

Pla de comunicació 2.0

Juliol 2020



AJUNTAMENT
DE TORELLÓ



Índex

- 1.- Introducció
 - 2.- Principis i objectius de la presència de l'Ajuntament a les xarxes socials
 - 3.- Públic objectiu i missatge
 - 4.- Consells i recomanacions d'ús de les xarxes socials per al personal de l'Ajuntament
 - 5.- Xarxes socials de l'Ajuntament de Torelló
 - 6.- Gestió dels comptes i normes de participació
 - 7.- Generació de continguts: pautes de redacció, calendari i freqüència de publicació
 - 8.- Creació de xarxa i posicionament
 - 9.- Comunicació de crisi
 - 10.- Indicadors de seguiment i avaluació
 - 11.- Protecció de dades de caràcter personal, drets d'imatge i propietat intel·lectual
- ANNEX Guia d'usos de les xarxes socials
- PAUTES per a la gestió dels comptes de l'Ajuntament de Torelló



1. Introducció

Les xarxes socials han esdevingut, en el nostre temps, una eina indispensable de comunicació i de relació. I els ajuntaments, assumint un paper clau com a l'administració més pròxima a la ciutadania, no poden ser aliens a aquesta realitat.

Torelló és un municipi de 14.000 habitants, al cor de la Catalunya interior, amb un ric teixit associatiu i una notable activitat sociocultural. Tot i que el segment de població d'edats més avançades pateix les limitacions de la fractura digital, cada cop més es percep la presència d'eines tecnològiques en el quefer diari de la ciutadania i l'Ajuntament avança amb pas ferm cap a l'administració electrònica.

Per això, l'Ajuntament de Torelló, en el marc de les seves polítiques públiques, ha fet una aposta decidida per les xarxes socials com a eina bàsica de comunicació i com una xarxa activa de relació amb la ciutadania.

L'Ajuntament de Torelló vol tenir presència a les xarxes socials amb la voluntat de consagrar principis com ara:

Informació

**Participació
ciutadana**

Transparència

Co-administració

Aprofitant les potencialitats que ofereixen les principals xarxes socials, s'establirà un nou marc de relació amb les persones, que permetrà comunicar d'una manera més directa, ràpida i eficient, fer més transparents les actuacions municipals, fomentar la participació ciutadana, escoltar la veu de la gent i implicar la ciutadania en el progrés del municipi.

Aquest document, estableix unes pautes comunes per tal de garantir que la presència de l'Ajuntament de Torelló a les xarxes socials respondrà a criteris de coherència i homogeneïtat. Al mateix temps, es defineix el procediment per obrir perfils i se n'assigna la gestió; s'enumera una relació (oberta i modificable) de les xarxes socials que gestiona l'Ajuntament; les recomanacions per fer un ús adequat de les xarxes socials; els criteris d'estil; i es fixen les normes de participació dels ciutadans i ciutadanes.



2. Principis i objectius de la presència de l'Ajuntament a les xarxes socials

L'objectiu essencial de l'Ajuntament de Torelló en decidir-se a tenir una presència activa en aquests espais de relació i participació que són les xarxes socials, és potenciar la col·laboració ciutadana a l'hora de dissenyar les polítiques públiques, en tant que la informació és essencial per a endegar estratègies participatives. No hi ha participació ciutadana sense una acurada informació prèvia. La ciutadania no pot col·laborar en les polítiques públiques sense estar informada. I també és un objectiu rellevant la voluntat de donar més visibilitat a l'acció municipal.

Al mateix temps, hi ha uns principis bàsics per interaccionar amb la ciutadania, alhora que cal utilitzar sempre un to d'acord amb els valors compartits de l'Ajuntament de Torelló i el seu equip de professionals:

Servei públic

La comunicació i atenció a la ciutadania a través de les xarxes socials ha de ser tan eficaç o més del que ho és la presencial. Al mateix temps, ha de ser més eficient i donar més resultats procurant no créixer en recursos. Convé mostrar en tot moment una predisposició a escoltar i ajudar a les persones, en tot el que sigui possible, i oferir solucions als dubtes i consultes.

Participació en accions ciutadanes

Participar en accions ciutadanes com si fossin pròpies, a més de fomentar la participació de la resta de la ciutadania.

Transparència

Cal mostrar tal com és l'organització, amb naturalitat i amb voluntat de servei.

Coresponsabilitat

Saber a qui es representa i cap a qui, com i on relacionar-se. S'han de tenir en compte les normes de convivència i les normes d'ús pròpies de cada xarxa social.

Coneixement obert

Amb un nou enfocament de la propietat intel·lectual, que permeti crear les condicions necessàries per generar riquesa amb les dades i els continguts elaborats per l'Administració.

Interacció

El to de la conversa serà sempre proper i cordial. L'objectiu de la comunicació de les xarxes socials de l'Ajuntament de Torelló és sempre la ciutadania. El personal de l'Ajuntament ha d'escoltar les persones i donar les respostes adequades a les seves demandes, intentant que la interacció sigui empàtica.



Respecte

Les xarxes socials són un terreny propi de la ciutadania, on cada usuari/ària té la seva opinió, que no sempre l'organització ha de compartir, però sí respectar. La presència de l'Ajuntament no té com a objectiu fer canviar aquestes opinions, ni imposar les pròpies, sinó que la pretensió és compartir, escoltar i conversar amb la ciutadania en el seu espai.

Objectivitat

Des dels perfils corporatius no es poden emetre opinions personals i la línia editorial ha de coincidir amb la del lloc web oficial.

Qualitat

S'han d'oferir continguts que siguin útils i interessants i la informació que publica l'Ajunta-

En la redacció de continguts a les xarxes socials, blocs i entorns web, cal usar el to adequat a la institució pública que l'emet. Així mateix, la redacció ha de ser lingüísticament correcta, sense errors ortogràfics ni lèxics ni de sintaxi. S'han de revisar els textos que es volen publicar amb l'ajuda, si cal, de diccionaris, manuals d'ortografia, llibres d'estil, etc.

3. Públic objectiu i missatge

Públic Objectiu

A l'hora de definir el nostre públic 'diana' hem de tenir present que la nostra comunicació s'adreça primordialment als ciutadans i ciutadanes de Torelló i de l'àrea d'influència del municipi (per una qüestió d'interès territorial). De tota manera, les xarxes socials permeten universalitzar el missatge, per la qual cosa delimitar el públic destinatari és més complicat.

En tot cas, cal considerar que cada tipologia de públic (franja d'edat, àmbit sociològic...) pot requerir una eina tecnològica diferent.

Des de l'Ajuntament s'ha d'assegurar que la relació sigui eficaç i, per tant, que cada perfil de públic tingui una comunicació basada en una xarxa social adequada al seu ús comú i que sigui de la seva preferència.



Missatge

Pel que fa al missatge, en el cas de l'Ajuntament de Torelló girarà entorn de l'acció de govern, essencialment el treball i les iniciatives de les diferents regidories, les gestions de l'alcalde i els regidors, les incidències sobre els serveis públics, les situacions d'emergència, les sessions dels òrgans col·legiats (plens municipals), les activitats de qualsevol naturalesa que s'organitzen des de l'Ajuntament i els actes en els quals participen els i les membres de la corporació. Però també s'ha de fomentar la bidireccionalitat del missatge potenciant la interacció amb la ciutadania.

Cada tipus d'informació o de comunicació s'ha de trametre utilitzant el canal més adequat. I el missatge ha de ser clar, concís, amb un llenguatge entenedor, i, si és el cas, acompanyat de les imatges adequades.





4. Recomanacions d'ús de les xarxes socials per al personal de l'Ajuntament

Les persones que treballen a l'Ajuntament de Torelló poden fer ús de les xarxes socials per al desenvolupament de la seva tasca, però és molt important que si ho fan, sigui d'una manera altament responsable en cada acció.

Les recomanacions són especialment sobre l'ús de les xarxes en l'exercici de l'activitat laboral; tot i que, en tant que són membres de la institució, els/les treballadors/es de l'Ajuntament les haurien de tenir en compte fins i tot quan interaccionin des dels seus perfils personals.

L'empleat o empleada té dret a expressar lliurement el seu punt de vista o el seu parer sobre qualsevol tema. Cal que quedi clar que les opinions publicades en qualsevol perfil social són de caràcter personal i no es poden atribuir a l'organització.

Per evitar possibles conflictes:

Recomanacions

- Qualsevol treballador/a de l'Ajuntament, amb presència a les xarxes socials, pot expressar aquesta condició lliurement. En aquest cas es recomana especificar que els comentaris, punts de vista i opinions expressats en el perfil social són merament personals.

- Per registrar comptes personals a qualsevol pàgina externa a l'Ajuntament cal usar el correu electrònic no corporatiu, atès que la informació podria ser utilitzada interessadament per a fins no desitjats. Aquesta recomanació es refereix concretament a canals com Twitter o Facebook.

- S'ha d'evitar participar en accions o moviments que puguin afectar negativament (tant voluntària com involuntàriament) la reputació de l'Ajuntament i els serveis que ofereix.

- Quan la persona interactua a les xarxes socials en representació de l'Ajuntament, es recomana actuar de forma transparent i respectant la legislació vigent, i seguir criteris d'objectivitat, imparcialitat, lleialtat a la institució i no perjudici de la seva reputació, discreció i prudència.

- No s'han de publicar comentaris despectius ni ofensius a Internet i procurar tenir una relació respectuosa i professional amb els eventuais interlocutors/es.

- En el cas que s'utilitzin les xarxes socials durant la jornada laboral, cal fer-ne un bon ús i que estigui justificat per les necessitats del servei o per una voluntat de millora del propi servei.

5. Xarxes socials de l'Ajuntament de Torelló

L'Ajuntament de Torelló i els seus diversos serveis disposen d'un conjunt d'eines per vehicular la comunicació i la informació, així com la participació ciutadana a través de les xarxes socials. La presència de l'Ajuntament a través de les xarxes socials està formada per alguns comptes de Facebook i Instagram i alguns perfils de Twitter, juntament amb un canal de Telegram i un de YouTube.

L'Ajuntament disposa d'un perfil de Twitter institucional, que es gestiona des del servei de Comunicació i que, bàsicament, difon la informació municipal d'interès ciutadà i que s'actualitza diàriament. Aquesta informació sol anar aparellada amb la que es publica a la pàgina web de l'Ajuntament.

També es disposa d'un perfil institucional de Telegram i d'un canal de YouTube, dues eines que permeten diversificar la informació generada per l'Ajuntament i fer-la arribar de manera molt directa a la ciutadania. Aquests dos nous canals comunicatius es van obrir arran de la crisi sanitària provocada per la pandèmia de COVID-19 i amb l'objectiu de millorar la immediatesa dels avisos a la població.

Des del servei de Comunicació, també està previst obrir un compte d'Instagram per proporcionar un nou canal de comunicació que valoritzi més els continguts gràfics; i s'està estudiant la implantació d'altres xarxes socials (com Facebook o Flickr) a mesura que les necessitats comunicatives ho requereixin. Com que el món de les xarxes socials està en constant evolució, aquest apartat és dinàmic i no té límit, sempre estarà lligat a les necessitats comunicatives i a les demandes que la pròpia ciutadania faci arribar.

Les xarxes socials on té presència l'Ajuntament, a través dels seus diferents departaments, serveis i organismes, són:



Facebook

-Torelló Jove (<https://www.facebook.com/torellojove/>)

-Teatre Cirvianum (<https://www.facebook.com/Teatrecirvianum/>)

-Festus-Festival Jove d'Arts al Carrer (<https://ca-es.facebook.com/festusfestival>)

-Ràdio Ona (<https://ca-es.facebook.com/radio.ona>)

-Biblioteques de Torelló (<https://ca-es.facebook.com/bibliotecadetorello>)

-Units x Educar (<https://www.facebook.com/unitsxeducar/>)



Instagram

- Torelló Jove (<https://www.instagram.com/torellojove/>)
- Teatre Cirvianum (<https://www.instagram.com/teatreCirvianum/>)
- Festus-Festival Jove d'Arts al Carrer (<https://www.instagram.com/festusfestival/>)
- Biblioteques de Torelló (<https://www.instagram.com/bibliotequestorello/>)
- Units x Educar (<https://www.instagram.com/unitspereeducar/>)



Twitter

- Perfil oficial de l'Ajuntament de Torelló (<https://twitter.com/AjTorello>)
- Torelló Jove (<https://twitter.com/torellojove>)
- Regidoria de Comerç (<https://twitter.com/comerctorello>)
- Biblioteques Torelló (<https://twitter.com/BibsTorello>)
- Festus-Festival Jove d'Arts al Carrer (<https://twitter.com/Festusfestival>)
- Teatre Cirvianum (<https://twitter.com/TeatreCirvianum>)
- Arxiu Municipal (<https://twitter.com/ArxiudeTorello>)
- Agents cívics (<https://twitter.com/civismetorello>)
- Protecció Civil Torelló (<https://twitter.com/PCivilTorello>)
- Torelló Esports (<https://twitter.com/torelloesports>)
- Units x Educar (<https://twitter.com/unitsxeducar>)
- Festa Major Torelló (<https://twitter.com/FMajorTorello>)



Telegram

- Perfil oficial de l'Ajuntament de Torelló (<https://t.me/ajtorello>)



Youtube

- Canal oficial de l'Ajuntament de Torelló (https://www.youtube.com/channel/UC-voRt1_T7DE4c9FJUGoDjxg)

Tot i que la gestió dels diferents comptes i perfils correspon a àrees diferents de l'Ajuntament, es tendirà a unificar criteris i estils, en base al que disposa aquesta guia.

D'altra banda, es depuraran o reconvertiran els comptes que estan inactius o bé que no s'actualitzen de manera regular. El manteniment de comptes obsolets a les xarxes dóna una imatge de deixadesa que perjudica la reputació institucional del conjunt de l'organització i es contradiu amb els principis que aquesta guia proposa.

La relació de les xarxes socials que gestiona l'Ajuntament no és un numerus clausus, ja que es pot ampliar o redefinir en qualsevol moment, en base a les necessitats comunicatives genèriques o sectorials de l'organització.

De tota manera, la idea no és obrir comptes i perfils perquè sí, sinó que caldrà justificar-ho per una necessitat de l'organització, alhora que caldrà que es disposi dels recursos humans idonis per gestionar-los correctament.

El nou Pla de Comunicació proposa una reordenació de les xarxes socials municipals, estructurades en tres grups temàtics, per la qual cosa aquesta guia es remet i s'adapta a allò que disposa el Pla de Comunicació.



Telegram

És una aplicació de missatgeria instantània i gratuïta. S'ha obert aquest canal digital de comunicació per oferir informació actual i útil per a la ciutadania. És especialment adequat per les seves condicions d'implantació social i seguretat en les comunicacions.

- **Gestió:** L'Ajuntament de Torelló disposa d'un únic canal corporatiu de Telegram, gestionat directament per les persones responsables del servei de Comunicació.
- **Contingut:** Ofereix informació de servei generalista, d'interès per a la ciutadania i multidisciplinari. L'Ajuntament de Torelló va implantar Telegram amb l'esclat de la crisi sanitària, com una via de comunicació amb la ciutadania ràpida i efectiva.



Twitter

És una plataforma de micromissatgeria de text curts (fins a 280 caràcters) idònia per comunicar notícies a l'instant, nous serveis, per referenciar informacions diverses (d'agenda, novetats, situacions d'emergència, informacions puntuals,...) i per retransmetre esdeveniments (com les sessions del ple municipal o una roda de premsa). Però també és una eina per dialogar i col·laborar. La conversa és oberta a Internet i s'hi construeixen xarxes socials a partir del seguiment dels usuaris que ens interessin.

- **Gestió:** L'Ajuntament de Torelló disposa actualment d'un únic perfil de twitter institucional, obert i gestionat des del servei de Comunicació (adscriu a Alcaldia). Altres serveis municipals tenen presència a les xarxes socials, amb comptes que s'han obert d'acord amb les necessitats del servei, amb l'autorització dels responsables polítics de cada àrea i prèvia informació al servei de Comunicació. La gestió correspon als tècnics adscriu a les àrees respectives que hauran d'adequar la seva executòria a allò que dictamina aquesta guia d'usos i d'estil. L'objectiu ha de ser unificar l'estructura formal del missatge, el procediment i la planificació de la freqüència. De tota manera, el nou Pla de Comunicació proposa una reordenació de les xarxes per la qual cosa el mapa actual de XXSS quedarà sensiblement modificat, amb el manteniment d'alguns comptes i la assimilació d'altres al compte institucional. En aquest aspecte, aquesta guia es remet a allò que disposa el Pla de Comunicació.

- **Contingut:** Pel que a l'estructura, atès que només es disposa de 280 caràcters, els tuits han de ser sintètics, però han de contenir informació suficient que els justifiqui, evitant abreviatures que els facin incomprensibles. Si no es pot donar tota la informació, s'hi pot incloure un enllaç on completar-la i accedir a tot el contingut. Tots els tuits institucionals contindran l'etiqueta #ajtorello, a banda d'altres que s'hi puguin incorporar (no més de dues o tres etiquetes). Si és necessari, aniran acompanyats d'una imatge que sigui il·lustrativa del contingut informatiu del tuit. S'han de defugir les imatges de recurs.

Pel que fa als usos lingüístics, els tuits es redacten únicament en català. En tot cas es poden redactar en una altra llengua en casos excepcionals, quan el propi contingut o el perfil dels destinataris així ho exigeixi. Pel que fa als retuits, es respectarà la llengua en què han estat escrits originàriament.

- **Freqüència d'actualització:** Per anar bé, diària. Però caldrà actualitzar en la mesura necessària segons el volum d'informació a transmetre. Es considera una xifra òptima generar entre 1 i 10 tuits diaris. En casos d'esdeveniments puntuals que tenen una continuïtat (rodes de premsa, plens municipals, presentacions...), s'emetran els tuits necessaris per subministrar una informació suficient i rigorosa, amb paràmetres de concisió i veracitat.

A més, també es poden retuitejar altres informacions d'interès, amb la consideració que no es facin mai més retuits que tuits de producció pròpia. I amb la seguretat que les informacions retuitejades:

- Provinguin de fonts de confiança
- Provinguin d'usuaris de reconegut prestigi
- Siguin informacions oficials o d'institucions públiques



Instagram

És una aplicació mòbil gratuïta desenvolupada per compartir imatges. L'aplicació permet a qui l'utilitza fer fotografies, aplicar filtres i marcs si es desitja i, finalment, mostrar-les a les persones o col·lectius que el segueixen, ja sigui a la pròpia plataforma o a diverses xarxes socials.

- **Gestió:** Els perfils d'Instagram que tenen algunes àrees municipals són gestionats pel personal de les mateixes àrees. Quan s'implanti el nou Pla de Comunicació, les àrees i el servei de Comunicació decidiran quina ha de ser la forma de gestió de la xarxa més eficaç.

- **Contingut:** La difusió de les fotografies penjades a Instagram estarà coordinada amb altres xarxes socials municipals, com Twitter i Telegram, amb la finalitat d'arribar a un públic més nombrós. En el cas d'Instagram no es pot evitar la possibilitat que es facin comentaris, però no es promourà.

-Recomanacions per a les presentacions:

-Etiquetar les fotografies amb el símbol #

-En el cas d'imatges que no siguin pròpies, cal tenir controlats els drets i citar-ne la font



Youtube

És una plataforma que permet publicar, veure i compartir vídeos. És idoni per difondre vídeos informatius o didàctics sobre l'activitat de l'Ajuntament. Amb el temps s'ha convertit en l'estàndard de vídeos en línia i el seu cercador és el més utilitzat per trobar continguts audiovisuals.

-Gestió: El canal de Youtube de l'Ajuntament de Torelló és corporatiu i el gestiona el servei de Comunicació que, al mateix temps, és qui el proveeix de continguts.

- **Contingut i aspectes de presentació:** El contingut essencial del canal de Youtube institucional està format per imatges vinculades a l'Ajuntament de Torelló, especialment activitat institucional, sessions dels òrgans col·legiats (hi haurà les sessions del ple municipal) o actes organitzats per les diferents regidories.

Pel que fa a la imatge de capçalera, serà la marca corporativa de l'Ajuntament de Torelló.

Youtube permet classificar els vídeos per llistes de reproducció. Se'n faran les que calgui en base al seu contingut temàtic.

Quan es publica un vídeo, cal posar-li un títol i una descripció. També és important emplenar el camp Etiquetes amb paraules clau que facin referència al contingut del vídeo per facilitar-ne la cerca i així agilitar la visibilitat dels continguts.

També és important fixar-se amb la imatge en miniatura que queda com a presentació del vídeo, ja que és un factor rellevant per a la seva visibilitat. Youtube permet editar-la i fins i tot canviar-la.

- **Integració a la web:** La forma més habitual de visibilitzar Youtube és incrustar algun dels seus continguts en altres mitjans com la web municipal o les XXSS corporatives. Així, es pot accedir al recurs sense haver de traslladar-se a un altre web.



Altres xarxes socials

Com ja s'ha assenyalat anteriorment, l'Ajuntament de Torelló ha ampliat el nombre de comptes institucionals, a més del seu perfil de twitter, amb un compte a Telegram i un canal oficial de YouTube. Dues eines que han permès millorar la resposta comunicativa institucional en casos d'emergència social, com ha estat el cas de la crisi sanitària del Coronavirus. Amb el canal de Telegram, que ha tingut una implantació i difusió molt ràpida i positiva, s'ha guanyat en immediatesa i amb el canal de YouTube, s'ha introduït l'apartat d'informació audiovisual, que genera confiança i més proximitat amb la ciutadania.

