

política y guía de usos y estilos en redes sociales del ayuntamiento de Lorca





Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca

www.lorca.es

www.lorca.es/redessociales

Esta guía pretende estar en continua mejora, por ello te animamos a que envíes tus sugerencias y comentarios a redessociales@lorca.es

1ª Edición Abril 2014

índice

política de uso de medios sociales para personal del ayuntamiento de Lorca

introducción

uso de medios sociales con fines corporativos

creación de un perfil o cuenta corporativa municipal en redes sociales

actualización y mantenimiento de una cuenta corporativa

uso de medios sociales con fines profesionales y personales

uso de medios sociales con fines exclusivamente personales

guía de usos y estilos en redes sociales del ayuntamiento de lorca

gestión de cuentas corporativas

establecer en qué redes sociales vamos a tener presencia

facebook

twitter

youtube

blogs

¿cómo empezamos a monitorizar la red?

entrando en la conversación

los contenidos

principios para seleccionar los contenidos

tipos y fuentes de contenido

menciones y comentarios

gestión de menciones y comentarios

gestión de crisis

herramientas

anexo i

formulario de solicitud para el alta de cuentas corporativas

anexo ii

formulario de solicitud para personal ajeno al ayuntamiento de lorca

anexo iii

proceso de transición

anexo iv

IMAGEN CORPORATIVA

LOGOTIPOS

FACEBOOK

TWITTER

anexo v

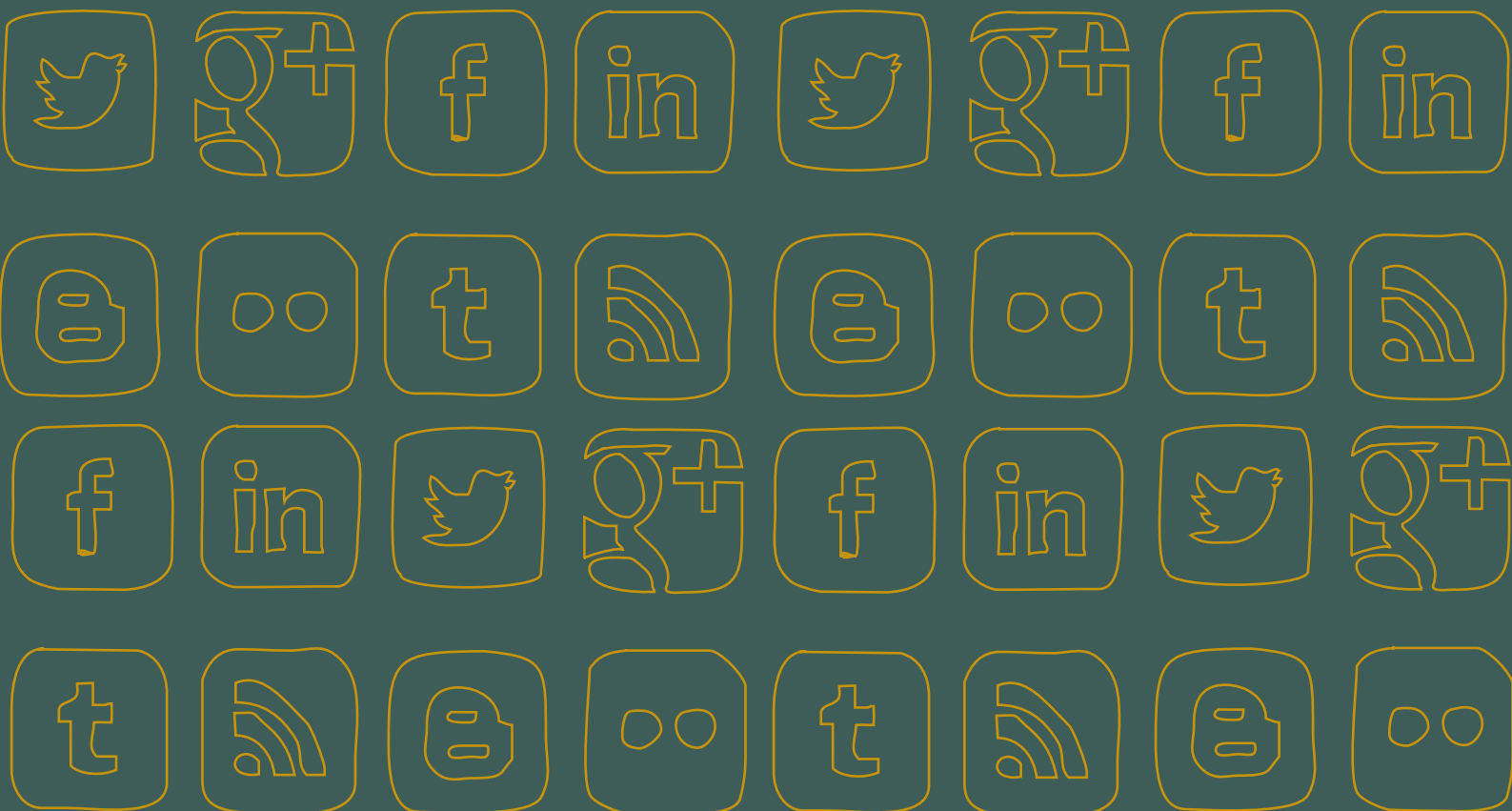
LICENCIAS ABIERTAS

anexo vi

PRIVACIDAD

BIBLIOGRAFÍA

política de uso de medios sociales para personal del ayuntamiento de Lorca



INTRODUCCIÓN

La importancia de Internet como medio de relación y comunicación con los ciudadanos ha quedado, a día de hoy, fuera de toda duda. El gran volumen de usuarios, y la relevancia adquirida por las redes sociales como herramientas concretas, hacen necesario articular los instrumentos precisos para que el Ayuntamiento de Lorca tenga una presencia eficaz y segura para el ciudadano en dichos medios. Por ello, debemos establecer unas mínimas pautas para mejorar esa comunicación con la ciudadanía, para hacerla más dinámica y continua.

Por otra parte, en los últimos años cada vez más empleados públicos utilizan las redes sociales para realizar su trabajo. Comprender como sacar provecho del uso de estas nuevas herramientas en el contexto de un Ayuntamiento es complejo.

Por lo tanto dentro de este contexto distinguiremos tres tipos de usos que se le pueden dar a las cuentas en medios y redes sociales.

Oficial: Son cuentas corporativas creadas para ser la voz y el oído del Ayuntamiento de Lorca en las redes sociales, por ello son las cuentas oficiales que representan a sus distintas Concejalías, Servicios, Programas o Proyectos. Para su creación y uso **tiene** que seguirse este documento.

Profesional: Es el uso de la cuenta personal, pero relacionada con los temas de interés y objetivos del Ayuntamiento de Lorca, con el fin de desarrollar competencias, habilidades, conocimientos, y contactos dentro del quehacer profesional. Para su uso **recomendamos** seguir las pautas que se desarrollan en este documento.

Personal: Corresponde al uso de la cuenta personal con fines que no estén relacionados con el trabajo. Este documento **puede** servir para hacer un mejor uso de este tipo de cuentas también.

La participación del personal del Ayuntamiento de Lorca en redes sociales puede darse de estas tres formas distintas, no excluyentes.

USO DE MEDIOS SOCIALES CON FINES CORPORATIVOS

Las redes sociales constituyen una nueva forma de interactuar de igual a igual, que se añade a los medios de comunicación tradicionales, permitiendo publicar, sin intermediación, avisos, presentaciones, ayudas, concursos, etc. y obtener retroalimentación inmediata. En este sentido, deberían formar parte de la estrategia comunicativa del Ayuntamiento de Lorca.

Para que esta comunicación se establezca de una manera sencilla, atractiva y sobre todo eficaz y segura debemos facilitar un acceso ordenado a la información, a los contenidos y a los servicios proporcionados por el Ayuntamiento de Lorca, tanto en las webs municipales como a través de las redes sociales. Estableciendo un conjunto de elementos vertebradores orientados a garantizar una presencia homogénea en la red, tanto en la forma como en el fondo.

establecemos canales nuevos donde interactuar con los ciudadanos

El objetivo al crear este procedimiento es establecer unos criterios que deben seguir las distintas Concejalías, Servicios, Secciones, Áreas, Programas o Proyectos del Ayuntamiento de Lorca, para solicitar el alta y gestión de su presencia en redes sociales.

