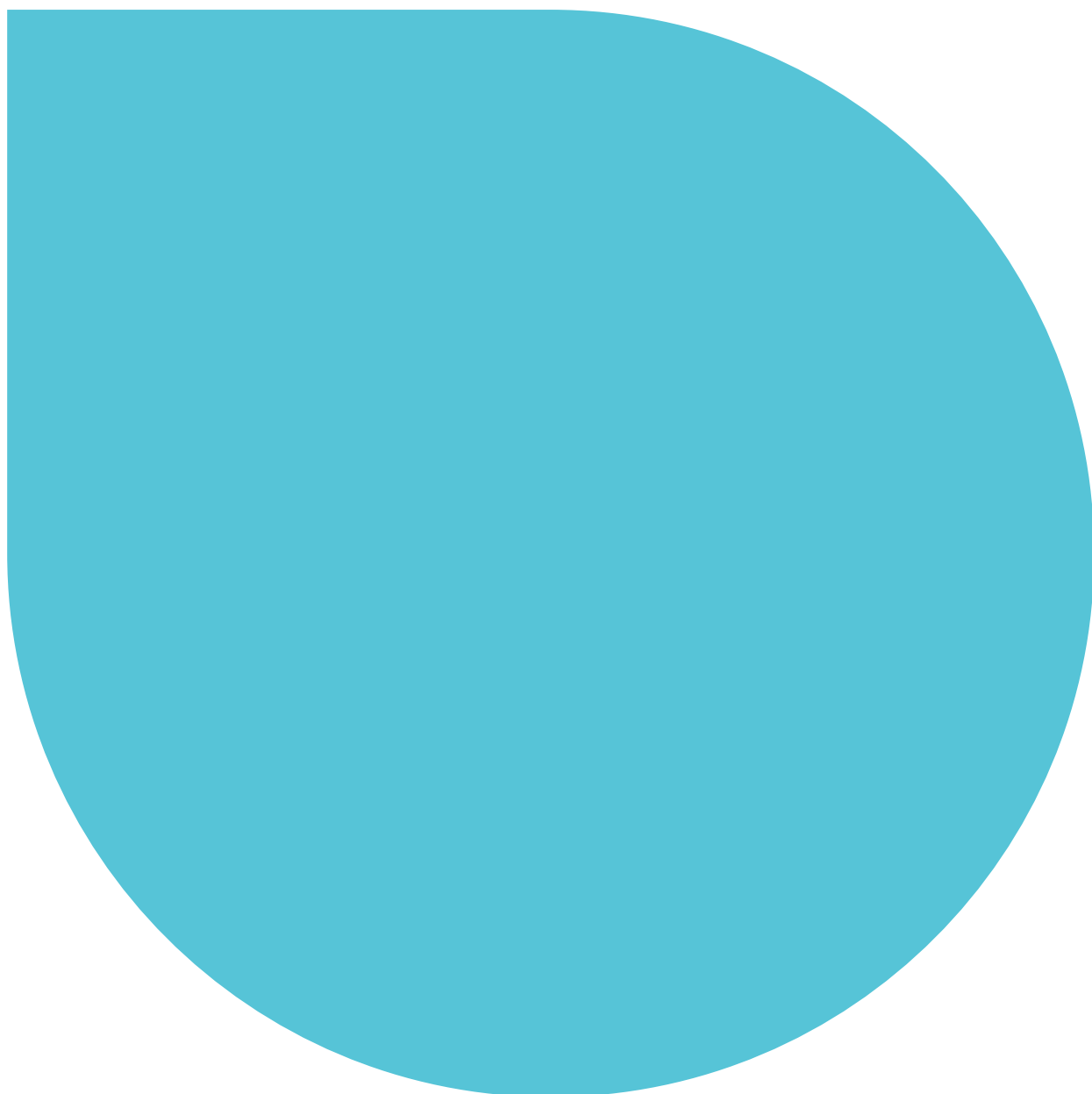




AJUNTAMENT DE  
**Vilanova i la Geltrú**

# **Llibre d'estil de les xarxes socials i canals digitals de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú**





## **ÍNDEX**

<b>INTRODUCCIÓ .....</b>	<b>2</b>
<b>GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS CORPORATIVES.....</b>	<b>3</b>
<b>NORMES DE PARTICIPACIÓ .....</b>	<b>3</b>
<b>PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS.....</b>	<b>4</b>
<b>CREACIÓ/BAIXA DE PERFILS I CANALS DIGITALS .....</b>	<b>7</b>
<b>REFERÈNCIES .....</b>	<b>8</b>
<b>CONTACTE .....</b>	<b>9</b>



## INTRODUCCIÓ

L'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú cerca els següents objectius a les xarxes socials:

- Apropar la informació municipal a la ciutadania a través dels canals de comunicació digitals.
- Fomentar la participació ciutadana en afers públics.
- Incentivar la creació de comunitat digital i la bidireccionalitat comunicativa.
- Interactuar i amplificar dels continguts d'altres serveis municipals, ens autònoms i perfils de relació amb l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú que siguin d'interès públic com ara administracions, organitzacions públiques i privades, entitats i associacions, parts interessades i públic d'interès (*skateholders*), etc.
- Facilitar, en la mesura possible, la resolució de dubtes i la canalització de queixes als espais de gestió.
- Millorar la reputació de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, també en l'àmbit digital.

