

# LA GUÍA DE USOS Y ESTILO EN REDES SOCIALES DE LA



## PUBLICA SU 4ª VERSIÓN

Antonio Ibáñez Pascual  
Jefe de servicio del SIAU y la Web  
Corporativa  
Junta de Castilla y León  
@aibapas  
<https://es.linkedin.com/in/ibapasan>



## *Una herramienta imprescindible en la estrategia de presencia en redes sociales*

La actividad en redes sociales de la Junta de Castilla y León se remonta al año 2009. Sin embargo, se trataba de iniciativas individuales de algunos centros directivos sin una coordinación de las actuaciones realizadas por todas ellas.

Conscientes de la importancia de aprovechar el potencial de este canal de comunicación emergente en la relación con el ciudadano, y de las sinergias y puntos en común de todas las

cuentas, en 2011 comienzan los trabajos de coordinación de todas ellas, identificando e inventariando, en un primer paso, a todas las cuentas ya existentes, estudiando la situación de cada una de ellas y poniendo cara a sus gestores.

Todo este trabajo se vio impulsado con la aprobación, en marzo de 2012, del [modelo de Gobierno Abierto de la Junta de Castilla y León](#). En noviembre de ese mismo año, se crearon las

cuentas de **Comunicación y de Atención al Ciudadano 012**, que venían a satisfacer las necesidades de información y relación con el ciudadano en dos áreas no cubiertas hasta entonces. Junto con la puesta en marcha de estas cuentas, publicamos la primera versión de la [Guía de usos y estilo en redes sociales](#), con la que pretendíamos reflejar nuestra forma de trabajo estratégico en redes sociales.

## *La disyuntiva ya no trata de estar o no estar, sino de cómo estar en redes sociales*

Ahora bien, estar en redes sociales no es suficiente. No se trata de estar por estar. Al igual que con otras actuaciones que realizamos, se trata de saber las razones por las que estamos, cuáles son nuestros objetivos, cómo vamos a medirlos, qué recursos hay disponibles para ello... En definitiva, debemos contar con una estrategia global de presencia en redes sociales. Ya no sólo para cada cuenta individual, sino para toda la Junta de Castilla y León.

El trabajo de definición de dicha estrategia se basó en conocer las buenas prácticas que estaban llevando a cabo las cuentas existentes, ver los puntos de mejora y cuál debería ser el proceso lógico de creación y mantenimiento de estas cuentas y de las próximas a crear. Además, como no podía ser de otra forma, estudiamos cómo estaban trabajando otras administraciones tanto a nivel nacional (como la [Generalitat de Catalunya](#)), o internacional (como el [Gobierno de Nueva Zelanda](#)).

## *La guía pretende cubrir todo el ciclo de vida de una presencia en redes sociales*

A dicha guía hemos pretendido darle una orientación práctica que nos sirva para cubrir todo el ciclo de vida de la presencia en redes sociales de la institución:

1. En primer lugar, hacemos un breve repaso de las principales redes sociales. No se pretende hacer un análisis exhaustivo, dado que hay mucha y muy buena documentación disponible en Internet.
2. Posteriormente, se hace un balance sobre los beneficios y puntos a tener en cuenta por los responsables de cada departamento, antes de solicitar la creación de una cuenta.
3. A continuación se distingue entre la gestión de redes sociales a título personal (que puede tener mucha utilidad para mejorar nuestro trabajo en la administración) o gestionando cuentas corporativas. Sobre todo, en cuanto a las implicaciones de las actuaciones de una administración en canales que son en su mayoría, de intercambio de información entre particulares.
4. El procedimiento de solicitud de nuevas cuentas a la Dirección de Comunicación y su creación efectiva debe estar claro, para garantizar que las nuevas cuentas tengan la garantía de que vayan a estar bien gestionadas.
5. Los siguientes apartados definen cómo se debe gestionar la presencia, publicación de contenidos y conversación con otros usuarios, incluyendo buenas prácticas tanto de coordinación interna como en la ejecución de acciones con el resto de usuarios.
6. Finalmente, los últimos apartados se destinan a la monitorización y definición de indicadores; datos que nos sirven para evaluar nuestra presencia, y sin los cuales va a ser imposible acometer acciones de mejora.

## SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES

En definitiva se trata de una guía que, como podéis comprobar, aborda una serie de cuestiones comunes a la presencia en cualquier administración pública o incluso entidad privada que quiera acometer las acciones necesarias para estar de forma ordenada en redes sociales. Por eso mismo, la guía está redactada de forma que su contenido pueda ser extrapolado a cualquiera de ellas, contando además con una licencia Creative Commons Reconocimiento 3.0 que permite su reutilización.

Sabemos que se trata de un documento vivo y que debe adaptarse a la evolución de las redes sociales y a las nuevas necesidades que se van detectando en su gestión. La segunda edición fue publicada en febrero de 2014 y la tercera en abril de 2015, y hasta llegar a la cuarta versión que recientemente hemos publicado, hemos seguido trabajando en este documento de forma constante para que refleje lo más fielmente posible, tanto nuestra tarea de definición estratégica global, como la gestión diaria individual de cada cuenta.

Los datos de descargas de la tercera versión, más de 11.500, demuestran el interés que despierta un documento como este, lo que nos hace tomarnos el trabajo de actualización con más responsabilidad, si cabe.

Esta última versión, al igual que la anterior, está publicada en formato PDF accesible, lo cual permite que pueda ser utilizada y reutilizada por cualquier usuario, al tener un diseño para todos. Además, cuenta con una versión imprimible.

Junto con la guía se ha publicado también una [Infografía sobre usos y abusos gramaticales](#) con recomendaciones técnicas y lingüísticas para escribir correctamente un tuit.

Por otro lado, no quiero dejar de mencionar la [Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos](#), un documento publicado en 2012, y que complementa a la guía de usos y estilo con otros casos y ejemplos que, en su mayor parte siguen vigentes.



Cuenta de CyL Digital en la red social twitter, @cyldigital en <https://twitter.com/cyldigital>

Como se ha comentado al inicio, la guía no deja de ser una herramienta para reflejar nuestra forma de trabajo. Este trabajo, realizado día tras día, implica a muchos empleados públicos que dedican un gran esfuerzo en la gestión de las [18 cuentas en redes sociales de la Junta de Castilla y León](#). Estas páginas y perfiles cuentan con una gestión distribuida, de manera que es el personal de los propios centros directivos competentes en cada materia objeto de la cuenta, los que se encargan de gestionarlas. Lo cierto es que son ellos los que tienen el conocimiento técnico, conocen las principales novedades y el trabajo interno de la administración.













































## La gestión de las cuentas la realiza personal de cada centro directivo, con el apoyo y coordinación de la Consejería de la Presidencia

Ese trabajo individualizado de cada cuenta se ve reforzado por el trabajo de la Consejería de la Presidencia que realiza una coordinación y apoyo continuo a todas ellas, gracias a su experiencia tanto en comunicación como en el entorno digital.

Este apoyo se traduce en varias líneas de actuación, como son:

- Apoyo en la monitorización y escucha activa.
- Formación y asesoramiento en la creación de contenidos.
- Elaboración y análisis de indicadores de seguimiento.
- Recopilación y distribución de buenas prácticas y casos de éxito en las cuentas corporativas.
- Coordinación en el impulso de actuaciones y campañas.
- Asistencia en la anticipación y gestión de crisis.

### Redes Sociales

Comunicación Junta de Castilla y León	    
Atención al ciudadano 012	
Emergencias 112	  
Educación	
Sanidad	  
Castilla y León es vida	   
Tierra de Sabor	   
Juventud	 
Museos de Castilla y León	  
Cultura de Castilla y León	 
Archivos de Castilla y León	
CREFES Formación y estudios sociales	
ECLAP	  
Tus ideas cobran vida	 
Patrimonio Natural	  
Castilla y León Comunidad Digital	  
Energía	
Fundación Universidades y Enseñanzas Superiores de Castilla y León	 

### Cuentas de la Administración Regional en Redes Sociales

Todos estos trabajos se realizan tanto de forma individualizada con cada una de las cuentas como mediante la realización de reuniones y talleres de forma conjunta con todas ellas.

Esta estrategia de presencia en redes sociales de la Junta de Castilla y León es un claro reflejo del interés de la administración regional por acercar la institución a los ciudadanos y empresas de la Comunidad, y ofrecerles una vía de comunicación y participación más cercana.



Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos