



IPAP
INSTITUTO PROVINCIAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
DEL CHACO

CURSO "INTERNET: SUS SERVICIOS Y EL ESTADO"

TEMA 3: REDES SOCIALES

- Redes sociales. Definición.
- Las Redes más utilizadas en la actualidad.
- Facebook. Características. Publicaciones. Me gusta y Amigos. Personas y Páginas.
- Twitter. Características. Twitrear y retwitrear publicaciones. Seguidores. Uso de Hashtag y arroba.
- Youtube. Canales y Suscripción.
- La presencia del Estado en redes sociales.

TEMA 3: REDES SOCIALES

- Una **red social** es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.).
- Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal.

TEMA 3: REDES SOCIALES

Las **redes sociales son comunidades de personas** que comparten intereses y actividades o que están interesadas en mirar los intereses de otras personas.

Una red social se va creando por compartición de los mismos intereses, y todos y cada uno de nosotros podemos aportar nuestro granito de arena



REDES SOCIALES - FACEBOOK

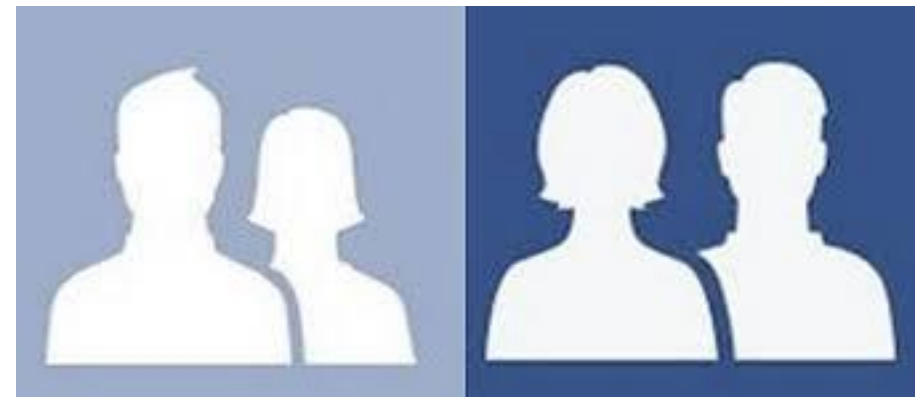
- **Facebook**. Características. Publicaciones. Me gusta y Amigos. Personas y Páginas.
- **Facebook** es la red social más grande e importante en la actualidad, incluye funcionalidades de otros sitios web diferentes.
- Es una plataforma de red social que permite a sus usuarios establecer vínculos para compartir información, principalmente a través de mensajes, enlaces, vídeos o fotografías, etc



REDES SOCIALES - FACEBOOK

Perfil Personal: lo primero que solemos hacer para darnos de alta en Facebook y empezar a disfrutar de la red es crearnos un **perfil de usuario**.

Es el objeto que dio vida a todo el sistema en sus principios.



En los perfiles personales se habla de AMIGOS, y existe una relación de reciprocidad (dos usuarios no son amigos si uno no quiere).

REDES SOCIALES - FACEBOOK

Páginas (Pages): también llamados en ocasiones perfiles públicos.

Usado comúnmente para promocionar una marca, empresa, artista o institución.

En las páginas hablaremos de **FANS** o seguidores de la página, cualquiera puede hacerse Fan de una página, no requiere permiso ni nada.



