

Construye  
Tu Barrio

**Presupuestos  
participativos**

**#DecideZaragoza2018**

# Cómo difundir tu propuesta en las Redes Sociales



# Introducción

Esta segunda edición de los presupuestos participativos de Zaragoza cuenta con más de 1600 propuestas. Como proponente, te interesará que tu propuesta sea **apoyada** en la segunda fase y **votada** en la cuarta fase del proceso (en el caso de pasar a la fase de valoración técnica y recibir el sello de viabilidad).

Es muy importante dar visibilidad a las propuestas para conseguir los apoyos y votos de la ciudadanía. Siendo los presupuestos participativos un proyecto que se desarrolla tanto a pie de calle como en Internet, es de vital importancia conocer las posibilidades que ofrecen las redes sociales para su difusión y promoción.

Esta guía pretende orientar al proponente y a la ciudadanía interesada en el manejo de las redes sociales más populares para lograr este objetivo.

# 1. Conoce las redes sociales



## Facebook

Es la red social número uno con más de 2.160 millones de usuarios/as activos.

Se usa para intercambiar información y contenidos entre usuarios.

Una de sus características más importante es que los contactos se hacen por solicitud y confirmación de amistad, por lo que los lazos de conexión fundamentales se establecen entre familiares, amigos y conocidos.



## Twitter

Cuenta con 330 millones de usuarios/as, quienes acceden en un 80% de los casos a través del móvil.

Su principal virtud es la rapidez con la que se puede difundir la información gracias al *retuit*, la eficaz implementación de las etiquetas o *hashtags* y su carácter abierto.



## Instagram

Con alrededor 800 millones de usuarios/as, entre 18 y 29 años en su mayoría, es la aplicación de moda. Su razón de ser radica en las imágenes que el usuario publica y comparte con sus seguidores.

# 2. Define tu público objetivo

Saber a quién quiere beneficiar tu propuesta te permitirá hallar la forma de hacerles llegar tu propuesta y definir mejor el mensaje. Piensa un poco en estas preguntas antes de ponerte a escribir.

## ¿A quién se dirige tu propuesta?

- a. Todas las personas que viven en Zaragoza.
- b. Los ciudadanos y ciudadanas de un distrito en concreto.
- c. Personas usuarias de lugares públicos (colegios, museos, bibliotecas...).
- d. Personas mayores.
- e. Jóvenes.
- f. Otros colectivos.

## ¿Qué caracteriza a tu público objetivo?

- a. Está sensibilizado con el medio ambiente.
- b. Deportista
- c. Está comprometido con su distrito o barrio.
- d. Vinculado a la cultura y el patrimonio.
- e. Comprometido con un colectivo específico de ciudadanos (infancia, mayores, mujeres, discapacidad...)

## ¿Cuál es el objetivo de tu propuesta?

- a. Satisfacer las necesidades básicas.
- b. Aportar una solución a un problema específico.
- c. Mejora del bienestar de la ciudadanía en general.
- d. Mejora del bienestar de un colectivo específico.

# 3. Elige la red social más adecuada

Las redes sociales no son unas recién llegadas. Todas han alcanzado un notable grado de desarrollo y se han especializado en transmitir la información de una manera concreta.

## Facebook

Aunque es la red que más usuarios tiene, su sistema de solicitud y confirmación de amistad puede limitar la difusión de tus contenidos, ya que suelen quedarse en círculo de amigos o amigos de los amigos. Quizá ya tengas una página con una gran comunidad de seguidores/as, lo que puede ayudarte mucho en la difusión de tus intereses.

Si has hecho tu propuesta en nombre de una entidad, asociación o colectivo, valora si lo mejor es que difundas tu propuesta a través de un **Grupo de Facebook** específico, que a su vez tendrás de dar a conocer. Pese a este inconveniente, es una buena herramienta para compartir información, generar debate y fidelizar.

Facebook necesita publicaciones regulares. La visibilidad de estas será baja si no generas actividad en torno a las mismas. Sin embargo, no es necesario ni conveniente publicar tantas veces como en **Twitter**. Basta una o dos publicaciones al día que inviten al “me gusta” y al debate.

Like



Love



Haha



Wow



Sad



Angry



# 3. Elige la red social más adecuada



## Twitter

La principal ventaja de esta red social es la rapidez con la que se puede expandir la información. El boca-oreja puede ser casi instantáneo. Esto se debe al carácter abierto de la red, a la eficacia del retuit y el sistema de etiquetas o *hashtags*.

El *hashtag* oficial de los Presupuestos Participativos es **#DecideZaragoza2018**

El inconveniente principal de Twitter era, hasta no hace mucho tiempo, la brevedad de los tuits, restringidos a 140 caracteres. Afortunadamente, Twitter dobló su capacidad a **280 caracteres**, los cuales pueden dar mucho de sí.

En Twitter los mensajes se los lleva el viento. El timeline de esta red social corre a gran velocidad y, a diferencia de Facebook, necesitarás unos cuantos tuits diarios para asegurarte de que tu mensaje va a ser leído.