Per a l'assoliment d'aquests objectius, l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú estableix per a cada xarxa social una estratègia tant per a la producció de continguts com per a la gestió. Aquesta estratègia l'elaboren de manera consensuada els i les professionals del departament de Comunicació, atenent criteris professionals basats en el coneixement d'ús d'aquestes eines, la formació i l'actualització contínua i l'anàlisi de les dades que es realitza de forma periòdica.

En aquestes estratègies s'estableixen pautes de gestió de les xarxes socials i canals digitals de forma genèrica, que poden ser modificades, sempre amb criteris professionals basats en la consecució dels objectius generals exposats anteriorment i els objectius anuals establerts en els plans de comunicació elaborats pel departament de Comunicació.



## **GESTIÓ DE LES XARXES SOCIALS CORPORATIVES**

La gestió de les xarxes socials amb perfil institucional de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú recau en el departament de Comunicació. Pel que fa a la resta de perfils municipals i canals digitals, la gestió recau en les persones designades, amb acompanyament i suport del departament de Comunicació. Es vetllarà per al bon ús dels perfils actius, així com oferir el suport i formació que es requereixi per a la bona gestió de tots els perfils a les xarxes socials de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú.

El departament de Comunicació disposarà d'un directori intern on figuraran el llistat complet de tots els perfils a les xarxes socials, així com les dades de contacte de cada una de les persones designades pels respectius departaments com a gestores. Tots els perfils municipals es regiran d'acord amb aquest llibre d'estil.

## **NORMES DE PARTICIPACIÓ**

Els usuaris que participin en els perfils a les xarxes socials de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú han de seguir en tot moment les condicions d'ús establertes:

- Utilitzar les xarxes socials d'acord amb la seva finalitat i en cap cas per a finalitats il·legals ni amb fins comercials, publicitaris, ni ideològics.
- Respectar les opinions i les manifestacions de la resta de participants, i mantenir una actitud correcta i un llenguatge respectuós i no ofensiu.
- No transmetre o difondre opinions o continguts il·legals, difamatoris, falsos, ofensius o que atemptin contra els valors i la dignitat de les persones.
- No tenir com a objectiu enganyar, desorientar o estafar la ciutadania.
- No falsejar la identitat fent-se passar per una altra persona o produint engany sobre la relació amb una altra persona o entitat.
- Respectar el dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar, i a la pròpia.
- Respectar la propietat intel·lectual aliena, d'acord amb la legislació vigent en matèria de propietat intel·lectual i industrial.
- No proposar l'adhesió a grups o pàgines de canals digitals que no tinguin cap relació amb les de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú.
- Respectar les normes de participació pròpies de cada xarxa social.

L'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú es reserva el dret d'esborrar comentaris i/o bloquejar i/o denunciar usuaris si els seus comentaris:

- No mantenen el respecte i/o ofenen o atempten contra la dignitat d'altres persones.
- Utilitzen expressions grolleres, insults o agressions verbals.



- Contenen dades de caràcter personal.
- Tenen com a objectiu enganyar, desorientar o estafar la ciutadania.
- Violen la llei de drets d'autoria i de la propietat intel·lectual.
- Contenen contingut promocional o brossa (*spam*).
- No tenen a veure amb la temàtica del contingut publicat.

En cas de bloquejar un usuari o usuària, aquesta situació durarà un termini de tres mesos la primera vegada. La segona vegada, el bloqueig durarà un any, i la tercera, serà indefinidament.

L'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú només es responsabilitza dels continguts que emet a través dels seus canals.

## **PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS**

La producció de continguts a les xarxes socials corporatives busca apropar l'actualitat informativa municipal, així com traslladar-hi l'activitat social, cultural, esportiva i de tot aquell àmbit d'interès general i amb participació -directa o indirecta- de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú o dels seus electes en l'exercici del càrrec.

Els continguts que mostren les identitats de l'Ajuntament poden ser converses, continguts propis i continguts generats per altres, que es poden compartir als perfils corporatius. A banda trobem les interaccions i interpel·lacions.

### **Continguts propis**

Dins dels continguts propis incloem, tant els continguts que es produeixen de manera regular i amb una periodicitat, com aquells que no tenen una regularitat i són fets excepcionals. Seran publicats de manera tempestiva, sempre que sigui possible. En general, cal generar un contingut viu que convidi a la interacció. És molt recomanable que el contingut tingui un suport multimèdia adaptat al format i les característiques de cada xarxa social.

