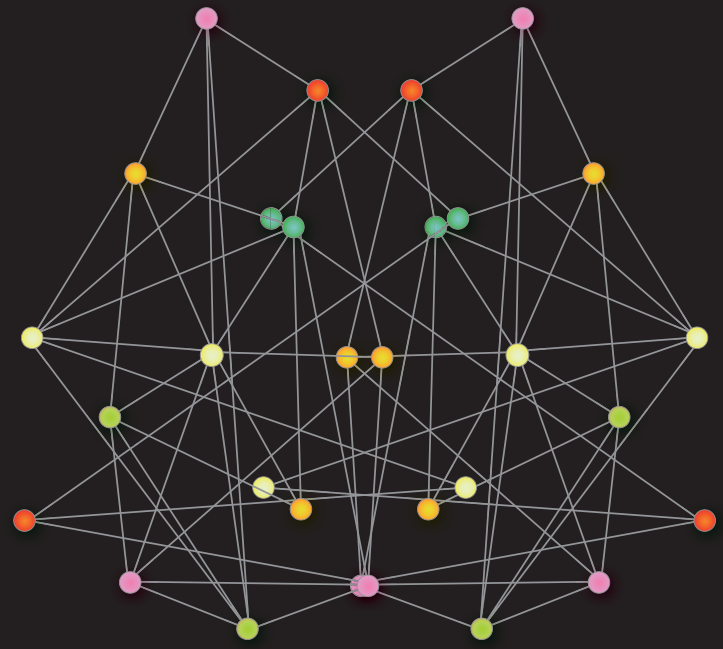
Eusko Jaurlaritzaren gizarte-sareetako erabileren eta estiloaren gida



©

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO
LEHENDAKARITZA PRESIDENCIA

Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Sarrera
Eskaera egiteko prozedura
Hizkuntza-erabilerak
Lizentzia irekia
Facebook
Twitter
Tuenti
Google +
Linkedin
Youtube
Flickr
Slideshare
Delicious
Geoposizionamendua
Blogak
Tumblr
Pinterest
Eduki-kudeatzaileak
Analisia eta neurketa
Oinarrizko hiztegia
Erreferentziak eta dokumentazioa
I. eranskina. Web 2.0 tresnetan eta Sare Sozialetan alta hartzeko
II. eranskina. www.euskadi.net atarian parte hartzeko ekimenetarako tresna komunak
III. eranskina. Gizarte-sareetako irudi grafikoa
IV. eranskina. Sare sozialetan datu pertsonalak babesteko eredua
V. eranskina. Lizitazioetarako klausulen eredua

irekia Gobierno Abierto

AD@15 AGENDA DIGITAL@2015 EUSKADI

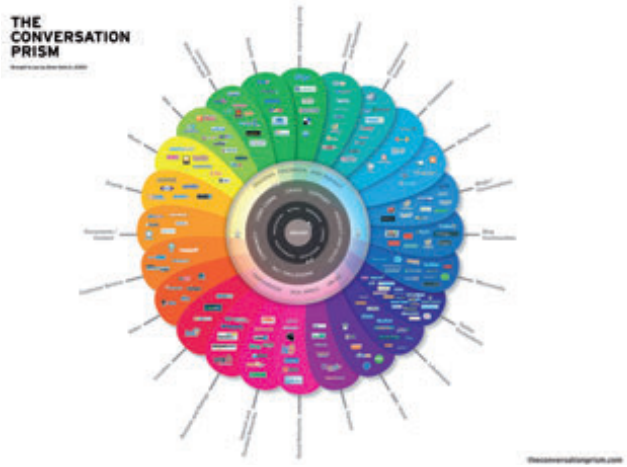
Sarrera

Gizarte-sareetako erabileren eta estiloaren gida honek sarrera bat du hasieran, eta, bertan, gizarte-sareen gaur egungo unibertsoaren ikuspegi orokor bat ematen da, eta Eusko Jaurlaritzak gizarte-sareetan duen presentziaren testuingurua azaltzen da. Horrez gain, presentzia horren oinarriak jartzen dira, bai eta Eusko Jaurlaritzako langileek gizarte-sareetan duten presentziaren oinarriak ere.

Gizarte-sareetan kontuak eskatzeko prozedura ere azalduko dugu, eta adieraziko dugu zer arau eta hizkuntza-erabilera hartu beharko ditugun kontuan.

Eusko Jaurlaritzak presentzia korporatiboa duen gizarte-sare bakoitzari buruz kapitulu bat egin dugu, bai eta interes sektorialagatik sailen batentzat interesgarriak izan daitezkeen gizarte-sareei buruz ere.

Kapitulu bakoitzean honako hauek izango ditugu: dagokion gizarte-sarearen sarrera bat, konfigurazioari eta edukiari buruzko alderdi garrantzitsuenak, eta gida labur bat gizarte-sare horretan moldatzeko oinarrizko jarraibideekin.



Zer dira gizarte-sareak?

Interneten bidez elkartzen diren eta elkarrizketa-bideak erabiliz informazioa, jakintza eta iritziak partekatzen dituzten erabiltzaile-komunitateen artean gertatzen diren jarduerak, praktikak eta portaerak dira gizarte-sareak. Web-aplikazioak dira, eta era askotako edukiak (testuak, argazkiak, bideoak edo audioak) erraz sortu eta transmititzeko balio dute. Elkarrekintza horri web 2.0 deitu zaio, 90eko hamarkadako Internet estatikoari kontrajartzen zaiolako.

Herritarrekin berdinetik berdinera elkarrekintzan aritzeko modu berri bat dira gizarte-sareak, eta ohiko komunikabideen eskaintzaz gainera, aukera ematen dute, bitartekaririk gabe, komunikazioak, aurkezpenak, laguntzak, lehiaketak eta abar argitaratzeko, bai eta berehalako feedbacka lortzeko ere. Horregatik, sailen komunikazio-estrategiaren zati izan beharko lukete.

Eusko Jaurlaritza gizarte-sareetan

Interneten gizarte-sareak erabiltzearen ondorioz, gure eremu pertsonalean eta profesionalean komunikatzeko dugun era aldatzen ari da.

Eremu profesionalari dagokionez, egungo egoerak adimen kolektiboko formetara garamatza, eta forma horiek erakundeak aldatzen ari dira: alde batetik, pertsonak elkarrekin konektatzeko gaitasun-maila handia dutelako, eta, bestetik, sortutako informazioa kudeatzeko aukera asko ematen dituztelako.

Gainera, kontuan izan behar dugu herritarraren rola aldatu egin dela: orain informazioa modu pasiboan kontsumitzen jarraitzen du, baina informazioa sortu ere sortzen du, eta Interneten bidez partekatzen du; beraz, prosumitzaile bihurtu da (produzitzailea eta kontsumitzailea aldi berean). Eta, gobernu gisa, jakintzaren zirkulazio askea erraztu behar dugu, gardentasuna sustatuz, herritarrekin batera demokrazia deliberatzaile eta parte-hartzaileago batera aurrera egiteko.

Gizarte-sareetan gailu mugikorren bidez sartu ahal izateak edozein tokitatik parte hartu ahal izatea bermatzen du, eta, zenbat eta jende gehiagok erabili, orduan eta erabilera gehiago izango dituzte. Hortaz, plataforma bikainak dira hobetzeko eta berritzeko.

Herritarren eta gobernantzako beste eragile batzuen parte-hartzea eta inplikazioa errazteaz gain, gizarte-sareek Administrazioaren bi noranzkoko komunikazio-bideak (telefono bidezko arreta, presentziala, adibidez) osatzen dituzte, aurrez adierazi dugun moduan. Jaurlaritzaren atariek gure zerbitzuei buruzko informazio eguneratua emateko balio dute, eta gizarte-sareek, berriz, honetarako:

- Berehalako erantzunak ematen dizkiete erabiltzaileei, eta, gainera, ematen den informazioa erabilgarria izan daiteke egoera berean dauden beste pertsona batzuentzat (denbora eta baliabideak aurrezten dira, Interneten gertatu ohi den moduan). Gertukoagoa ere izaten da, erabiltzailearen testuinguru pertsonalean baikaude.
- Web edo atari korporatiboetara bideratzen dituzte erabiltzaileak (edo bide ofizialek sortzen dutena bezain informazio fidagarria ematen duten beste baliabide batzuetara), informazio ofiziala zabaltzeko.
- Erabiltzaileen gaikako sareak sortzea errazten dute, eta erabiltzaileek, era berean, oinarrizko jakintzak eta jakintza osagarriak sortzen dituzte, erakundeak haien interesak ezagutu eta kontuan hartu ahal izateko.

*Eusko Jaurlaritzaren Gizarte-sareen erabileren eta estiloaren gida*k jarraibide komun batzuk ezartzen ditu, Eusko Jaurlaritzak gizarte-sareetan duen presentzia homogeneoa izan dadin. Tresna dinamiko bat da, eta edonork adieraz dezake bere esperientzia irekia@ej-gv.es helbidera idatziz, http://facebook.com/GobiernoVascoIrekia Irekiaren Facebookeko horman mezu bat argitaratuz, edo tuit bat argitaratuz @Irekia Twitter profilean edo #irekia etiketarekin.

Harremanetarako eta parte-hartzerako espazio horietan edozein zuzendaritza, zerbitzu edo markaren kontuak eta profilak (eta, beraz, baita Eusko Jaurlaritzak gehiengo parte hartzea duen enpresa publikoenak eta berezko lege-nortasuna duten erakundeenak ere) irekitzeko prozedurak azaltzen ditu Gidak. Kanal horietan Euskal Autonomia Erkidegoko bi hizkuntza koofizialak erabiltzeko zenbait jarraibide ere baditu. Horrez gain, gizarte-sareen tresnak zerrendatzen ditu, haietako bakoitzaren erabilerak eta haietan presentzia edukitzearen helburuak adierazten ditu, gomendioak ematen ditu presentzia egokia eta emankorra izan dadin, eta tresna bakoitzean komunikazio-estilo egokiena erabiltzeko irizpideak azaltzen ditu.

Justizia eta Herri Administrazio Saileko Herritarrei Arreta Emateko Zuzendaritzak irekitze-prozedura koordinatzen du. Estandar guztiak betetzen direla bermatu ondoren, Zuzendaritzak oniritzia ematen du, eta Lehendakaritzaren Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak erabiltzaile-kontuak eta edizio-inguruneen profilak ematen dizkio unitate eskatzaileari, irudi korporatiboarekin batera (avatarrak, atzeko planoko irudiak eta beste elementu batzuk).

Bestalde, Irekiak gizarte-sareetako tresna bakoitza era eraginkorrean kudeatzeko gomendatzen diren aplikazioen zerrenda eguneratua du (http://delicious.com/irekia).

Eusko Jaurlaritzaren gizarte-sareetako presentziaren oinarrian dauden printzipioak

Herritarrekin elkarrekintzan aritzerakoan, Jaurlaritzaren eta hura osatzen duten profesionalen balioekin bat datorren giroa erabili behar da beti:

- Zerbitzu publikoa. Gure izateko arrazoia da. Gizarte- sareen bidezko komunikazioak komunikazio presentziala bezain eraginkorra edo eraginkorragoa izan behar du, eta, era berean, efizienteago izan behar du eta emaitza hobeak eman behar ditu, askoz baliabide gehiago erabili gabe. Herritarrari entzuteko eta ahal den guztian laguntzeko prest gaudela erakutsi behar dugu une oro, bai eta haren zalantza guztiei konponbideak emateko prest gaudela ere.
- Gardentasuna. Gizarte-baliabideen oinarrizko araua da. Den moduan erakutsi behar da erakundea, naturaltasunez.

- Kalitatea. Kalitateko zerbitzuak eman behar zaizkie herritar guztiei, ezarrita dauden protokoloak jarraituz edo hobetuz.

- Erantzunkidetasuna. Nor ordezkatzen dugun eta zer orientaziorekin, nola eta non komunikatu behar dugun jakitea. Kontuan hartu behar dira gizarte-sareen bizikidetza- arauak eta erabilera-arauak.

- Parte-hartzea. Geureak balira bezala hartu behar dugu parte herritarren ekimenetan, eta gainerako herritarren parte-hartzea ere sustatu behar dugu.

- Jakintza irekia. Jakintza intelektualaren ikuspegi berri bat erabili behar dugu, Administrazioak sortutako datu eta edukietatik abiatuta aberastasuna sortu ahal izateko.

Gure elkarrizketa-tonuak hurbilekoa eta atsegina izan behar du beti. Jaurlaritzak parte hartzen duen gizarte-sareetan, komunikazioa herritarrei bideratuta egon ohi da. Beraz, entzun egin behar diegu pertsonei, eta erantzun egokiak eman behar dizkiegu haien beharrei, gune horietako erabiltzaileek senti dezaten gure presentzia ez dela intrusiboa, baizik eta berdinetik berdinera ari garela parte hartzen elkarrizketan.

Gizarte-sareetan parte hartzen dugunean, kontuan izan behar dugu herritarren eremuan gaudela, erabiltzaile bakoitzak bere iritzia duela, eta iritzi horiekin ados ez bagaude ere, errespetatu egin behar ditugula. Gure presentziaren helburua ez da iritzi horiek aldatzea edota gureak inposatzea, baizik eta herritarrei entzutea eta haiekin partekatzea eta beren espazioan hitz egitea.

Printzipio orokorraren arabera, profil korporatiboetatik ezin dira iritzi pertsonalak eman, eta linea editorialak webgune ofizialarenarekin bat etorri behar du.

Beraz, profil pertsonalak eta profil korporatiboak (zuzendaritzenak, zerbitzuenak, markenak...) bereizi behar dira. Profil pertsonalak norberaren izenean daudenak dira, eta pertsona bakoitzak askatasuna du presentzia izateko eta bere kontua izateko gizarte-sareetan. Aitzitik, eta logikoa den moduan, Administrazio Publikoaren kontuek profil instituzional bat izan behar dute.

Erabilera-gomendioak Eusko Jaurlaritzako langileentzat

Gizarte-sareek hainbat eta hainbat aukera ematen dituzte, eta Eusko Jaurlaritzan lan egiten duten pertsonek arduraz erabil ditzakete. Instituzioaren kide direnez, pertsona horiek kontuan hartu beharko lituzkete zenbait gomendio erabilera egokia bermatzeko, baita gizarte-sareetan beren profil pertsonaletatik ari direnean ere.

Hasierara

Gizarte-profiletan ad0ierazten diren iritziak pertsonalak dira, eta ez zaizkio inolaz ere erakundeari egotziko. Langileek eskubidea dute egoki iruditzen zaizkien gaiei buruz beren iritziak edo ikuspegiak askatasunez adierazteko.

Ematen dugun zerbitzuarekin arazorik sor ez dadin, zenbait ekintza gomendatzen ditugu:

- Gizarte-sareetan presentzia duten Eusko Jaurlaritzako langileek askatasunez esan dezakete Eusko Jaurlaritzako langileak direla.
- Erakundearena ez den helbide elektroniko bat erabili behar da Eusko Jaurlaritzakoak ez diren orrietan kontu pertsonalak erregistratzeko, informazio hori gaizki interpreta baitaiteke, edo nahi ez dugun helburuetarako erabil baitaiteke. Gomendio horrek Twitterri eta Facebooki egiten die erreferentzia bereziki.
- Ezin da Eusko Jaurlaritzaren eta ematen dituen zerbitzuen ospea kalte dezaketen ekintza edo mugimenduetan parte hartu.
- Gardentasunez eta legedia errespetatuz jardutea komeni da.
- Ezin dira mespretxuzko iruzkinak edo iruzkin iraingarriak argitaratu Interneten.
- Lanaldian zehar gizarte-sareak erabiltzen badira, ongi era- biltzea komeni da, eta ematen den zerbitzua hobetzeko betiere.
- Gogoan izan sarean egiten diren jarduerak erregistratuta geratzen direla denbora mugagabean, eta edozein erabiltzaile sar daitekeela haietara.

Gizarte-sare motak

- Bertikalak. Erabiltzaile guztiak eduki-mota edo gai jakin baten inguruan mugitzen dira.
  - —*Argazkiak:* Flickr, Google fotos, etab....
  - — *Bideoak:* YouTube, Vimeo, Qik, Blip.tv...
  - — *Musika:* Blip.fm, Last.fm, Spotify...
  - — *Liburuak:* aNobii, Librofilia...
  - — *Aurkezpenak edo dokumentuak:* SlideShare, Scribd, Issuu, etab.
  - — *Markatzaile sozialak:* Delicious, Menéame, AupaTu, Pinterest, Scoop.it, etab.

Oro har, Eusko Jaurlaritzak era horretako sareetan duen presentzia multimedia-materiala gordetzeko izango da.

- Horizontalak. Era guztietako edukia partekatzeko era- biltzen diren harreman-sareak dira:

  —Harreman-sareak: Facebook, Google +, Tuenti, Myspace...

  — Profesionalak: Linkedin, Xing...

  — Microblogging: Twitter, Tumblr, Posterous, Plurk, Picotea...

Beste kontsiderazio batzuk

Baliteke sare sozialen egungo aplikazioetako batzuk Internet Explorer 8.0 nabigatzailearekin ez funtzionatzea behar bezala. Beraz, nahitaezkoa izango da Mozilla Firefox nabigatzailea instalatzea, eta hurrengo kapituluan adieraziko dugu instalazioaren eskaera egiteko prozedura. Nabigatzailearen aplikazioetako batzuk ere instalatu beharko ditugu, edukiak kudeatzeko balioko baitigute; dagokien kapituluetan landuko ditugu aplikazio horiek.

Eskaera egiteko prozedura

Hasierara

1. Eskatzailea Web Zerbitzuarekin harremanetan jarriko da, ekimena jakinarazteko eta helburuak eta hautatutako gizarte-zerbitzuak zehazteko. Horrez gain, eskaera-inprimaki labur bat bete eta bidaliko dio Web Zerbitzuari (II. eranskina).

2. Web Zerbitzuak ekimena aztertu eta onartutakoan, Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzarekin (Lehendakaritza) harremanetan jarriko da, hautatutako tresnetan alta emateko.

3. Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritza arduratuko da gizarte-sareak gizarte-sareen gidaren arabera konfiguratzeaz (atzeko planoak, avatarrak, nomenklaturak…), eta Gida honetako «Eduki- kudeatzaileak» atalean gizarte-sareen kudeaketarako gomendatutako tresnak emateaz eskatzaileari.[1]

[1]Kudeaketa-tresnetako batzuk erabiltzeko beharrezkoa da Firefox nabigatzailea edukitzea. Horretarako, eskaera bat egin behar zaio EJIEri, instalazioez arduratzen den atalari, zehazki, Firefox nabigatzailearen bert- sio homologatua instala dezaten.

Jaurlaritzaren Idazkaritzako eta Legebiltzarrarekiko Harremanetarako zuzendariaren uztailaren 2ko 9/2008 Ebazpenak,1 Jaurlaritzaren Kontseiluak «IV. Plangintzaldirako (2008-2012) Eusko Jaurlaritzan Euskararen Erabilera Normalizatzeko Plana onartzeko» hartutako erabakia argitaratzeko denak, Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak ezartzen ditu Eusko Jaurlaritzarako.

http://www.euskara.euskadi.net/r59-738/es/contenidos/informacion/argitalpenak/es_6092/adjuntos/Irizpideakgazt.pdf

Hizkuntza ofizialak erabiltzeko arau orokorrak

Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazio Orokorrak eta haren erakunde autonomoek nahitaez bete beharko dituzte arau hauek.

Arauak Administrazioaren harreman ofizialetan eta protokolozko harremanetan aplikatuko dira, eta ez harreman pribatuetan edo ez-formaletan.