# 3. Elige la red social más adecuada

## Instagram

La principal ventaja de esta red social es el poder de la imagen para transmitir un mensaje y la gran visibilidad que puede alcanzar gracias a los *hashtags*, que funcionan igual que en **Twitter**.

Es una red de gran consumo entre los y las más jóvenes.

Aunque también permite compartir imágenes entre usuarios, no es tan inmediata como Twitter y su funcionamiento no resulta el más adecuado para generar interacciones, pues no basta que tu mensaje genere “me gustas” sino que tu público salte de la red social al portal de Gobierno Abierto y apoye tu propuesta.

Recuerda que el *hashtag* oficial de los Presupuestos Participativos es **#DecideZaragoza2018**



# 4. Cómo escribir en las Redes Sociales

## Utiliza palabras clave o *hashtags*

Sirven de referencia a los lectores/as y permiten concentrarse mejor en la lectura. Seguro que no hace falta que te recuerde el *hashtag* oficial de los presupuestos participativos:

**#DecideZaragoza2018**

## Escribe con frases cortas y simples

Las frases cortas y directas son más fáciles de asimilar. En Twitter no te quedará más remedio, pero en Facebook e Instagram es mejor tener esto en cuenta. Lo mejor es el texto sea como un titular, eslogan o texto muy breve de lo que pretendas comunicar y adjuntes enlaces a la propuesta o al contenido.

## Atención a la puntuación y a la ortografía

Las redes sociales son el expositor de tu proyecto. Las faltas de ortografía pueden degradar tu imagen y credibilidad.

## Evita las mayúsculas

Hablar más alto no significa que lo que dices esté más claro. En Internet, si escribes en mayúsculas, tu interlocutor lo interpretará como que estás gritando, lo que puede generar rechazo a lo que publicas.

## Inserta *emojis* en tu mensaje

Harán tus publicaciones más agradables y llegarán a los destinatarios de forma más directa.



# 5. Crea contenidos visuales

Está comprobado que los tuits o los estados de Facebook que vienen acompañados de una fotografía llaman más la atención y generan más interacciones.

Es recomendable ilustrar la información que difundas en las redes sobre tus propuestas con imágenes, montajes, GIFs o videos para captar la atención de tus seguidores. Crear contenidos visuales adaptados a cada red social ayuda a ganar visibilidad y eficacia.

## Herramientas gratuitas disponibles online

Existen gran cantidad de herramientas online que facilitan enormemente la creación de imágenes atractivas para las redes sociales.

**Canva** y **Pixteller** están especialmente enfocadas a este objetivo. Basta con indicar la red social para la que quieres la imagen y automáticamente ofrecen gran variedad de plantillas prediseñadas.

<https://www.canva.com/>

<https://pixteller.com/>



**PickMonkey** está pensada para ayudar al usuario en la edición de fotos.

<https://www.picmonkey.com/es/>

**PicktoChart** y **Easelly** están especializadas en la creación de infografías, con decenas de plantillas customizables. <https://piktochart.com/>  
<https://www.easel.ly/>

Si tienes conocimientos de diseño, puedes recurrir a **Gravit Designer**, una alternativa gratuita y potente a programas de diseño vectorial.

<https://www.designer.io/>

# 5. Crea contenidos visuales



## Busca fotos libres de derechos

Si vas a ilustrar tus publicaciones con fotografías disponibles en la red, recuerda que es muy probable que debas citar al autor de la misma.

Una alternativa es hacer uso de fotografías libres de derechos que puedes encontrar en [Pixabay](https://pixabay.com/es/) o [Flickr](https://www.flickr.com/)

## Dimensiones de las fotografías

Si tu intención es no utilizar ninguna herramienta de las mencionadas, es recomendable que ajustes tu imagen a las proporciones indicadas por cada red social.

También es cierto que, si tu imagen no tiene las dimensiones exactas que a continuación indicamos, lo más probable es que también se visualicen correctamente.

**Facebook:** 1200 x 268 px.

**Twitter:** 1024 x 512 px.

**Instagram:** Aunque inicialmente sólo admitía fotos cuadradas, hace tiempo que permite publicar fotos apaisadas y verticales.

Las dimensiones recomendadas son **1080 x 566 px** para las fotos horizontales y **1080 x 1350 px** para las verticales.



# 6. Desarrolla y fideliza tu comunidad

## Sigue cuentas relacionadas con el proyecto

Seguir cuentas relacionadas con los **presupuestos participativos** y/o tu propuesta en particular favorecerá la difusión.

El **Ayuntamiento de Zaragoza** utiliza las cuentas oficiales para hablar del desarrollo del proceso participativo.

También te conviene seguir las cuentas de la ciudadanía que se vería beneficiada con tu propuesta.

Por ejemplo, si propones algo relacionado con el carril bici, busca las cuentas de asociaciones de ciclistas.

## Busca y conecta con *influencers*

Sigue las cuentas de personalidades públicas, gente popular, periodistas especializados, *bloggers*, *youtubers* o *influencers* que tengan que ver con el objetivo de tu propuesta.