Ipap Chaco
@ipapchaco

Inicio

- Publicaciones
- Opiniones
- Videos
- Fotos
- Información
- IPAP Interactivo
- Eventos
- Comunidad

Crear una página

CONIE 2017
Resistencia - Chaco

2º congreso Nacional de Innovación en el Estado

14 y 15 de Septiembre
Casa de las Culturas

Innovación para un Estado al servicio del ciudadano

conie.chaco.gov.ar

Te gusta | Siguiendo | Compartir

Enviar mensaje

Destacadas

Plaza 25 de Mayo

EXCELENTE ESPACIO SOCIAL. LA CUAL SE TODO LO QUE SERIA LA CAPACITACIONES PARA PUBLICO. SALUDOS CO

Organización gubernamental en Ciudad de Resistencia

5,0 ★★★★★ · Cerrado ahora

Nivel alto de respuesta a los mensajes

Comunidad Ver todo

Invita a sus amigos a indicar que les gusta

REDES SOCIALES - FACEBOOK

Grupos: debido a sus opciones de privacidad, los grupos de Facebook son análogos a los clubes en el mundo offline.

En los grupos se habla de **UNIRSE AL GRUPO**.

Dependiendo del tipo de grupo que sea (abierto, previo aprobación o cerrado), cualquier usuario o no podrá formar parte del grupo.

Grupos



Grupo

154 miembros



Grupo

8 miembros



Grupo

REDES SOCIALES - FACEBOOK

Aplicaciones : pequeñas aplicaciones que dan funcionalidad extra a los perfiles o a las páginas. Existen algunas aplicaciones que vienen por defecto en los perfiles y en las páginas y otras que podemos añadir. Algunas de ellas están desarrolladas por Facebook y otras por usuarios externos a Facebook.



The screenshot shows the Facebook 'Configuración de las aplicaciones' (App Settings) page. On the left, a navigation menu includes: General, Seguridad, Notificaciones, Suscriptores, **Aplicaciones** (highlighted), Celular, Pagos, and Anuncios de Facebook. Below the menu, there is a link: 'También puedes visitar tu configuración de la privacidad o editar tu biografía para controlar quién ve tu información.' The main content area is titled 'Configuración de las aplicaciones' and contains the text 'Autorízate a estas aplicaciones para que se relacionen'. Below this, a list of authorized applications is shown:

Logo	App Name	Authorized Date
	Pinterest	5 de mayo
	Metacafe	5 de mayo
	IMDb	4 de mayo
	SoundCloud	4 de mayo
	Xobni	3 de mayo



IPAP
INSTITUTO PROVINCIAL DE
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
DEL CHACO

REDES SOCIALES - FACEBOOK



Me gusta



Me encanta



Me divierte



Me alegra



Me asombra



Me entristece



Me enfada

Ipap Chaco
Ayer a las 7:33 · 🌐

#buenjueves queremos recordar la importancia del uso de Correo electrónico Domingo Peppo Horacio Rey Gobierno del Chaco

¡IMPORTANTE!

Es importante para interactuar con **IPAP CHACO** que utilice una **cuenta de correo electrónico** válida y de uso frecuente. Con ella podrá inscribirse a las actividades ofrecidas por el instituto y recibir información con mayor agilidad.

ipap.chaco.gov.ar

CHACO
Gobierno del Pueblo

Me gusta Comentar Compartir

REDES SOCIALES - FACEBOOK

FACEBOOK: CONTENIDO

- La extensión de las entradas no debe sobrepasar las 6 líneas.
- Las entradas deben ser organizadas y estructuradas en relación a su contenido: texto + foto + url.
- Es conveniente adjuntar un enlace para ampliar la información.
- Las fotografías, imágenes y vídeos siempre ayudan a un mayor entendimiento.
- Colocar las entradas importantes en un lugar visible durante un máximo de 7 días.

REDES SOCIALES - FACEBOOK

FACEBOOK: RECOMENDACIONES

- Como institución actuaremos a partir de páginas con lo que podremos tener uno o más administradores y nos relacionaremos con otros perfiles mediante “me gusta”.
- Publicar en el muro de 2 a 4 entradas por día.
- Dar visibilidad a los servicios que se ofrecen, fomentar el debate e intercambio con nuestros usuarios, solucionar sus dudas.
- Hacer un seguimiento de las métricas del Facebook recogiendo datos cuantitativos como cualitativos (véase cuadro resumen Evaluación presencia en las redes sociales).

REDES SOCIALES - FACEBOOK

FACEBOOK: INDICADORES

- Alcance de la publicación (Número de personas que vieron tu publicación).
- Número de "Me gusta", comentarios y veces que se compartió la publicación.
- Número de visitas a la página y las pestañas (La cantidad de veces que se vieron cada una de las pestañas de la página).

REDES SOCIALES - TWITTER

Twitter es una plataforma que permite publicar mensajes de texto cortos, tuits, conversar y seguir a otros usuarios.

Es una herramienta idónea para comunicar novedades, alertas, actos de agenda, vídeos publicados por la institución, artículos y tesis publicados, para retransmitir eventos, para dialogar y colaborar



REDES SOCIALES - TWITTER

Dentro de la red, cada usuario puede escoger “*seguir*” a otros usuarios, es decir, hacer seguimiento de sus publicaciones en ***Twitter***.

Cada vez que un determinado usuario realiza una publicación, toda la base de personas que hayan escogido seguirlo tienen acceso a ese mensaje, lo que genera una red cruzada de formación de opinión que, hoy, alcanza a centenares de millones de usuarios en todo el mundo.





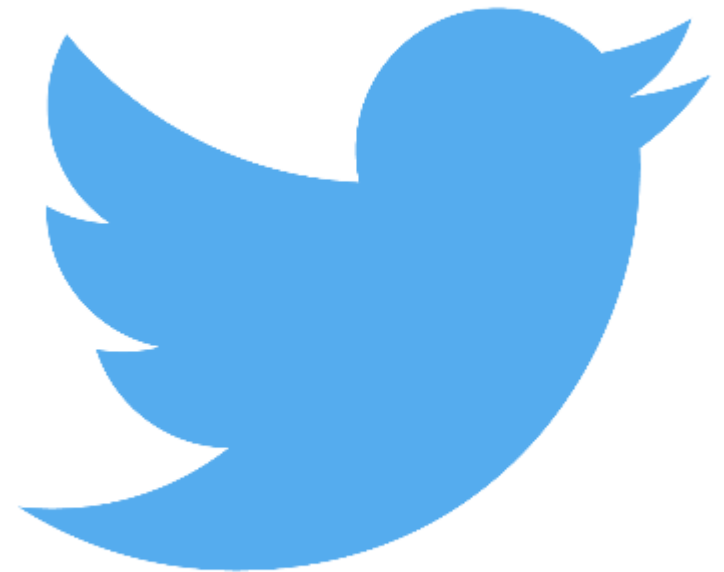
REDES SOCIALES - TWITTER

- **Nombre** Para identificarnos en Twitter, nuestro nombre de usuario va precedido del signo @. En mi caso sería [@pumarola](#)



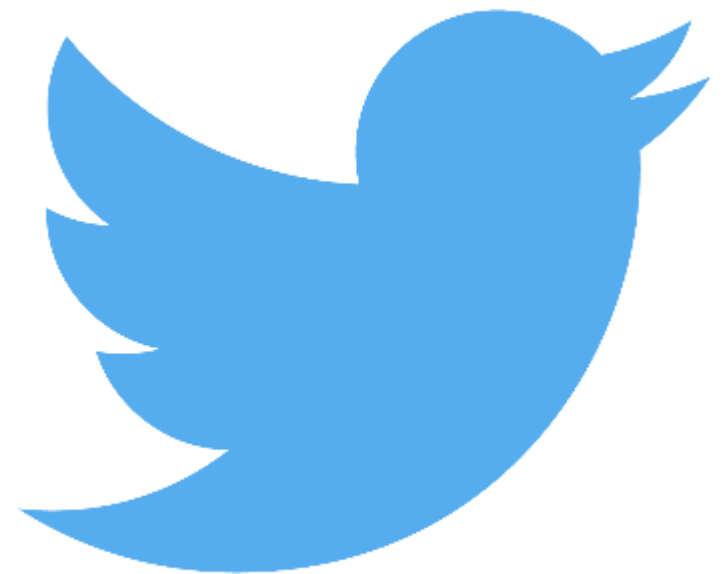
REDES SOCIALES - TWITTER

- **Siguiendo (following)** Usuarios a los que decidimos empezar a seguir. Cuando alguno de ellos escribe un mensaje o ***tweet***, automáticamente aparecerá en nuestro tablón (también conocido como **timeline**)



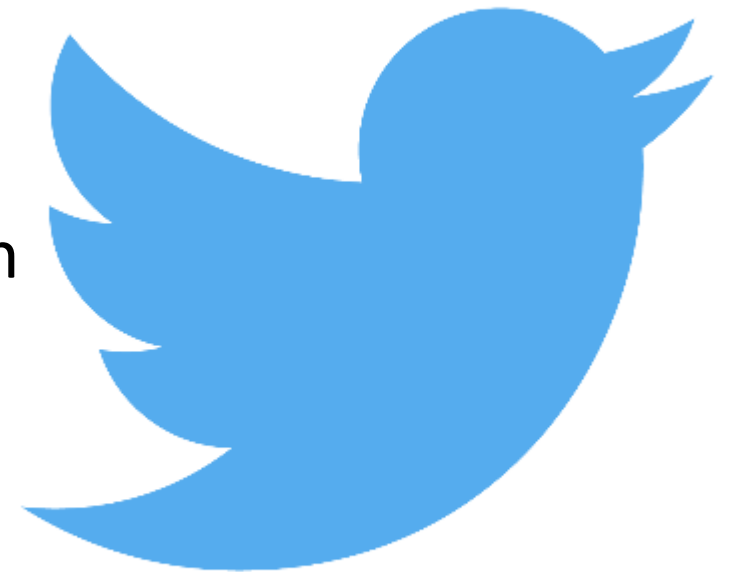
REDES SOCIALES - TWITTER

- **Seguidores (followers)** Son aquellos que nos *siguen* porque les interesa lo que escribimos o aportamos. Cada vez que escribimos un *tweet*, lo ve en su tablón. Podemos seguir a un usuario pero éste no tiene por qué seguirnos, y viceversa.



REDES SOCIALES - TWITTER

- **Listas** Sirven para poder organizar a los que seguimos por temáticas, intereses... de forma que sea más sencillo seguir sus actualizaciones. Podemos seguir también listas creadas por otros usuarios; de hecho, curiosear en ellas es un buen método para encontrar usuarios afines a nuestros intereses.



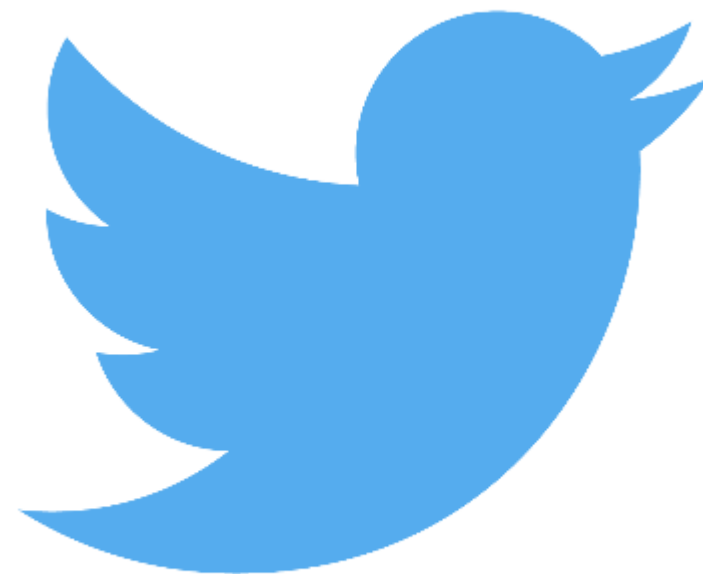
REDES SOCIALES - TWITTER

Avisos Cada vez que alguien empieza a seguirnos en Twitter recibiremos un correo electrónico con su nombre de usuario, la descripción del perfil y las cuentas comunes que ambos seguimos. Esto nos servirá también para saber si nos interesa seguirlo.