Komunikazio elebidunetan euskara nabarmentzeko neurriak

Euskararen egoera soziolinguistikoa kontuan hartuta, Eusko Jaurlaritzak ekoitzitako komunikazioetan euskara nabarmentzeko neurriak hartuko dira. Horretarako, bi estrategia erabil daitezke gutxienez:

- Kokapena. Hitzen kasuan, euskaraz agertzen direnak aurrean edo gainean jar daitezke; zutabeak badira, ezkerrekoa euskarazkorako erabiliko da; eta, orriak badira, berriz, eskuinekoa euskarazkorako erabiliko da.

- Tipografia. Ez dugu ahaztu behar letra-tipoa edo tamaina erabil daitezkeela euskarazko testua nabarmentzeko.

Komunikazio idatziak: dokumentazioaren igorlea Eusko Jaurlaritza bada, komunikazioa bi hizkuntza ofizialetan edo euskaraz egingo da.

Hizkuntza ofizialen erabilera eta itzulpen-irizpideak

Azaroaren 24ko 10/1982 Legeak (Euskararen erabi-lera normalizatzeko oinarrizkoa) ezartzen duenez, Administrazioaren komunikazioak bi hizkuntza ofizialetan egin behar dira, baina ez du adierazten itzulpena erabili beharko denik nahitaez horretarako. Nolanahi ere, euskararen egoera soziolinguistikoaren ondorioz, testu gehienak gaztelaniaz idatzi dira gero euskarara itzultzeko. Argi dago bide hori erabilita euskarazko itzulpenaren egitura, estiloa eta diseinua gaztelaniazko testuaren mende geratzen direla.

Bi hizkuntzetan idaztea

Mendekotasun hori gainditzeko, Eusko Jaurlaritzak, ahal den neurrian, bi hizkuntzetan idatziko dela bermatuko du, zuzenean itzulpen-zerbitzuetara jo gabe. Bi hizkuntza-komunitateri informazioa ematea da, azken buruan, Eusko Jaurlaritzaren lana, eta, horretarako, ez da beharrezkoa zuzenean itzulpenetara jotzea beti: nahikoa da bakoitza bere aldetik idaztea, eta igorri beharreko mezua bi hizkuntzetan zabaltzea, mezuaren edukia errespetatuz betiere, baina estiloa hizkuntza bakoitzaren ezaugarrietara moldatuta.

Gizarte-sareak, Internet eta Intranet

Gizarte-sareetan, Interneten eta Intraneten Eusko Jaurlaritzaren titulartasuna duten edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz kontsultatu ahal izango dira oro har. Izenez eta izenburuez gain, pixkanaka-pixkanaka euskarazko edukiak ere areagotuko dira, sailetako erabilera-planetan ezarritako moduan.

Sailetako web-orrietan sailak berak sortu ez dituen edukiak gehitzen direnean (beste sail, instituzio edota enpresa batzuen materiala, esaterako), bi hizkuntzak era orekatuan agertu beharko dira; hau da, testuak sortzeko erabili diren hizkuntzen artean oreka egon beharko da, eta, bereziki, haien kalitatea bermatu beharko da.

Eusko Jaurlaritzaren blog eta foroetako hizkuntza-irizpideak

Eusko Jaurlaritzaren blogetan, aurreko atalean jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskara eta gaztelania) argitaratuko dira osorik, bi bertsio bereizitan. Bi hizkuntzen kalitatea zainduko da. Iruzkinak bakoitzak nahi duen hizkuntzan egin daitezke, eta iruzkinaren hizkuntzari dagokion bertsioan argitaratuko dira.

Blogak administratzaile edo dinamizatzaile elebidun bat izango du; pertsona hori argitalpenaren erritmoa koordinatzeaz arduratuko da (kolaborazioak proposatuz), eta jatorrizkoak bi hizkuntza ofizialetan era orekatuan

argitaratzen direla bermatu beharko du. Horrez gain, iruzkinetan interes orokorreko eztabaida edo gai bat sortzen bada hizkuntzetako batean, eduki berri bat sortuko da landutakoarekin beste hizkuntzan.

Gizarte-sareak oro har

Eusko Jaurlaritzaren gizarte-sareetan, aurreko atalean jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskara eta gaztelania) argitaratuko dira. Sareek administratzaile elebidun bat edukiko dute, eta hizkuntzen kalitatea zaintzeaz arduratuko da pertsona hori.

Facebook, Tuenti eta Google +

Kontu bakar bat irekiko da, eta edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa. Parte hartzen duten hizkuntzan erantzungo zaie erabiltzaileei. Argazki, etiketa eta bestelakoen iruzkinak bi hizkuntzetan egingo dira, lehenengo euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Microblogging: Twitter

Kontu bakar bat irekiko da, eta edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa.

Horrez gain, ahal den guztietan, tuit bakar batean egingo da iruzkina bi hizkuntzetan, lehenengo euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Hashtagak, nomenklaturak edota avatarrak euskaraz izango dira nagusiki, motzak direlako, hizkuntza ikusten laguntzen dutelako eta ez dutelako mezua ulertzea oztopatzen.

Bideoak, argazkiak, geolokalizazioa eta markatzaile sozialak

Aurreko atalean jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskara eta gaztelania) argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa.

Lizentzia irekiak

Gizarte-sareetan funtsezkoak dira edukiak, argazkiak, txostenak, testuak eta gainerako informazioa; erabiltzaileek erabilgarri izaten dute material hori, irakurtzeko, haietara sartzeko, edota deskargatu ahal izateko. Erabiltzaileek partekatzeko ere izan daiteke.

Edukiak transferitzerakoan, Eusko Jaurlaritzaren nahiz edukiak partekatu dituzten erabiltzaileen jabetza intelektualeko eskubideak errespetatu behar dira, bai eta haien bidez erabilgarri jarri diren hirugarrenenak ere. Gizarte-sareek edukiak eta informazioa trukatzeko aukera ematen dute beti, eta gizarte-sareetan parte hartzen duten eragileek gero edukiak erabiltzeko aukera izaten dute.

Zer da jabetza intelektuala?

Jabetza Intelektuala (JI) jabetza intelektualaren legearen (JIL) Testu bateratuak arautzen duen eskubide-multzoa da, eta pertsonek sortutako lanak babestea du helburu: artistikoak, literatura-lanak eta zientifikoak (liburuak, lan dramatikoak eta itzulpenak, musika-konposizioak, zinema-lanak, margolanak, argazkiak eta eskulturak, arkitektura- eta ingeniaritza-proiektuak eta ordenagailu-programak).

Espainiar ordenamendu juridikoa ikusita, agiri honek ez du berariaz kontuan hartzen industriako jabetza, markak eta patenteak babesten dituen jabetza intelektuala, eta egile-eskubideetara mugatzen da (hau da, aipatutako lanak babesten dituztenetara).

Halaber, beharrezkoa da JIarekin lotuta dauden eskubideak (grabazioak, interpretazioak, fonogramak, datu-baseak...) aintzat hartzea. Datu-baseen (DB) kasu zehatzean era horretako datuei dagokien eskubidea aplika daiteke, 15 urterako babesarekin. DBen kasuan, honako alderdi hau ere aintzat hartu behar da: edukiak hautatzen

edo antolatzen diren, JILaren 12. artikuluak sorkuntza intelektualtzat jo ditzake, eta, ondorioz, JI eskubideak dituzten lanak dira.

Egile eskubideak

Babestu nahi den objektuaren izaera dela eta, egile-eskubide mota handi bi bereizten dira:

- Eskubide moralak: egile-eskubideek lanaren egiletza edo gurasotasuna babesten dute, eta egileak ezin dio horri uko egin. Babes horrek barne hartzen ditu aintzatespenerako eskubidea, lanaren osotasunaren errespetua, hura ezagutzera ematea eta merkatutik kentzeko aukera.
- Ustiapen-eskubideak: lan baten erabilpen posibleei egiten diete erreferentzia. Jabetza intelektualaren legeak gaur egun lau onartzen ditu: kopiatzea, banatzea, publikoki ezagutzera ematea eta aldatzea. Bi kasuetan, eskubide moralak nahiz ustiapen-eskubideak egileari dagozkie beti. Ustiapen-eskubideak, aldiz, lana ustiatu nahi duten hirugarren pertsonei (fisikoei edo juridikoei) laga ahal zaizkie. JILak, era berean, ustiapen eskubideen iraupena eta lurralde-aplikazioa zehazten du. Orain JILak ezartzen duen babesak lan gehienak egilea hiltzen denetik 70 urte igarotzen diren arte babesten ditu (salbuespen batzuk daude, hala nola, argazki hutsak), eta aldi hori igaro ondoren, jabetza publikokoak izatera igarotzen dira. Hala ere, 1987ko abenduaren 7a baino lehenago hil ziren egileen kasuan, babes-aldia 80 urtekoa da.
- Informazioa berriro erabiltzea: Eusko Jaurlaritzaren Datu Irekien (open data) estrategian, www.opendata.euskadi.net, datuak diren bezala eskaini ohi dira, eta ez lan gisa (taulak, grafikoak...); hartara, irekitzeko prozesua errazagoa da, Europako Parlamentuaren eta Kontseiluaren 2003/98/CE Zuzentaraua aplikatzen duen sektore publikoko informazioa berriz erabiltzeari buruzko azaroaren 16ko 37/2007 Legearen arabera.
- Eskubideak kudeatzeko lizentzia irekiak: askotariko lizentziak daude, baina ezagunenak Creative Commonsek sustatutakoak dira,[1] ziurrenik. Lizentzia horiek lana kopiatzea, banatzea eta ezagutzera ematea ahalbidetzen dute, baldin eta egilea aipatzen bada. Gainera, egileek lanaren merkataritza-erabileren gaineko erabakiak har ditzakete, baita lana alda daitekeen edo azken emaitzako lanak jatorrizko lanaren lizentzia bera mantenduko duen ala ez.

  Creative Commonsen (CC) sei lizentziak honakoak dira:

  1. *"By" lizentzia:* (Egiletza edo aitorpena). Egileak bere lanaren erabilera guztiak baimentzen ditu, eta bere egiletza aitortzea da muga bakarra. Lanak erreproduzitu, banatu edo zabaldu egin daitezke, eta lan eratorriak sor daitezke.

[1] Informazio gehiagorako http://creativecommons.org/.

2. *By-SA lizentzia:* By – Share Alike. (Egiletza – lan eratorriak lizentzia bera izateko betebeharra). Baimenduta dago erreproduzitzea, zabaltzea edo banatzea, eta aldatzea, lan eratorriak lizentzia bera badu betiere.

3. *By- NC lizentzia:* By – Noncommercial. (Egiletza – erabilera ez-komertziala). Egileak erreproduzitzeko, banatzeko edo zabaltzeko, eta lan eratorriak egiteko baimena ematen du, helburu komertzialik ez badago betiere.

4. *By-ND lizentzia:* Attribution No Derivatives. (Egiletza – aldaketarik ez). Egileak bere lanaren erabilera guztiak baimentzen ditu, baita komertziala ere, baina ez du haren gainean eraikitzeko baimenik ematen; hau da, ez du lan eratorriak egiteko baimenik ematen.

5. *By-NC-SA lizentzia:* ((By – Share Alike – Noncommercial). (Egiletza – lizentzia bera – erabilera ez-komertziala). Baimenduta dago erreproduzitzea, zabaltzea edo banatzea, eta aldatzea, lizentzia bera erabiltzen bada eta helburu komertzialik ez badago betiere.

6. *By-NC-ND lizentzia:* By – No Derivatives – Noncom- mercial). Baimenduta dago erreproduzitzea, zabaltzea edo banatzea, baina ez aldatzea, eta helburu komertzialekin erabiltzen ez bada betiere.

Jabetza intelektuala sare sozialetan

Eusko Jaurlaritza da bere sare sozialetako testuen, oharren eta bestelako ekarpenen ustiapen-eskubideen titularra, horiek kopiatzea, banatzea, ezagutzera ematea eta aldatzea errazteko. Gainera, edukien egilea da.

Jabetza intelektuala biltegietan

Irudiek —argazkiak, grafikoak, taulak...—, bideoek eta aurkezpenek egile-eskubideak dituzte, eta, ondorioz, jabetza intelektualaren araudiaren menpe daude. Helburu horrekin, Flickr-ek, Youtube-k eta Slideshare-k irudiek, bideoek edo aurkezpenek zein lizentzia duen adierazteko funtzionalitateak barne hartzen dituzte.

Eusko Jaurlaritzak Creative Commons lizentziak erabiltzen ditu, eta, horien barruan, materialak gehiago irekitzea eta berrerabiltzea errazten dutenak, adibidez, BY (Aintzatespena) nahiz BY-SA (Aintzatespena / Berdin konpartitu) lizentziak.

Bi modalitate horiek dira Eusko Jaurlaritzaren estrategiarako egokienak, ahal beste lan —eta datu— jartzeko herritarren eta enpresen eskura, eta ahal besteko irekitasun-mailarekin, eta materiala aldatzea eta merkataritzako erabiltzea sustatzen saiatzen da.

Kasu guztietan, beharrezkoa da zehaztea Eusko Jaurlaritza dela egilea edo egile-eskubideak Sail, organo, zerbitzu edo marka baten bidez kudeatzen dituena. Adibidez: “Eusko Jaurlaritza. Osasun eta Kontsumo Saila” edo “Eusko Jaurlaritza. Ihobe”.

Nola kudeatu egile-eskubideak sareetan

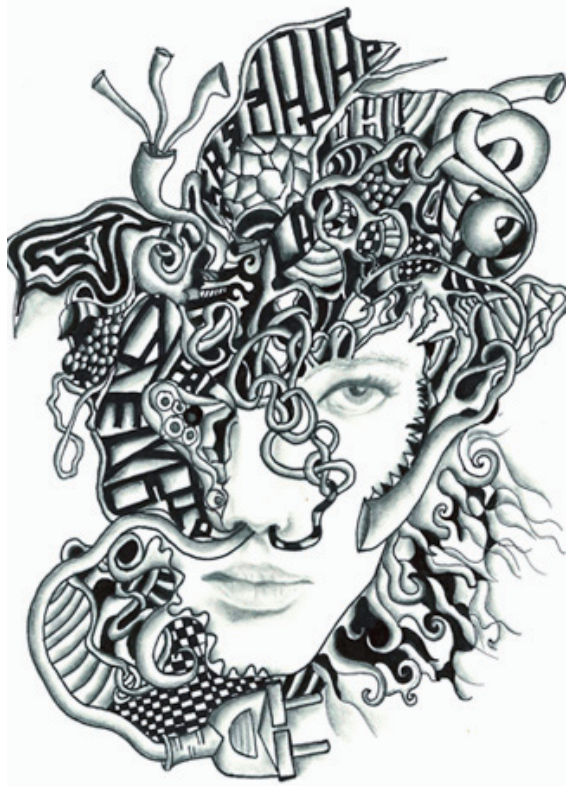
Hona hemen irudien, bideoen eta aurkezpenen gaineko eskubideak kudeatzeko gomendio erabilgarri batzuk:

- Dagozkien ustiapen-eskubideak edo baimena izanez gero, aplikatu Creative Commons lizentziak jabetza intelektualeko eskubideak dituzten irudiei, bideoei eta aurkezpenei.

- Saihestu eskubideak aldi mugatu batez ustiatzeko lagapenak, aipatutako eskubideen kudeaketa konplexua izango litzakete eta.

- Sartu kontratuetan, diru-laguntzetan, lizitazioetan, etab. eskuratutako irudien, bideoen, aurkezpenen edo testuen ustiapen librea ahalbidetzeko klausulak (Eusko Jaurlaritzaren jabetzakoak ez badira).

- Ongi kudeatu Eusko Jaurlaritzaren jabetzako lanak (argazkiak, bideoak, aurkezpenak, testuak…), guztia ongi dokumentaturik eta ziurtatzeko eta beste unitate edo pertsona bati transferitzeko moduan.



Facebook

www.facebook.com/gobiernovascoirekia

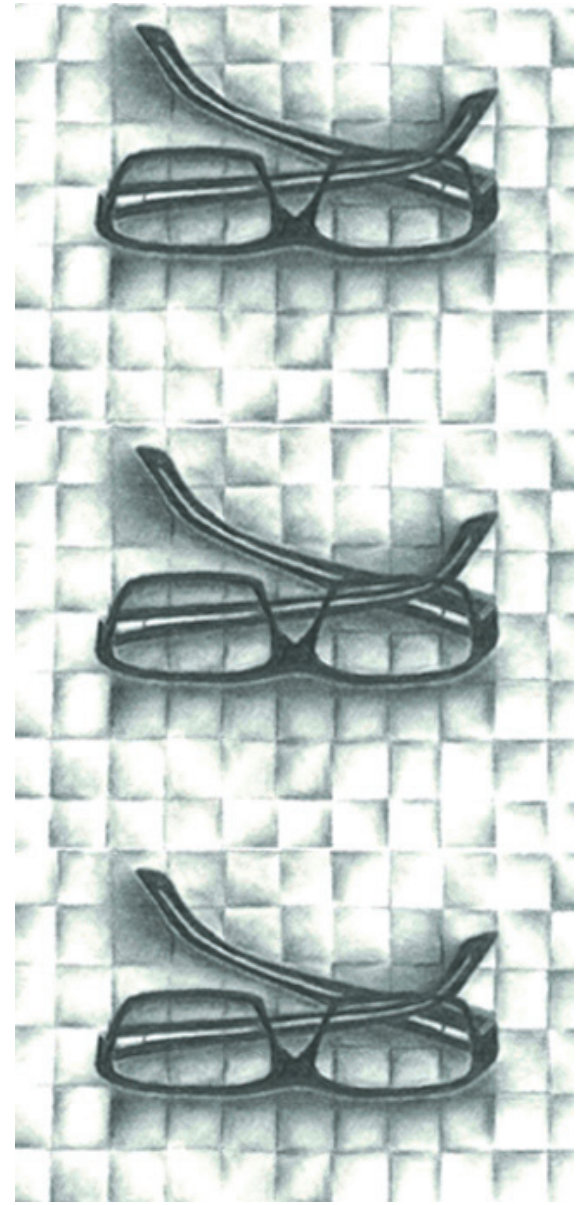
Zer da Facebook?

Gizarte-sare nagusia da gaur egun, 900 milioi profil baino gehiago baititu aktibo mundu osoan.

Beste pertsona batzuekin komunikatzeko eta haiekin informazioa, argazkiak, bideoak eta estekak partekatzeko plataforma bat da. Gainera, interesatzen zaizkien komunitateetan parte har dezakete erabiltzaileek. Halaber, Facebookek aukera ematen du gure kontaktuei (lagun edo fan ere deituak) mezu pribatuak bidaltzeko, bai eta ezagutzen ez ditugun beste pertsona batzuei bidaltzeko ere, gizarte-sare horren barruan badaude betiere. Ekitaldiak sortu eta beste erabiltzaile batzuk haietan parte hartzera gonbidatzeko aukera ere ematen du.

«Me gusta» (Gustatzen zait) edo «compartir en Facebook» (Facebooken partekatu) botoien eta antzeko funtzio osagarrien ondorioz, oso sare birala da Facebook.

Hasierara



Bestalde, Facebooken oinarrizko funtzioak osatzen dituzten zenbait aplikazio daude, eta funtzio-aukera berriak ematen dituzte, bai ludikoak bai profesionalak.

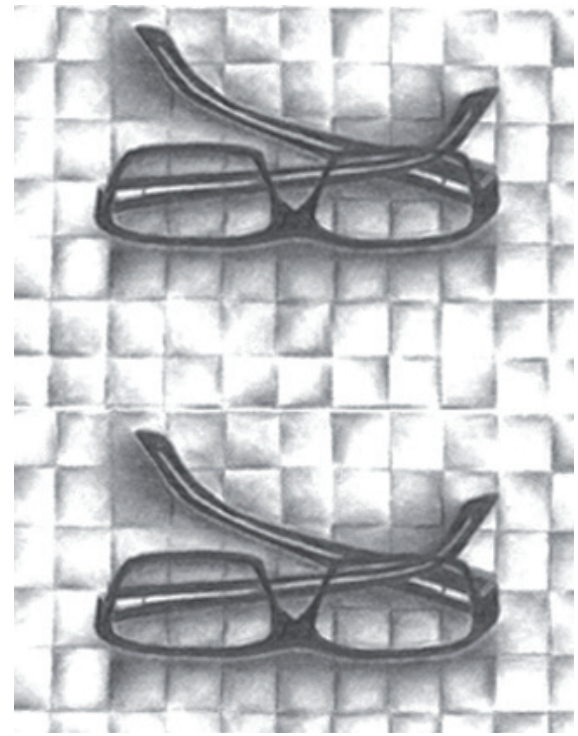
Konfigurazioa eta eskaerak

Gizarte-sare honetan orri bat ireki behar duten sail, zerbitzu edo marken eskaerek Gida honetako 2. kapituluan adiera- zitako eredua jarraituko dute.

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritza arduratuko da kontuak irekitzeaz eta profilak behar bezala konfiguratzeaz, gizarte-sarearen erabilera-arauak betez; izan ere, Facebookek eskubidea du kontu horiek ordenatzeko (eta kasu batzuetan ixteko), ez badituzte ezarritako irizpideak betetzen.

Profilak, orriak eta taldeak

Facebookek zenbait aukera ematen ditu, kontuan hartuta ea erabiltzaileak bere burua, instituzio bat, enpresa edo marka bat, edo jende-multzo bat ordezkatzen duen. Beraz, profil bat, orri bat (ofiziala edo komunitatekoa) edo talde bat sor daiteke gizarte-sarean, gure helburuen arabera.



- Profila

  Profila izaten dute Facebooken bere izenean alta ematen duten pertsonek. Talde bat edo orri bat administratu ahal izateko, nahitaezkoa da baliozko profil pertsonal bat izatea aktibo Facebooken.

- Orria

  Orriak instituzio, enpresa edo marka, pertsona ospetsu eta halakoentzat pentsatuta daude.

  Beharrezkoa da haien atzean profil pertsonal bat edo gehiago egotea administratzaile gisa.

  Orriak mota askotakoak izan daitezke:

  a) Orri ofiziala. Orri ofizialek Facebooken barruan beren gune ofiziala sortzeko aukera ematen diete instituzio, enpresa eta beste entitate batzuei, jarraitzaileekin komunikatu ahal izan daitezen.

  b) Komunitate baten orria. Orri hauen helburua izaten da kausa edo mugimendu bati babesa ematea.

- Taldea

  Erabiltzaile (sortzaile) batek sortzen du, eta taldera gehitzen diren pertsonek rol desberdinak eduki ditzakete: adminis- tratzailea, taldekidea eta kidea. Taldeak publikoak, pribatuak edo sekretuak izan daitezke, eta gai edo interes espezifiko baten inguruan sare bat sortzeko balio dute.

Orriak, aukera korporatibo egokiak

Orria aukera korporatibo egokiena da Eusko Jaurlaritzako sail, zerbitzu edo marketarako. Egia esan, aukera egokia da instituzioentzat eta haiek osatzen dituzten organoentzat, Facebookek izaera bereizgarria ematen baitie era guztietako erakundeei, profil pertsonaletatik bereizteko.

Ezin da profil pertsonal bat sortu sail, zerbitzu edo marka baterako, Facebookeko erabilera-arauen aurkakoa baita.

Gainera, orriek zenbait ezaugarri dituzte, sarea haien inguruan monitorizatu ahal izateko. Elkartzen diren erabiltzaileei buruzko estatistika osoak dituzte, haien adin, sexu, hizkuntza, herrialde, jarduera eta abarren informazioarekin.

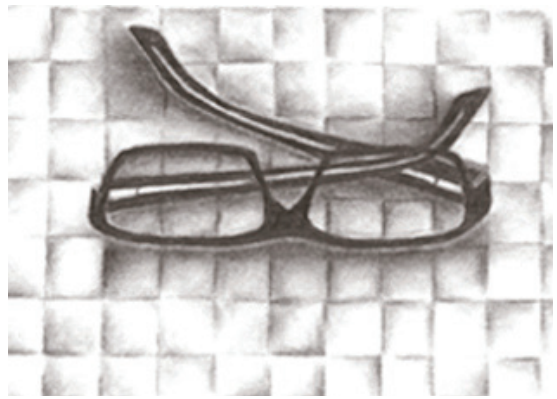
Kontuen kudeaketa

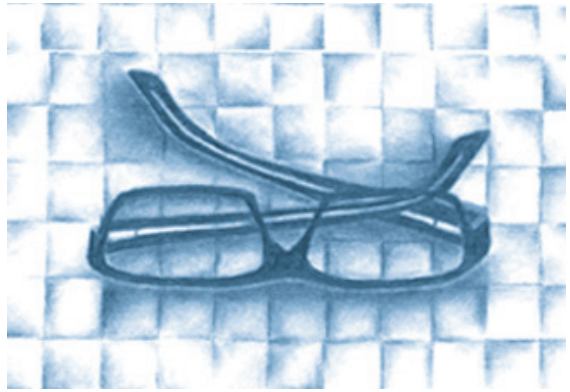
Jaurlaritzako sailek Facebooken dituzten orriak korporatiboak dira. Web Zerbitzuak baimentzen ditu, eta Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratzen ditu, Gida honetako 2. kapituluan ezarritako eskaera-eredua jarraituz.

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak orriak sortzen ditu, eta eredu korporatiboaren arabera konfiguratzen ditu.

Orriak Facebooken web-interfazetik administratzen dira. Orriaren administratzailekide izateko baimenak emango zaizkie beren informazioa eta edukiak kudeatu behar dituzten erabiltzaileei.

Orria 25 jarraitzaile izatera heltzen denean, Gobernu Irekiaren eta Interneteko Komunikazioaren zuzendaritzak erabiltzaile-izena konfiguratuko du, eta orriaren url propioa pertsonalizatuko du (adibidez: www.facebook.com/zureorrialdearenizena).





Orrialdearentzat izen bat aukeratu ondoren ezin da aldatu, ezta zerbitzuarentzat nomenklaturaren aldaketa ofizial bat badago ere. Garrantzitsua da ahalik eta izenik orokorrena erabiltzea.

Aurkezpen-alderdiak

Facebookeko web orrien aurkezpena hobetzeko, aurrealdea pertsonalizatu egingo da, eta hori nahiz avatarra Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak emango ditu.

Edukiak

Ez da komeni egunean sarrera asko argitaratzerik Facebooken. Gehienez bi edo hiru argitaratu beharko lirateke, baina kontuaren jarduera-motaren baitan egongo da hori.

Gure iturrietako informazioa argitaratuko dugu Facebooken:

- Blog korporatiboan egon diren sarrera berrien argitalpena.
- Ekitaldien zuzeneko emanaldia: ekitaldi jakin batzuk streaming bidez jarraitzeko aukera ematen duten orrietara estekak.
- Interneteko gordailuetako bideo, argazki, aurkezpen eta abar berrien argitalpena.
- Web edo atariko albisteak, atal berriak, argitalpenak...

Bestalde, Facebookeko orrialdeek argitalpen batzuk nabarmentzea ahalbidetzen dute, baita orrialdearen hasieran jartzea ere, hobeto ikus daitezen.

Sailaren edo zerbitzuaren gainerako biltegietara (YouTube, Flickr, Slideshare, Twitter, etab.) sartzeko aplikazioak sar daitezke. Eta, era berean, FBML programatuz pertsonalizatu ahal dira. Saila, marka edo zerbitzua arduratuko dira horretaz, eta, egokia bada, zerbitzua kontratatuko dute horretarako.

Hizkuntza-erabilerak

Edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa. Parte hartzen duten hizkuntzan erantzungo zaie erabiltzaileei. Argazki, etiketa eta bestelakoen iruzkinak bi hizkuntzetan egingo dira, lehenengo euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Informazioa argitaratzeko orduan Facebook-eko orriek aukera ematen dute informazio hori jasoko duen publikoa bereizteko, hizkuntzaren edo kokapen geografikoaren arabera. Funtzionalitate hori erabili nahi bada, talde jasotzaileari hark aukeratu duen hizkuntzan zuzendu beharko zaizkio edukiak, euskaraz zein gaztelaniaz, argitaratzen den informazioa bikoiztu gabe.

Iruzkinen kudeaketa

Orria administratzen duten pertsonek kudeatzen dute nork idatz dezakeen orriaren horman: orriak berak bakarrik, fanek bakarrik edo guztiek.

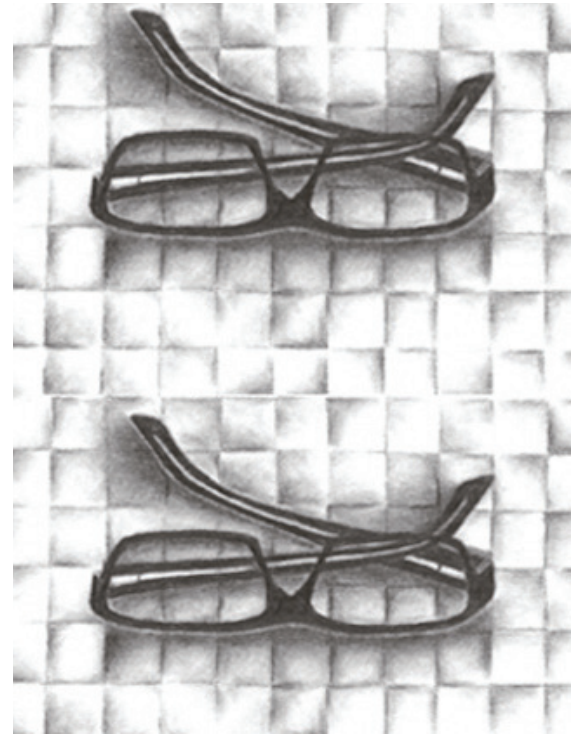
Gure gomendioa da erabiltzaile guztiek izatea horman idazteko aukera, baina orriaren argitalpenak bistaratzea lehenespenez. Horretarako, hormaren idazketa-kaxaren azpian dagoen Configuración (Konfigurazioa) atalean, hormaren ikuspegi lehenetsia «Sólo escritos por orriarenizena» izatea aukeratu behar da.

Horrek ez du esan nahi miresleek ezin izango dituztenik iruzkinak egin argitaratutako sarreretan. Beraz, informazio berri bat argitaratzean, zer iruzkin egiten diren begiratu beharko dugu. Horretarako, “Editar página” eremuko “Tu configuración” atala konfiguratu behar dugu norbaitek orrialdean zerbait argitaratzen badu edo iruzkinen bat egiten badu posta elektronikoaren bidez jakinarazpen bat jasotzeko. Dena delako arrazoiengatik mugatu egin nahi badugu hormako sarreretan iruzkinak egiteko aukera, Configuración aukerara joan eta Los comentarios sobre noticias se ampliarán por defecto (Albisteei buruzko iruzkinak lehenespenez zabalduko dira) atala desaktibatu beharko dugu. Dena den, ez egitea gomendatzen dugu.

Ahalik eta azkarren erantzun behar zaie iruzkinei, galdera edo kontsulta egin den espazioan bertan. Komeni da orriaren beste aldean norbait dagoela erakustea. Batzuetan, eskertu egin diezaiekegu erabiltzaileei talde gisa izan duten parte- hartzea, edo banaka ere eskertu dezakegu, iruzkin batek ekarpen baliotsuak egin baditu.

Iruzkina desegokia edo desatsegina bada, erabiltzaileari gizabidez erantzuteko modu egokia aurkitu beharko dugu, eta, hala badagokio, informazioa estekatuko dugu edo erantzun egokia eman dezaketen beste web batzuetara bideratuko dugu.

Garrantzitsua da erakunde gisa erantzutea; hau da, orriaren izenean. Kontu handiz ibili behar da, erraza baita Facebooken nahastea: administratzaile batek edukia edo iruzkinak sartzen baditu orri batean, orriaren izenean egiten du, eta ez bere profil pertsonalarekin.



Honela sailka ditzakegu iruzkinak:

a) Galderak, zalantzak eta eskaerak adieraztea

b) Ekarpenak

c) Kritikak: Facebooken kritika konstruktiboak egiten direnean, iruzkinen atalean erantzungo dugu publikoki, hor bakarrik idatz baititzakete mezuak erabiltzaileek, hasieran adierazitako jarraibideak jarraitu baditugu. Kritika negatiboa bada, kexa aztertu beharko da, eta modu konstruktiboan erantzun beharko zaio.

Informazio horretaz arduratzen den unitatearekin koordinatu behar da beti erantzuna, eta, hala badagokio, modu pribatuan komunika gaitezke mezu elektroniko baten bidez, erabiltzaileak informazio gehiago behar badu. Komeni da fitxategi batean gordetzea kontsulta eta kexa guztiak, erabilgarriak izan baitaitezke beste une baterako.

Sare bat sortzea

Facebookeko orrien ezaugarri nagusietako bat da ez dagoela lagunen zerrendarik (profilak, adibidez), baizik eta miresleak daudela; beraz, erabiltzaileei lagun egin daitezen eskatu beharrean, administratzaileak beste estrategia batzuk erabili beharko ditu erabiltzaile gehiago gehitzeko orri horretara.

Orriek beren URLa eduki dezakete (adibidez: www.facebook. com/gobiernovascoirekia) 25 kide baino gehiago badituzte. Denbora gutxian iristeko kopuru horretara, honako ekintza hauek egitea komeni da:

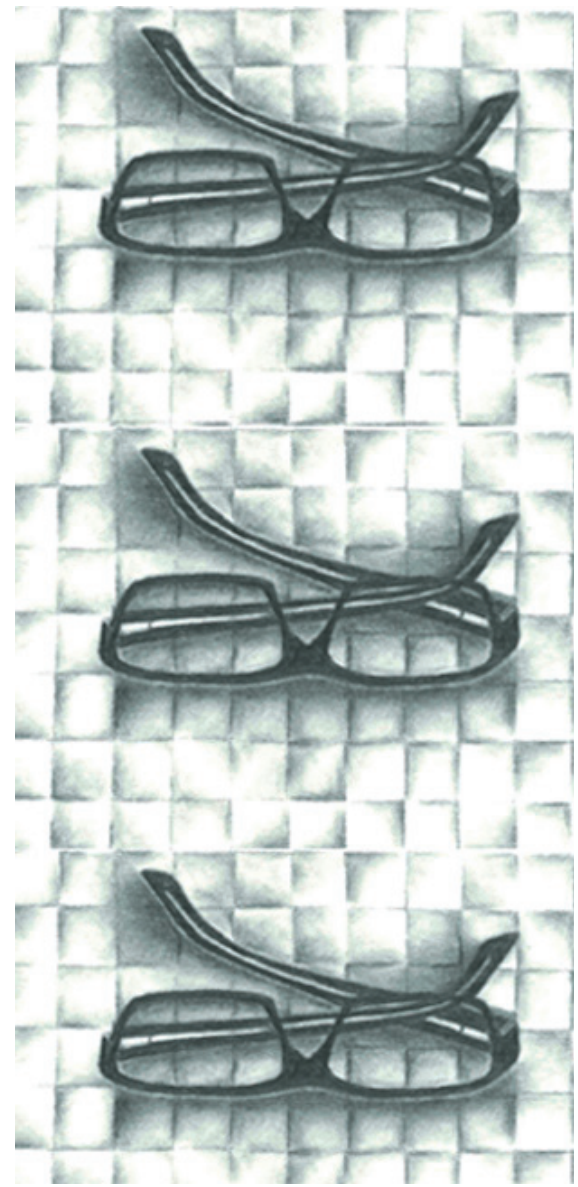
- Sailaren kontaktu-zerrendei mezu elektroniko bat bidaltzea.
- Prentsa-ohar baten bidez jakinaraztea orri bat sortu dela.
- Facebookeko alboko barran espazio bat kontratatzea iragarkia jartzeko, horrek dakarren gastuarekin.

URLa Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak pertsonalizatuko du.

Integrazioa

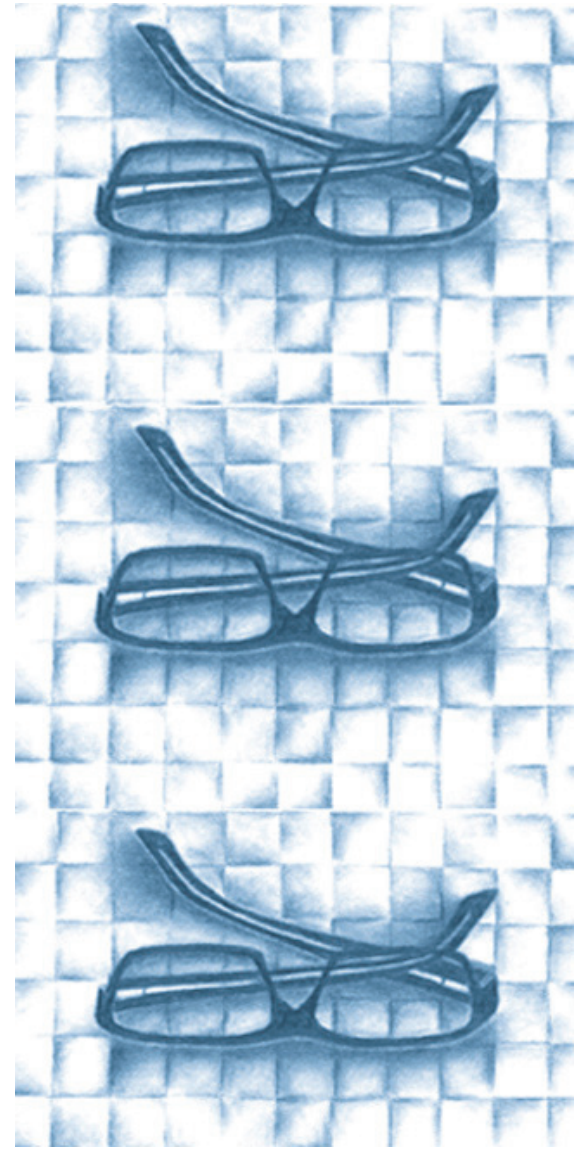
Facebook beste espazio batzuetan integratzeko modu asko daude:

- Sailak, markak edo zerbitzuak administratzen dituen espazioetan (blogak, Irekia weba, Euskadi.net ataria, sailen webak, gune bereziak…): web-orrietan kanpoko informazioa sartu eta hura sustatzeko balio duten widget izeneko aplikazio txiki batzuen bidez. Informazio gehiagorako: www.facebook. com/facebook-widgets.



- Sailak, markak edo zerbitzuak administratzen ez dituen espazioetan: erabiltzaileei beren Facebookeko profiletan sailek sortutako informazioa argitaratzeko aukera ematen dien aplikazioren bat erabiliz (Share This modulua sail/ zerbitzuren baten webean http://sharethis.com).

Hasierara



Twitter

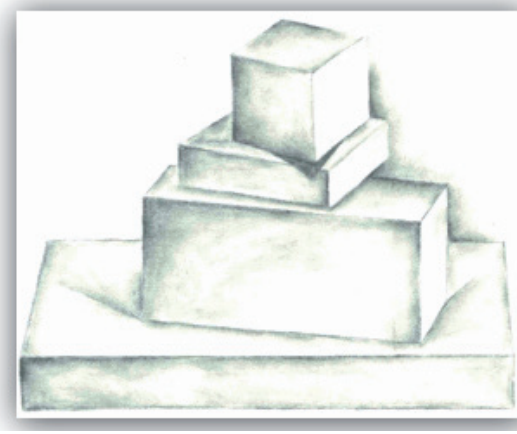
Hasierara

www.twitter.com/irekia
www.twitter.com/irekia_agenda
www.twitter.com/irekia_news

Zer da Twitter?

Twitter mikromezularitzako edo microbloggingeko plataforma bat da, eta aukera ematen du testu-mezu motzak bidaltzeko (140 karakterera arte) eta beste erabiltzaile batzuekin hitz egiteko, web-nabigatzaileen bidez edota mahaigaineko bezeroen bidez eta telefonia mugikorraren bidez. Elkarrizketak Interneten argitaratzen dira (baina babestu daitezke, erabiltzailearen jarraitzaileek soilik ikus ditzaten), eta sareak sortzen dira interesatzen zaizkigun erabiltzaileei jarraituz.

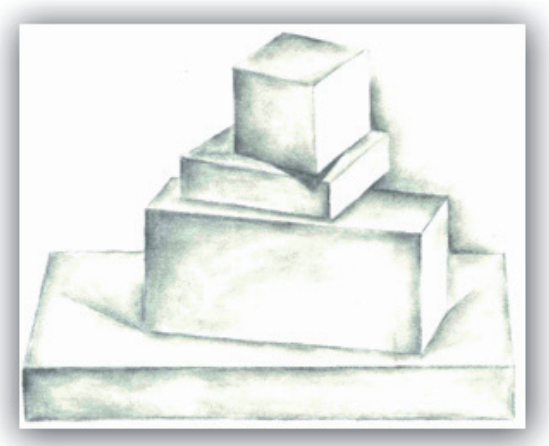
Tresna egokia da zerbitzu berriak jakinarazteko, erreferentzietarako, era askotako informazioetarako (agendakoak, larrialdiak, argitalpen berriak...) eta ekitaldien emanaldiak egiteko. Baina herritarrekin hitz egiteko, lankidetzan aritzeko eta elkarrekintzan aritzeko tresna ere bada



The Guardian-en arabera, Twitterrek ezaugarri hauek ditu

- Informazioa zabaltzeko baliabide izugarria da.
- Albisteak lehenengo ematen dituen eta lehenengo eguneratzen dituen tokia da.
- Bilatzaile gisa Googlerekin lehia daiteke.
- Marketina egiteko modu bikaina da.
- Komunikatzeko modu bikaina da.
- Idazketaren tonua aldatzen du. Pertsonalagoa da.
- Zenbait hartzaile-maila ezartzen ditu.
- Arreta-ziklo handiak sor daitezke gai bati buruz.
- Komunitateak sortzea sustatzen du.

Alde horretatik, Eusko Jaurlaritzaren Twitterreko profilek erabiltzaileekin komunikazioa edukitzea eta haiekin elkarrekintzan aritzea sustatu behar dute.



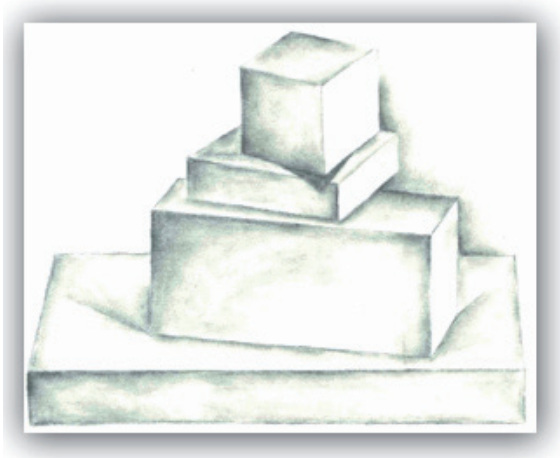
Kontuen kudeaketa

Jaurlaritzako sailen profilak korporatiboak dira. Web Zerbitzuari eskatu behar zaizkio, eta hark onartzen dituenean, Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratzen ditu. Konfigurazioak esan nahi du kontua sortzen dela, eta pantailaren atzeko planoa, avatarra eta abar pertsonalizatzen direla. Horrez gain, profila kudeatzeko jarraibideak ere ematen ditu. Sailaren edo zerbitzuaren kontuari izena jartzeko, eremuaren, zerbitzuaren edo markaren izenari ejgv luzapena gehitzen zaio.

Adibidez:

- Etxebide: @etxebidejgv
- Euskalmet: @euskalmet
- Alokabide: @alokabide
- Oficina Judicial: @bulegojudiziala
- Tráfico: @trafikoaejgv

Hasierara



Eusko Jaurlaritzaren Twitterreko kontuak Jaurlaritzaren helbide elektronikoetatik sortzen dira (ej-gv.es), eta kontu bakoitzak helbide batekin lotuta egon behar du; izan ere, Twitterrek erabiltzen duen sistemarekin, helbide bat ezin da kontu batera baino gehiagora lotu.

Bermatzeko kontu horiek ahalik eta ondoen administratuko direla, datuak ongi babestuko direla eta erantzukizuna eta kontrola transferituko direla, Jaurlaritzak gizarte-sareetan presentzia izateko duen ereduak ez du zuzenean lan egiten gizarte-sareetako aplikazioen identifikatzailearekin eta pasahitzarekin.

Eusko Jaurlaritzaren Twitterreko kontuak eduki-kudeatzaileetatik administratzen dira. Aplikazio askotatik kudea daiteke Twitter, baina guk Tweetdeck gomendatzen dugu.

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak kontuak sortzen ditu, bai Twitterren bai Tweetdecken. Tweetdeck kontu bat sortuko da Twitterreko kontu bakoitzeko, eta hori izango da izendatzen den Sail, Zerbitzu edo marka bakoitzak kudeatuko duena.

Kontuan izan behar da, Twitterren kontu bat ez bada eguneratzen sei hilabetean, inaktibotzat joko dela, eta ezabatu egin daitekeela automatikoki.

Aurkezpen-alderdiak

Kontuak pertsonalizatzea

Eusko Jaurlaritzaren Twitterreko kontuetan nortasun korporatiboaren jarraibideak jarraitzeko, Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak honako eremu hauek definitu ditu:

a) Kontuaren izena, Eusko Jaurlaritzako sail, zerbitzu edo markaren izenarekin eta ejgv luzapenarekin.

b) Profilaren avatarraren irudia, Prentsa Zuzendaritzak emana, haiek arduratzen baitira irudi korporatiboaz eta markaz.

c) Erreferentziazko bloga edo weba; sailaren, zerbitzuaren edo markaren URLa izan behar du.

d) Lokalizazioa; kasu honetan, Euskadi.

e) Deskribapen labur bat Bio atalerako; Eusko Jaurlaritzako sail, zerbitzu edo markaren proiektuak eta jarduera izan behar ditu, eta ezin ditu 160 karaktere baino gehiago eduki euskaraz eta gaztelaniaz.

f) Atzeko planoa. Sailaren marka orokorrak osatutako irudia, gizarte-sareetarako irudi korporatiboaren arabera egokituta, eta Eusko Jaurlaritzaren armarria ur-markan.

Hizkuntza-erabilerak

Kontu bakar bat irekiko da, eta edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Ingelesez edo beste edozein hizkuntzatan ere idatz daitezke, eduki-motaren arabera.

Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa. Horrez gain, ahal den guztietan, tuit bakar batean egingo da iruzkina bi hizkuntzetan, lehenengo euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Hashtagak, nomenklaturak edota avatarrak euskaraz izango dira nagusiki, motzak direlako, hizkuntza ikusten laguntzen dutelako eta ez dutelako mezua ulertzea oztopatzen.

Beste tuit batzuei erantzuteko, jatorrizko tuitaren hizkuntza erabiliko da. Retuitei dagokienez, jatorrizkoaren hizkuntza errespetatuko da, logikoa denez.

Tuitaren egitura

Tuitek testu bat izaten dute (izenburu gisa) eta, ahal bada, esteka laburtu bat, profilaren metrika erraz eta azkar zenbatu ahal izateko. Gainera, ahal den guztietan, tuitek etiketa edo *hashtag* bat ere eramaten dute, # sinboloa aurretik dutela.

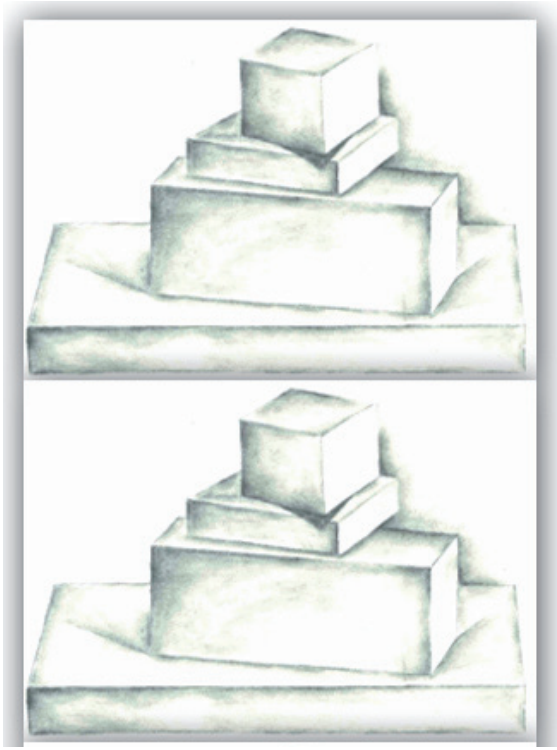
Testua + esteka laburtua + #hashtag

Informazioaren testuak sintetikoa, zehatza eta laburra izan behar du. Horregatik, garrantzitsua da esteka bat eranstea ahal den guztietan, erabiltzaileek edukia zabaltzeko aukera izan dezaten.

Twitterren bidez ekitaldiak zuzenean ematean (live blogging), ez da beharrezkoa esteka jartzea, baina garrantzitsua da ekitaldiari erreferentzia egiten dion hashtaga gehitzea tuitean. Tuitaren egiturak ordena hau izan behar du:

Egilea + aipamena + #hashtag

Boris Mir: zeharkako gaitasunak garrantzitsuak dira hezkuntza-sistema berrian #sessioweb



Aipamenaren egileak kontu bat baldin badu Twitterren, hura jartzen ahaleginduko gara:

@BorisM: zeharkako gaitasunak garrantzitsuak dira hezkuntza-sistema berrian #sessioweb

Estekak

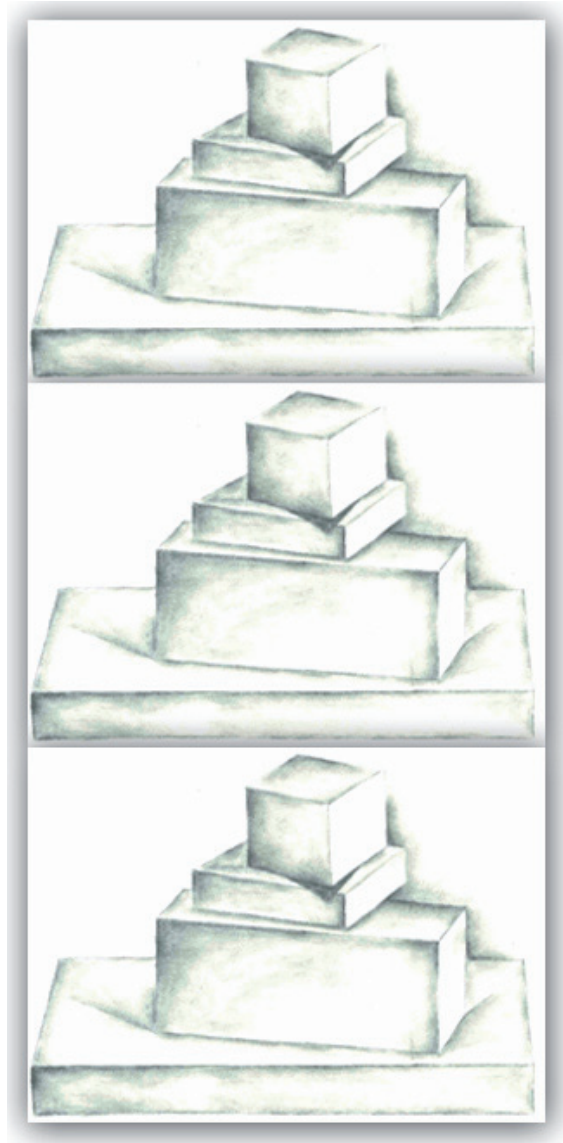
Estekek balio erantsia ematen diote tuitari. Ongi irakurri behar dira estekatzen diren testuak, eta ziurtatu behar dugu iturriak fidagarriak direla. Webguneak badira, komeni da egileak bilatzea, eta fidagarriak diren edo ez zehaztea. Oro har, ez da komeni blog pertsonalak estekatzerik, non eta ez den informazio garrantzitsua edukiagatik (Jaurlaritzaren Twitterreko profilaren helburuarekin hautatua), eta ez egilearen edo bloggerraren iritziagatik.

URL-laburtzaile bat erabiltzen saiatuko gara, adibidez, bit.ly (Tweetdecken lehenespenez datorrena); kontu bakoitzerako pertsonalizatuta egongo da.

Hashtagak

Hashtagek edo etiketek tuitaren gaia zehazten dute. Twitterren dagoeneko existitzen direnak erabiltzea gomendatzen dugu. Etiketa bat erabilgarri dagoen edo ez jakiteko, nahikoa da Twitterren http://search.twitter.com bilatzailean idaztea (adibidez: administrazioa). Etiketak motza izan behar du.

Hasierara



Etiketak erabiliz, informazioa azkar berreskura dezakegu. Erabiltzaileek edukia bila eta iragaz dezakete etiketen bidez. Gainera, Twitterreko gai erabilienen adierazle dira.

Retuitak (RT)

Retuitak beste erabiltzaile batzuen tuitak dira, berriro argitaratzen ditugunak elkarrizketan ekarpenak egiteko. Gainerako erabiltzaileek retuiteatu ahal izateko, tuitek 125-130 karaktere izan behar dituzte gehienez (profilaren izenaren luzeraren arabera).

Oro har, formatu honekin idatzi behar dira:

RT + @tuiteatutakoprofilarenizena + testua + esteka laburtua + #hashtaga

RT @tecnimap2010. Ekitaldiaren azken berriak Facebooken http://ow.ly/1gCCQ #tecnimap

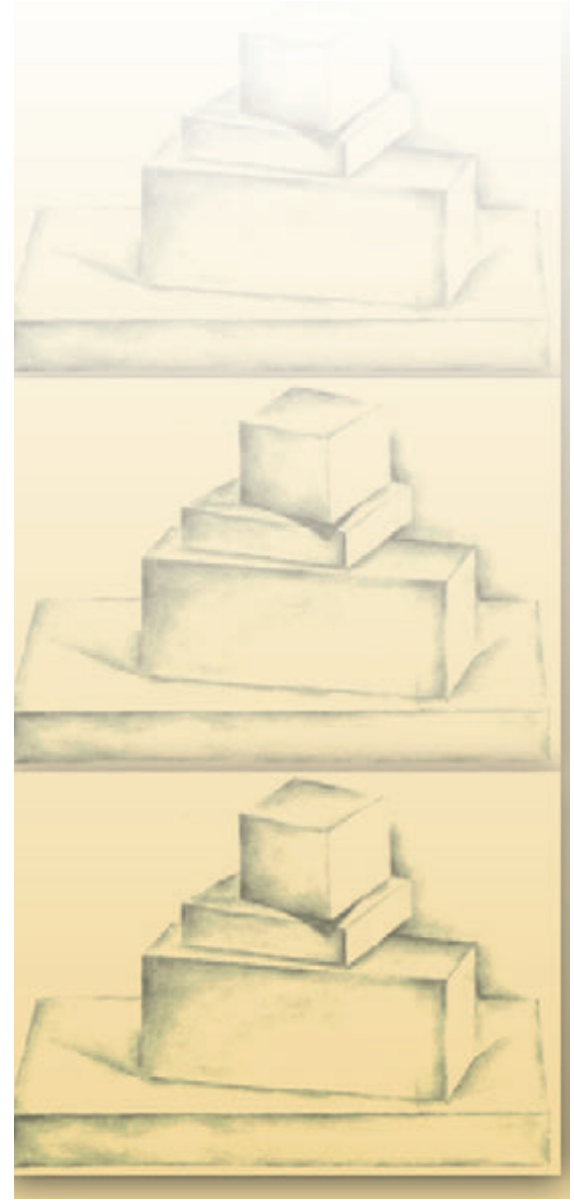
Garrantzitsua da lehenengo tuitaren esteka irekitzea eta berriro laburtzea tuitak kudeatzeko aplikazio korporatiboarekin, profilaren metrikan zenbatu ahal izateko.

Twitter dispone de un botón para hacer retuits de forma automática.

Retuiteatu daitezkeen eduki interesgarriak:

- Konfiantzazko iturrietatik datozen edukiak (Twitterreko kontuaren ardatza den gaian adituak diren pertsonak edo instituzioak izan daitezke).
- Izen ona duten erabiltzaileek argitaratutako edukiak.
- Eusko Jaurlaritzako beste sail edo marka batzuetako informazio ofizialak.

Ez da komeni gako-hitz batetik zuzenean retuiteatzea. Retuiten bolumenak ez du gainditu behar geuk sortutako tuiten bolumena, hasieran onargarria izan badaiteke ere oreka bat edukitzea bi argitalpen-modalitateen artean, sarea sortzeko helburuarekin.



Testuak 140 karaktere baino gehiago baditu, laburtu egin behar da, ulertzeko moduan betiere. Hashtag bat baino gehiago baldin badago, baten bat ezaba daiteke. Testua ez bada oso ulergarria, hizkuntza-akatsak baldin baditu edo edukia gehitu nahi badiogu, aldatu daiteke, betiere amaieran formula hau gehitzen badiogu:

Testua + esteka + #hashtaga + / via @tuiteatutakoprofilarenizena

Ekitaldiaren azken berriak Facebooken http://ow.ly/1gCCQ #tecnimap/ via @tecnimap2010

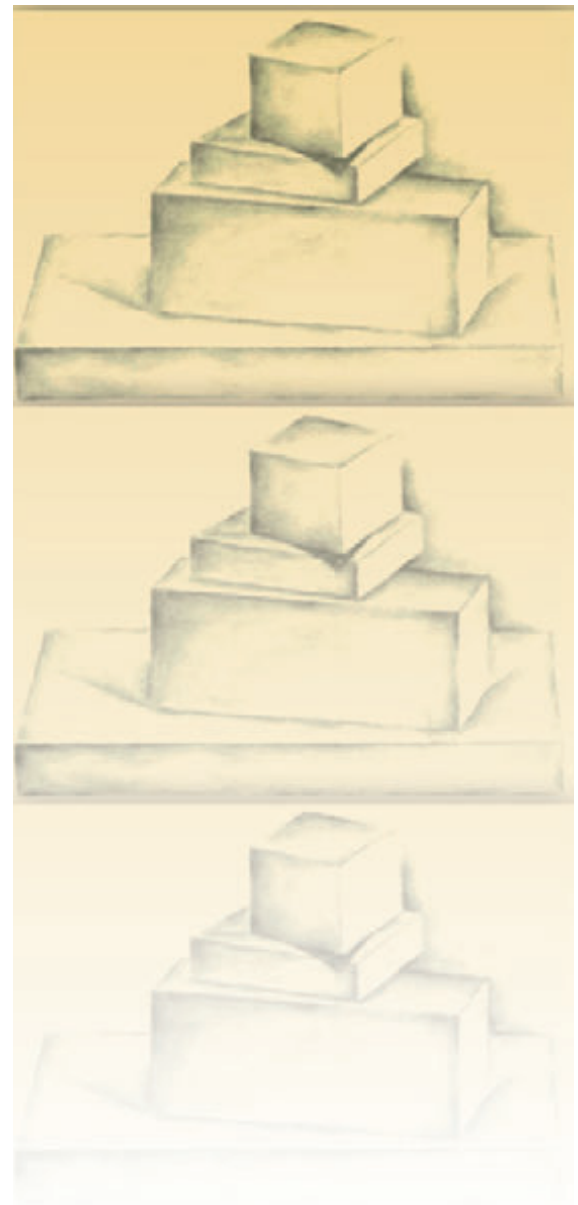
Twitter bidez iristen zaizkigun galderei erantzuterakoan, ezin baditugu laburtu, tuit-laburtzaileetara jo beharko dugu, adibidez www.twitterlonger.com laburtzailera, testu luzeagoak idatzi ahal izateko. Ez da gomendagarria. Twitter 140 karaktere baino gutxiagoko komunikazio laburretarako pentsatuta dago.