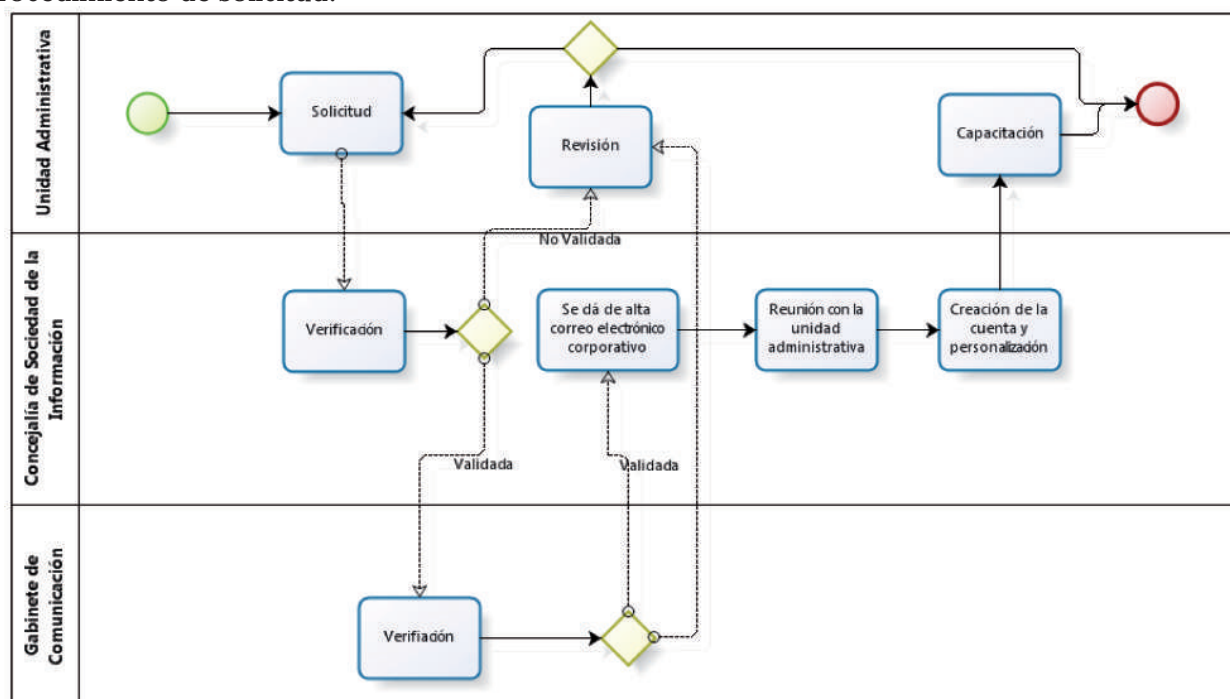
Creación de una página o cuenta corporativa municipal en redes sociales

Las cuentas corporativas en redes sociales pueden ser únicamente creadas por la Concejalía de Sociedad de la Información, a través de su sección de informática, al igual que es la única sección autorizada para la creación de webs municipales.

La creación de las páginas de Facebook, Twitter, Tueti, Google+, Blogs, YouTube, Flickr y cualquier otro medio social correrá a cargo de la Concejalía de Sociedad de la Información, correspondiendo la elaboración de contenidos a cada uno de los departamentos o servicios.

La creación de una cuenta corporativa se producirá previa solicitud de una Concejalía o Servicio, con el visto bueno del concejal de área, siendo necesario su conocimiento por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento, para lo cual se seguirá el proceso de solicitud descrito más adelante, junto con el formulario de solicitud (Anexo I).

Procedimiento de solicitud:



La solicitud (Anexo I) debe rellenarse y ser enviada a la Concejalía de Sociedad de la Información para su primera verificación, a su vez dicha solicitud se enviará al Gabinete de prensa para tomar conocimiento y establecer los ajustes necesarios para su coordinación con la comunicación institucional.

Para ello los solicitantes deberán planificar los objetivos y delimitar los contenidos que pretenden difundir en la nueva cuenta. En el formulario debe especificar los usuarios autorizados y el responsable de lo publicado.

Las cuentas corporativas sólo pueden manejarse desde correos electrónicos corporativos, por ello el Servicio de informática dará de alta dichas cuentas de correo, para la gestión de las redes o medios seleccionados.

El Servicio de Informática se encargará de la configuración inicial de las redes sociales y proporcionará a la Concejalía o Servicio solicitante los logotipos, avatares y nombre de usuario de acuerdo con esta política y guía de usos y estilos en redes sociales.

Paralelamente deberá mantenerse una reunión entre el departamento interesado y la Concejalía de Sociedad de la Información, para un primer acercamiento y una toma de datos más extensa. A continuación se realizará la capacitación y asesoría sobre la política de usos.

Tras dar de alta la cuenta en la red, o redes deseadas, se informa al departamento que hará uso de ella. Se mantendrá contacto permanente con dicho departamento y este comenzará sus actividades en los medios sociales conforme a esta política de uso del Ayuntamiento de Lorca.

Sobre la existencia de perfiles y cuentas antes de la publicación de esta política y guía de usos y estilos ver Anexo III.

El uso de medios sociales con fines corporativos será completado y ampliado en el apartado “Guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca”.

actualización y mantenimiento de una cuenta corporativa

Las unidades administrativas designarán entre su personal quién puede publicar en las cuentas corporativas. No podrá publicar personal ajeno al Ayuntamiento de Lorca. Para que personal ajeno al Ayuntamiento de Lorca pueda publicar en cuentas corporativas deberá rellenarse la solicitud establecida en el Anexo II.

La unidad administrativa encargada del mantenimiento y actualización de una cuenta corporativa en redes sociales deberá de igual modo ser responsable de la edición de su portal web.

Las cuentas en redes sociales sólo podrán ser cerradas por la Concejalía de Sociedad de la Información, previa solicitud de la unidad administrativa correspondiente, validada por el Gabinete de Prensa.

La escasa actualización o la publicación de contenidos poco relevantes o no relacionados con las competencias de dichas unidades administrativas podrá ser motivo suficiente para la revisión de los objetivos de dicha unidad en redes sociales.

Las unidades administrativas deben asegurar que los mensajes transmitidos son coherentes con toda la comunicación institucional y con el cumplimiento de estas directrices.

El Gabinete de Comunicación y la Concejalía de Sociedad de la Información serán administradores, junto con las unidades administrativas, de todas las páginas y cuentas institucionales para apoyar a dichas unidades, especialmente en situaciones de crisis, velando por el cumplimiento de esta guía.

nos debemos asegurar que se ha llevado a cabo una adecuada planificación, establecimiento de objetivos, asignación de recursos, evaluación de riesgos, etc...

Uso de medios sociales con fines profesionales y personales

Las siguientes recomendaciones serán aplicables a las cuentas personales del personal al servicio del Ayuntamiento.

El Ayuntamiento de Lorca anima a todos los empleados municipales a participar en las redes sociales, pero esperamos y deseamos que comprendan y sigan estas simples pero importantes directrices, que además pueden ayudarle en su uso personal y profesional de estas redes.

Pueden sonar un poco estrictas, pero el objetivo principal del Ayuntamiento de Lorca al adoptar estas directrices es sencillo: Ayudar a nuestros empleados a participar en redes sociales de una manera respetuosa y adecuada, de un modo que se proteja tanto la reputación personal y profesional del trabajador como de la institución, además de cumplir con la legalidad vigente.

Recomendaciones:

Declara de manera expresa y bien visible en todas las cuentas y perfiles en redes sociales que las opiniones que se formulan son personales y no del Ayuntamiento de Lorca, sobre todo si estás escribiendo acerca de él. Utiliza tu nombre real.

Procura no usar logotipos ni elementos de la imagen institucional del Ayuntamiento, para evitar la confusión y se atribuyan tus opiniones a la entidad. No eres el representante del Ayuntamiento, ni debes declararlo. Pero recuerda que cuando uses una cuenta corporativa sí lo haces.