En la mesura possible, les publicacions pròpies als perfils corporatius estaran planificades amb antelació i el moment de publicació serà a criteri professional per tal d'obtenir el màxim abast, mantenint la jerarquia que s'atorgui a cada contingut.

El contingut i la planificació de publicacions, així com la decisió de quina xarxa social emprar per a aquell fet informatiu, serà a criteri professional del personal del departament de Comunicació.

A través de la formació continuada de l'equip de professionals del departament de Comunicació, s'incorporaran aquelles rutines de treball que millorin el rendiment dels continguts produïts a les xarxes socials amb presència corporativa, adaptat a les característiques tècniques i l'algorisme de cada una de les eines.



Això implica que un mateix fet comunicatiu sigui tractat de manera diferent en els diversos perfils de les xarxes socials, atenent els criteris professionals i en la cerca de l'acompliment dels objectius a través de l'execució de les estratègies establertes.

### **Continguts compartits**

Els perfils socials municipals comparteixen continguts que tinguin relació amb l'Ajuntament i/o amb persones, entitats i institucions que aportin un valor a la comunicació municipal, sempre que les xarxes de l'Ajuntament no hagin generat un contingut propi amb la mateixa informació.

El criteri general és no doblar continguts. Quan hi hagi més d'una publicació respecte d'un mateix tema, establirem que és prioritari el contingut propi.

### **Mencionar i etiquetar**

En les comunicacions d'elaboració pròpia es poden mencionar altres usuaris i usuàries, tenint en compte la tipologia de publicació i de xarxa social. Per exemple:

- Protagonistes (persones a títol individual si no representen una institució).
- Càrrecs electes municipals implicats i/o presents i/o portaveus grups polítics.
- Institucions, entitats implicades i/o altres identitats municipals.
- Mitjans de comunicació.

És recomanable incloure en els continguts etiquetes temàtiques o lemes que caldrà definir en cada cas, atenent les característiques de cada una de les xarxes socials i definides en els plans de comunicació. Per referir-se a la ciutat, usarem preferentment #VNG o #VilanovailaGeltrú.

### **A qui seguir des dels perfils corporatius**

Es recomana seguir sobretot perfils corporatius d'interès de l'àmbit o temàtica relacionada amb l'organització, departament, servei o marca en qüestió.

Cal detectar també aquells usuaris amb autoritat social i/o influenciadors que tenen més repercussió en les converses sobre la temàtica associada a cada perfil i seguir aquells que, per la seva expertesa consolidada i contrastada, aporten informacions de qualitat.

El nivell de compromís és clau per incrementar els usuaris quantitativament, però també perquè aquests usuaris fidelitzats siguin els millors prescriptors del compte (implicació qualitativa). El compromís implica guanyar i mantenir l'atenció del públic potencial d'una organització a través de la interacció entre aquesta institució i la comunitat.



## **Interaccions i interpel·lacions**

Des dels perfils corporatius municipals cal potenciar la direccionalitat comunicativa amb la comunitat, donant per entès que la funció d'aquests perfils no es correspon amb les d'una oficina amb servei d'atenció continuada. S'intentarà respondre totes les interpel·lacions, sempre i quan:

- La voluntat de la comunicació sigui obtenir una resposta i/o posar en relleu alguna situació.
- La comunicació sigui respectuosa.
- La comunicació no busqui fer publicitat o difusió comercial o política.
- La comunicació tingui a veure amb el fet informatiu publicat.

Es prioritzaran les interaccions quan l'emissor no s'amagui en pseudònims o noms de perfils que impedeixin la identificació personal o usuaris amb perfil de *troll*.

Cal monitoritzar les xarxes per donar resposta en un termini breu, en cas de tenir-la, o bé remetre la petició als canals establerts o derivar-la, en els casos d'incidències, a l'aplicació web *Millora VNG* per a tramitació i seguiment.

Si es tracta de comentaris o opinions que no busquen resposta, per norma general no s'establirà interacció. Cal tenir en compte que la interacció amb l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú a través de les xarxes socials no suposa l'obligatorietat de resposta.

Cada xarxa social té les seves formes d'interacció amb la comunitat. Com a trets generals, s'estableixen les següents pautes d'interacció des de les xarxes socials corporatives:

- *M'agrada/compartir*, en els formats i rutines de cada xarxa social, del contingut publicat per l'alcalde/ssa i/o regidors/es del govern municipal, quan siguin d'interès públic i en exercici de les seves funcions com a membre del govern. No s'interaccionarà amb els continguts de l'esfera personal o de la seva formació política.
- *M'agrada/compartir*, en els formats i rutines de cada xarxa social, del contingut publicat per altres serveis i/o organismes pertanyents a l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, quan aportin valor d'acord amb l'estratègia de les publicacions pròpies.
- *M'agrada/compartir*, en els formats i rutines de cada xarxa social, del contingut publicat per altres institucions, entitats, associacions, col·lectius o marques d'esdeveniments, quan aportin valor d'acord amb l'estratègia de les publicacions pròpies.
- *M'agrada* d'aquelles reaccions en sentit positiu del contingut publicat i moderació de les reaccions atenent les [normes de bon ús de les xarxes socials municipals que hi ha publicat al web municipal](#) i les normes de participació d'aquest llibre d'estil.



Les consultes es respondran a través del canal on han estat formulades, sempre que no continguin informació sensible. En els casos en què calgui donar més informació, es pot remetre l'interlocutor a un perfil corporatiu més específic, una bústia de correu electrònic, enllaç web o missatges privats.

### **To, llenguatge i llengua**

L'emissor és l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú. Per tant, cal mantenir un to adequat com a institució, tot evitant les opinions personals, i mantenint la neutralitat, objectivitat i vocació informativa. El to i el llenguatge de les publicacions ha de ser correcte i positiu, adient a un entorn de conversa.

Cal intentar defugir el llenguatge administratiu i adaptar-lo a l'estil de les xarxes, més fresc i directe, i alhora mantenir sempre un to correcte, ni massa formal ni excessivament col·loquial. El grau de formalitat pot ser variable, depenent del contingut de què es tracti, de la finalitat i els destinataris de cada publicació.

La llengua de les comunicacions a les xarxes socials municipals es regeix pel [reglament per a l'ús de la llengua catalana de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú](#). En la redacció dels continguts que facin referència a persones de manera personal i indistinta, es faran servir termes genèrics o col·lectius, o bé el masculí, preferiblement en plural. En general, per afavorir l'eficiència de la comunicació, no es duplica el gènere de les paraules.

Cal ser curós i escrupolós amb l'ortografia i la correcció gramatical de les publicacions, de manera que les persones gestores han de vetllar i garantir un ús correcte i adequat de la llengua, prenent l'Institut d'Estudis Catalans i les seves eines com a autoritat lingüística de referència.

## **CREACIÓ/BAIXA DE PERFILS I CANALS DIGITALS**

La creació de qualsevol nou perfil municipal a les xarxes socials o altre canal digital ha de ser validat pel departament de Comunicació, un cop valorada la idoneïtat i oportunitat. En aquest sentit, es tindrà en compte:

- Que no hi hagi perfils actius a l'organització treballant amb els mateixos objectius i públics.
- Una motivació per escrit sobre la necessitat d'obrir el compte sol·licitat amb la següent informació:
  - [Formulari de sol·licitud](#)
  - Estudi de públics d'interès per determinar els canals més adients per desenvolupar la comunicació
  - Estratègia i objectius del nou canal
  - Recursos que s'hi destinaran
  - Definició de les persones gestores





- Capacitat de monitoritzar l'activitat i d'aportació d'informes periòdics al departament de Comunicació per avaluar el compliment dels objectius inicials

Un cop valorada la viabilitat, es promourà el decret corresponent i es gestionarà l'alta i la configuració del compte de manera coordinada amb el departament de Comunicació. El departament de Comunicació serà dipositari de les credencials d'accés i de les dades de contacte de les persones gestores dels comptes, i haurà d'estar informat de les possibles modificacions que se'n facin.

El departament de Comunicació podrà proposar la baixa d'aquells perfils que no compleixin els objectius pels quals va ser creat.

Per sol·licitar la baixa d'un perfil a les xarxes socials, caldrà comunicar-ho motivadament al departament de Comunicació, i en cap cas es deixarà actiu sense dotar-lo de contingut per temps indefinit.

Així mateix, en cas que el departament de Comunicació detecti que algun perfil presenta una inactivitat perllongada en el temps, reclamarà la reactivació del compte o, per contra, en proposarà la baixa.

## REFERÈNCIES

En l'elaboració d'aquest llibre d'estil s'han utilitzat alguns dels continguts següents:

- [Guia de xarxes socials de la Generalitat de Catalunya](#)
- [Guia d'usos i estils de les xarxes socials de la UOC](#)
- [Llibre d'estil CCMA](#)
- [Llibre d'estil UB](#)
- Manual de gestió: Les xarxes socials de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú
- [Normes de bon ús de les xarxes socials municipals](#)
- [Reglament per a l'ús de la llengua catalana de l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú](#)



AJUNTAMENT DE  
**Vilanova i la Geltrú**

## Contacte

---

### **Departament de Comunicació**

Àrea d'Alcaldia i Presidència  
Plaça de la Vila, 8  
08800 Vilanova i la Geltrú

Març de 2024