Edukiak

Garrantzitsua da edukiz hornitzeko barne-kanal batzuk jartzea, eta zuzendaritza-unitateei tresna hori dagoela jakinaraztea, berehala komunikatzeko ekitaldiak, albisteak, kontsultak, larrialdiak... Nolanahi ere, Twitterreko profila kudeatzeaz arduratzen diren pertsonek profilean argitaratzen dituzten edukiez, handik sortzen diren elkarrizketez eta garrantzitsuak diren edukiak retuiteatzeaz arduratu behar dute.

Twitterreko gizarte-sareari eusteko, jarraitutasunez argitaratu behar dira edukiak, baina neurriz kanpo argitaratu gabe. Oro har, egunean 1-10 tuit argitaratzea komeni da, ekitaldi bat zuzenean ematen denean izan ezik, kasu

Hasierara



horretan interesgarria izan baitaiteke tuit gehiago argitaratzea, erabiltzaileek ekitaldiaren puntu nagusiak jarraitu ahal izateko; larrialdiak jakinarazterakoan eta halakoetan ere argitara daitezke tuit gehiago.

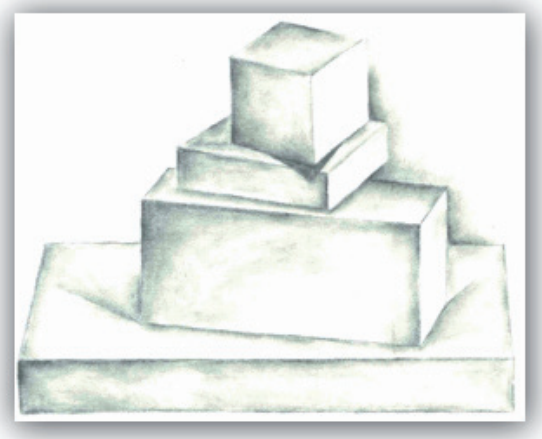
Edukiak, iruzkinak eta erantzunak eskuz kudeatzea komeni da, horrek spam-edukia edo erabiltzaileak baztertzeko aukera ematen baitu.

Tweetdeck tuitak programatzeko aukera ematen du, eta hori oso erabilgarria izan daiteke aurrez egindako tuit bat argitaratu behar badugu. Dena den, ez da gomendagarria ezaugarri hori asko erabiltzea.

Eduki-motak

Beste iturri batzuetako informazioa

- Blog korporatiboan egon diren sarrera berrien argitalpena.
- Ekitaldien zuzeneko emanaldia.
- Interneteko gordailuetako bideo, argazki, aurkezpen eta abar berrien argitalpena.
- Hautaketa-prozesuetako deialdi publikoak.
- Webeko albisteak, atal berriak, argitalpenak.
- Webean argitaratutako prentsa-oharrak. Prentsa-ohar bat tuiteatzean, komeni da berriro idaztea izenburua baliabide horretarako, eta weberako esteka gehitzea.



Twitterren sortutako edukiak

- Ekitaldien iragarkiak eta haietarako gonbidapenak.
- Gertakarien, larrialdien eta egoera kritikoen jakinarazpena.
- Sareko informazio egiaztatuarekin Twitterrerako bakarrik sortutako edukiak, Jaurlaritzaren profilari balioa gehitzen diotenak. Hartara, kalitate handiko edukien konfiantzazko iragazki bihurtuko da profila.

Twitterren jarduera finkatutakoan, tuiten argitalpena automatiza daiteke, zenbait edukiren (deialdi publikoak, diru-laguntzak, aldiz- kari ofizialak...) RSS sindikazioaren bidez, bolumen handiegia sortzen ez badute betiere.

Erantzuna behar duten aipamenak ahalik eta azkarren erantzun behar dira. Bi motatakoak daude:

a) Galderak, zalantzak eta eskaerak adieraztea: norberaren eremuari dagozkionak badira, pertsona horri erantzun dakioke zuzenean.

b) Kritikak: kritika konstruktiboaren kasuan, aukerarik egokiena publikoki erantzutea da, erabiltzaileen iritziei erantzuten zaiela erakusteko. Kritika negatiboa bada, kexa aztertu beharko da, eta modu konstruktiboan erantzun beharko zaio.

Beharrezkoa bada informazio gehiagoa ematea, helbide elektroniko batera bidera daiteke pertsona hori.

Sail, zerbitzu eta markei buruzko kontsulta eta kexa ohikoenak Irekiaren wiki korporatibo batean gorde daitezke, Jaurlaritzak gizarte-sareetan duen presentzia kudeatzen duen komunitateak etorkizunean kontsultatu ahal izan ditzan.

Sare bat sortzea: jarraitzaileak *(followers)* eta jarraituak *(following)*

Sailaren profila sortzen denean, aktiboki jarraituko dira beste sail eta erakunde garrantzitsu batzuk. Gure zerbitzu-estrategiarekin lotuta dauden pertsonei eta erakundeei jarraitzea komeni da.

Berez, gure profilaren jarraitzaile egin diren pertsona guztiei jarraituko diegu, oinarrizko *netiketa*-arau bat baita. Nolanahi ere, ez da komeni avatar iraingarriak (adibidez, pornografikoak) dituzten jarraitzaileei edo spam egiten duten jarraitzaileei jarraitzea, eta, beraz, blokeatu egingo ditugu, gure profilaren jarraitzaileen artean egon ez daitezen.

Jarraitzen ditugun erabiltzaileen kopuruak ere zerikusia du Twitterren dugun ospean. Oreka bat egon behar da gure jarraitzaileen eta guk jarraitzen ditugun erabiltzaileen artean. Bestela, esan daiteke ez garela tresna ongi erabiltzen ari, bi noranzkotan jakintza partekatzea eta gizarte-sare bat sortzea baita helburua.

Baina komunikazio hori ahalik eta ondoen kudeatu ahal izateko, zerrendak egin beharko ditugu, gure profilera egokitzen den jarduera izateagatik gertutik jarraitu beharko genituzkeen pertsona edo erakunde espezifikoekin.

Integrazioa

Twitterreko kontuak, publikoak direnez, beste espazio batzuetara lot daitezke, web-orri batean kanpoko informazioa sartu eta hura sustatzeko aukera ematen duten aplikazio txiki batzuen bidez (*widgetak*). Widgetak leku hauetan erabil daitezke:

- Gure espazioetan: blog korporatiboak, atari korporatiboa, sailen webak edo web bereziak.
- Gure kanpoko espazioetan: Facebookeko orri batean eta abarretan, fitxa baten bidez, albo bateko widget baten bidez edota argitalpen automatiko baten bidez.
- Besteen espazioetan: widgeta integra daiteke, edozein pertsonak bere orrira, blogera eta abarrera gehitu ahal izateko.

Arazoak argitalpenean

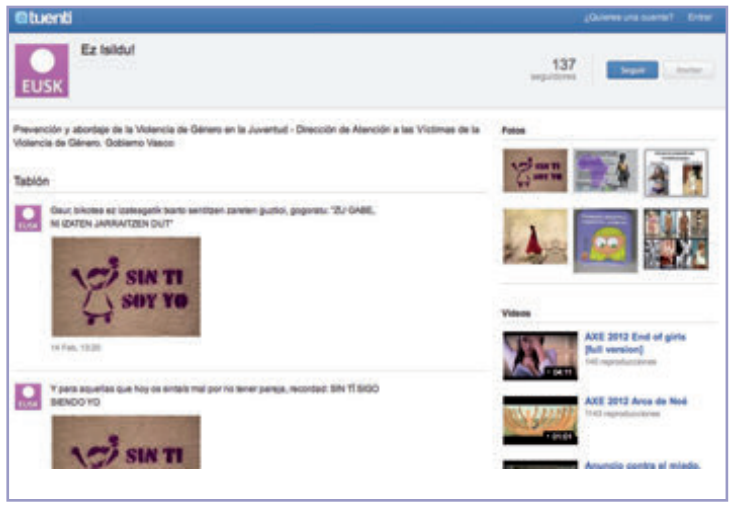
Twitterreko kontuak kudeatzean, baliteke aplikazio horrek ez funtzionatzea uneren batean. Ezin dugu ezer egin hori aldatzeko, eta berriz ere funtzionatzen hasi arte itxaron behar dugu.

Baliteke, halaber, kontu horiek kudeatzeko erabiltzen dugun kudeaketa-tresnak, Tweetdeckek, arazoren bat izatea. Arazo horiek ez dute denbora luzez irauten normalean, baina baliteke ekitaldi bat ezin estali edo eman ahal izatea horregatik, adibidez. Horrelako arazo batek kontuen jarduera normala kaltetu ez dezan, ordezko baliabide batzuk proposatzen dizkizuegu, Twitterri dagokion zatia konpontzeko.

Testua (Bit.ly): Eusko Jaurlaritzaren Twitterreko kontu bakoitza bit.ly laburtzailearen kontu batera lotuta dago, eta, laburtzaile horri esker, Tweetdeck zerbitzuak funtzionatzen ez duenean ere tuiteatzen jarraitu ahal izango dugu Testua eta estekak argitaratzeko balioko digu, eta, era berean, erabili ditugun esteken trazabilitate estatistikoari eutsiko diogu.

Tuenti

http://tuenti.com/irekia



Euskadiko eta inguruko gizarte-sarerik handiena da Tuenti, bai eta erabiltzaile aktibo gehien dituena ere: gazteen artean da batez ere ezaguna. Tuentiko erabiltzailearen batez besteko adina 23 urte eta erdi da. Beraz, plataforma egokia da jende-multzo handi bati informazioa helarazteko, nahiz eta nahiko zatikatua egon multzo hori. Horregatik, Tuentin presentzia edukitzea erabaki du Jaurlaritzak.

Erabiltzaile gazteekin komunikatzeko eta haiekin informazioa, argazkiak, bideoak eta estekak partekatzeko plataforma bat da gizarte-sare hau. Gainera, interesatzen zaizkien komunitateetan parte har dezakete erabiltzaileek. Bestalde, gure kontaktuei (lagun deituak) mezu pribatuak bidaltzeko aukera ematen digu Tuentik, bai eta ekitaldiak sortu eta beste erabiltzaile batzuk haietan parte hartzera gonbidatzeko aukera ere.

Hasierara

Profilak, orriak eta ekitaldiak

Tuentik zenbait aukera ematen ditu, kontuan hartuta ea erabiltzaileak bere burua, instituzio edo enpresa bat, edo jende-multzo bat ordezkatzen duen. Beraz, profil bat edo orri bat (ofiziala edo komunitatekoa) sor daiteke gizarte-sarean, gure helburuen arabera. Tuentik erreserbatuta du horiek ixteko eskubidea, ez badituzte jarritako irizpideak betetzen.

Profila

Profila izaten dute Tuentin bere izenean alta ematen duten pertsonek.

Gizarte-sare honen sortzaileek hau azpimarratzen dute: profilek begiak dituzte, eta beti pertsona fisikoenak dira.

Orri ofizial bat administratu ahal izateko, nahitaezkoa da profil pertsonal bat edukitzea gizarte-sare honetan. Komeni da, gainera, ahalik eta osatuen egotea, argazki eta guzti.

Tuentira gonbidapen bidez soilik sar daiteke, eta, ondorioz, orrialde ofiziala administratuko duten pertsonek ez badute ez profilik, ez gonbidapenik, Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzari eskatu beharko diote eta hura arduratuko da Tuentiren aurrean izapidetzeaz.

Profil pertsonalak sortzeko, helbide elektroniko ez-korporatiboak erabiliko dira.

Orria

Orriak instituzio, enpresa, talde eta abarrentzat pentsatuta daude, eta profil pertsonal batek administratu behar ditu beti.

Orri ofizialek Tuentiren barruan beren gune ofiziala sortzeko aukera ematen diete instituzio, enpresa eta beste entitate batzuei, jarraitzaileekin komunikatu ahal izan daitezen.

Ekitaldia

Tarte jakin batean gertatzen diren gertakari garrantzitsuak dira ekitaldiak. Hainbat aukera sartzen dira ekitaldiaren barruan: egun eta ordu jakin batean egiten den ospakizun bat, zenbait egun irauten duen biltzar batek, zenbat aste irauten duen kanpaina batek...

Hasierara

Ekitaldiak sortzen baditugu gertakari garrantzitsu horietarako, erabiltzaile gehiagorengana iritsiko dira, gizarte-sareak zabaldu egingo dituelako.

Orriak aukera korporatibo egokiena

Jaurlaritzako sailek orria hautatu dute aukera korporatibo gisa. Aukera egokiena da instituzioentzat eta haiek osatzen dituzten organoentzat, Tuentik izaera bereizgarria ematen baitie era guztietako erakundeei, profil pertsonaletatik bereizteko.

Kontuen kudeaketa

Jaurlaritzako sailek Tuentin dituzten orriak korporatiboak dira. Web Zerbitzuak baimentzen ditu, eta Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratzen ditu. Sailetako arduradunek Web Zerbitzuarekin harremanetan jarri behar dute, Tuentin orri bat eduki ahal izateko dagokion avatarrarekin, eta orriari eta irudi korporatiboari buruzko jarraibideak izateko, I. eranskineko eskaera-ereduari jarraiki.

Eusko Jaurlaritzaren Tuentiko orriak profil pertsonal batetik sortzen dira, helbide elektroniko korporatibo batekin. Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak kontuak sortzen ditu, bai administratzailearen profil pertsonala (ez baldin badu aurrez), bai eta orri ofiziala ere, eta erabiltzaile administratzaile bat izendatzen du. Pertsona horrek, hala badagokio, beste erabiltzaile batzuk izenda ditzake editore korporatiboaren funtzioetarako.

Orrialdeen administrazioa

Tuentin orrialdeak administratzeko profil bat baino gehiago dago:

- Moderatzailea: orrialdea argitaratu baino lehenago ikus dezake, erabiltzaileek argitaratutako edukiak ken ditzake (oharrak, argazkiak edo bideoak) eta erabiltzaileak blokea ditzake.
- Edukien kudeatzailea: moderatzailearen baimenak ditu, eta, gainera, eduki ofizialak gehi edo ken ditzake (argazkiak eta bideoak).
- Administratzailea: edukien kudeatzailearen baimenak ditu, eta, gainera, Orrialdeko informazioa eta funtzionalitateak edita ditzake, baita beste erabiltzaile batzuei baimenak esleitu ere.
- Jabea: administratzailearen baimenak ditu, eta, gainera, orrialdearen jabea da, eta beste erabiltzaile batzuei jabe-baimenak eman ahal dizkie.

Aurkezpenarekin lotutako alderdiak

Orrialde baten oinarrizko konfigurazioa: url pertsonalizatu bat (adibidez: www.tuenti.com/zureorrialdea), Zuzendaritzari, Sailari edo Zerbitzuari buruzko datuak eta korporazio-irudi egoki bat sare sozialeko profilerako.

Posible da zabaleran 640 px eta altueran 360 px dituen irudi edo flash bat sartzea. Altuera gomendatua da, baina alda daiteke.

Flash bat edukitzeko modurik onena url propio batera igotzea da. Informazio guztia duen eta kanpotik elementurik hartzen ez duen .swf bat igo behar da. Hartara, url-aren barruan .swf hori aldatu egiten bada, orrialdearen edukia ere aldatu egiten da.

Edukiak

Ez da komeni egunean sarrera asko argitaratzerik Tuentin. Ohikoena 2 edo 3 argitaratzea da, baina kontuaren jarduera- motaren baitan egongo da hori, eta kontuan hartu beharko da beti gazteen gertuko hizkera erabili behar dela.

Gure iturrietako informazioa argitaratuko dugu Tuentin:

- Blog korporatiboan egon diren sarrera berrien argitalpena.
- Ekitaldien zuzeneko emanaldia: ekitaldi jakin batzuk streaming bidez jarraitzeko aukera ematen duten orrietara estekak.
- Interneteko gordailuetako bideo, argazki, aurkezpen eta abar berrien argitalpena.
- Webeko albisteak, atal berriak, argitalpenak.

Hizkuntza-erabilerak

Edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa. Parte hartzen duten hizkuntzan erantzungo zaie erabiltzaileei. Argazki, etiketa eta bestelakoen iruzkinak bi hizkuntzetan egingo dira, lehenengo euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Hasierara

Iruzkinen kudeaketa

Administratzaileak kudeatzen du nork idatz dezakeen orriaren horman: berak bakarrik, erabiltzaileek bakarrik edo guztiek.

Erabiltzaileek iruzkinak egin ditzakete argitaratutako sarreretan, eduki irekia baita. Beraz, informazio berri bat argitaratzean, zer iruzkin egiten diren begiratu beharko dugu, Tuentik ez baititu orrian aipatzen denari buruzko abisuak bidaltzen helbide elektronikora (nolanahi ere, RSS bidez egoeraren eguneratzeetara harpidetzeko aukera dago). Dena delako arrazoiengatik mugatu egin nahi badugu hormako sarreretan iruzkinak egiteko aukera, Configuración aukerara joan eta Los comentarios sobre noticias se ampliarán por defecto (Albisteei buruzko iruzkinak lehenespenez zabalduko dira) atala desaktibatu beharko dugu. Dena den, ez egitea gomendatzen dugu.

Ahalik eta azkarren erantzun behar zaie iruzkinei, galdera edo kontsulta egin den espazioan bertan. Erabiltzaileari bere parte-hartzea eskertzea eta beharrezko diren eduki osagarriak gehitzea komeni da. Iruzkina desegokia edo desatsegina bada, erabiltzaileari gizabidez erantzuteko modu egokia aurkitu beharko dugu, eta, hala badagokio, informazioa estekatuko dugu edo erantzun egokia eman dezaketen beste web batzuetara bideratuko dugu. Garrantzitsua da erakunde gisa erantzutea; hau da, orriaren izenean eta ez administratzailearen profilaren izenean.

Honela sailka ditzakegu iruzkinak:

a) Galderak, zalantzak eta eskaerak adieraztea.

b) Kritikak: Tuentin kritika konstruktiboak egiten direnean, iruzkinen atalean erantzungo dugu publikoki, hor bakarrik idatz baititzakete mezuak erabiltzaileek, hasieran adierazitako jarraibideak jarraitu baditugu. Kritika negatiboa bada, kexa aztertu beharko da, eta modu konstruktiboan erantzun beharko zaio.

Informazio horretaz arduratzen den unitatearekin koordinatu beharko da beti erantzuna, eta, hala badagokio, modu pribatuan komunika gaitezke mezu elektroniko baten bidez, erabiltzaileak informazio gehiago behar badu. Komeni da fitxategi batean gordetzea kontsulta eta kexa guztiak, erabilgarriak izan baitaitezke beste une baterako.

Sare bat sortzea

Tuentiko orrien ezaugarri nagusietako bat da ez dagoela lagunen zerrendarik (profilak, adibidez), baizik eta erabiltzaileak daudela; beraz, erabiltzaileei lagun egin daitezen eskatu beharrean, administratzaileak beste estrategia batzuk erabili beharko ditu erabiltzaile gehiago gehitzeko orri horretara.

Hasierara

Komunitatea sortzeko, Tuentik bi funtzionalitate jartzen ditu Premium orrialdeen eskura:

Estekak

Estekak hartzekoak edo bidaltzekoak izan daitezke:

- Hartzeko estekek erabiltzaileei beren orrialdeetan edo profiletan orrialde Premium horretara sartzeko linkak jartzeko aukera ematen diete.
- Bidaltzeko estekek, aldiz, komunitatearentzako interesgarriak diren estekak jartzea ahalbidetzen dute, adibidez, ekitaldienak, beste orrialde edo toki batzuenak nahiz jokoenak, guztiak Tuentiren ingurukoak.