No uses la cuenta de correo corporativa para abrir perfiles y cuentas en redes sociales, utiliza tu cuenta personal.

Si recibes solicitudes de información, que no sean de tu departamento, redirígelas a los canales oficiales del Ayuntamiento para dar trámite a su solicitud.

Si comentas sobre un asunto relacionado con el Ayuntamiento de Lorca, pero del que no eres especialista, deberás indicarlo claramente. Consulta al técnico dentro del Ayuntamiento de Lorca para aumentar tus conocimientos y ser más preciso en tus comentarios.

Recuerda que de todo lo que se publica en redes sociales queda huella, aunque elimines el mensaje. Además, puede que tu mensaje sea compartido parcialmente y/o fuera de su contexto original, pudiendo dar lugar a interpretaciones erróneas.

Mantén siempre un lenguaje respetuoso, correcto y cordial con los demás usuarios. No hagas spam, ni comentarios ofensivos o que no guarden relación en el tema que se está tratando.

Evita revelar información confidencial o delicada, cita y divulga sólo lo que ya haya hecho público el Ayuntamiento. Ante cualquier duda contacta con el gabinete de comunicación.

Respetar los derechos de autor y otra propiedad intelectual de terceros, en caso de publicar algún contenido que así lo requiera. Para evitar inconvenientes, es recomendable vincular a la información pertinente, haciendo las debidas atribuciones, pero sin reproducirlas directamente en tus cuentas de medios sociales.

Cuidado con las situaciones de crisis, las críticas o los comentarios mal intencionados por parte de otros usuarios. La participación en social media puede comprometernos a nosotros y a nuestra organización. Puedes consultar la guía de usos y estilos del Ayuntamiento de Lorca para saber cómo actuar.

Protege tu privacidad y la de sus compañeros de trabajo.

Ajústate dentro de lo posible a tu área de especialización y/o experiencia y ofrece tus opiniones y perspectivas de manera libre, siempre que no reveles información confidencial.

Uso de medios sociales con fines exclusivamente personales

Ya se ha hecho hincapié en la existencia de una línea difusa entre el uso personal, profesional y oficial de los medios sociales, por lo tanto debemos ser conscientes de las responsabilidades al mezclar la vida personal y laboral con la oficial en estos medios.

Las personas que trabajan para el Ayuntamiento de Lorca deben usar su buen juicio y asumir la responsabilidad personal y profesional de los contenidos que publican a través de los medios sociales.

Se admite el uso de una cuenta personal para comentar sobre asuntos no relacionados con el trabajo, en horario laboral, siempre que no interfiera en su labor profesional ni en su rendimiento, del mismo modo que se hace con otros medios de comunicación, como el correo electrónico o el teléfono particular. El uso de herramientas de medios sociales nunca debe interferir con las funciones principales, con la excepción de aquellos puestos de trabajo que incluyan entre sus tareas precisamente el uso de estas herramientas sociales.

Debemos recordar que el uso de una cuenta privada no exime de cumplir los códigos de buena conducta generalmente admitidos.

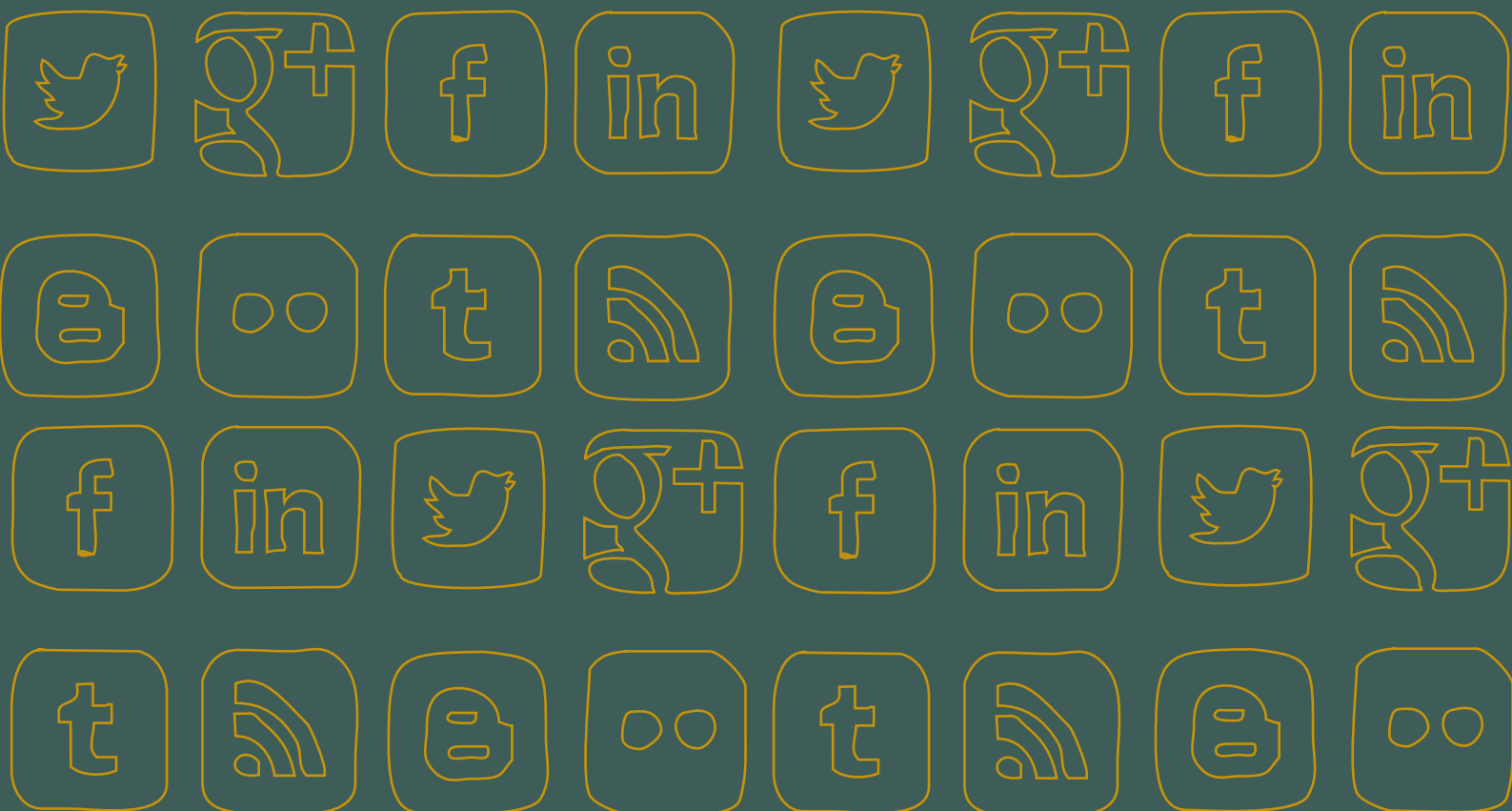
No publique opiniones personales a través de cuentas oficiales y tampoco promueva su cuenta personal a través de cuentas oficiales

No comentes en redes sociales aquello que no quieres que sea de dominio público, aunque exista una única persona a la que desees dejar al margen. Las redes sociales pueden actuar de amplificador y comprometerte.

Aquellas personas que tienen responsabilidades de gobierno, en virtud de su posición, deben tener en cuenta si los comentarios personales que publican, incluso en lugares claramente personales, pueden ser mal interpretados como declaraciones realizadas por el Ayuntamiento de Lorca.



guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca



Establecer en qué redes sociales vamos a tener presencia

Primero debemos identificar al público al que nos dirigimos: ¿Para quién pretendemos crear valor con nuestra presencia en redes sociales? ¿Es posible aumentar la satisfacción de los ciudadanos si los agrupamos en segmentos y usamos canales distintos? ¿Necesitamos relacionarnos con cada segmento de una manera diferente? ¿Son distintas sus necesidades de información? ¿Qué paquetes de productos o servicios ofrecemos a cada segmento de ciudadanos?

Todas estas preguntas deben ser contestadas antes de comenzar.

Cada red social tiene unas propiedades diferentes, si queremos sacar un mínimo partido debemos aprovecharlas.

Para saber en qué redes sociales nos convendría tener presencia haremos una sucinta descripción de ellas. Para cualquier duda, aclaración o ampliación de información siempre puedes ponerte en contacto con la Concejalía de Sociedad de la Información.

Hemos de hacer hincapié en que no debemos comprometernos con algo que no podamos o sepamos manejar, no tengamos tiempo suficiente para ello o no esté totalmente integrado con nuestra política de comunicación. Por ello es preferible tener un perfil por área municipal que por servicio o programa que luego permanezca inactivo o desatendido la mayor parte del tiempo.

El Ayuntamiento de Lorca reconoce las redes sociales como un canal para la comunicación bidireccional con el ciudadano.

Por lo tanto no las utilizaremos únicamente como canal de emisión de información, sino principalmente como canal de recepción, practicando una escucha activa.

Además si quien vaya a gestionar una cuenta municipal en un red social no ha utilizado esa red anteriormente y desconoce su funcionamiento práctico, antes de la creación de la cuenta institucional o de iniciar su gestión, deberá crearse una cuenta personal o no identificable con la organización, con el fin de experimentar y conocer cómo interactúan los usuarios de la misma. Nunca te inicies en una red social probando con una cuenta de la administración, pues el internauta espera que quien gestiona las redes sociales de una institución tenga al menos una experiencia previa como usuario y un conocimiento medio de su utilización. Para ello, puedes contactar con la Concejalía de Sociedad de la Información y consultar los cursos gratuitos on line o tutoriales existentes en internet.

Facebook

Facebook (www.facebook.com) es la red social más popular actualmente. 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, permite crear eventos e invitar a otros usuarios a participar en ellos, y aunque las páginas de Facebook no disponen de chat online para atender directamente incidencias, hay aplicaciones que podemos instalar para suplir esta carencia.

Por otro lado, existe un conjunto de aplicaciones que complementan las funciones básicas de Facebook y que aportan un abanico nuevo de funciones, tanto lúdicas como profesionales.

Perfiles, páginas y grupos

Facebook ofrece diferentes opciones dependiendo de si el usuario se representa a sí mismo, a una institución, a una empresa o negocio, o a un grupo de gente.

Así pues, se puede crear un perfil, una página (oficial o de comunidad) o un grupo según cuales sean sus objetivos dentro de esta red social. Facebook se reserva la potestad de ordenar (y en algunos casos cerrar) estas soluciones si no se ciñen a los criterios establecidos.

Perfil

Tienen perfil las personas que, a título individual, se dan de alta en Facebook. Tiene un límite de 5.000 amigos, permitiéndote leer y escribir en su muro.

Página

Las páginas están pensadas para instituciones, empresas o negocios, celebridades, etc. Las gestionan uno o varios administradores. Garantiza la privacidad de los seguidores (no puedes escribir en su muro, aunque sí leer y compartir los contenidos que no tengan como privados).

Grupo

Lo crea un usuario (creador) y las personas que se añaden pueden tener roles diferentes. Los grupos pueden ser públicos, privados o secretos, y sirven para formar una red en torno a un tema o a un interés específico.

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.

Páginas como solución corporativa

La página es la solución corporativa que han escogido los diferentes departamentos del Ayuntamiento de Lorca. De hecho, es la opción más adecuada para las instituciones y para los órganos que las constituyen, ya que Facebook atribuye un carácter diferencial a las organizaciones de todo tipo para distinguirlas de los perfiles personales.

La creación de un perfil para un departamento o servicio está fuera de todo planteamiento, ya que incumple las normas de uso de Facebook.

Las páginas tienen una serie de características que las hacen muy interesantes a la hora de monitorizar lo que sucede en la Red y disponen de estadísticas completas de las relaciones y actividades que suceden en este espacio.

Las páginas de facebook municipales siempre tendrán marcados con “me gusta” las otras páginas oficiales del Ayuntamiento, enlazando sus publicaciones siempre que sea posible a páginas web municipales con prioridad sobre las privadas.

Twitter

Twitter es una plataforma de micromensajería que permite enviar mensajes de texto cortos (hasta 140 caracteres) y conversar con los otros usuarios a través de navegadores web o a través de clientes de escritorio y de telefonía móvil.

Las conversaciones se publican en Internet (aunque se pueden proteger las conversaciones de una cuenta para que sólo las puedan ver los seguidores de un usuario) y se construyen redes sociales a partir del seguimiento de los usuarios que nos interesen.

Se trata de una herramienta idónea para informar acerca de nuevos servicios, para referenciar informaciones diversas (de agenda, emergencias, nuevas publicaciones...) y para retransmitir eventos, pero también es una herramienta para dialogar y colaborar. En este sentido, los perfiles de Twitter del Ayuntamiento de Lorca deben fomentar la comunicación y la interacción con los usuarios.

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. Es conveniente seguir a todos los que te siguen (especialmente los lorquinos) que te puedan enviar mensajes privados, salvo las cuentas que claramente son falsas o en las que no se identifica realmente al usuario o entidad legalmente constituida que lo gestione.

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.

Hashtag: Se trata de las etiquetas que agrupan un tema específico, para lo que se utiliza el símbolo # antes de una palabra, como por ejemplo #Lorca (que es recomendable incluir en las publicaciones del Ayuntamiento de Lorca).

Menciones: Cuando en un tuit te referes a alguien que tiene cuenta en Twitter es conveniente citarla, lo que facilitará que lo retuite (lo difunda entre sus seguidores). Siempre debemos citar a la cuenta oficial del Ayuntamiento, del programa o del servicio municipal si nos referimos a él. Si la mención es lo primero del mensaje se considera una respuesta y solo podrán verlo los seguidores de esa cuenta, para que se vea deberías ponerle un punto antes.

Listas: Se trata de una utilidad 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.

YouTube

YouTube es una plataforma que permite que los usuarios publiquen, vean y compartan vídeos propios.

Es idóneo para difundir material audiovisual informativo o didáctico sobre la actividad de las Concejalías y servicios.

La web de Youtube permite clasificar los vídeos en listas de reproducción y escoger una lista para que se reproduzca o seleccionar un vídeo para que aparezca como destacado en el apartado Vídeos y listas de reproducción.

Es mejor una presencia cuidada en una sola red que descuidada en varias

A la hora de publicar un vídeo, es necesario ponerle un título y añadir una breve descripción. Además, conviene rellenar el campo Etiquetas con palabras clave que hagan referencia al vídeo en cuestión, para facilitar su búsqueda.

Recomendaciones para los vídeos:

- Al editar un vídeo, añadiremos al principio y al final de las imágenes una carátula con el título, la fecha y el organismo responsable y, a continuación, la licencia de propiedad intelectual que se aplica.
- Si se utilizan músicas, conviene que sean libres de derechos.
- Se deben tener controlados, asimismo, todos los derechos de las imágenes y citar sus fuentes si es necesario.
- Etiquetar los vídeos con las palabras clave correspondientes para optimizar su búsqueda.

Dado que es poco habitual que las Concejalías y servicios realicen vídeos de manera continua se recomienda utilizar la cuenta del Ayuntamiento de Lorca como repositorio único y así concentrar todas las acciones de difusión sobre un único canal.

Blogs

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 Concejalía o Servicio. 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 como Wordpress (www.wordpress.com) o Blogger (www.blogger.com). Wordpress puede ser instalado también en servidores del propio Ayuntamiento.

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

En función de nuestros objetivos y del público al que nos dirigimos debemos plantear nuestra estrategia en redes sociales, que debemos de plasmarla al menos en un breve escrito.

El siguiente paso es establecer métodos y sistemas de monitorización en redes sociales, estableciendo palabras clave para ello.

¿Cómo empezamos a monitorizar la red?

Una vez elegido dónde vamos a escuchar: En blogs a través de Google, en Twitter, en Facebook, en la web en general, deberemos establecer los filtros a través de palabras claves en herramientas como Google alerts, RSS en google blogs search, etc..

Aquí tienes un ejemplo de palabras clave que no deben faltar en nuestra monitorización:

El nombre de la entidad: Ayuntamiento de Lorca.

El nombre de las principales Concejalías y Servicios.

El nombre de los responsables, en este caso el Alcalde y los Concejales.

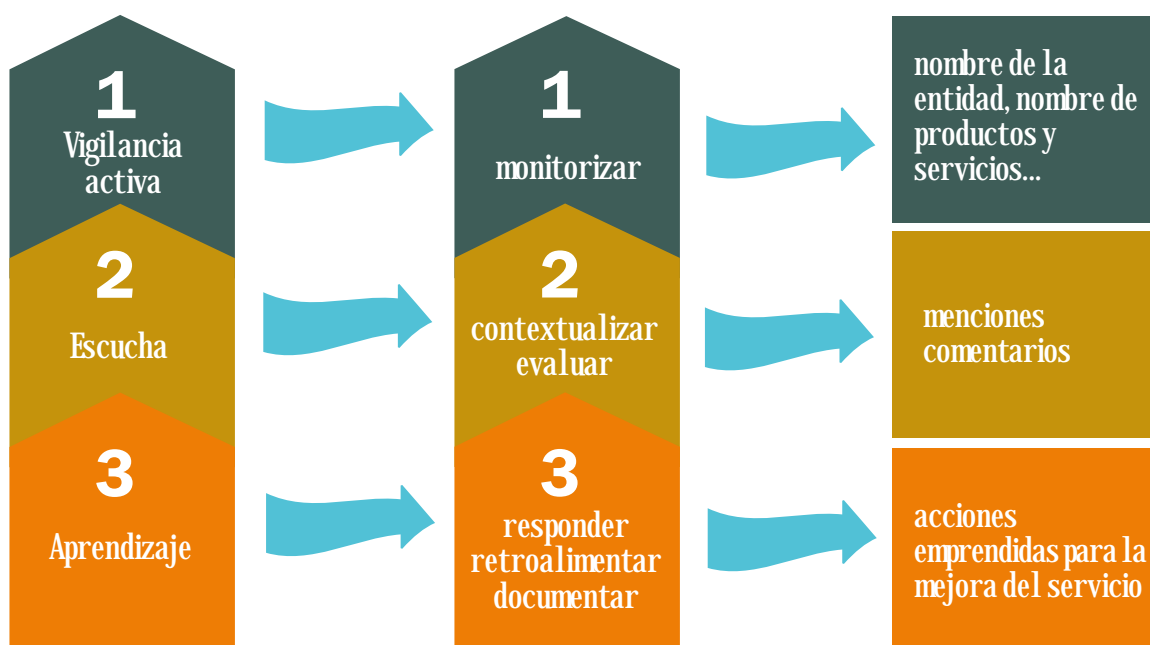
El nombre de algún producto o servicio, por ejemplo “Programa de Feria” “Informajoven” “Lorca Taller del Tiempo”...

También puedes ver otras cosas como: ¿qué están haciendo otras administraciones públicas? Con términos clave como “administración electrónica”, etc.

Se trata de seguir el ciclo:



Una vez filtradas nuestras fuentes por las palabras clave que hemos elegido hay que establecer un nivel de respuesta. Lo veremos más adelante.



Entrando en la conversación

Estamos intentando construir relaciones con la ciudadanía, forjando conexiones, para ello:

- Nuestro tono de conversación debe ser siempre cercano y cordial. La comunicación en las diferentes redes sociales en las que el Ayuntamiento de Lorca está presente siempre se orienta a la ciudadanía. Por lo tanto, tenemos que intentar escuchar a las personas y dar respuestas adecuadas a sus necesidades, para que los usuarios de estos espacios sientan que nuestra presencia no es intrusiva, sino que participamos en la conversación de igual a igual.
- Cuando participemos en las redes sociales, debemos tener presente que nos encontramos en un terreno propio de la ciudadanía y aquí cada usuario tiene su opinión, que no siempre tenemos que compartir, pero sí respetar. Nuestra presencia no tiene como objetivo cambiar estas opiniones, ni imponer las nuestras, sino tan sólo compartir, escuchar y conversar con la ciudadanía en su propio espacio.
- Como principio general, desde los perfiles corporativos no se pueden emitir opiniones personales y la línea editorial debe coincidir con la del sitio web oficial.
- Debemos evitar las discusiones y las situaciones conflictivas. No hay que actuar impulsivamente y releer siempre los mensajes antes de enviarlos.
- Puede servirnos de ayuda un conjunto de reglas llamado netiqueta que se suelen usar en nuestras relaciones electrónicas.

Regla 1: Nunca olvides que la persona que lee el mensaje es humano, igual que nosotros, con sentimientos, no una pantalla a la que hablamos.

Regla 2: Sigue en la red los mismos estándares de comportamiento que utilizas en la vida real.

Regla 3: Escribir todo en mayúsculas se considera como gritar y además, dificulta la lectura.

Regla 4: Respeta el tiempo y el ancho de banda de los demás.

Regla 5: Muestra el lado bueno de tu persona mientras te mantengas en línea.

Regla 6: Comparte tu conocimiento con la comunidad.

Regla 7: Ayuda a mantener los debates en un ambiente sano y educativo.

Regla 8: Respeta la privacidad de terceras personas, hacer un grupo contra una persona está mal.

Regla 9: No abuses de tu poder.

Regla 10: Perdona los errores ajenos.

A estos diez queremos añadir:

Regla 11: Nunca publiques en el perfil institucional algo que no diría en un acto institucional en público, o a los medios de comunicación, el máximo responsable de la concejalía que representas (el concejal).

Regla 12: No difundir actos contrarios a la institución de la que dependes ni mensajes de partidos políticos o reivindicaciones personales, pues se trata de una herramienta al servicio de la ciudadanía y del Ayuntamiento, no del gestor de la cuenta.

Regla 13: No se puede comprometer la imagen de la institución vinculándola a empresas o eventos ajenos a ella. No usar la cuenta para hacer spam.



los contenidos

Es importante establecer unos canales internos de provisión de contenidos e informar a las unidades directivas de que existen estas herramientas. Todos los trabajadores del Ayuntamiento y empresas municipales deben ser conscientes de que las redes sociales son el medio más ágil de información y comunicación con el ciudadano, por lo que deben facilitar la información necesaria no confidencial a los gestores de las cuentas oficiales.

En caso de informaciones (sobre todo generadas por el propio servicio o concejalía) que pudieran ser susceptibles de ser noticia, antes de ser difundidas en redes sociales deberá ponerse en conocimiento del Gabinete de Prensa para planificar de su difusión en el momento y por los medios más adecuados.

No obstante, las personas encargadas de gestionar los perfiles en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca deben responsabilizarse de los contenidos que publican en el perfil, de las conversaciones que se deriven y de compartir los contenidos de terceros que se consideren relevantes.

Es conveniente gestionar los contenidos, los comentarios y las respuestas de forma manual, lo que además permite depurar posibles personas usuarias o contenido spam.

Principios para seleccionar los contenidos

Calidad

Información sin errores de fuentes propias o externas contrastadas

relevantes

Proporcionando información de interés para el usuario

oportunos

Proporcionando información en el momento necesario. Oportuna en cuanto a contenido, formato, tiempo y lugar a un usuario determinado.

precisos

Suministrando la información necesaria para el mensaje y objetivo de la comunicación, sin rodeos ni florituras.

amigables

En un tono y lenguaje adaptado a nuestro interlocutor y al medio.

no automatizados

Sin publicaciones automáticas siempre que sea posible.

Tipos y fuentes de contenido

Entre los contenidos que podemos compartir en redes sociales destacamos:

- Novedades de la web, nuevas secciones, publicaciones.
- Notas de prensa publicadas en la web.
- Publicación de nuevos vídeos, fotos, presentaciones, etc., en los repositorios de Internet.
- Convocatorias públicas de procesos de selección.
- Publicación de nuevas entradas en el blog corporativo.
- Retransmisión de eventos en directo.

En cuanto a las fuentes debemos distinguir:

Fuentes propias

Siempre que sea posible deberemos utilizar fuentes internas, propias del Ayuntamiento de Lorca.

Fuentes externas

Cuando tengamos que usar fuentes externas debemos contrastar la información y asegurarnos que dicha fuente sea confiable. Deben ser instituciones o personas expertas en el tema. Siempre fiables.

eventos

Facebook permite la creación de eventos, mediante los cuales podemos invitar a otros usuarios y aprovechar su viralidad para que llegue más allá de nuestra red de contactos.