Les necessitats comunicatives de l'Ajuntament fan preveure que aquesta relació encara s'incrementi properament. El règim d'obertura de comptes i perfils es valorarà des del servei de Comunicació en funció de la seva idoneïtat i conveniència i d'acord amb allò que disposa el nou Pla de Comunicació, que proposa una profunda reordenació del mapa de XXSS de l'Ajuntament. D'aquesta manera, és previsible que aquest apartat augmenti amb eines com Instagram, Facebook o altres xarxes que siguin d'interès i, al mateix temps, que en desapareguin o d'altres s'assimilin al perfil institucional.

La resta de xarxes socials que es gestionen des dels diferents serveis municipals, caldrà que es redefineixin i s'adaptin als criteris que estipula aquesta guia d'usos i el Pla de Comunicació de l'Ajuntament per evitar una imatge de dispersió que afectaria negativament la reputació de l'organització.

Al mateix temps, caldrà que la planificació de la freqüència de publicació de missatges es faci d'una manera més exhaustiva, amb un cronograma setmanal que inclogui les xarxes de tots els departaments, utilitzant els mateixos criteris estilístics, de contingut i de volum d'informació.



6. Gestió dels comptes i normes de participació

Entrar en el terreny de les xarxes socials significa apostar per la interacció oberta a la ciutadania. Per tant, el flux d'informació podrà ser unidireccional; però també pot ser que, ateses les característiques de l'eina escollida, es generi una resposta o una conversa, de manera que la comunicació esdevingui bidireccional.

Per generar confiança amb qui s'interlocuta, davant d'una qüestió, pregunta o aportació, la resposta de l'Ajuntament ha de ser tan immediata com sigui possible (tot i que aquesta immediatesa pot ser diferent en funció d'una o altra xarxa). Si la resposta requereix una recerca d'informació, és important informar a la persona que s'hi està treballant i que es subministrarà la informació tan aviat com se'n disposi. En el cas que, pels motius que sigui, la resposta es demori, s'ha de notificar. Aquesta celeritat en la resposta no serà aplicable als dies festius i caps de setmana quan, per regla general, el servei de Comunicació no estarà actiu (tret de casos excepcionals o d'emergència).

Les respostes han de ser comprensibles i han de defugir els excessos del llenguatge administratiu. S'ha d'entendre aquesta interacció amb la ciutadania com una bona oportunitat per resoldre problemes, obtenir agraïment i millorar la imatge de la corporació.

D'altra banda, perquè aquesta interacció sigui de qualitat, amb converses basades en la tolerància i el respecte, s'estableixen unes normes de participació per a la ciutadania.

Cas de no complir-se, la institució es reserva el dret de no publicar-les.

Aquestes normes són:

- Que facin referència al tema tractat
- Que els comentaris o preguntes no tinguin un contingut polític
- Que mantinguin el respecte i no ofenguin ni atemptin contra la dignitat d'altres persones
- Que no continguin dades de caràcter personal ni informació publicitària
- Que no tinguin com a objectiu enganyar o estafar la ciutadania
- Que no vulnerin la normativa de drets d'autor i propietat intel·lectual
- Que els comentaris o preguntes estiguin fets per perfils personals, entitats o col·lectius identificables. L'Ajuntament no respondrà a perfils anònims
- Cal tenir present que cada xarxa social té les seves pròpies normatives d'ús

L'Ajuntament de Torelló només es responsabilitza dels continguts que emet a través dels seus canals. El servei de Comunicació municipal es reserva el dret de no publicar les aportacions que infringeixin aquestes indicacions. I si un/a usuari/ària incompleix repetidament les normes de participació, pot ser bloquejat/ada.

7. Generació de continguts: pautes de redacció, calendari i freqüència de publicació

Per a aconseguir que la informació tingui impacte i que arribi al seu públic destinatari, s'han de generar continguts rellevants i de qualitat. No n'hi ha prou de reproduir el titular o l'enllaç d'una nota de premsa, sinó que la ciutadania ha d'apreciar que el contingut representa un valor afegit a la informació. El tipus de contingut rellevant pot diferir en funció de la seva temàtica. Però, en general, adjuntar-hi una imatge gràfica o fotogràfica o l'enllaç a un repositori amb aquesta mateixa imatge gràfica, suposa un apreciable plus qualitatiu.

Per tal d'aconseguir la màxima eficàcia en l'acció comunicativa, és recomanable unificar criteris en relació a la redacció dels continguts, periodificar la seva emissió i planificar la freqüència de publicació. I, prèviament, avaluar la conveniència de publicar un determinat contingut, en base a criteris d'interès i de publicitat; i també reflexionar i escollir el canal que es consideri adequat per a transmetre'l.

Pautes per redactar continguts

- Redactar la informació de manera clara, concisa, rigorosa i comprensible
- Evitar textos massa llargs
- Utilitzar un to planer i proper per generar empatia i confiança, però sense oblidar un accent institucional en tant que representem a l'Ajuntament
- Seguir l'ordre natural de la frase, presentar-la en format actiu i evitar l'ús de subordinades
- Evitar l'ús dels gerundis i d'oracions passives
- Evitar l'ús d'arcaïsmes, cultismes, tecnicismes innecessaris o una terminologia administrativa complexa
- Utilitzar un llenguatge no sexista i respectuós amb les minories (culturals, ètniques, religioses o socials)
- Evitar l'excés d'estrangerismes (especialment d'anglicismes) característics del món d'Internet i escriure en català tots els termes estrangers que puguin ser traduïts
- Usar etiquetes curtes -no més de dues o tres- i si és possible que ja s'estiguin utilitzant. Que tinguin un màxim 12 caràcters per recordar-les i d'encabir-les en l'espai limitat d'un tuit
- Redactar sense faltes d'ortografia ni errors de lèxic i amb construccions sintàctiques adequades. L'Ajuntament ha d'escriure correctament els missatges que publica
- Utilitzar l'opció de Twitter que permet enllaçar missatges a través de la resposta



Calendari de publicació de continguts

- Planificar a una setmana vista els continguts que es publicaran als diferents canals
- Crear un arxiu amb continguts atemporals per publicar quan no hi hagi continguts d'actualitat
- Ús dels informes de seguiment per conèixer els millors dies i hores per publicar, identificant les franges de màxim interès de la ciutadania

Freqüència de publicació

L'augment de la implantació de l'ús de les xarxes socials en el nostre dia a dia les ha convertit en eines domèstiques. De tota manera, això no ha de justificar l'increment exponencial del nostre flux comunicatiu, perquè no tindrà una traducció en termes d'eficiència i eficàcia. Un excés comunicatiu pot provocar la saturació i el desinterès de l'interlocutor, que en el cas de l'Ajuntament és la ciutadania.

Per això, és bo racionalitzar el volum informatiu que es produeix. A més, es considera que espaiar els missatges publicats fa incrementar la seva visibilitat. Tampoc no és recomanable estar absent de les xarxes sinó que cal donar una imatge de presència continuada. Entre 1 i 10 tuits al dia és una xifra raonable (mínim i màxim).

També a Facebook o a Instagram cal tenir una presència continuada, actualitzant els continguts diàriament (amb 1 o 2 entrades). Tot i així, en situacions d'informacions en directe o casos d'emergència, aquests paràmetres de publicació poden variar.

8. Creació de xarxa i posicionament

El tràfic d'un perfil o compte en una xarxa social depèn, en bona mesura, del posicionament que obtingui dins de la mateixa xarxa social. Això pot ser una dificultat, sobretot al principi. Per això, es poden definir diverses estratègies per donar més visibilitat, com ara:

Aquestes normes són:

- Comunicar a la nostra base de dades que tenim una nova presència on-line en la web 2.0.
- Enviar un email adreçat a la nostra base de dades comunicant i enllaçant als nous comptes de les xarxes socials.
- Col·locar ginyes o botons d'enllaços en la web institucional convidant als visitants a unir-se als nostres grups a les xarxes socials.

Altres estratègies per publicitar l'existència de les xarxes socials de l'organització:

- Enviar un correu electrònic a llistes de contactes informant de la creació del nou perfil o pàgina.
- Comunicar mitjançant una nota de premsa la creació del nou perfil o pàgina.
- Incloure l'adreça URL a la signatura del correu de tots els membres de l'organització.
- Enllaçar al nou perfil o pàgina des del web institucional.
- Incloure els pictogrames de les nostres xarxes socials en qualsevol publicitat corporativa (pòsters, fulletons, tríptics) i en el butlletí municipal.
- Enllaçar les xarxes socials als webs dels diferents serveis de l'Ajuntament (Torelló Jove, Biblioteca Dos Rius, Teatre Cirvianum, Museu de la Torneria, Ràdio Ona).

Per altre cantó, des de les xarxes socials de l'Ajuntament es podran promoure activitats i accions per connectar i donar veu a la ciutadania. Indubtablement, una premissa bàsica es concreta amb el contingut del missatge, que ha de ser d'interès o d'utilitat per a la ciutadania (si no és així, en comptes de fomentar la interacció, s'obstaculitza).



-Promoure enquestes o consultes on-line sobre temes d'interès ciutadà. Una enquesta ciutadana sobre, per exemple, els actes de la Festa Major, genera interès en col·lectius no especialment vinculats a la informació municipal. Es generen nous vincles amb nous segments de ciutadania.

-Organitzar concursos. Qualsevol iniciativa d'aquest tipus ha de respectar les normes específiques que cada xarxa social imposa per a aquests casos.

- Adaptació per a ser vist i consultable tot el contingut d'informació ciutadana municipal des de formats mòbils.

-Potenciar l'adhesió a les aplicacions mòbils destinades a aquest fi.

-Actualitzar amb regularitat. Per incentivar la ciutadania a visitar sovint les pàgines i seguir els perfils socials, és necessari oferir de forma regular noves informacions i notícies. Diferents estudis evidencien que si la informació no és renovada regularment, les visites i els seguidors baixen ràpidament.

-Unificar les aplicacions de la imatge corporativa, segons el manual d'estil corporatiu de què es disposi, a tots els serveis municipals que gestionin xarxes socials.

-Utilitzar una etiqueta genèrica per a totes les xarxes socials dels diferents serveis municipals. I promoure que les persones usuàries particulars de xarxes socials vinculades amb l'Ajuntament, ajudin a potenciar aquesta etiqueta usant-la correctament en els seus comentaris.

-Fer promocions. La majoria d'eines socials ofereixen la possibilitat de promocionar una publicació, com una manera ràpida d'arribar a un major nombre de persones que no pas seguint les pautes d'edició habituals. Les promocions poden ser institucionals (a través dels propis mitjans) o de pagament.

Els informes periòdics que s'obtinguin a través dels indicadors de seguiment, orientaran sobre la necessitat i tipologia d'accions dirigides a augmentar el nombre de visites o de seguidors.

9. Comunicació de crisi

L'actuació de l'administració està subjecta per definició a la fiscalització pública. Per tant, qualsevol acció o inacció de l'Ajuntament pot donar peu a una valoració negativa o a una crítica per part de la ciutadania, que, legítimament, la pot fer pública o donar-li repercussió a través de les xarxes socials. Indubtablement, una situació d'aquest tipus afecta de manera negativa la reputació de la institució. Per això, cal estar preparat per quan, inesperadament, sorgeixi una situació d'aquesta naturalesa, i neutralitzar o reduir el seu impacte.

Una manera d'estar preparat és preveure possibles escenaris de crisi que es puguin produir i preveure, al mateix temps, la resposta que se li ha de donar. La prudència en la generació de continguts i l'eliminació de perfils institucionals que no segueixin les normes d'ús genèriques, també poden ser útils en la prevenció de les situacions de crisi.

Tot i així, si es produeix, hi ha algunes estratègies a seguir:

- Localitzar i identificar la causa del conflicte per poder-la resoldre.
- Que la persona responsable de les xarxes socials tingui capacitat i autonomia per donar una resposta adequada, que tingui els recursos necessaris per actuar i els canals d'informació i gestió a disposició.
- Donar a la situació de crisi la importància que té i no minimitzar-la, i afrontar-la amb decisió, generant informació constant per recuperar confiança.
- Si la crisi es genera per un error propi, s'ha d'admetre i demanar disculpes.
- Persistir en l'objectiu de trobar solucions per als afectats d'una manera constant i continuada perquè apreciïn que s'està actuant.
- Atendre i respondre tots els comentaris, per la qual cosa cal controlar totes les etiquetes que parlin del tema, avaluant el nombre de tuits i retuits i usuaris més actius.

10. Indicadors de seguiment i avaluació

Es farà el seguiment de les diferents eines que s'utilitzen amb uns indicadors que permetin mesurar l'impacte de l'acció comunicativa a través de les xarxes socials. Cal fer l'avaluació amb una periodicitat establerta i relativa freqüència; així es disposarà de la informació necessària per creuar-la amb els objectius prèviament determinats. Aquest encreuament de dades permetrà constatar si s'han complert els objectius, si s'avança en la direcció correcta o bé si s'han introduir elements de correcció per millorar les prestacions de l'acció comunicativa.

La recollida de dades es farà, si és possible, de manera automatitzada mitjançant les interfícies de programació d'aplicacions. I també a partir d'indicadors quantitius i qualitius.

Els indicadors quantitius són:

- Nombre de seguidors a cadascuna de les xarxes. Comparació amb les dades anteriors.
- Nombre de visites a la pàgina web de l'Ajuntament.
- Nombre de mencions als comptes oficials de l'Ajuntament.
- Nombre de redifusions de les publicacions de l'Ajuntament (retuits a Twitter, comparticions a Facebook).
- Nombre de comentaris publicats.

A més, xarxes socials com Facebook o Twitter ofereixen els seus propis serveis d'estadística i anàlisi, que poden ser molt útils a l'hora de fer aquests balanços.

Els indicadors qualitius són més subjectius i es poden mesurar segons l'impacte que han tingut les publicacions entre la població en general: si s'ha facilitat la participació en una determinada convocatòria, si s'ha incrementat l'assistència a un acte a través de la seva publicació a les xarxes, etc.

La combinació de les dades quantitatives i qualitatives permetrà extreure conclusions de l'estratègia comunicativa a través de les xarxes socials. En base a aquestes conclusions es podran establir canvis d'estratègia o millores en la gestió. L'objectiu final és que els recursos humans i materials que esmerça l'Ajuntament en la seva gestió de les xarxes socials tinguin com a resultat la millora del servei al ciutadà.



11.- Protecció de dades de caràcter personal, drets d'imatge i propietat intel·lectual

L'Ajuntament garanteix la confidencialitat de les dades personals en els termes establerts per la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal i també el dret a la pròpia imatge (drets d'imatge). No s'utilitzaran mai, sense permís de l'autor, materials que estiguin subjectes a copyright i sobre els quals no se n'hagi autoritzat explícitament l'ús.

Annex

Guia d'usos de les xarxes socials



AJUNTAMENT
DE TORELLÓ



Activació i ordenació de nous perfils

L'activació de nous perfils de xarxes socials d'entitats, ens, iniciatives i programes vinculats directament a l'Ajuntament de Torelló caldrà que sigui validada pel servei de Comunicació municipal.

L'objectiu és mantenir una ordenació de perfils coherent en el marc general de política de XXSS de l'Ajuntament. Per activar un nou perfil, caldrà fer arribar la petició al servei de Comunicació de l'Ajuntament, que en validarà l'activació.

Descripció dels perfils

El text de descripció dels perfils de xarxes socials haurà de ser validat pel servei de Comunicació de l'Ajuntament de Torelló, amb la finalitat de mantenir la coherència en el posicionament i projecció de les entitats vinculades al consistori.

Manteniment i dinamització de les xarxes

Cadascuna de les entitats, ens i/o programes amb canal propi autoritzat dinamitzarà i publicarà els continguts que cregui adients vinculats a la seva activitat. Els canals vetllaran pel bon compliment de les recomanacions de la Guia d'usos i estils de l'Ajuntament de Torelló i pel Pla de Comunicació municipal.

El servei de Comunicació queda a la disposició dels dinamitzadors dels perfils per a consultes en la gestió dels continguts i el to dels mateixos.

Eliminació de perfils existents

El servei de Comunicació de l'Ajuntament proposarà l'eliminació dels perfils existents en els supòsits següents:

- Manca de dinamització els darrers 18 mesos
- Finalització del programa/projecte o entitat titular del perfil

Tal i com preveu el punt 5 del Pla de comunicació 2.0 i guia d'usos i estils de l'Ajuntament de Torelló, l'àrea de comunicació eliminarà els comptes inactius o que no s'actualitzen de manera regular.

Pautes per a la gestió dels comptes de l'Ajuntament de Torelló



**AJUNTAMENT
DE TORELLÓ**



criteris per al seguiment – Twitter

El twitter de l'Ajuntament seguirà els perfils de:

- Ajuntaments de la comarca d'Osona (tots) i alcaldes/esses de la comarca d'Osona
- Organismes oficials
- Entitats i associacions del municipi
- Mitjans de comunicació
- Periodistes torellonencs i osonencs o vinculats al municipi i a la comarca
- Alcalde/essa i regidors/dores (es mantindrà el seguiment quan deixin el seu càrrec)
- Serveis municipals de Torelló
- Escoles i AMPA's del municipi
- Concessionàries municipals
- Partits polítics locals (tots)
- Entitats comarcals de la naturalesa social que treballen al municipi
- Clubs esportius locals
- Torellonencs i torellonenques vinculats a la vida associativa local

Es deixaran de seguir els comptes de persones representants del teixit associatiu local quan deixin el càrrec que els permet la representació (per exemple, directius de clubs i entitats)

criteris per deixar de seguir perfils

El compte de Twitter de l'Ajuntament deixarà de seguir els següents perfils:

- Quan algunes de les persones a qui se segueix deixin de tenir càrrecs de representativitat del teixit associatiu del municipi.
- Aplicació del criteri de noticiabilitat: es mantindrà el seguiment dels perfils que siguin actius i aportin informació que sigui susceptible per a l'interès municipal.



Tractament de les mencions rebudes i retuits

Quan es mencioni l'Ajuntament de Torelló (via tuit, o bé etiquetant a la fotografia), es comprovarà si el contingut de la piulada té caràcter informatiu. En cap cas es repiularan tuits d'opinió.

Els criteris a aplicar per repiular un tuit seran els següents:

- Noticiabilitat
- Actualitat
- Vinculació o impacte al municipi
- Emissor: si l'autor del tuit és membre de la corporació municipal, es repiularà automàticament si compleix els criteris.

Igualment, i sense necessitat de menció, es repiularan els continguts de tuits si s'ajusten a les pautes de correcció marcades, així com si aporta informació d'interès per a la població. En cas que hi hagi dos tuits del mateix tema, només se'n repiularà un per no saturar a la ciutadania.

Tractament dels m'agrada

En cas que el contingut no sigui susceptible de ser repiulat, perquè ja s'ha repiulat alguna informació general i no saturar, però compleix la resta de criteris del retuit, es farà un M'agrada.

En cas que hi hagi diferents tuits d'un esdeveniment que s'allarga en el temps, només es repiularà el de l'inici, el final o algun ítem destacat del mateix. De la resta, se'n farà M'agrada.

-Tractament de les mencions emeses des del compte de l'Ajuntament

Es farà menció al contingut del tuit quan el mateix afecti o faci referència de manera directa a la persona, organisme o entitat implicada.

-Tractament de les etiquetes a les imatges

Sempre que sigui possible s'etiquetaran als membres de la corporació que apareguin a la imatge, així com entitats i institucions del municipi, per facilitar la viralització del contingut.

Ús d'etiquetes

S'utilitzaran etiquetes sempre que ajudi la ciutadania a indexar continguts. Per tant, en cas que ja s'hagin creat etiquetes al respecte, o bé que calgui fer tuits d'un mateix esdeveniment que ja té etiqueta.



Gestió de peticions, sol·licituds i queixes via Twitter

Si el tuit rebut utilitza llenguatge sexista, malsonant, expressions denigrants...s'ignorarà el tuit rebut.

En cas contrari, s'enviarà un missatge genèric de resposta de cortesia indicant que s'ha rebut la petició i que es deriva a un canal oficial.

Automàticament, s'enviarà el tuit a l'àrea corresponent.

No es contestaran peticions procedents de perfils anònims.

D'altra banda, s'incorporarà al perfil de Twitter del compte de l'Ajuntament un canal d'atenció ciutadana (torello@ajtorello.cat) per a rebre suggeriments, queixes i peticions.

L'objectiu és derivar a la via privada la conversa entorn de queixes, reclamacions, suggeriments, etc. Per no saturar el canal d'informació de la ciutadania amb temes d'interès individual.

El seguiment del ple municipal

Els plens municipals, atesa la seva importància com a principal òrgan col·legiat, és objecte d'un seguiment especial, amb la retransmissió en directe a través de l'aplicatiu de la web municipal i del canal de twitter. En el cas de les imatges, a banda de la seva emissió en directe, queden dipositades al canal institucional de Youtube, obertes a la consulta de la ciutadania.

Pel que fa al seguiment a través de Twitter, s'observarà, com a criteri general:

- Abans de l'inici del ple, es piularà un missatge d'obertura, recordant l'enllaç amb l'emissió en directe de la sessió
- El ple es seguirà punt per punt, piulant l'enunciat estricte de l'ordre del dia
- En tot cas, l'enunciat s'ampliarà amb el contingut (total o parcial) de la proposta d'acord
- Cada punt es tancarà amb una piulada amb el resultat de la votació
- Les mocions tindran el mateix tractament que la resta de punts
- Es citaran els grups municipals que impulsen les mocions, així com a l'hora d'expressar el sentit del seu vot
- No es recolliran explicacions ni declaracions textuais –tret que sigui imprescindible per a la comprensió del punt-, per evitar eventuais errors o conflictes d'interpretació
- En el cas de punts de certa complexitat enunciativa, s'obrirà fil
- No es faran piulades dels precs i preguntes ni de les informacions de les regidories, tret que se'n derivi informació d'interès general
- Es reforçarà el seguiment del torn de precs i preguntes a través de l'emissió en directe de la sessió, recordant l'enllaç amb una piulada específica



AJUNTAMENT
DE TORELLÓ