Lehiaketak

Premium orrialdeek lehiaketak sortzeko aukera dute, eta, bertan, erabiltzaileek parte har dezakete. Lehiaketa horiek argazkien edo bideoen bozketa bidezkoak dira.

Gainera, garrantzitsua da sarearen beste toki batzuetatik orrialdea promozionatzea. Beraz, Tuentin konpartitzeko botoiak sartu behar ditugu, edo gure Tuentiko orrialdeari erreferentzia egiteko botoiak.

Pribatutasuna

Jaurlaritzaren Tuentiko orrien pribatutasun-aukerak sistemak lehenespenez dituenak dira.

Hasierara

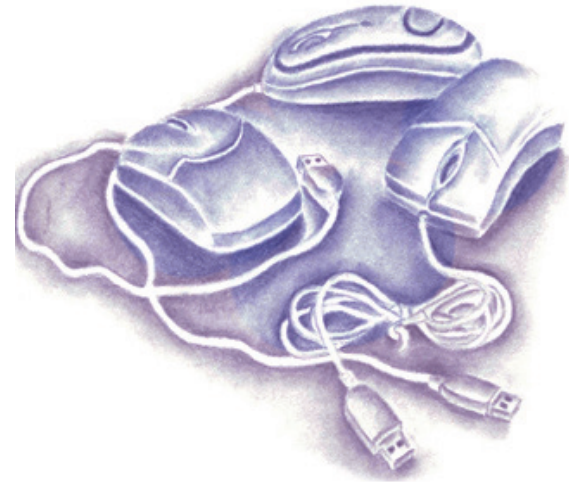
Google +

https://plus.google.com/b/100641435745753517157/

Zer da Google +?

Googlek sortu duen sare sozial berria da. 2011ko ekainean jarri zen martxan beta fase pribatuan, eta irailean jarri zen erabilgarri jende guztiarentzat.

Beste pertsona batzuekin komunikatzeko eta informazioa, argazkiak, bideoak eta estekak trukatzeko plataforma bat da. Gainera, erabiltzaileek interesatzen zaizkien komunitateetan parte har dezakete. Google + plataformak, era berean, gure kontaktuei (hau da, gure zirkuluei) mezu pribatuak bidaltzeko aukera ematen du.



"+1" botoiari eta beste funtzio osagarri batzuei esker, sare garrantzitsu bat da, eta kontuan hartu behar da gure marka Google bilatzailean posizionatzeko. "+1" hori Facebookeko "gustatzen zait" botoiaren parekoa da. Beste pertsona edo orrialde batean atsegin dugun eduki bat argitaratzen denean, +1 egiten dugu. Horrez gain, +1 egin dezakegu botoia instalatuta daukan Interneteko edozein web orrialdetan, eta automatikoki konpartituko dugu gure +1 biltegi publikoan.

Konfigurazioa eta eskaerak

Sare sozial honetan orrialde bat ireki behar duten sail, zerbitzu edo marken eskaerek Gida honen 2. kapituluan adierazitako eredua jarraituko dute.

Gobernu Irekirako eta Interneterako Komunikaziorako Zuzendaritza arduratuko da kontuak irekitzeaz eta orrialdeak behar bezala konfiguratzeaz, sare sozialaren erabilera-arauak betez; izan ere, Google + plataformak kontu horiek antolatzeko (eta, batzuetan, ixteko) ahalmena du, ezarritako irizpideak errespetatzen ez badituzte.

Profilak eta orriak

Google + plataformak aukera desberdinak eskaintzen ditu, erabiltzailea bere buruaren, erakunde baten, enpresa edo marka baten, edo pertsona-talde baten ordezkari den kontuan hartuz. Beraz, profil edo orrialde bat sor daiteke (ofiziala edo erkidegoarena) sare sozial horren barruko helburuen arabera.

Profila

Profila dute Google + plataforman indibidualki alta hartzen duten pertsonek. Orrialde bat administratu ahal izateko, beharrezkoa da baliozko profil pertsonal bat aktibatuta izatea Google + plataforman.

Orrialdea

Orrialdeak erakundeentzat, enpresentzat edo markentzat daude pentsatuta. Horien atzean administratzaile profil pertsonal bat edo bat baino gehiago egon behar dira.

Orrialdeak mota bat baino gehiagokoak izan daitezke:

a) Orrialde ofiziala.

Web orri ofizialen bidez, erakundeek, enpresek eta beste erakunde batzuek beren gune ofiziala eratzen dute Google+enFacebooken barruan, pertsona interesdunekin komunikatu ahal izateko.

b) Komunitate baten orrialdea.

Orrialde horien helburua da kausa edo mugimendu bat babestea.

Orrialdeak konponbide korporatibo gisa

Web orria konponbide korporatibo egokia da Jaurlaritzaren sail, zerbitzu eta markentzat. Izatez, aukera egokia da erakundeentzat eta beren organoentzat; izan ere, Google + plataformak izaera diferentzial bat egozten die orotariko erakundeei, eta profil pertsonaletatik bereizten ditu.

Ezin da sail, zerbitzu edo marka batentzat profil pertsonal bat sortu, ez baititu Google+ plataformaren erabilera-arauak betetzen.

Kontuen kudeaketa

Eusko Jaurlaritzaren sailek Google + plataforman dituzten orrialdeak korporatiboak dira. Web Zerbitzuak baimentzen ditu eta Gobernu Irekirako eta Interneterako Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratzen ditu, Gida honetako 2. kapituluan aurreikusitako eskaera-ereduaren arabera.

Gobernu Irekirako eta Interneterako Komunikaziorako Zuzendaritzak orrialdeak erabiltzaile korporatibo batekin sortzen ditu eta eredu ofizialaren arabera konfiguratzen ditu.

Orrialdeak Google + web interfazetik administratzen dira. Beren informazioa eta edukiak kudeatu behar dituzten erabiltzaileei orrialdea koadministratzeko baimenak emango zaizkie, eta, horretarako, profil pertsonal bat izan beharko dute sare sozial horretan.

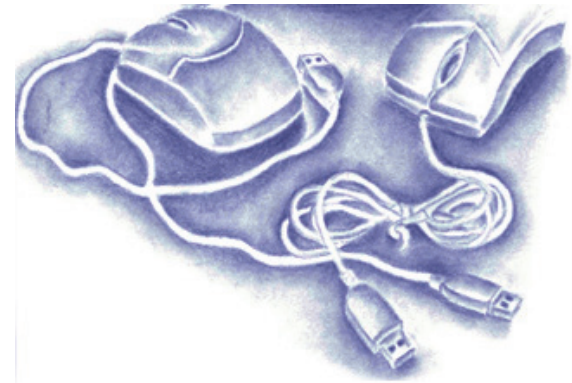
Zirkuluak

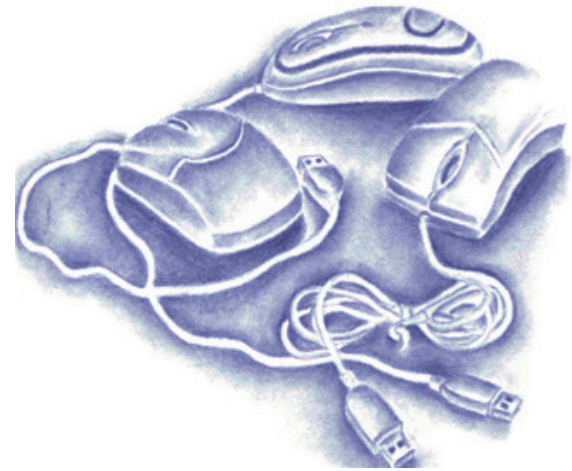
Google + plataforman, kontaktuak zirkuluen bidez administratzen dira.

Zirkulu bat zerbait komunean duten pertsonen talde bat da: adibidez, “Lankideen zirkulua” edo “Garraio-enpresen zirkulua” edo “Meteorologia-kontuen zirkulua”.

Orrialdeek beste orrialde batzuk barne hartu ahal dituzte beren zirkuluetan, baina ezin dituzte profil pertsonalak gehitu, profil horiek lehenago beren zirkuluetara gehitu badituzte izan ezik.

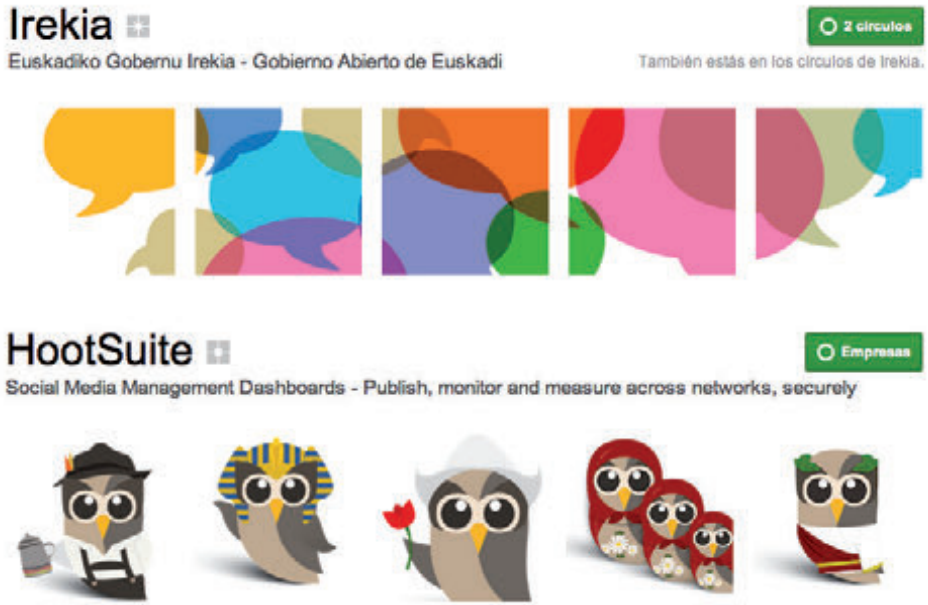
Zirkuluak bakoitzean eduki desberdinak partekatzeko daude pentsatuta, eta, era berean, eguneratze-oharrak publikoki idatzi ahal dira.





Aurkezpenarekin lotutako alderdiak

Google + plataformaren web orrien aurkezpena hobetzeko, horma-irudi bat sortzea komeni da, hau da, ondorengo irudietan ikusten den bezala bost irudirekin konposizio bat egitea komeni da:



Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak ez ditu hautazko pertsonalizazio horiek egiten.

Hemen adibide bat ikus daitek: https://plus.google.com/b/100641435745753517157/100641435745753517157/posts.

Edukiak

Gomendagarria da egunero sarrera gehiegi ez argitaratzea Google + plataforman. 2 edo 3 argitaratu beharko lirateke gehienez, baina kopuru hori kontuko jarduera-motaren araberakoa izango da.

Google + plataforman gure iturri propioetako informazioa argitaratuko dugu:

- Blog korporatiboan sarrera berriak.
- Ekitaldiak zuzenean: ekitaldi zehatzak streamingean jarraitzeko estekak.
- Interneteko biltegietako bideo, argazki, aurkezpen, etab., berriak.
- Webeko edo atariko nobedadeak, atal berriak, argitalpenak, etab.

Google + plataforman edukiak “hashtags”ak edo etiketak erabiliz etiketatu ahal dira, Twitterren bezala. Eduki bat etiketatzeko, # sinboloa jarri behar da hitz klabearen edo etiketaren aurrean, honela: #hitzklabea.

Hizkuntza-erabilerak

Edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak sartzerakoan, euskarazkoak lehenetsiko dira. Lehenbizi euskarazko edukia erakutsiko da, eta, gero, gaztelaniazkoa. Erabiltzaileei esku hartzen duten hizkuntzan erantzungo zaie. Argazkien, etiketen eta gainerakoen inguruko oharrak bi hizkuntzetan egingo dira, lehenbizi euskaraz eta gero gaztelaniaz.

Argitalpenen edizioa

Argitalpenek ez dute karaktere-mugarik, baina ez da komeni 500 karaktere baino gehiago idaztea, horretarako beste tresna batzuk baititugu.

Argitalpenak editatu egin daitezke, baina ez da komeni funtzio hori gehiegi erabiltzea.

Gainera, karaktere berezi batzuk erabil ditzakegu gure testuei formatu pixka bat emateko. Beraz, idazten dugun testua baino lehenago eta ondoren karaktere jakin batzuk jartzen baditugu, letra lodiz, etzanez edo ezabatuz argitaratuko da, eskema honen arabera:

-tachado- = letra ezabatua

_italica _= letra etzana

* negrita* = letra lodia

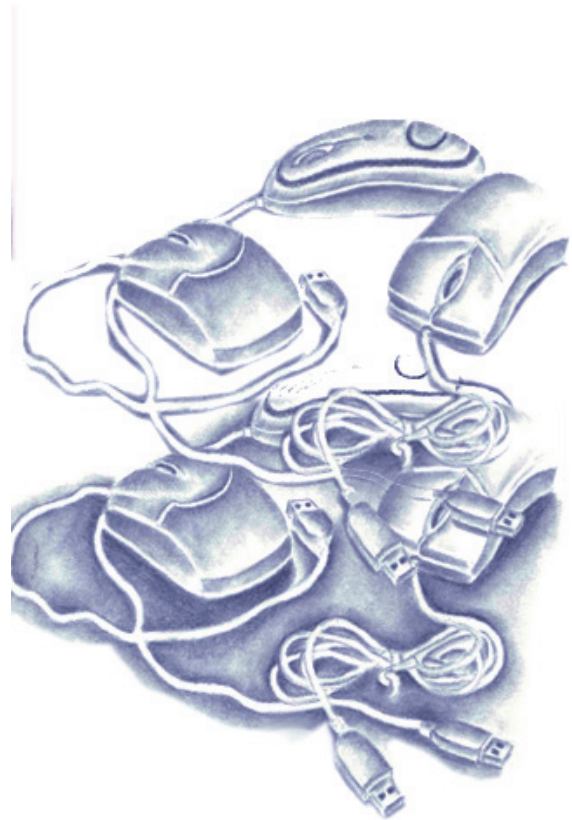
Beste pertsona batzuen argitalpenak eta aipuak

Beste pertsona baten horman edo orrialdean oharrak argitara ditzakegu, argitalpen hori gure horman konpartitu ahal dugu edo +1 egin ahal dugu.

Pertsona bat edo orrialde bat aipatzeko, pertsonaren edo orrialdearen izenaren aurren + jarri behar da.

Iruzkinen kudeaketa

Argitalpenetan oharrak desgaitu ahal dira, eta beste pertsona batzuek konpartitu ahal dituzte, baina ez da aukera horiek erabiltzea gomendatzen.



Oharrei lehenbailehen erantzun behar zaie, galdera edo kontsulta egin den eremuan bertan. Orrialdearen atzean norbait dagoela erakustea komeni da. Batzuetan, kolektiboki eman ahal dizkiegu eskerrak pertsonei beren parte-hartzeagatik, edo pertsonalki eskertu diezaiekegu, ohar batek behar besteko balioa izan badu.

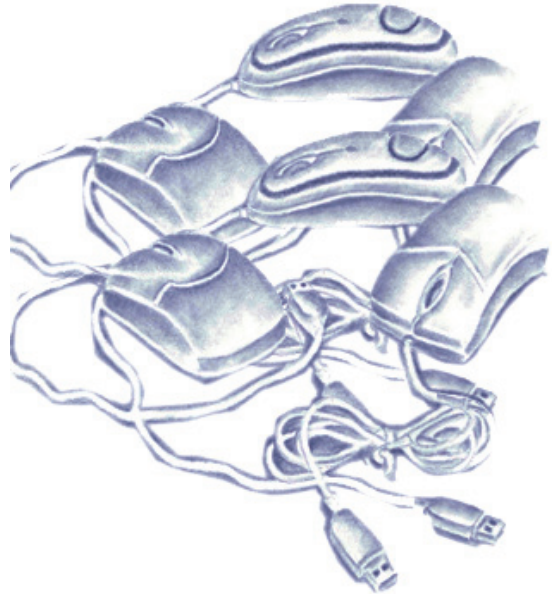
Oharra desegokia edo erantzunkorra bada, modu onez erantzuteko modu egokia bilatu beharko da, informazioa erantzun egokia eskain diezaioketen beste webgune batzuetako informazioarekin lotuz edo orrialde horietara bideratuz, egokia bada.

Oharrak honela sailka ditzakegu:

a) Galderak, zalantzak eta eskaerak.

b) Ekarpenak.

c) Kritikak: Google + plataforman kritika konstruktiboak argitaratzen direnean, publikoki erantzungo dugu oharren atalean. Erabiltzaileek eremu horretan bakarrik idatz ditzakete mezuak, atalaren hasieran azaldutako jarraibideak jarraitu baditugu. Kritika negatiboa bada, kexa analizatu eta modu konstruktiboan erantzun ahalko da.



Kasu guztietan, erantzuna informazioaren unitate arduradunarekin koordinatu behar da, eta, egokia bada, modu pribatuan komunikatu ahal da, mezu elektroniko baten bidez, erabiltzaileak informazio gehiago behar badu ere. Gomendagarria da artxibo batean gordetzea kontsulta eta kexa guztiak, erabilgarriak izan daitezkeelako beste une batzuetarako.

Sare bat sortzea

Orrialdeak administratzen dituzten pertsonek estrategiak prestatu beharko dituzte orrialdera atxikitako erabiltzaileen kopurua areagotzea lortzeko.

Beren zirkuluetan sartzen gaituzten pertsonen kopurua handitzeko, komenigarria da, besteak beste, ekintza hauek gauzatzea:

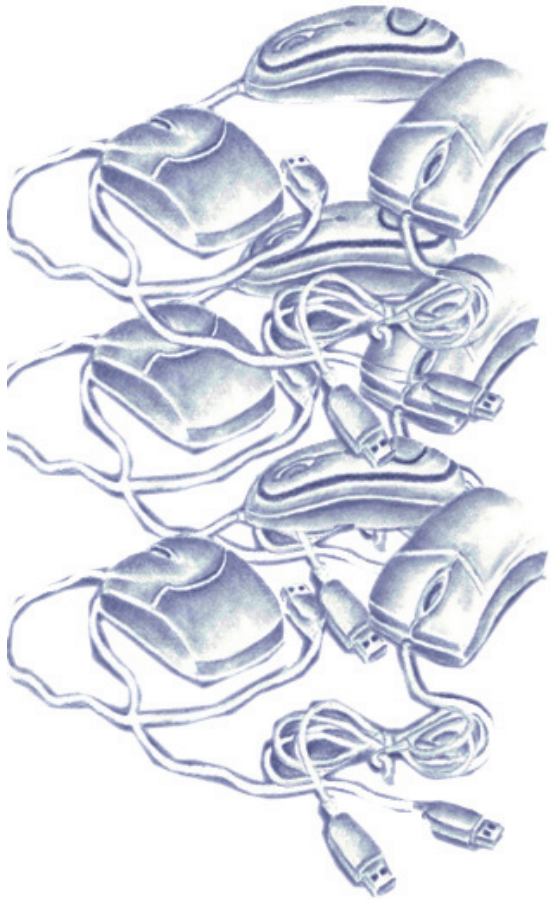
- Mezu elektroniko bat bidaltzea kasuan kasuko saileko kontaktuen zerrendara.
- Prentsa-ohar baten bidez jakinaraztea orri berri bat sortu dela.
- Zure beste sare sozialen bidez jakinarazi zure kontaktuei sare sozial batean profil berri hau existitzen dela.