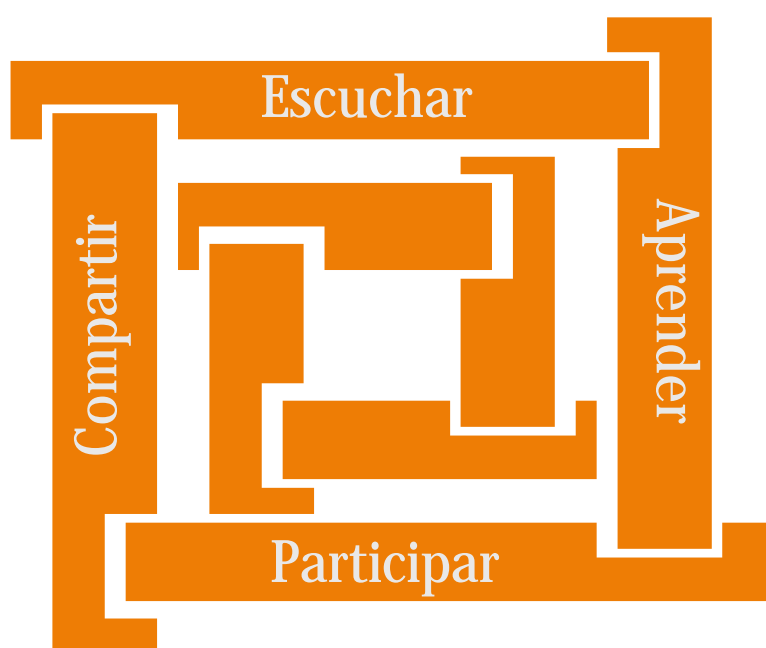
Cuando se crea un evento, apareces de forma automática como organizador, en el caso de las páginas éstas aparecen como anfitrión. Los organizadores (perfiles personales) pueden invitar a más personas al evento, designar a otros organizadores y editar los detalles del evento.

Deberá existir una coordinación entre las distintas concejalías y servicios para su creación, de manera que ante un evento en el que, por ejemplo, participen diversas concejalías, se cree uno sólo en Facebook.

Las concejalías participantes serán agregadas como anfitriones.

Concursos en redes sociales

Siempre deberá regularse en coordinación con la Concejalía de Sociedad de la Información y teniendo en cuenta la legislación vigente, especialmente en cuanto a protección de datos y los derechos de imagen.



menciones y comentarios

Debemos establecer como vamos a actuar ante menciones y comentarios.

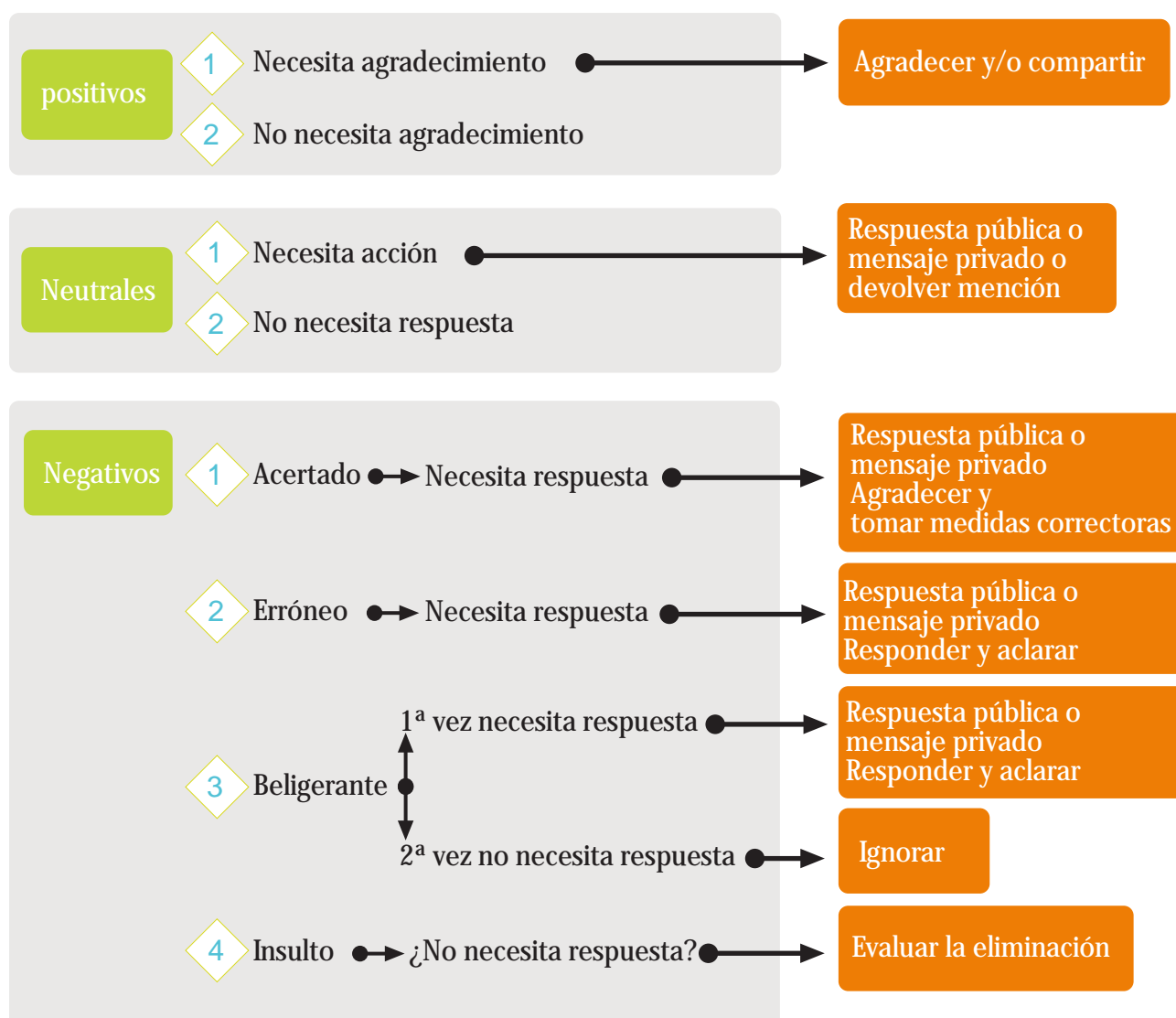
Una buena práctica es que los responsables de la gestión de las cuentas institucionales en redes sociales informen vía email a sus concejales y al gabinete de comunicación de las propuestas o críticas que tengan conocimiento, o que se transmiten en los medios sociales, sobre el área al que pertenecen, que permitan mejorar el servicio o facilitar la toma de decisiones teniendo en cuenta las aportaciones vecinales.

Podemos definir las menciones y comentarios como positivos, neutrales o negativos. En el siguiente gráfico explicamos un poco más como debemos actuar

Gestión de menciones y comentarios

Debemos establecer si la mención o comentario requiere un agradecimiento, respuesta o algún tipo de acción por nuestra parte. Elegir entre respuesta pública o un mensaje privado, si devolvemos la mención o compartimos su comentario.

Si el comentario es negativo y tiene razón además de agradecerse deberemos tomar medidas correctoras para que no vuelva a suceder. Si por el contrario es erróneo debemos responder para aclarar la situación.



En cuanto a los comentarios beligerantes o insultos debemos ser cuidadosos y no alimentarlos. No hay que alimentar al trol y en ciertos casos es conveniente ignorarlos.

Según la Wikipedia un troll o trol describe a una persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, como un foro de discusión, sala de chat o blog, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional en los usuarios y lectores, con fines diversos y de diversión o, de otra manera, alterar la conversación normal en un tema de discusión, logrando que los mismos usuarios se enfaden y se enfrenten entre sí. El trol puede crear mensajes con diferente tipo de contenido como groserías, ofensas, mentiras difíciles de detectar, con la intención de confundir y ocasionar sentimientos encontrados en los demás.

Se eliminarán todos los comentarios racistas, xenófobos, homófonos, sexistas y aquellos que descalifiquen a personas, explicando el motivo a su redactor y advirtiéndole que si persiste será bloqueado del perfil.

Las campañas sistemáticas sobre asuntos a los que ya se ha dado respuesta, la insistencia y reiteración de comentarios en tono peyorativo, contra el municipio de Lorca, sus instituciones o cargos públicos deberán tener una respuesta pública indicando que ese tipo de comentarios no tienen cabida en los espacios institucionales. Si continúan en su actitud deberá consultarse con el gabinete de comunicación que evaluará las acciones a emprender.

Muchas veces podemos encontrarnos con comentarios que no tienen nada que ver con el tema o noticia tratado en la publicación, incluso a veces puede que dicho comentario sea un anuncio publicitario directamente, esto puede ocurrir en Facebook con más frecuencia.

Cuando el comentario se utiliza para hacer publicidad de empresas o servicios comerciales procederemos a su borrado, si el perfil sigue insistiendo en dicha táctica evaluaremos su bloqueo. Cuando la publicidad es de una entidad sin ánimo de lucro y con fines solidarios quedará a criterio de los gestores de la cuenta.

El Ayuntamiento de Lorca no se hace responsable de las opiniones e información contenida en los comentarios, siendo el autor el responsable de los mismos.

GESTIÓN DE CRISIS

Pese a todo nadie está a salvo de cometer un error. Llegado el momento hemos de seguir las siguientes pautas.

#1

El ciudadano siempre tiene razón

#2

Si el error ha sido nuestro hemos de reconocerlo

#3

Actúa siempre con calma y amabilidad en el trato

#4

Explica que estás haciendo por solucionar el problema

#5

Nunca discutas en línea con un ciudadano

#6

Si las demandas del ciudadano son imposibles de atender o no es razonable discúlpate ante la imposibilidad de hacerlo u ofrécele la alternativa de una instancia superior.

#7

Se debe hacer un seguimiento durante la crisis y posteriormente.

#8

Documenta todo el proceso

Si la crisis creada es muy importante o ves que se escapa de las manos ponte en contacto con el gabinete de prensa del Ayuntamiento de Lorca.

herramientas

Existen cada día más instrumentos 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.

Hootsuite

Hootsuite es una herramienta que nos permite gestionar varias cuentas en distintas redes sociales. Con ella puedes controlar diversos perfiles de Twitter, Facebook, blogs en Wordpress o en Foursquare.

Dispone de una versión gratuita y otra de pago. Con ella se pueden integrar Google Analytics y Facebook Insights

Podemos programar actualizaciones.

TweetDeck

Es una aplicación similar a Hootsuite, sirve también como Hootsuite para organizar tus listas, o tus palabras clave que desees monitorizar.

Alertas de Google

Excelente herramienta para monitorización, tanto en páginas, blogs o noticias. Ofrece también la posibilidad de recibir las alertas en nuestro agregador de RSS o vía mail.

Bit.ly

Especialmente interesante para Twitter, ya que estos acortadores de URL nos ofrecerán más espacio para nuestros tuits. Otras herramientas como Hootsuite o el propio Twitter ya ofrecen esta funcionalidad, pero además bit.ly nos ofrece estadísticas sobre el número de perfiles que han hecho clic en nuestro enlace.

La Concejalía de Sociedad de la Información preparará cursos de capacitación para los trabajadores del Ayuntamiento de Lorca.

Formulario de Solicitud para el alta de cuentas corporativas	
Solicitante	
Nombre de la Concejalía	
Nombre del Servicio, sección...	
Nombre y puesto de la persona responsable de la iniciativa	
Nombre y puesto de las personas que manejaran la/las cuentas	1º 2º 3º
Teléfonos: de cada uno de ellos	1º 2º 3º
Emails: de cada uno de ellos	1º 2º 3º
Redes sociales en las que solicita el alta:	
Objetivos:	
Contenidos:	
Estrategia a desarrollar:	
Destinatarios:	
Observaciones:	
Fecha y firma.	
Fdo.: _____	
El arriba firmante manifiesta contar con el visto bueno de su concejal de área y se compromete a cumplir con la política de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca.	

Solicitud de manejo de cuentas para personal ajeno al Ayuntamiento	
Solicitante	
Nombre de la Concejalía	
Nombre del Servicio, sección...	
Nombre y puesto de la persona responsable de la iniciativa	
Datos de la empresa:	
Nombre y puesto de las personas que manejaran la/las cuentas	1º 2º 3º
Teléfonos: de cada uno de ellos	1º 2º 3º
Emails: de cada uno de ellos	1º 2º 3º
Fecha y firma.	
Fdo.: _____	
El arriba firmante manifiesta contar con el visto bueno de su concejal de área y se compromete a cumplir con la política de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca.	

Proceso de transición

Es muy posible que cuando esta política y guía de usos y estilos sea aprobada y publicada, las concejalías y departamentos de este Ayuntamiento ya cuenten con cuentas en redes sociales.

Será necesario que dichas concejalías o departamentos hagan llegar a la Concejalía de Sociedad de la Información el Anexo I ó II, según corresponda.

Así mismo, deberán facilitar los usuarios y contraseñas de dichas redes sociales, o nombrar administrador al personal que la Concejalía de Sociedad de la Información indique, según el caso.

Posteriormente deberá mantenerse una reunión entre el departamento interesado y la Concejalía, para un primer acercamiento, una toma de datos más extensa y adaptación a los criterios de imagen específicos de esta guía.

Deberá crearse una cuenta de correo corporativo para el manejo de la red o redes, modificando las que hasta ese momento sean usadas (en el caso de que no sean corporativas o sean personales).

Posteriormente se realizará la capacitación y asesoría sobre la política de usos.

En el caso de que esta presencia ya existente en Facebook sea mediante perfil se hará un proceso de migración a página mediante la invitación a cada uno de los “amigos”, además de la indicación en la imagen de portada (siguiendo el modelo establecido por la Concejalía de Sociedad de la Información) y periódica en el muro.

Las páginas municipales contribuirán a difundir las otras páginas existentes o que se creen y sean reconocidas por el Ayuntamiento, pero nunca las que no cumplan los criterios descritos en esta guía, a las que se les solicitará su adaptación o cierre.

anexo iv

Imagen corporativa

En este Anexo IV se proponen un conjunto de criterios de identidad visual para homogeneizar la presencia del Ayuntamiento de Lorca en las redes sociales.

La proliferación de perfiles corporativos en redes sociales y otras herramientas 2.0. aconsejan establecer unos criterios que garanticen una identidad visual común para el conjunto del Ayuntamiento de Lorca y que enlace visualmente con los referentes que ya establece el manual de identidad corporativa del Ayuntamiento de Lorca.

El Manual de Identidad Corporativa y todas sus aplicaciones puede consultarse en <http://www.lorca.es/identidadcorporativa/identidadcorporativa.asp?id=992>

LOGOTIPOS

Deberán usarse siempre los logotipos oficiales, tanto del Ayuntamiento como de las Concejalías que vienen especificados en el Manual de Identidad Corporativa del Ayuntamiento de Lorca.

Dadas las características de los diferentes avatares en las distintas redes sociales se han modificado algunos aspectos para adaptarlas a ellas.



Estos logotipos serán proporcionados por la Concejalía de Sociedad de la Información.

En caso de querer usar otra imagen o logotipo distinto, este debe aprobarse expresamente por el Gabinete de Comunicación.

facebook

Facebook permite abrir perfiles de usuario individual, página o grupo. La presencia del Ayuntamiento de Lorca tiene que materializarse mediante las páginas, y no perfiles de usuario. Debemos intentar personalizar la URL para que quede de la manera: www.facebook.com/concejalialorca. Por ejemplo: www.facebook.com/culturaLorca.

El nombre de usuario debería estar compuesto por la denominación de la Concejalía añadiendo Lorca o Ayuntamiento de Lorca. Para ello, y para pasar a página un perfil creado antes de la puesta en marcha de este manual, deberá contactar con el responsable de la Concejalía de Sociedad de la Información.



Imagen de portada: Utiliza una imagen exclusiva que represente a tu página. Utiliza tu creatividad y prueba con imágenes que reciban una respuesta positiva de tu público. Las fotos de portada deben tener menos de 399 píxeles de ancho.

Todas las fotos de portada son públicas, lo que significa que cualquier persona que visite tu página puede ver la foto de portada. Las fotos de portada no pueden ser engañosas ni confusas. Tampoco pueden infringir los derechos de autor de otra persona ni incumplir las condiciones de las páginas.

Para conseguir el tiempo de carga más rápido para tu página, sube un archivo JPG que tenga una anchura de 851 píxeles, una altura de 315 píxeles y un tamaño de menos de 100 kilobytes. En el caso de las imágenes que contengan tu logotipo o contenido de texto, los archivos PNG ofrecen un resultado de más calidad.

twitter

El nombre de usuario deberá estar constituido por el nombre de la Concejalía, Servicio, Sección, programa o proyecto, añadiendo la palabra de Lorca.

The screenshot shows the Twitter profile for 'Juventud Ayto.Lorca' (@juventud_Lorca). The profile header includes the name 'Juventud Ayto.Lorca', the handle '@juventud_Lorca', and the bio: 'Somos el área de juventud del Ayto. de Lorca. Nos adentramos en twitter para facilitaros el contacto con nosotros por esta vía y así conoceros algo mejor. Dirme.' The location is listed as 'Lorca (Murcia) Spain' and the website as 'lorcajoven.es'. The profile statistics show 1,208 tweets, 485 followers, and 559 people being followed. The 'Siguiendo' button is highlighted in blue. Below the header, there is a grid of tweets, including a video and a link to a Facebook page.

En el lateral se incluirá la URL con la dirección web de la Concejalía o Servicio, de no tener una web específica se utilizará www.lorca.es. Así mismo podrán usarse imágenes frontales que la representen (que a ser posible deberán ser la misma imagen de portada de facebook adaptada).

Anexo v

Licencias abiertas

Cómo gestionar los derechos de autor en las redes sociales.

Uno de los pilares básicos de las redes sociales son los contenidos, las fotografías, informes, textos y demás información que se pone a disposición de las personas usuarias, ya sea para su lectura, para el simple acceso, o incluso para su descarga; también para que ellas mismas lo compartan.

Esta transferencia de contenidos debe realizarse de una forma que sea respetuosa con los derechos de propiedad intelectual tanto del Ayuntamiento de Lorca como de las personas usuarias que los hayan compartido, o de terceros que se hayan puesto a disposición a través de éstas. No se podrá en ningún caso hablar de redes sociales sin la posibilidad del intercambio de contenidos y de información, así como de la posibilidad de posteriores usos de los contenidos por los agentes implicados en las redes sociales. Por ello, con la doble finalidad de ser respetuosos con la normativa de propiedad intelectual y posibilitar la transferencia de estos contenidos optaremos por licenciar los contenidos usando las denominadas licencias abiertas o libres. Esto es, licencias que si bien obligan a preservar los derechos morales sobre la obra (autoría, reconocimiento, etc.) permitan su copia, modificación, distribución y comunicación pública.

Así mismo, la utilización de licencias abiertas es además una exigencia legal para las Administraciones Públicas a partir de lo que se establece en la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre Reutilización de la Información del Sector Público, que establece que “el ejercicio de los derechos de propiedad intelectual de las Administraciones y organismos del sector público deberá realizarse de forma que se facilite su reutilización”.

Anexo vi

privacidad

Las redes sociales están cada vez más presentes en nuestra vida cotidiana. Pero hasta ahora las medidas de autorregulación se han evidenciado insuficientes para preservar la privacidad de la ciudadanía y fomentar a la vez el potencial de innovación y de crecimiento económico que representan la Internet actual y las redes sociales. En este sentido, resultará útil tener claras unas pautas de actuación en estas plataformas por lo que a la privacidad se refiere:

1. Formación

Se debe aprender a gestionar contactos y a publicar todo tipo de contenidos en las redes. Saber qué podemos publicar, el tiempo que permanecerá publicado (¿siempre?) y disponer de la autorización de terceras personas que aparezcan en las imágenes, por ejemplo. Y, además, debemos conocer que algunas redes son especialmente intrusivas con los derechos de explotación de todo lo que se publica.

2. Regulación y responsabilidad

Se debe completar la regulación de los usos específicos adecuados para preservar los datos personales. De manera complementaria, las personas usuarias de las redes sociales deben asumir las responsabilidades inherentes al medio (Internet). Por ejemplo, etiquetar fotografías de una tercera persona sin su consentimiento vulnera el derecho a la propia imagen.

3. Identificación

Se debe tender a la identificación de los usuarios para evitar el anonimato en las redes sociales (identidad cívica).

Modelo política de privacidad - Redes sociales:

Facebook

El Ayuntamiento de Lorca responsable de esta página oficial en Facebook, le informa de que, en cumplimiento de las condiciones de uso y política de privacidad de Facebook, cuando haces clic en el botón "Me gusta" de una página, creas una conexión con ella. La conexión se incluye en tu biografía y tus amigos pueden verla en sus secciones de noticias. La página puede publicar actualizaciones en tu sección de noticias o tus mensajes y se puede poner en contacto contigo. Los responsables de esta página oficial en ningún caso utilizarán los datos para otras finalidades que las descritas anteriormente, ni se pondrá en contacto contigo a no ser que tú lo solicites. En todo momento el usuario puede dejar de ser seguidor de la página oficial del Ayuntamiento de Lorca, pinchando en la casilla "ya no me gusta"; también se ponen a disposición de los interesados los formularios para poder ejercitar los derechos de acceso, rectificación y cancelación de sus datos personales en la dirección del Ayuntamiento de Lorca, Plaza de España, N° 1, Lorca- 30800, Murcia.

Modelo información grabación imágenes/fotografías eventos

Se informa a los asistentes y participantes que el evento será grabado y se tomarán fotografías en el transcurso del mismo; pudiendo ser almacenadas, publicadas y difundidas tanto las grabaciones como las fotografías por el Gabinete de Comunicación o en los canales y plataformas oficiales online con las que cuenta el Ayuntamiento de Lorca. Asimismo el asistente podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición así como aquellos otros que le correspondan en materia de derecho al honor, imagen e intimidad personal y familiar en la siguiente dirección: Plaza de España, N° 1, Lorca- 30800, Murcia.

Así mismo, no se podrán difundir imágenes de contenido sexual ni privado ni en aquellas en las que aparezcan menores reconocibles que no hayan autorizado su difusión conforme a la legislación vigente.

Como regla general no publicaremos imágenes de menores en redes sociales, únicamente cuando dispongamos del consentimiento por escrito de sus padres o tutores.

Modelo para recabar la autorización

AUTORIZACIÓN PARA LA UTILIZACIÓN DE IMAGEN

D./Dña. : _____

DNI: _____

Domicilio: _____

Como representante legal del menor: _____

Autorizo al Ayuntamiento de Lorca al uso de las imágenes y/o videos realizados en el [NOMBRE DEL EVENTO] para su publicación en webs municipales, páginas y cuentas en redes sociales de dicha administración.

En Lorca, a ___ de _____ de 20__

FIRMADO:

(padre, madre, tutor legal)

bibliografía

- Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalitat de Catalunya
- Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco
- Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos de la Junta de Castilla y León
- Guía de usos, estilo y buenas prácticas en las redes sociales corporativas del Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes
- Social Media in Government: High-Level Guidance. New Zealand Government
- Social Media in Government: Hands-on Toolbox. New Zealand Government
- Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
- Limited personal and professional use of social media guideline Queensland Government Chief Information Office.
- ACT Government Social Media Policy Guidelines
- Creating Social Media Guidelines for your Business
<http://socialmediatoday.com/michellecarvill/335310/creating-social-media-guidelines-your-business>
- DECRETO 201/2011, de 13 de octubre, por el que se regula la presencia de la Administración general y del sector público autonómico de Galicia en internet.

Aviso legal:

Textos basados en la Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalitat de Catalunya, Guía de usos y estilo en las Redes Sociales del Gobierno Vasco, sujetos a una licencia Reconocimiento 3.0 de Creative Commons, Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos de la Junta de Castilla y León para el desarrollo del proyecto Red Transdigital, bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento - NoComercial 3.0 España.