REDES SOCIALES - TWITTER

Etiquetas (hashtags) Para poder seguir con mayor facilidad un tema, conversación o discusión existen las etiquetas, que puede crear o utilizar cualquier usuario.

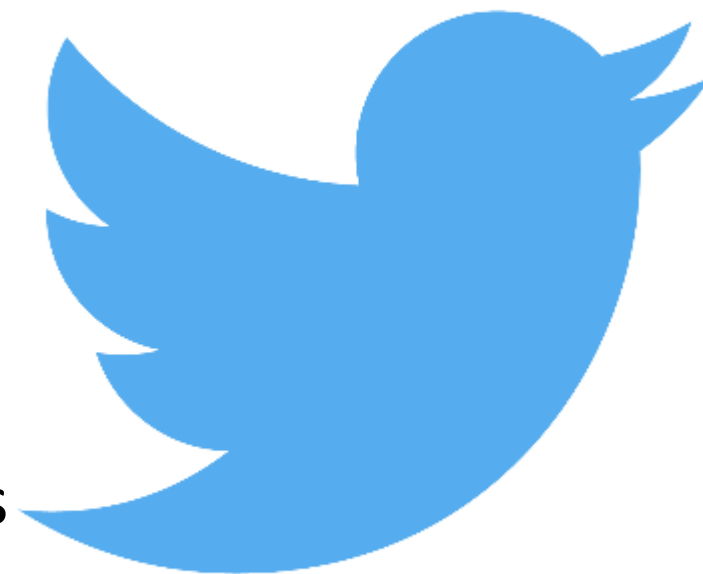


REDES SOCIALES - TWITTER

Etiquetas (hashtags) Basta con incluir el símbolo # delante de palabras, expresiones o temas.

Por ejemplo **#seleccionargentina**

si hablamos de la Selección Argentina. Si alguien busca ese término en el cuadro de búsqueda, los tweets que contengan esa etiqueta aparecerán en los resultados.



REDES SOCIALES - TWITTER



Temas del momento (trending topics) Índice formado por las etiquetas, términos o frases de las que más se está hablando en ese momento en Twitter, muy útiles para estar informado. Se puede elegir el país y la ciudad.

Tendencias: Argentina - [Cambiar](#)

[#90MinutosFOX](#)

Empieza a ser tendencia

[#TodoBienHastaQue](#)

17,5 K Tweets

[#BuenMiercoles](#)

10,4 K Tweets

[#NoTodoEnLaVidaEs](#)

Es tendencia desde hace 2 horas

[#ReencuentroK](#)

Es tendencia desde hace 3 horas

[Bossi](#)

Comenzó a ser tendencia en la última hora

REDES SOCIALES - TWITTER

Menciones Si queremos referirnos a alguien, es bueno utilizar el nombre de usuario que tenga en Twitter, precedido de la @. Y de igual forma si hablamos de una empresa o marca con cuenta en esta red

@ipapchaco



REDES SOCIALES - TWITTER

Menciones. No hace falta seguirlos ni que nos sigan para ello. Por ejemplo:

Interesante artículo de
@ipapchaco en ***@ChacoGobierno***.

Así, aunque a quien mencionemos no nos siga, verá en su tablón que hemos hablado de él. Eso también puede despertar el interés de esa persona y nos siga. Es una buena forma de darnos a conocer y de empezar a construir nuestra comunidad.





REDES SOCIALES - TWITTER

Debe tener una línea editorial claramente definida por unos objetivos y unos destinatarios.

La estructura de los tuits debe constar de frases completas de un máximo de 140 caracteres, respetando las normas ortográficas y gramaticales.