Integrazioa

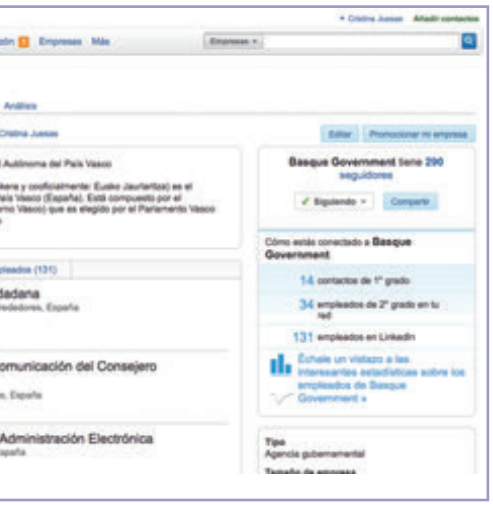
Google + plataforma beste batzuen eremuetan modu batean baino gehiagotan kudea daiteke:

- Lotu orrialde hau zure web orriarekin, esteka pertsonalizatuak gehituz, hemen zehaztu den bezala: http://support.google.com/plus/bin/answer.py?hl=es&answer=1713826

- Zure web orrian widget-ak edo +1 botoia sartuz, informazio gehiago hemen: http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=es&answer=1708844



Linkedin



Zer da Linkedin?

Linkedin profesionalen elkarrekintzarako plataforma bat da; esperientziak truka ditzakete bertan, lan-praxia hobetzeko. Atariak aukera ematen du ekimen edo proiektu jakin batzuen inguruan interes-taldeak sortzeko, galderak egin edo erantzuteko, eta lanpostuak argitaratu edo bilatzeko.

Eusko Jaurlaritzaren kasuan, sortuta dago dagoeneko instituzio edo «enpresa» bat, eta @ej-gv.es sare korporatiboan helbide elektroniko bat duten pertsona guztiak izan daitezke bertako partaide.

Hasierara

Konfigurazioa

Linkedineko kontuak pertsonalak dira. Gizarte-sare honetako partaide izan nahi duten pertsona guztiek eman dezakete alta, eta ez da beharrezkoa aurretiko baimena lortzea. Komeni da, gutxienez, egungo lanpostua adieraztea, eta sare korporatiboan parte hartu nahi izanez gero, ej-gv.es helbidea jartzea.

Taldeak

Linkedineko taldeak irekiak edo itxiak izan daitezke, eta gonbidapena behar da haietara sartzeko. Nolanahi ere, taldeko edukien pribatutasuna bermatuta dago, taldeak ezin baitira indexatu. Linkedin pertsona-sare bat da, eta ez da komeni erakundeek profil pertsonalak ireki eta www.linkedin.com/in/ erabiltzailearenizena motako URL publikoak edukitzerik.

Taldeak kudeatzea Linkedinen

Talde bat sortzeko, eskaera egin behar da Gida honetako 2. kapituluan adierazitako ereduaren arabera.

Talde bat sortuko da sail/arlo/atal bakoitzeko, eta administratzaile-jabe bat egongo da erakundeko talde guztientzat, administratzaile-eskubideak emango dizkiona sail bakoitzeko taldeari.

Nolanahi ere, gizarte-sareetako tresna guztietan gertatzen den moduan, helburua da sistemaren bideragarritasuna bermatuko duen kudeaketa deszentralizatua sustatzea.

Linkedineko talde baten atalak

a) Laburpena. Gure tresnetan, adibidez, blogetan, hasitako eztabaida osoetatik abiatuta, balio handiko ekarpenak egin ditzaketen edukiak argitaratzea komeni da.

b) Eztabaidak. Gaiak eztabaidatzeko foroak.

c) Albisteak. Feedetarako argitalpena.

d) Enplegua. Lan-iragarkiak.

e) Azpitaldeak. Sortzen badira soilik.

f) Taldearen kudeaketa eta beste alderdi batzuk.

Kanpoko inguruneetan (blogak, Facebook, Twitter...) sustatu behar dira taldeak, Linkedinek ez baitu asko errazten zabaltzea.

Edukiak kudeatzeko estrategiak

a) Taldea sustatzea (blogak, foroak...).

b) Albisteen ataleko edukien argitalpena automatizatzea, beste gordailu eta sare batzuetan (nagusiki Twitter, blogak, Facebook...) argitaratutako edukien feed bidez (RSS bidez). Kanala ez betetzeko, komeni da sailarekin edo zerbitzuarekin lotutako albisteak edo informazioak soilik argitaratzea eskuz. Hartara, taldeko erabiltzaileei eduki espezializatuagoak eskaini ahal izango dizkiegu.

c) Gai bati buruzko eztabaidak blogean egiten direnez, gomendatzen dugu eskuzko laburpenak argitaratzea Linkedinen, laburpenaren atalean. Taldeko partaide diren erabiltzaileek abisatzeko mezu elektroniko bat jasoko dute automatikoki administratzaileek eztabaidagai berri bat argitaratzen duten bakoitzean.

Hizkuntza-erabilerak

Eskuz editatzen diren edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Edukiak edo laburpenak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa. Parte hartzen duten hizkuntzan erantzungo zaie erabiltzaileei.

Youtube

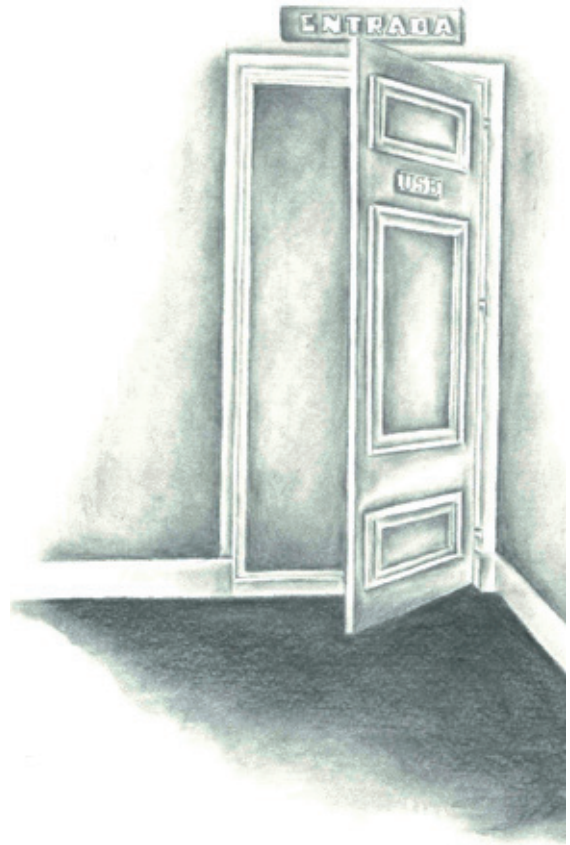
www.youtube.com/irekia

Erabiltzaileei beren bideoak argitaratzeko, ikusteko eta partekatzeko aukera ematen dien plataforma da YouTube. Egokia da sailen jarduerari buruz informatzen duen ikus-entzunezko materiala edo material didaktikoa zabaltzeko. Irekia multimedia-plataforma korporatiboaren osagarria da (http://www.irekia.euskadi.net/es/web_tv).

Aurkezpen-alderdiak: kontuak pertsonalizatzea

YouTubek aukera ematen du orria pertsonalizatzeko gure avatarrarekin eta kanalaren oinarrizko koloreak aldatuz (atzeko planoak, letra-tipoaren koloreak, estekak...).

Hasierara



Bideoek ezin dute 15 minutu baino gehiago iraun. Bideo luzeenetarako, gure plataforma erabiltzea gomendatzen dugu, hau da, Irekia plataforma, aukera ematen baitu kodea txertatzeko eta gero blogetan edo webetan erabiltzeko, materiala partekatzeko...

Kontuen kudeaketa

Eusko Jaurlaritzak kontu korporatibo bat du YouTuben, eta sailen edukiak erreprodukzio-zerrendetan sailkatuta daude, sail bakoitzak zerrenda bat baitu.

Ez dugu gomendatzen sail bakoitzak bere kanala sortzerik, baina egokia den edo ez aztertuko genuke beharrezko balitz.

Sail batek edukia igo nahi badu YouTubera, Gida honetako 2. kapituluan adierazitako eskaera-eredua jarraitu behar du. Web Zerbitzuak uste badu, bolumenagatik, sailak ez lukeela konturik eduki behar gizarte-sare honetan, eskatzailea Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzarekin harremanetan jarri ahal izango da, eta hark aztertuko du zein den aukerarik egokiena edukia kontu korporatibora igarotzeko.

Eusko Jaurlaritzaren YouTubeko kontuak ej-gv.es helbide elektronikoetatik sortzen dira, eta Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzan konfiguratzen dira.

Edukiak

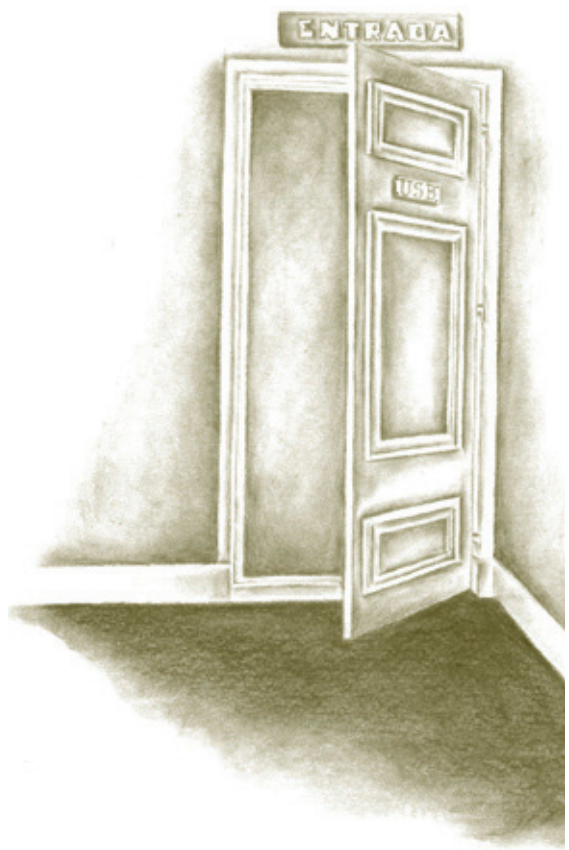
YouTubeko webak aukera ematen du bideoak erreprodukzio- zerrendatan sailkatzeko eta erreproduzitu nahi dugun zerrenda hautatzeko, edo bideo bat hautatu eta erreprodukzio-zerrenden eta bideoen atalean nabarmentzeko.

Bideo bat argitaratzerakoan, beharrezkoa da izenburu bat eta deskribapen labur bat jartzea. Horrez gain, etiketen eremua bideoari erreferentzia egiten dioten gako-hitzekin betetzea komeni da, errazago bilatu ahal izateko.

Hizkuntza-erabilerak

Gida honetako 3. kapituluan jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Bideoak, deskribapenak eta etiketak, ahal den guztietan, formatu elebidunean argitaratuko dira, edota EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskaraz eta gaztelaniaz). Izenburua, berriz, dagokion hizkuntzan jarriko da.

Lehenengo euskaraz etiketatuko da, eta gero gaztelaniaz.



Sarea

Gizarte-sareek erabiltzaileekin elkarrekintzan aritzeko dituzten funtzio batzuk ditu YouTubek, adibidez, berehalako mezularitza eta iruzkinen sistema, baina erabaki dugu aurkeztu ditugun gainerako tresnetan lantzea funtzio horiek, eta YouTube bideoak zabaltzeko baliabide gisa soilik erabiltzea. Gordailu-funtzio hori bete dezan, komeni da Nadie puede enviar comentarios sin aprobación (Inork ezin du iruzkinik bidali onarpenik gabe) fitxa aktibatzea Comentarios sobre tu canal (Zure kanalari buruzko iruzkinak) atalean.

Erabiltzaileekin elkarrekintzan aritzeko beste gizarte-sare batzuk erabili nahi ditugunez, eta ez YouTube, Opciones para compartir y emitir vídeos (Bideoak partekatzeko eta emateko aukerak) atalean No permitir comentarios (Ez onartu iruzkinik), No permitir votaciones sobre comentarios (Ez onartu iruzkinei buruzko bozketarik), No permitir respuestas en vídeo (Ez onartu bideoko erantzunik) eta No permitir que se puntúe este vídeo (Ez onartu bideo hau puntuatzerik) markatuko ditugu.

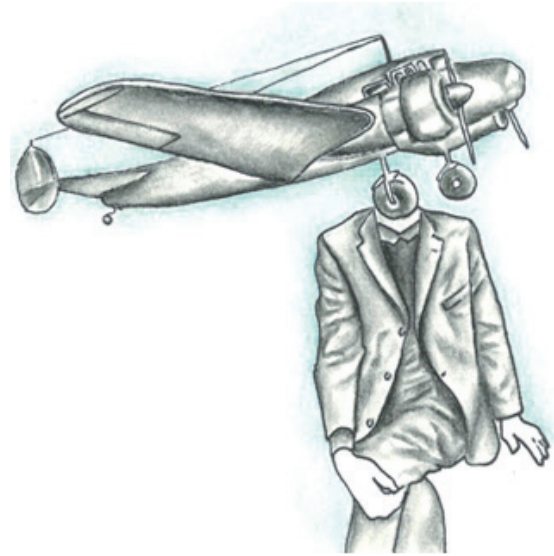
Integrazioa

Zerbitzu hau beste gune batzuetan integratzeko modurik ohikoena edukiak beste baliabide batzuetan txertatzea da, esaterako, blogetan txertatzea. Hartara, blogeko irakurleek beste web batera joan beharrik gabe erabil dezakete baliabidea, eta, beraz, irakurlea ez da galtzen, eta klik-kopurua optimizatzen da.

Hasierara

Flickr

www.flickr.com/irekia



Interneten argazkiak argitaratzeko zerbitzu bat da Flickr, eta irudiak gordetzeko balio du; YouTube bezala, Eusko Jaurlaritzaren «Argazki» banku ikonografikoaren osagarria da.

Sail bakoitzeko ekitaldien, prentsaurrekoen, aurkezpenen eta abarren argazkiak edota argazki instituzionalak argitara daitezke Flickren, eta albumetan bana daitezke gaiaren arabera. Kontuan izan behar da doako bertsioarekin 100 MB (10 MB argazkiko) karga daitezkeela gehienez hilean, eta 200 argazkira iristen garenean, lehendabizi kargatu genituenak ezkutatu egiten direla; gainera, mugatuta dago sor daitezkeen albumen kopurua. Beraz, edukiera handiagoa nahi izanez gero, pro bertsioa kontratatu beharko da, eta eskatzen duen sailak ordaindu beharko du kostua.

Dena den, gomendio orokorra da sailek Eusko Jaurlaritzaren kontu korporatiboaren barruan argitaratzea argazkiak, han sailentzat bakarrik den bilduma eta/edo album bat baitago. Album bereziak ere sor daitezke, uneren batean behar hori sortzen bada.

Flickrek bideo motzak argitaratzeko ere balio du (90 segundokoak).

Aurkezpen-alderdiak: kontuak pertsonalizatzea

Flickrek gure avatarra gehitzen uzten digu. Irudia 48 x 48 pixelekoa da, Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak ematen du, eta gizarte-sareetan presentzia izateko diseinu korporatiboaren araberakoa da.

Kanala bistaratzeko modua ere aukera daiteke: hau da, argazkiak zutabe bakarrean, bi zutabetan edo hiru zutabetan agertzea, gure kontuko albumak eta bildumak alboan agertzea...

Kontuen kudeaketa

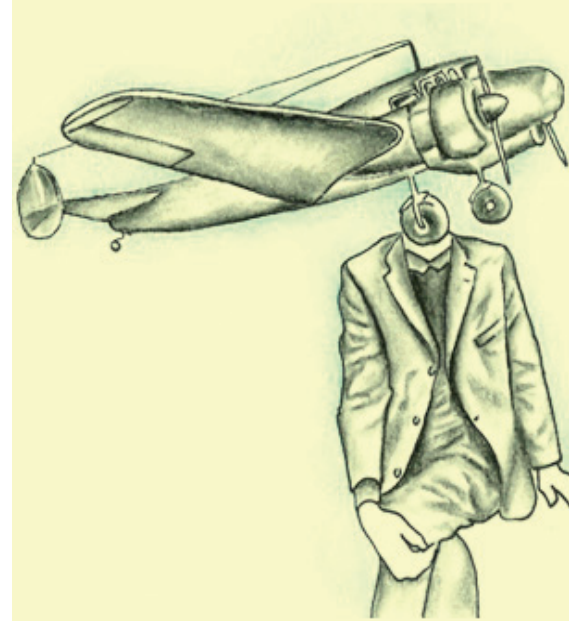
Eusko Jaurlaritzak pro kontu bat du Flickren, bilduma batekin sail bakoitzeko; bilduma horretan zenbait album daude zuzendaritzetarako, zerbitzuetarako, ekitaldi berezietarako eta abarrerako, errazago sailkatu ahal izateko argazkiak eta errazago bilatu ahal izateko gero.

Web Zerbitzuak erabakiko du Flickren kontua eskatzen duen sailak bere kontua edukiko duen edo ez; berez, ez da komeni bere kontua edukitzerik, eta material grafiko asko duela justifikatu beharko du bat edukitzeko. Bestela, sarrera pertsonalizatua emango zaio argazkiak Flickr Pro korporatibora igotzeko.

Eusko Jaurlaritzaren Flickreko kontuak ej-gv helbide elektronikoetatik sortzen dira, eta Firefoxen FireUploader izeneko aplikaziotik kudeatzen dira (www.fireuploader.com). Aplikazio horri esker, Flickreko gure kontuko edukietara sar gaitezke, Flickren webgunean sartu beharrik gabe; FTP bezero baten antzera funtzionatzen du. Aukera ematen digu argazkiak igotzeko, izenburua, deskribapena eta etiketak gehitzeko, eta album edo bildumetan sailkatzeko, gero Flickren webetik ikusi ahal izan daitezen.

Edukiak

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak Flickreko kontua birkonfiguratuko du, argazkiek Creative Commonsen aitorpen-lizentzia eduki dezaten (ikusi Gida honetako 4. kapitulua).



Horretarako, Tu cuenta (Zure kontua) / Privacidad y permisos (Pribatutasuna eta baimenak) / Opciones predeterminadas para las cargas nuevas (Karga berrietarako lehenetsitako aukerak) / Qué licencia tendrá tu contenido (Zer lizentzia izango duen zure edukiak) aukerara jo behar dugu, eta han Reconocimiento-Sin obras derivadas (Aitorpena-lan eratorririk gabe) aukera hautatu.

Hizkuntza-erabilerak

Gida honetako 3. kapituluan jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Argazkien edo albumen etiketak eta izenburuak, ahal den neurrian, EAEko bi hizkuntza ofizialetan argitaratuko dira (euskaraz eta gaztelaniaz). Edukiak sartzerakoan, euskarazko edukiari emango zaio lehentasuna. Lehenengo euskarazko edukia bistaratuko da, eta gero gaztelaniazkoa.

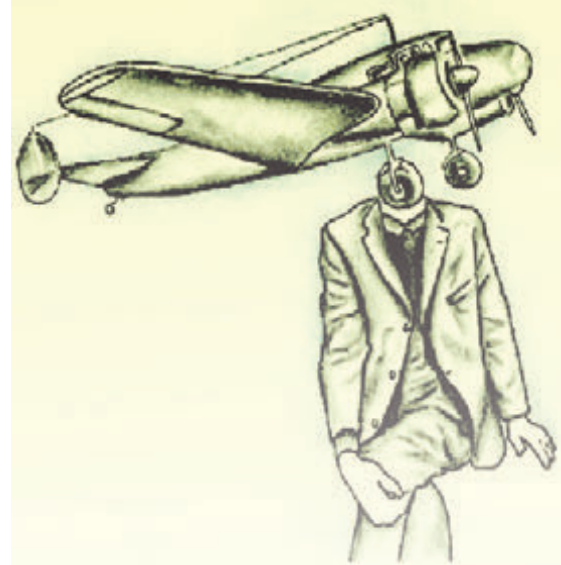
Sarea

Flickren argitaratutako materialak beste gizarte-sare batzuen bidez zabaltzen dira, adibidez, Twitter eta Facebooken bidez, ahalik eta erabiltzaile gehienengana iristeko.

Irudi-gordailu lanak bakarrik egiteko konfiguratuko da Flickreko kontua. Gizarte-sareetan egiten direnen moduko iruzkinak argitara ez ditzaten, Privacidad y permisos (Pribatutasuna eta baimenak) atalera joan behar da, gero Opciones predeterminadas para las cargas nuevas (Karga berrietarako lehenetsitako aukerak) / Quien pueda agregar notas, etiquetas y personas (Nork gehi ditzake oharrak, etiketak eta pertsonak) atalera jo, eta han Solo tú (Zuk bakarrik) aukera hautatu.

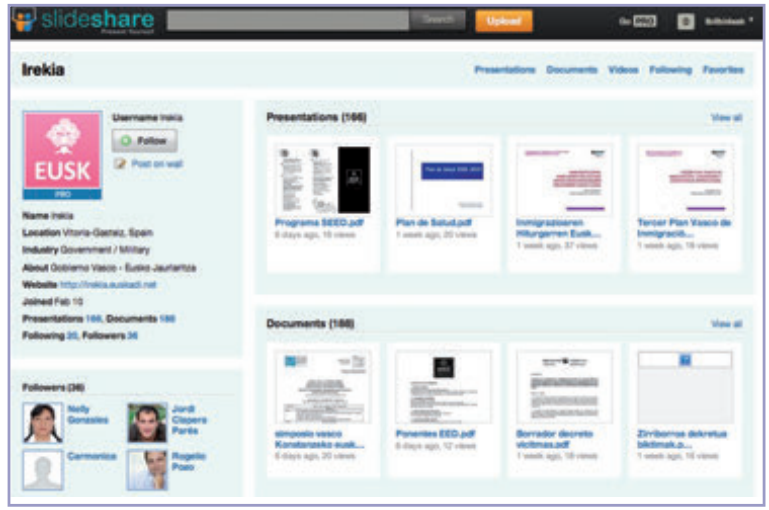
Integrazioa

Zerbitzu hau beste gune batzuetan integratzeko modurik ohikoena edukiak blog korporatiboetan txertatzea da. Blogeko sarrera baten eduki gisa txerta daiteke, baina badago beste aukera bat ere: alboko barran aplikazio batzuk (widgetak) erabiltzea, sailaren, zerbitzuaren edo markaren atari, web edo blogetik sartu ahal izateko Flickren galeriara.



Slideshare

www.slideshare.net/irekia



Aplikazio honen bidez aurkezpenak, testu-dokumentuak, PDFak eta iraupen laburreko bideoak argitara daitezke Interneten. Beraz, Eusko Jaurlaritzako sail, zerbitzu edo markek sortutako era guztietako dokumentuen gordailu gisa funtzionatzen du.

Kontuen kudeaketa

Oro har, sailek kontu korporatiboa erabiliko dute beren doku- mentuak SlideSharera igotzeko, sail jakin batek sortutako dokumentazioaren bolumenak kontu espezifiko bat edukitzea justifikatzen duen kasuetan izan ezik.

Jaurlaritzako sailen SlideShare kanalak korporatiboak izango dira, eta Web Zerbitzuak baimenduko ditu; Web Zerbitzuak Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzari bidaliko dio onarpena, hark konfigura dezan, Gida honetako 2. kapituluan jasotako eskaera-ereduari jarraiki.

Eusko Jaurlaritzaren SlideShareko kontuak ej-gv helbide elektronikoetatik sortzen dira, eta Firefoxen FireUploader izeneko aplikaziotik kudeatzen dira (www.fireuploader.com). Aplikazio horri esker, SlideShareko gure kontuko edukietara sar gaitezke, SlideShareren webgunean sartu beharrik gabe; FTP bezero baten antzera funtzionatzen du. Aukera ematen digu aurkezpenak igotzeko, eta izenburua, deskribapena eta etiketak gehitzeko, gero SlideShareren webetik ikusi ahal izan daitezen.

Konfigurazioa

SlideSharek orria gure avatarrarekin pertsonalizatzen uzten digu. Irudiak 100 x 100 pixelekoa izan behar du. Aurkezpen guztiek Creative Commonsen aitorpen-motako 3.0 lizentzia edukitzeko (CC BY 3.0), Edit profile / Manage account/ Choose defaults for your content aukerara joan behar da, eta CC Attribution License aukera hautatu.

Edukiak eta sarea

SlideSharen argitaratutako materialak beste gizarte-sare batzuen bidez zabaltzen dira, adibidez, Twitter eta Facebooken bidez, ahalik eta erabiltzaile gehienengana iristeko.

Sare honetan ezin da eragotzi erabiltzaileek iruzkinak egiterik, baina gutxienez ez sustatzea gomendatzen dugu. Aplikazioan erabiliko dugun sare-zati bakarra harpidetzarena izango da.

SlideShare aurkezpenen gordailu gisa bakarrik erabiltzeko, Edit profile / Privacy settings aukeran sartu behar da, eta No one aukera hautatu behar da agertzen diren lau aukeren artetik.

SlideSharen argitaratzen diren material guztiek, aurkezpenek nahiz dokumentuek, PDF formatuan egon behar dute, deska- rgatzen dituzten internautek haietan aldaketarik egin ez dezaten. Parametro hauek zehaztu beharko dira: dokumentuaren izenburua, etiketak, dagokion CC lizentzia, orri jarraituaren formatua, fitxategiaren deskribapena dokumentuaren izenbu- ruarekin eta orrialde osoko bistaratzea.

Etiketatzea

Oso ongi zehaztu behar dira SlideSharera igotzen diren dokumentuak eta aurkezpenak etiketatuko dituzten hitzak, erabiltzaileek erraz aurkitu ahal izan ditzaten.

Hasierara

Etiketa (tag) batek hitz bakar bat edo gehiago izan dezake, eta hitz horrek edo hitz horiek zehaztasun handiz deskribatu behar dute partekatutako edukia. Gogoan izan ez dagoela mugarik dokumentuei etiketak jartzeko, eta, beraz, ongi ordenatzeko behar ditugun guztiak erabil ditzakegula.

Partekatutako materiala homogeneoa izateko, etiketatzeko jarraibide batzuk jarriko ditugu:

- Azenturik gabe eta puntuazio-markarik gabe etiketatu behar dugu beti.
- Partekatutako edukia Eusko Jaurlaritzako erakunde ofizialen batean sortu bada, lehendabizi ejgv etiketa jarriko dugu beti.
- Partekatutako edukia Eusko Jaurlaritzako sail batean sortu bada ofizialki, bigarrenik sailaren etiketa jarriko dugu beti. Sailak etiketa bat baino gehiago baldin badu, aukerarik egokiena edo egokienak hautatuko ditugu.

Hona hemen sail bakoitzaren etiketen zerrenda:

Lehendakaritza	Presidencia	Lehendakaritza
Herrizaingoa	Interior	Herrizaingoa / Interior
Hezkuntza, Unibersitatea eta Ikerketa	Educación, Universidades e Investigación	Hezkuntza / Unibersitatea / Ikerketa / Educación / Universidad / Investigación
Ekonomia eta Ogasuna	Economía y Hacienda	Ekonomia / Ogasuna / Hacienda
Justizia eta Herri administrazioa	Justicia y Administración Pública	Justizia / Herri Administrazioa / Administración pública
Etxebizitza, Herri Lana eta Garraioa	Vivienda, Obras públicas y transporte	Etxebizitza / Herri lana / Garraioa / Vivienda / Obras públicas / transporte
Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismoa	Industria, Innovación, Comercio y Turismo	Industria / Berrikuntza / merkataritza / Turismo / Innovación / Comercio
Lana eta Gizarte Gaiak	Empleo y Asuntos Sociales	Lana / Gizarte gaiak / Empleo / Asuntos Sociales
Osasuna eta Kontsumoa	Sanidad y Consumo	Osasuna / kontsumoa / Sanidad / Consumo
Ingurumena, Lurralde antolamendua, Nekazaritza eta Arrantza	Medioambiente, Planificación territorial, Agricultura y Pesca	Ingurumena / Lurralde antolamendua / Nekazaritza / Arrantza / Medioambiente / Planificación territorial / Agricultura / Pesca
Kultura	Cultura	kultura

Hizkuntza-erabilerak

Aurreko atalean jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak eta etiketak, ahal den guztietan, formatu elebidunean argitaratuko dira, edota EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskaraz eta gaztelaniaz). Izenburua, berriz, dagokion hizkuntzan jarriko da. Lehenengo euskaraz etiketatuko da, eta gero gaztelaniaz.

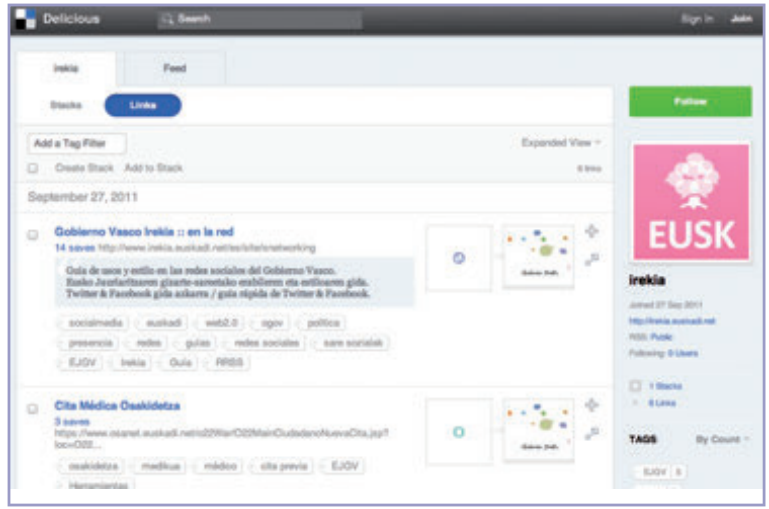
Beste gune batzuekin integratzea

Zerbitzu hau beste gune batzuetan integratzeko modurik ohikoena edukiak blog edo atari korporatiboetan txertatzea da. Hartara, baliabidea erabiltzean irakurleek ez dute beste web batera joan behar edukia kontsultatzera, eta, beraz, irakurlea ez da galtzen eta klik-kopurua optimizatzen da.

Hasierara

Delicious

www.delicious.com/irekia



Zer da Delicious?

Delicious Interneten dagoen markatzaile sozialen zerbitzu bat da. Sarean argitaratuta dauden era guztietako dokumentuen edo webgune interesgarrien URLak gordetzen dira bertan.«Gogokoak» deiturikoen eredua jarraitzen du, hau da, nabigatzaile pertsonalean gordetzen diren webgune interesgarrien zerrendaren eredua, eta material hori sarean partekatzea eta etiketen (tag) bidez eta etiketa-paketeen (bundle) bidez sailkatzea proposatzen die erabiltzaileei. Etiketak eta etiketa-paketeak oso erabilgarriak dira, atariaren barruan gako-hitzen bidez materialak bilatzea errazten dutelako.

Deliciousek ematen duen beste zerbitzu bat da norberak bere pertsona-sarea osatzea (network), pertsona horiekin partekatzeko markatzaile sozialak eta gizarte-sarearen hotlis-terako sarrera; azkenaldian gehien ikusi diren markatzaileak daude hotlisten.

Hasierara

Kontuen kudeaketa

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak sortzen ditu Eusko Jaurlaritzaren Deliciouseko kontuak, eskaera egin eta Herritarrei Arreta Emateko Zuzendaritzako Web Zerbitzuak onartu ondoren. Jaurlaritzaren ej-gv helbide elektronikoetara elkartutako Yahooko helbide elektronikoetatik sortzen dira, eta beste tresna batzuetatik ere kudea daitezke. Beharrezkoa izango da Delicious instalatzea Firefox nabigatzailean.

Edukiak

Delicious erabiltzeak balioko du:

1. Jaurlaritzak bere profilen bidez partekatu dituen eduki guztien historia bat sortzeko.
2. Jaurlaritzak Interneten sortu dituen eduki guztien jarraipena egiteko.
3. Eduki interesgarriak gordetzeko eta gaiaren eta jatorriaren arabera ordenatzeko aukera ematen duen espazio bat antolatzeko.

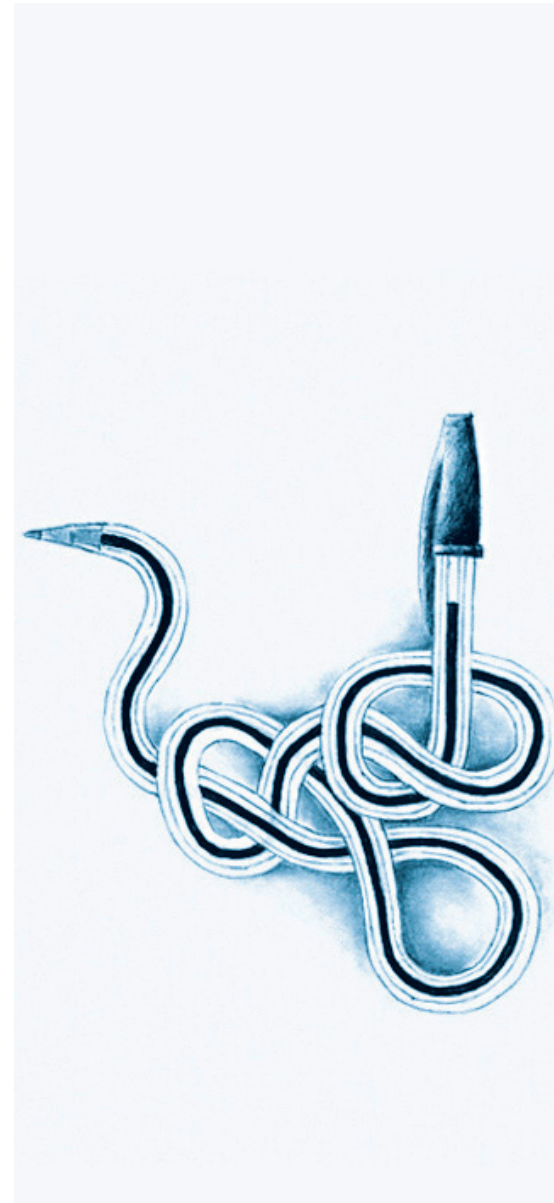
Edukiak

Esteka bat gordetzerakoan bete behar den oinarrizko informazioak lau eremu hauek ditu:

- URLa: baliabidearen URLa.
- Izenburua: baliabidearen izenburua. Normalean, sistemak automatikoki hartzen du gorde nahi dugun baliabidearen izenburua, eta, beraz, baliteke guk aldatu behar izatea, edukira egokitu dadin.
- Oharrak: esteka deskribatzeko erabiltzen dugun zatia da. Izenburuak edo etiketek ematen duten informazioa zabaltzeko balio du, bai eta gero bilaketa baten bidez errazago aurkitu ahal izateko ere.
- Etiketak: baliabideak deskribatzeko eta sailkatzeko erabiltzen ditugu, eta era ordenatuan taldekatzeko balio dute.

Etiketatzea

Ez dago mugarik markatzaileei etiketak jartzeko, eta, beraz, markatzaileak ongi ordenatzeko behar ditugun guztiak erabil ditzakegu. Deliciousek etiketak proposatu ohi ditu gorde behar ditugun baliabideetarako. Erabil ditzagun erabilgarri zaizkigunean.



Partekatutako materiala homogeneoa izateko, etiketatzeko jarraibide batzuk jarriko ditugu:

- Azenturik gabe eta puntuazio-markarik gabe etiketatu behar dugu beti.
- Deliciousek hitz bakar bat onartzen du etiketa gisa. Beraz, bi hitz behar baditugu edukia ongi definitzeko, hitz elkartuak sortuko ditugu. Adibidez, liburu elektronikoen kasuan, liburuelektronikoak izango litzateke etiketa egoki bat.
- Partekatutako edukia Eusko Jaurlaritzako erakunde ofizialen batean sortu bada, lehendabizi ejgv etiketa jarriko dugu beti.
- Gutxienez EAEko bi hizkuntza koofizialetan etiketatuko da. Eduki-motagatik, beharrezkotzat jotzen bada beste hizkuntza batean ere gehitzea etiketak (ingelesez, frantsesez...), hizkuntza horretan ere etiketatuko da.
- Partekatutako edukia Eusko Jaurlaritzako sail batean sortu bada ofizialki, bigarrenik sailaren etiketa jarriko dugu beti. Sailak etiketa bat baino gehiago baldin badu, aukerarik egokiena edo egokienak hautatuko ditugu. Ikusi sail bakoitzaren etiketen zerrenda.

Garrantzitsua da sailaren etiketa ez ahaztea, markatzaileak kategoriaka edo etiketa-paketeka (bundle) sailkatzeko aukera ematen baitu, eta, hartara, materialak sailez sail bilatu baitaitezke. Beste bundle batzuk ere sor daitezke, antzeko gaia duten edukiak taldekatzeko.

Bundle-kopurua mugatzea komeni da, errazago sailkatu ahal izateko, eta edukiak ahalik eta gehien zehazteko. Alde horretatik, oso garrantzitsua da definituko dituzten terminoak ongi aukeratzea: argiak eta zehatzak izan behar dute.

Hasierara

Hona hemen sail bakoitzaren etiketen zerrenda:

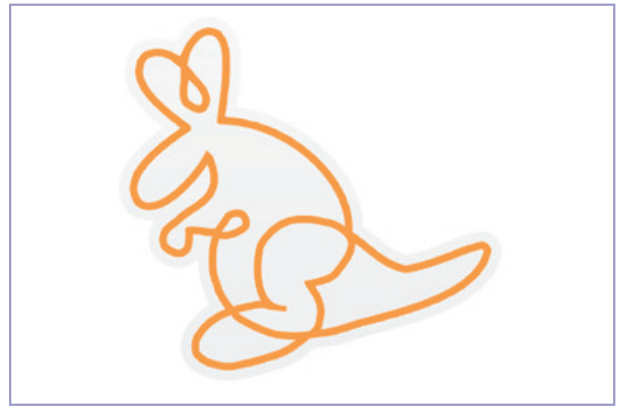
Lehendakaritza	Presidencia	Lehendakaritza
Herrizaingoa	Interior	Herrizaingoa / Interior
Hezkuntza, Unibersitatea eta Ikerketa	Educación, Universidades e Investigación	Hezkuntza / Unibersitatea / Ikerketa / Educación / Universidad / Investigación
Ekonomia eta Ogasuna	Economía y Hacienda	Ekonomia / Ogasuna / Hacienda
Justizia eta Herri administrazioa	Justicia y Administración Pública	Justizia / Herri Administrazioa / Administración pública
Etxebizitza, Herri Lana eta Garraioa	Vivienda, Obras públicas y transporte	Etxebizitza / Herri lan / Garraio / Vivienda / Obras públicas / transporte
Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismoa	Industria, Innovación, Comercio y Turismo	Industria / Berrikuntza / merkataritza / Turismo / Innovación / Comercio
Lan eta Gizarte Gaietarako	Empleo y Asuntos Sociales	Lan / Gizarte gaietarako / Empleo / Asuntos Sociales
Osasuna eta Kontsumoa	Sanidad y Consumo	Osasun / kontsumo / Sanidad / Consumo
Ingurumena, Lurralde antolamendua, Nekazaritza eta Arrantza	Medioambiente, Planificación territorial, Agricultura y Pesca	Ingurumen / Lurralde antolamendu / