



Entitat Municipal de  
**Valldoreix**

# Guia de xarxes socials



## **Avís legal**

Aquesta obra està subjecta a una llicència Reconeixement 4.0 Internacional de Creative Commons. Se'n permet la reproducció, la distribució, la comunicació pública i la transformació per generar una obra derivada, sense cap restricció sempre que se'n citi el titular dels drets. La llicència completa es pot consultar a: [creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca)

Aquesta obra és, en part, derivada d'altres obres amb llicència Creative Commons. El llistat d'obres originals que han inspirat aquesta obra derivada es pot trobar a l'apartat Fonts i Bibliografia d'aquest mateix document.

## **1. Introducció**

L'Àrea de Comunicació de l'EMD de Valldoreix publica aquesta Guia de Xarxes Socials amb l'objectiu de definir l'actuació de la corporació en l'àmbit dels canals socials digitals i facilitar eines a totes les persones de l'àmbit municipal que treballen aquest entorn.

La guia respon a una planificació estratègica que té per objecte reduir i racionalitzar el nombre i l'ús dels canals, de manera que se'n millori l'impacte d'una manera racional i adequada als objectius institucionals i, al mateix temps, establir els criteris corporatius definits al pla de comunicació.

Els criteris principals són:

- a) Ser canals reconeguts i que estiguin sota la supervisió d'un responsable municipal.
- b) Complir els mínims criteris de qualitat: legals, d'usabilitat, de correcció, d'inclusió, d'actualització de continguts i d'accessibilitat, entre d'altres.
- c) Assolir els indicadors de més de cinc mil seguidors estables de mitjana o de relació amb diferents comunitats (mesurats mitjançant el nombre d'interaccions, l'interès o el compromís amb els missatges emesos).

En aquesta guia especialitzada es detallen els criteris que fan referència a les xarxes socials utilitzades per l'EMD: Twitter, Facebook, Instagram, Telegram i YouTube. Val a dir que les primeres (Twitter, Facebook, Instagram i Telegram) són considerades canals de comunicació; mentre que YouTube es fa servir també com a repositori en línia de vídeos corporatius i per a les retransmissions en directe d'esdeveniments de caire institucional com el Ple Municipal i L'Audiència Pública, entra d'altres.

## **2. Objectius de comunicació a les xarxes**

La prioritat de les xarxes municipals és donar a conèixer els serveis municipals, l'acció del Govern municipal, la pluralitat política representada al Ple de la Junta de Veïns, l'activitat de les sessions plenàries. Altres òrgans i espais participatius d'interès comunicatiu seran les Audiències Públiques, les Audiències Públiques de Pressupost, així com altres espais participatius municipals i totes aquelles activitats o iniciatives ciutadanes que ajudin a difondre el nom i els valors de la vila de Valldoreix.

Per aconseguir-ho la comunicació ha de seguir sempre els criteris de transparència, honestat i proximitat. És a dir, la informació ha de ser comprensible, i amb aquesta finalitat cal utilitzar les possibilitats de les eines existents i buscar-ne de noves, per tal d'oferir la informació de manera immediata. Al mateix temps, però, els canals institucionals han de facilitar l'accés

a informació tractada amb profunditat necessària perquè, tothom qui ho vulgui, tingui tota la informació a la seva disposició. Tot això, tant d'una manera proactiva, com a emissors del missatge, com d'una manera reactiva, aprofitant l'opció de conversa que ofereixen les xarxes socials.

Les xarxes socials són també un canal d'atenció ciutadana. A través d'aquestes plataformes es vehiculen queixes i suggeriments de la ciutadania. En cas que sigui necessari, s'han de derivar cap al procediment formal perquè en quedi constància. També s'hi atenen dubtes i emergències que la ciutadania pugui detectar. Ha de preponderar la qualitat en el tractament del contingut, tant en la forma com en el fons, entenent que això és un principi bàsic per assolir una comunicació transparent i pròxima, i cal mantenir-hi sempre el to institucional.