Hacer un uso mesurado y ocasional de los hashtags: para la retransmisión de eventos de la institución, vincular tuits con un tema de actualidad o etiquetas existentes, organizar actividades docentes, organizar actividades participativas, etc.



REDES SOCIALES - TWITTER

RECOMENDACIONES

- Aplicar la marca institucional: nombre de usuario, nombre completo, descripción, URL, logotipo/avatar y fondo.
- Se recomienda publicar un mínimo de un tuit diario o cinco semanales. En caso de publicar más de uno al día, mejor separarlos en el tiempo. Se debe priorizar la calidad y no la cantidad.
- Los mensajes directos los recibe el administrador de la cuenta, Es conveniente que los mensajes directos reciban una respuesta. El tono del mensaje debe ser cordial y con corrección lingüística



REDES SOCIALES - TWITTER

RECOMENDACIONES

- Para responder a una duda o consulta es preferible hacerlo con un responder así podremos seguir el hilo de la conversación. Para responder a una citación o recomendación de una actividad de nuestra institución es conveniente agradecerlo públicamente.
- Tener en cuenta que con los **retuits** se envía automáticamente el mensaje original sin posibilidad de editarlo. Por este motivo se tendrá que valorar si se quiere reenviar el mensaje tal y como está, o si se prefiere añadir algún comentario adicional.



REDES SOCIALES - TWITTER

RECOMENDACIONES

- De las menciones se debe hacer un seguimiento para saber qué opinión merece nuestra institución y solo responder cuando se tiene un gran dominio de la red social.
- Para escoger a los usuarios seguidos, debemos guiarnos por unos objetivos, destinatarios y la línea editorial que hemos definido. Descartar a aquellos usuarios que sean inactivos, que tengan cuenta privada, que tengan un avatar ofensivo o hagan spam.



REDES SOCIALES - TWITTER

RECOMENDACIONES

- Es interesante seguir a medios de comunicación o publicaciones especializadas, organismos públicos, personas que sean referente en un ámbito temático, otras instituciones parecidas a la nuestra, las personas que recomiendan nuestros tuits.
- Es recomendable no seguir más usuarios de los que nos siguen.
- Todas las cuentas de una misma institución se tendrían que seguir



REDES SOCIALES - TWITTER

INDICADORES

- Número total de *retweets*.
- Número total de *menciones* (no existe programa gratuito que lo contabilice, se debe hacer manualmente o acceder al programa de pago).
- N° total de *favoritos*.

REDES SOCIALES - YOUTUBE



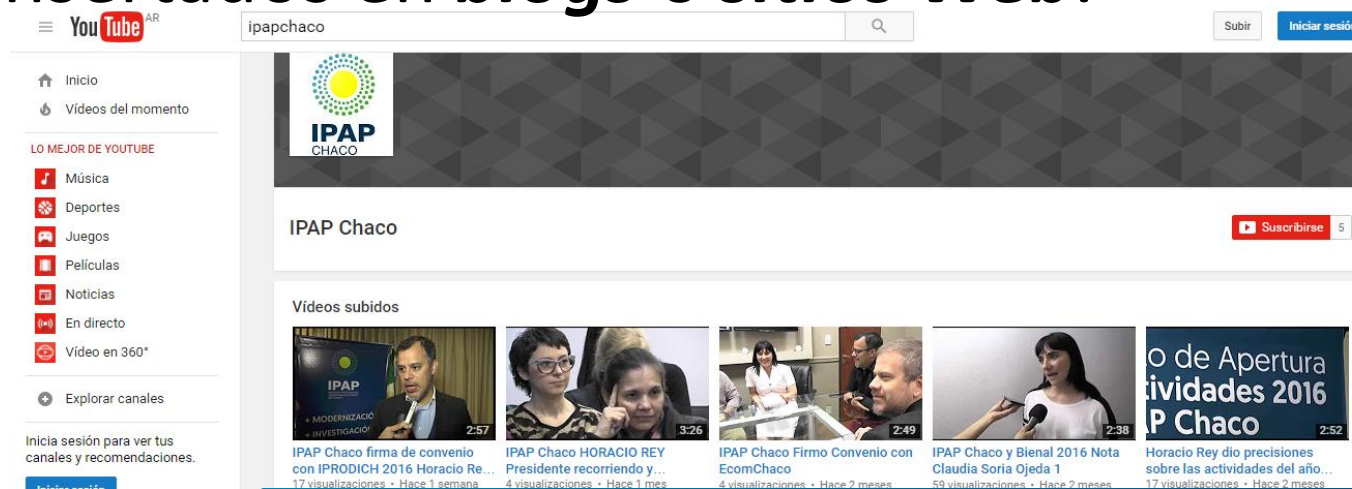
YouTube es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos.

Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs. A pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con todos los derechos reservados, este material existe en abundancia.

REDES SOCIALES - YOUTUBE



Actualmente es el sitio web de su tipo más utilizado en internet. **YouTube** usa un reproductor en línea basado en **Adobe Flash** para servir su contenido, que es soportado por los navegadores web más difundidos. Los enlaces a vídeos de **YouTube** pueden ser también insertados en **blogs** o **sitios Web**.



The screenshot shows the YouTube channel page for IPAP Chaco. The search bar at the top contains 'ipapchaco'. The channel name 'IPAP Chaco' is displayed with a 'Suscribirse' button and a subscriber count of 5. Below the channel name, there is a section titled 'Videos subidos' with five video thumbnails. The first video is 'IPAP Chaco firma de convenio con IPRODICH 2016 Horacio Re...' with 17 visualizations and is from 1 week ago. The second video is 'IPAP Chaco HORACIO REY Presidente recorriendo y...' with 4 visualizations and is from 1 month ago. The third video is 'IPAP Chaco Firmo Convenio con EcomChaco' with 4 visualizations and is from 2 months ago. The fourth video is 'IPAP Chaco y Bienal 2016 Nota Claudia Soria Ojeda 1' with 59 visualizations and is from 2 months ago. The fifth video is 'Horacio Rey dio precisiones sobre las actividades del año...' with 17 visualizations and is from 2 months ago.

REDES SOCIALES - YOUTUBE



Datos detrás del monstruo de Youtube

- Hay más de mil millones de usuarios
- Cada día se ven cientos de millones de horas y se generan miles de millones de reproducciones
- Cada minuto se suben 300 horas de vídeo
- El 50% de las reproducciones son procedentes de móviles
- Youtube está disponible en 75 países y en 61 idiomas
- Hay más de 1 millones de anunciantes (la mayoría son pequeñas empresas)

REDES SOCIALES - YOUTUBE



Cuando accedes a ***YouTube*** con tu ***cuenta de Google***, puedes aprovechar muchas de sus funciones:

- Marcar videos como Me gusta
- Guardar en Favoritos
- Suscribirse a canales
- Ver más tarde
- Ver el historial
- Marcar videos

REDES SOCIALES - YOUTUBE



Para subir videos, realizar comentarios o hacer listas de reproducción, debes crear un *canal* de *YouTube* público.



REDES SOCIALES - YOUTUBE



Un **Canal** es la página principal para una cuenta. Se muestra el nombre de la cuenta , el tipo de cuenta, los videos públicos que han subido, y cualquier información de los usuarios que han entrado.

Puede personalizar el esquema de fondo y el color de un canal, junto con el control de parte de la información que aparece en ella.

Pueden mostrar vídeos favoritos de otros usuarios, actividad, los comentarios, los suscriptores, y otras características de redes sociales .



REDES SOCIALES - YOUTUBE



Si no creas un **canal**, no tendrás ninguna presencia pública en **YouTube**. Tu actividad será totalmente privada.



Canal **YouTube**

REDES SOCIALES - YOUTUBE



Para suscribirse a un canal determinado, una vez que llegues al mismo, haz clic en .

