudadanos)
www.youtube.com/government101
- 11 consideraciones sobre el uso de Facebook en la Administración Pública
www.k-government.com/2012/01/10/11-consideraciones-sobre-el-uso-de-facebook-en-la-administracion-publica/
- New Twitter Guides for Government Agencies and Employees
www.govloop.com/profiles/blogs/new-twitter-guides-for-government-agencies-and-employees
- 10 formas de utilizar las listas de Twitter desde un ayuntamiento (K-Government-blog)
www.k-government.com/2011/12/26/10-formas-de-utilizar-las-listas-de-twitter-desde-un-ayuntamiento/



GUIA PRACTICA PARA EL USO DE LAS

REDES SOCIALES EN LOS AYUNTAMIENTOS



red de municipios digitales
de Castilla y León



P R O G R A M A
COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA
ESPAÑA ~ PORTUGAL
COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA
2 0 0 7 ~ 2 0 1 3

Unión Europea
FEDER
Invertimos en su futuro