Puedes pedirles compartir la información o un retuit para que tu propuesta llegue a más gente.

**Facebook:** <https://www.facebook.com/ayuntamientodezaragoza/>

**Twitter:** [https://twitter.com/zaragoza\\_es](https://twitter.com/zaragoza_es)

**Instagram:** <https://www.instagram.com/Zaragoz>



# 6. Desarrolla y fideliza tu comunidad

## Cita tus redes sociales en los soportes de comunicación física

No olvides citar vuestra presencia en las redes sociales si haces difusión en tus soportes de comunicación física: flyers, carteles, etcétera.



## Comparte contenido externo

Una noticia, un artículo relacionado con tu propuesta o el distrito al que pertenece... Comparte, comenta y no olvides de mencionar al autor o medio de comunicación que lo publica para suscitar su interés.

## Responde a preguntas y demandas

Si alguien te pregunta, no le dejes sin respuesta. Da mala imagen y te aleja de tu audiencia. Trata de responder de forma diligente y correcta y participa de las conversaciones que pueden surgir en las redes en torno a tus publicaciones.

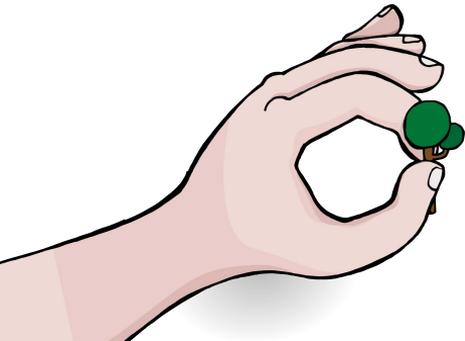
## Crea tráfico entre tus redes sociales

¿Tienes varias redes sociales? Difunde diferentes contenidos en cada una de ellas y haz saber en las redes que estás para que tu comunidad te siga. Esto te ayudará a crear una audiencia fiel.

# 7. Algunas buenas costumbres

## Presta atención a lo que se cuece en las redes

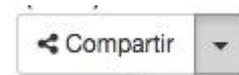
No estás solo/a en las redes sociales, otros usuarios y usuarias, asociaciones y proyectos también hablan. Estar al tanto de lo que se dice y cómo se dice es una excelente manera de dominar una red social y aprender a manejarla, qué funciona y qué se debe evitar. También ayuda a encontrar inspiración.



## Acorta los enlaces

Las redes sociales detectan cuando quieres compartir un enlace, pueden acortar automáticamente la url y adaptar su contenido al tu publicación insertando automáticamente una foto.

Si tienes varios enlaces para compartir en la misma publicación, recomendamos usar un acortador de enlaces como <http://goo.gl> o <http://bit.ly>.



Este botón que encontrarás en la parte inferior de todas las propuestas está para facilitarte esta labor.

Haz clic sobre él y se desplegará un menú de redes sociales. Clica otra vez sobre la red social que quieras utilizar y automáticamente creará una publicación o un tuit con el enlace a tu propuesta.

# 7. Algunas buenas costumbres

## Utiliza los *hashtags*

Ya hemos mencionado anteriormente lo importante que es en redes sociales como **Instagram** o **Twitter** el uso de *hashtags* para ganar visibilidad. Esta suerte de "palabras clave" o etiquetas facilita la catalogación de tus publicaciones en las redes sociales y captar la atención de la comunidad interesada. No lo olvides: siempre sin espacios y precedida de #.

Recuerda que el *hashtag* oficial de los Presupuestos Participativos es **#DecideZaragoza2018** y que no debería faltar en ninguno de tus tuits o publicaciones de Instagram. Otro *hashtag* que puede acompañar tus publicaciones es, claro, el de **#presupuestosparticipativos**.



## Menciona a tus interlocutores

En tus publicaciones, tanto en **Twitter** como **Instagram** o **Facebook**, puedes mencionar las cuentas de las personas o entidades con las que estás hablando o de las que estás hablando. Basta con insertar el nombre de la cuenta precedido del símbolo @. La cuenta referenciada recibirá una notificación que permitirá involucrarla en la conversación. Esta es otra herramienta fundamental que hará que tu mensaje llegue mucho más lejos.

# 7. Algunas buenas costumbres

## Programa tus publicaciones

Como todo proyecto de comunicación, la difusión de tus propuestas mejorará con una sencilla preparación previa. Por eso aconsejamos que prepares un pequeño cronograma de tu campaña de comunicación para organizarte, determinar los mejores momentos para publicar tus propuestas y anticipar tus próximas publicaciones.

Utilizar un programador de publicaciones como **Hootsuite** te puede ayudar mucho en este aspecto, además de liberarte de tener que estar pendiente de las redes sociales en determinados momentos del día.

<https://hootsuite.com/es/>

**Esperamos haberte proporcionado información útil para difundir tus propuestas de Presupuestos Participativos en las redes sociales.**

**¡Disfruta de participar en la construcción de tu barrio y tu ciudad!**

**#DecideZaragoza2018**