### **3. Consideracions generals**

#### **3.1 Què volem comunicar i com ho fem?**

Els canals socials de l'EMD de Valldoreix han de valorar i treballar la manera de comunicar els continguts següents:

- Serveis a la ciutadania
- Acció del Govern municipal
- Conseqüències de les accions del Govern municipal sobre la ciutadania
- Pluralitat política de la Junta de Veïns de la corporació
- Iniciatives de caràcter associatiu i/o individual, de caire cultural, lúdic, esportiu, empresarial... que siguin d'interès ciutadà, serveixin per fomentar el sentiment de comunitat i contribueixin a difondre el nom i els valors positius de la vila de Valldoreix

Els perfils a les diferents xarxes socials també han de servir per facilitar l'accés als diferents webs institucionals i posant a disposició de la ciutadania les notícies i esdeveniments, el catàleg de tràmits, la informació institucional, les diferents àrees i serveis... i sempre que sigui possible, s'ha de fer tractant de posar els enllaços que tinguin relació directa amb el tema que s'està abordant.

Per fer més efectiva la comunicació amb l'administrat cal definir un pla de mitjans digitals que permeti l'optimització del flux informatiu que es fa arribar a la ciutadania i millori la planificació de la creació de continguts, sempre en consonància amb l'actualitat.

#### **3.2 El President i els vocals a les xarxes**

Els perfils municipals a les xarxes socials fan el seguiment de l'activitat política, a través de la cobertura dels òrgans municipals (Ple, comissions, espais de participació...) i de l'acció del Govern. Per mitjà de la cobertura dels òrgans municipals, com a espais de representació dels grups polítics, se'n recullen els posicionaments i les proposicions, que queden reflectits a les xarxes socials municipals.

Tant el president com els vocals de l'EMD han de tenir en compte que la seva participació en les xarxes socials s'ha de fer a través dels seus perfils personals, no municipals. A la biografia del perfil poden informar del càrrec que ocupen.

Als canals institucionals no es retuiten/repostegen perfils de polítics, ni de partits o grups municipals, quan aquests expressin posicionaments polítics o vulguin fer difusió de la seva tasca com a representants d'una opció política concreta.

D'igual manera, tampoc quedaran recollits ni es difondran comentaris ni valoracions de caràcter personal, ja que no forma part de l'esperit d'aquests canals, en tant que el seu objectiu és la difusió de l'activitat institucional i de l'activitat de les entitats/associacions/iniciatives cíviques i no de l'activitat dels representants polítics, sempre que aquests no expressin un posicionament polític o una proposta que manifesti la intenció del Govern municipal i de la institució sobre un àmbit concret.

Sempre i quan es consideri que una interacció pot contribuir a promoure la difusió de les activitats de caràcter institucional i valors cívics de Vallldoreix, es podran citar/compartir continguts de perfils personals dels vocals de l'EMD, els partits polítics als quals representen i dels regidors/institucions del municipi.

### 3.3 Treballadors de l'EMD

Sempre que interaccionin a les xarxes socials a través dels seus perfils personals, els treballadors de l'EMD han tenir en compte una sèrie de recomanacions, ja que són membres de la institució:

- L'EMD de Vallldoreix garanteix que les opinions que emeses per qualsevol treballador/a en qualsevol perfil de les xarxes socials són de caire personal i en cap cas extrapolables a l'organització.
- L'empleat o empleada té dret a expressar amb total llibertat les seves opinions o posicionaments sobre qualsevol tema que cregui oportú, tenint present que qualsevol activitat a la xarxa hi queda enregistrada indefinidament i és accessible a tots els usuaris.
- Per evitar possibles conflictes l'EMD recomana observar les següents accions:
  - o Qualsevol treballador/a de l'EMD amb presència a les xarxes socials pot expressar aquesta condició lliurement.

- Està prohibit utilitzar un correu electrònic corporatiu per registrar un compte personal a qualsevol xarxa social. Cal usar una adreça de correu electrònic pròpia per registrar comptes personals i subscriure's qualsevol pàgina externa a l'EMD, ja que aquesta informació pot ser mal interpretada o utilitzada per a fins no desitjats.
- Cal evitar prendre part en accions/moviments que puguin comprometre o posar en risc la reputació de l'administració o l'òrgan municipal en el qual es presta serveis.
- Es recomana actuar de manera transparent i respectant la legislació.
- No s'han de publicar insults, desqualificacions, comentaris despectius ni ofensius a internet.
- Si s'usen les xarxes socials durant la jornada laboral, cal fer-ne un bon ús, sempre orientat a aconseguir una millora del servei que s'ofereix.
- Pel que fa a la difusió d'informacions, d'opinions i de continguts relacionats amb l'activitat professional, s'han de tenir en compte una sèrie de recomanacions:
  - a. Els continguts rellevants de caire professional publicats des dels perfils personals, els han de difondre originàriament des dels comptes institucionals els professionals de l'EMD que tenen assignada específicament aquesta tasca.
  - b. Les persones que formen part de l'EMD no han de fer difusió d'informació ni de documents als quals han tingut accés gràcies al lloc de treball que ocupen. Ocupar un lloc de treball amb accés directe a informació, documents o dades no atorga un privilegi especial i no permet difondre'ls directament, encara que puguin ser de lliure accés per part de qualsevol ciutadà.
  - c. Es pot difondre informació sol·licitada prèviament a l'EMD en exercici del dret d'accés que la llei reconeix a qualsevol ciutadà.
  - d. Es pot difondre informació que l'EMD ha publicat abans per mitjà de qualsevol dels seus canals o perfils oficials o en compliment de les obligacions de publicitat activa.
- Els perfils personals que comuniquin informacions o documents procedents de plataformes o d'altres sistemes d'informació de

L'EMD de Valldoreix han de citar o fer evident la font d'on emana la informació i han de respectar les condicions d'ús establertes a l'origen, especialment en tot el que fa referència al respecte als drets de propietat intel·lectual, el dret a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge i la protecció de les dades personals.

### 3.4 Llengua

A les xarxes socials institucionals la llengua vehicular és el català, i la redacció ha de ser inclusiva i no sexista. També s'ha de ser curós a l'hora de redactar, evitant errors de redacció i faltes d'ortografia. Si es dona el cas, s'eliminaran o se n'editarà el contingut per tornar-los a publicar de forma correcta.

El llenguatge a les xarxes socials ha de ser proper i s'ha d'adaptar a les característiques de cada xarxa social, sense perdre de vista que els perfils municipals són institucionals. Segons el tipus de contingut, també es poden redactar informacions en castellà i anglès, i fins i tot en altres idiomes. En el cas de les mencions o respostes, es respectarà l'idioma que faci servir l'usuari a qui responem, sempre que sigui possible.

### 3.5 Grafismes

El canal institucional a qualsevol xarxa social sempre s'identificarà amb el nom de la institució (@emdvalldoreix), mentre que, com a regla general, els canals corporatius d'altres àrees o departaments faran servir la fórmula: departament\_valldoreix (@cultura\_joventut\_valldoreix @agent\_civic\_valldoreix)

Tots els canals corporatius han de seguir el mateix patró gràfic, on la imatge principal del perfil serà l'escut de la corporació en color bordeus en posició centrada, mentre a la part inferior hi apareixerà el nom del departament o servei. Els organismes o les empreses públiques que tenen una imatge pròpia han d'adequar aquesta imatge per fer-ne un avatar.

### 3.6 Contingut audiovisual

El contingut audiovisual difós a través de les xarxes socials ha de ser de fonts pròpies. Es recomana que les imatges tinguin unes mides específiques (en píxels) segons la xarxa social, la qual cosa permeti veure-les bé independentment del dispositiu utilitzat.

- Twitter
  - Capçalera: 1.500 × 500
  - Perfil: 400 x 400
  - Tuit amb imatge: 1024 x 512
  - Tuit amb link o imatge in-stream: 440 x 220
  
- Instagram:

- Perfil: 180 x 180
  - Foto: 1080 x 1080
  - Fotos horitzontals: 1080 x 566
  - Fotos verticals: 1080 x 1350
  - Stories: 1080x1920
  - Vídeos: 640 x 640 amb duració màxima de 60 segons.
  - Vídeos per Stories: 750 x 1334 amb duració màxima de 10 segons.
- Facebook:
- Perfil: 180 x 180
  - Portada: 820 x 312
  - Vídeos: 1250 x 312 amb una duració entre 20 y 90 segundos.
  - Portada grups: 1.640 x 856
  - Foto events: 1200 x 628
  - Imatges quadrades: 1200 x 1200
  - Imatges de horitzontals: 1200 x 630
  -

En cas d'utilitzar imatges o qualsevol altre tipus de contingut audiovisual, se n'han de respectar els drets d'autor i citar la font. També s'han de respectar els drets d'imatge de les persones que apareguin a les fotografies i es recomana demanar sempre que sigui possible permís a les persones que hi surten. Pel que fa als menors, aquest permís esdevé obligatori. A més cal evitar publicar cares i primers plans de menors.

### 3.7 Atenció ciutadana

La gestió de les xarxes socials municipals implica també revisar i contestar les mencions i els missatges directes que arriben a través de Twitter, de Facebook i d'Instagram. A l'hora de respondre aquestes interaccions s'han d'observar els següents criteris:

- No respondre mai missatges que continguin insults o amenaces que atemptin contra els drets humans.
- No establir converses; respondre a la menció o pregunta inicial.
- Les respostes han de donar una visió de servei públic amb informació objectiva.
- Respondre en la mateixa llengua de la consulta.
- Identificar perfils reincidents, com trols o robots, que presenten queixes sistemàticament.

- Les mencions de perfils polítics només s'han de contestar quan es fa una consulta directa. No respondre mai a valoracions. Els perfils municipals corporatius no han d'entrar en debats polítics.

Quan es dona una resposta a través de les xarxes socials, ha d'estar consensuada amb l'àrea competent i, quan sigui necessari, amb l'àrea de Comunicació

Per garantir la privadesa dels usuaris i respectar la legislació, en cas que per contestar una menció s'hagin de sol·licitar dades personals, la conversa s'ha de traslladar a l'àmbit privat i s'ha de demanar a l'usuari la utilització de missatges directes. Aquest recurs també es pot fer servir en temes sensibles com l'atenció a les dones, casos en què hi hagi involucrats menors d'edat, actuacions de la Policia Local i situacions d'especial vulnerabilitat.

#### **4. Xarxes Socials de L'EMD-Valldoreix**

Existeixen diferents tipus de xarxes socials, les denominades horitzontals i les verticals. Les primeres són aquelles plataformes generalistes que estan dirigides a tota mena de persones i no tenen una temàtica definida. Entre elles les més populars són Facebook, Twitter, Instagram i, en el darrer any, TikTok. Totes permeten l'entrada i participació de manera lliure i sense un objectiu definit.

A diferència de les horitzontals, les xarxes socials verticals estan constituïdes sobre la base d'un eix temàtic en concret, entorn del qual es congreguen una temàtica i un col·lectiu definit. Un exemple clar de xarxa vertical és LinkedIn que facilita l'establiment de relacions professionals entre persones i empreses.

A l'EMD utilitzem les següents xarxes socials:

##### **4.1 Facebook**

És un canal molt potent per a transmetre informació, especialment imatges, vídeos, enllaços, entre d'altres, de manera immediata i eficaç.

Els usuaris de Facebook:

- Busquen però alhora generen contingut.
- Sovint es mostren passius a la nostra pàgina però la gran majoria veu la informació.
- És un canal molt heterogeni: des d'adolescents (cada cop menys) fins a persones de més de 65 anys i demogràficament diferents.

Característiques i usos de les pàgines de Facebook

- La pàgina és indexada pels buscadors: d'aquesta manera més gent pot trobar la nostra pàgina als buscadors més coneguts.



- Les pàgines a Facebook són visibles per tot el món: encara que els usuaris no donin "m'agrada", poden veure el seu contingut.
- Les pàgines a Facebook poden tenir un nombre il·limitat de fans.
- Les persones interessades poden unir-se a la pàgina sense que l'administrador l'hagi de confirmar.
- No es poden enviar notificacions d'actualitzacions d'estat, però els usuaris sí que es poden subscriure a rebre notificacions cada vegada que es publiqui un nou post a la pàgina.

### Gestió de comptes i el seu contingut

El departament de Comunicació s'encarrega de coordinar i supervisar els continguts publicats.

### Tipus de continguts

- Difusió de les notes publicades al web de l'EMD.
- Difusió de les informacions del teixit social, associatiu, cultural i esportiu que puguin ser rellevants i interessants per als nostres seguidors.
- Difusió de campanyes institucionals, missatges de conscienciació i sensibilització.
- Imatges il·lustratives de les activitats i esdeveniments que s'organitzin.
- Enllaços a vídeos de Youtube, o altre tipus de material que es consideri d'interès.
- Atenció i resposta a les interpel·lacions de les usuàries i usuaris per aquest mitjà.
- Continguts publicats per altres administracions públiques (Generalitat, Diputació, Consell Comarcal, Mossos d'Esquadra...) que puguin ser d'interès per a la ciutadania.

### Algunes recomanacions sobre els continguts

- Es recomana publicar amb periodicitat diària, amb contingut propi en la mesura del possible.
- Les fotografies i els vídeos aconsegueixen més difusió i interacció que els enllaços.

- Utilitzar un llenguatge proper, sense oblidar que estem parlant com una administració pública.
- La llengua d'ús per a la publicació de missatges a Facebook és preferentment el català. De cara a donar respostes als usuaris, considerem convenient donar la informació demanada en l'idioma de l'usuari.
- Hem de tenir molta cura amb l'ortografia, la gramàtica i el vocabulari.

### Gestió de comentaris

A Facebook s'haurà de respondre els comentaris amb el mínim de temps possible, i dins del mateix espai on ha tingut lloc la pregunta o consulta. Convé donar les gràcies a l'usuari per la seva participació i afegir els continguts necessaris per complementar-ho. Si la crítica és negativa, caldrà estudiar la queixa i donar-hi resposta de forma constructiva.

### Bones pràctiques a Facebook

- Provocar respostes incloent frases com ara «Què us sembla?» o «Us agrada?», per generar feedback.
- Publicacions ni molt llargues ni massa curtes. Si són llargues, han de tenir un títol suggestiu que convidi a seguir llegint.
- Aportar valor. És recomanable publicar continguts que considerem interessants per als nostres seguidors.

### Estadístiques a Facebook

Les dades necessàries per a obtenir les estadístiques de periodicitat mensual de Facebook les podem trobar a través de Business Suite.

## 4.2 Instagram

És una xarxa social destinada a compartir fotografies i vídeos de curta durada. És molt útil per difondre informació gràfica del nostre interès.

### Gestió de comptes i el seu contingut

El perfil d'Instagram està creat pel departament de Comunicació de l'EMD. El departament de Comunicació s'encarregarà de coordinar i supervisar els continguts publicats i, si s'escau, eliminar aquells que no segueixin aquesta Guia d'úsos. Cada departament que disposi de compte a Instagram gestionarà el contingut de la seva pàgina i el departament de Comunicació serà l'encarregat de vetllar pel seu bon funcionament i ús.

## Tipus de continguts

- Promoció d'espais, racons, monuments del poble.
- Campanyes concretes, concursos fotogràfics o de creació de vídeos.
- Promoció d'etiquetes (per exemple: #Valldoreix #FMValldoreix).
- Difusió de notícies publicades al web de l'EMD.
- Difusió de les informacions del teixit social, associatiu, cultural i esportiu que puguin ser rellevants i interessants per als nostres seguidors.
- Difusió de campanyes institucionals, missatges de conscienciació i sensibilització.
- Imatges il·lustratives de les activitats i esdeveniments que s'organitzin.
- Enllaços a vídeos de Youtube, o altre tipus de material que es consideri d'interès.
- Atenció i resposta a les interpellacions de les usuàries i usuaris per aquest mitjà.
- Continguts publicats per altres administracions públiques (Generalitat, Diputació, Consell Comarcal, Mossos d'Esquadra...) que puguin ser d'interès per a la ciutadania.

## Algunes recomanacions sobre els continguts:

- Es recomana publicar diàriament, amb contingut propi en la mesura del possible.
- Es valorarà quines publicacions s'hauran de compartir també als stories, afegint l'enllaç amb la qual els nostres seguidors poden ampliar la informació.
- Les entrades no han de ser massa llargues. Sintetitzar al màxim possible la informació.
- Utilitzar un llenguatge proper, sense oblidar que estem parlant com una administració pública.
- Cal utilitzar sempre etiquetes.

- La llengua d'ús per a la publicació de missatges és preferentment el català. De cara a donar respostes als usuaris, considerem convenient donar la informació demanada en l'idioma de l'usuari.
- Hem de tenir molta cura amb l'ortografia, la gramàtica i el vocabulari emprat.

### Gestió de comentaris

A Instagram s'haurà de respondre els comentaris amb el mínim de temps possible, i dins del mateix espai on ha tingut lloc la pregunta o consulta. Convé donar les gràcies a l'usuari per la seva participació i afegir els continguts necessaris per complementar-ho. Si la crítica és negativa, caldrà estudiar la queixa i donar-hi resposta de forma constructiva.

Les publicacions del perfil permetran la lliure expressió dels ciutadans per mitjà de l'espai de comentaris, i només s'esborraran els missatges que no responguin a la política general respecte a la participació dels ciutadans establerta en aquesta Guia.

### Estadístiques a Instagram

Les dades necessàries per a obtenir les estadístiques de periodicitat mensual d'Instagram les podem trobar a través de Business Suite.

## 4.3. Twitter

Twitter és una aplicació de microblogging que permet els seus usuaris enviar i llegir microentrades d'una longitud màxima de 280 caràcters anomenats tuits o piulades. L'enviament d'aquests missatges es pot realitzar a través de l'espai web de [www.twitter.com](http://www.twitter.com), des de l'aplicació mòbil o a través d'altres aplicacions com Hootsuite o TweetDeck.

### Gestió de comptes i el seu contingut

Els comptes de Twitter els crea el departament de Comunicació de l'EMD. Una vegada creat, passa a ser gestionat per l'administrador del departament sol·licitant. Cada departament gestionarà el contingut de la seva pàgina i el departament de Comunicació serà l'encarregat de vetllar pel seu bon funcionament i ús.

### Tipus de continguts

- Noves publicacions al web de l'EMD.
- Publicació de nous vídeos, fotos o presentacions.
- Convocatòries públiques de processos de selecció.

- Notes de premsa i notícies publicades al web. Quan es tuiteja una nota de premsa, cal redactar de nou el titular, sintetitzar la informació, adaptar-la al mitjà i afegir l'enllaç per redirigir al web.
- Anuncis i invitacions a actes
- Incidents, emergències i comunicacions de crisi.
- Possibilitat de retransmissions en directe d'actes.

#### Continguts per a retuitejar

- Informació procedent de fonts de confiança.
- Informacions oficials.
- Informació procedent d'usuaris que tinguin reconegut prestigi.
- El volum de retuits no ha de superar el de tuits de producció pròpia.

#### Usos lingüístics

Els tuits es redactaran preferentment en català. També es poden redactar en castellà o anglès, segons el tipus de contingut. En el cas de comentaris d'altres usuaris en castellà i català, haurem de contestar en la llengua que ha fet servir l'usuari.

#### Estructura del tuit

Els tuits es componen d'un text (a mode de titular) i, com a norma general, d'un enllaç per ampliar la informació. És convenient escurçar els enllaços amb alguna de les aplicacions que existeixen actualment. L'EMD fa servir l'escurçador bit.ly. També se solen acompanyar d'etiquetes (# hashtags), que es fan servir per determinar a quina àrea o campanya pertany el tuit. Es recomanable afegir-hi sempre l'etiqueta #Valldoreix, com també anomenar (@) aquelles persones o institucions que estiguin relacionades directament amb el contingut del nostre tuit.

La informació ha de ser sintètica, rigorosa i concisa. Per això és important adjuntar-hi un enllaç, sempre que sigui possible, per a ampliar la informació. En el cas de retransmissió d'actes en directe a través de Twitter no és necessari associar cap enllaç, però és important acompanyar el tuit amb l'etiqueta que faci referència a l'acte, i fer-ho a través d'un mateix fil.

#### Gestió de comentaris

Hi ha dos tipus de preguntes, dubtes i sol·licituds que haurem de respondre tan aviat com sigui possible.

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

Bones pràctiques a Twitter

- Els missatges han de contenir informació d'interès per a la ciutadania, igual que la resta de les nostres xarxes socials.
- S'ha de contestar de manera freqüent i sincera: mai s'ha de deixar una pregunta, un prec, una queixa o un suggeriment per respondre.
- En cas de necessitar alguna dada per privat, s'ha de respondre a l'usuari amb un tuit públic indicant-li que ens posarem en contacte amb ell a través de missatge privat.
- Cal controlar el nombre de tuits: tan dolent és l'excés com el defecte.

Estadístiques a Twitter

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

#### 4.4 Youtube

És una plataforma que permet als usuaris publicar, veure i compartir vídeos. És idoni per a difondre audiovisuals informatius o didàctics sobre l'activitat de l'EMD.

És un canal amb molta viralitat:

- Majoritàriament públic jove.
- Utilitzen preferentment Youtube per visualitzar vídeos.

L'EMD-Valldoreix compta amb un canal institucional a Youtube que recull tots els vídeos que genera la pròpia entitat:

- Plens municipals.
- Vídeos resum d'esdeveniments celebrats.

## Característiques

- Youtube permet crear llistes de reproducció, escollir quina llista volem que es reproduïxi o quin vídeo volem que aparegui com a destacat dins l'apartat vídeos i llistes de reproducció.
- Quan publiquem un vídeo, cal posar-li un títol i una breu descripció. D'altra banda, afegirem etiquetes amb paraules claus que facin referència al vídeo, per tal d'indexar la cerca.
- La durada dels vídeos és determinant. Més enllà dels 2 o 3 minuts, és molt difícil mantenir l'atenció dels usuaris. Per tant, hem de pensar, en la mesura del possible, en continguts curts i visuals. En alguns casos, però, com els plens municipals, no podrem controlar la durada.
- És important enllaçar els nostres vídeos de Youtube a altres xarxes socials (Facebook, Twitter, Instagram i Telegram), per tal d'arribar a un nombre major d'usuaris.

### 4.5. Telegram

Els canals de Telegram permeten trametre missatges a un nombre il·limitat de subscriptors. Els canals públics tenen un àlies, és a dir, un nom que permet a qualsevol persona buscar-los al cercador i unir-s'hi sense haver de conèixer cap número de telèfon. El canal de l'EMD de Valldoreix és un canal públic. Els ciutadans que s'hi vulguin subscriure poden fer-ho a través de l'àlies del canal o bé a través de l'adreça web <http://t.me/emdvalldoreix>

#### Gestió del canal

L'administrador principal del canal (el departament de Comunicació) té la capacitat de difondre els missatges, que també pot editar i eliminar (les modificacions s'aplicaran a tots els usuaris), així com de gestionar-ne els membres: pot afegir els primers 200, expulsar-los i també afegir o eliminar els administradors que poden gestionar-lo.

En relació amb la configuració del canal, també se'n pot editar l'àlies, la imatge del perfil i l'enllaç. Els missatges apareixen signats amb el nom del canal: EMD-Valldoreix. Es poden editar i fer correccions dels continguts durant 24 hores encara que ja s'hagin enviat i, fins i tot, es poden esborrar missatges si convé millorar-los.

Quin tipus de continguts s'ofereixen?

Al canal de l'EMD es publiquen:

- Avisos importants: talls d'aigua, talls de carrers, obres, etc.

- Informació d'interès per a la ciutadania.
- Notes de premsa publicades al web de l'EMD.
- Difusió de campanyes institucionals, de prevenció i/o conscienciació.
- Informació sobre subvencions, ajuts, beques o concursos.
- Altres continguts que puguin ser d'interès per a la ciutadania. En casos puntuals, en què l'interès per al conjunt de la ciutadania estigui justificat, s'utilitza com a canal per difondre informacions importants d'altres administracions com la Generalitat, la Diputació o el Consell Comarcal.

Els missatges que s'emeten des del canal Telegram de l'EMD es publiquen en català i han de ser senzills, curts, molt visuals i adaptats al context d'ús. És clau que el missatge sigui clar i atractiu, fent ús de recursos lingüístics, acompanyant-los d'imatges i emoticones que afegeixen un to desenfadat que connecta amb la part més emocional dels nostres subscriptors. Les emoticones actuen com a complement del text però no el substitueixen.

Es recomana incloure enllaços si aquests aporten valor afegit al missatge. S'han d'escurçar mitjançant la pàgina bit.ly. Telegram permet adjuntar als missatges fotografies, vídeos o qualsevol tipus d'arxiu de fins a 1,5 GB. El llançament de missatges es planifica tenint en compte l'actualitat i sempre procurant que s'hi ofereixin continguts de servei. Les fonts d'informació per a l'elaboració dels missatges provenen de l'entorn corporatiu de l'EMD, però també de l'escolta activa de les xarxes socials.

#### Periodicitat de publicació

- Es recomana publicar diàriament, amb contingut propi en la mesura del possible. Per a una presència òptima hi ha d'haver activitat de manera continuada sense fer-ne un ús abusiu.
- En casos d'emergències, està justificat publicar missatges en intervals temporals més ajustats.

#### Tipologia de missatges

1. Estil peu de foto. Té un límit de caràcters. Si el peu només conté text està limitat a 200 caràcters. Cal adjuntar la imatge amb el botó 'Photo'. Si es volen posar icones, s'ha de copiar el text amb les icones inserides prèviament. Els enllaços es poden clicar, però no es mostra la previsualització de la imatge del web.
2. Estil text, que pot contenir diversos enllaços. No té límit de caràcters. L'enllaç principal, de referència, cal que aparegui el primer perquè es



mostri la previsualització de la imatge del web a sota del bloc del text. Els altres enllaços es podran clicar, però no se'n visualitzaran les imatges. Si es fan salts de línia, els enllaços inclouran la visualització a sobre del bloc de text. També s'hi poden afegir les icones. Aquest recurs es pot utilitzar quan s'envien missatges, per exemple, sobre tràmits, en què la imatge és secundària.

3. Estil imatge o arxiu (d'àudio o vídeo). Pot acompanyar a un missatge d'estil text. Cal adjuntar la imatge o l'arxiu amb el botó 'Arxiu'.

## **5. Normes de participació**

Per a la bona comunicació en totes les xarxes socials de l'EMD de Valldoreix, s'estableixen unes normes mínimes de participació, de manera que es pugui dur a terme una conversa respectuosa, tolerant i fructífera amb la ciutadania.

Recomanem que aquestes normes de participació hi figurin, sempre que sigui possible, en un lloc visible del nostres espais corporatius a les diferents xarxes socials:

- a. No es pot fer servir aquesta pàgina per fer propaganda política ni publicitat d'empreses o esdeveniments privats de cap tipus.
- b. S'han de respectar les opinions de la resta de participants, tot i no compartir-les.
- c. No es pot insultar o utilitzar un llenguatge ofensiu, racista, violent o xenòfob, ni promoure activitats il·legals.
- d. Els vostres comentaris com a usuaris de les xarxes socials són lliures, personals i no atribuïbles a l'EMD de Valldoreix. Tanmateix, aquests no podran contenir missatges que atemptin contra l'honor, la intimitat, la imatge personal i la dignitat de les persones i, en particular, que puguin perjudicar el desenvolupament físic, mental o morals dels menors, ni que fomentin l'odi, el menyspreu o la discriminació per motius de naixement, raça, sexe, ideologia, filiació política, orientació sexual, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància.
- e. Cal cenyir-se al tema a tractar. Procureu parlar sobre el tema de la publicació en la qual esteu opinant.
- f. No es poden proposar adhesions a grups o pàgines que no tinguin cap relació amb l'EMD de Valldoreix.
- g. No es pot escriure més d'una vegada el mateix comentari. Fer-ho es considerarà spam.

h. Hem de tenir en compte les normes de participació pròpies de:

- Facebook: <https://www.facebook.com/terms.php?locale=ES>
- Instagram:  
<https://www.facebook.com/help/instagram/477434105621119>
- Twitter: <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/twitter-rules>
- YouTube:  
<https://www.youtube.com/intl/es/about/policies/#communityguidelines>
- Telegram: <https://telegram.org/faq/es>

Els comentaris que no compleixin aquestes regles seran esborrats. L'EMD de Vallldoreix es reserva el dret de bloquejar els usuaris que insisteixin en aquestes pràctiques.

## **6. Anàlisi de resultats**

Analítica a les xarxes socials

Monitoritzar i analitzar l'activitat que es duu a terme per dinamitzar la nostra comunitat virtual és crucial per saber com evolucionen els esforços i recursos esmerçats en aquest sentit. En un univers tan canviant com és l'entorn 2.0 les mètriques esdevenen imprescindibles per fer un seguiment de què s'està parlant i ens permeten avaluar i mesurar l'impacte de les accions comunicatives i promocionals de l'EMD en aquest entorn i com reacciona la nostra comunitat.

Recollida de dades

El departament de Comunicació és l'àrea de l'EMD que recava les dades i mètriques de tots els comptes institucionals obtingudes de les diferents plataformes socials. Aquesta recollida es procura fer sempre de manera automatitzada a través dels programes de monitorització de les diferents xarxes socials.

Informes periòdics

Un cop obtingudes les mètriques de tots els comptes institucionals, l'EMD les pot analitzar i posar en context, per detectar tendències i analitzar de quins aspectes s'està parlant en la seva comunitat.

## 7. Fonts i Bibliografia

Per a l'elaboració d'aquesta guia, a més d'aportar-hi contingut propi, s'han consultat i adaptat parcialment fragments dels següents documents:

- GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE LA PRESIDÈNCIA: Guia de xarxes socials de la Generalitat de Catalunya. Setena edició: juliol de 2015. Llicència CC BY 3.0
- UNIVERSITAT DE BARCELONA. UNITAT DE COMUNICACIÓ: Llibre blanc de les xarxes socials de la Universitat de Barcelona. Segona edició: maig de 2016. Llicència CC BY-NC 3.0
- AJUNTAMENT DE SANT PERE DE RIBES: Guia d'usos a les xarxes socials de l'Ajuntament de Sant Pere de Ribes. Primera edició: març 2017. Llicència CC BY 3.0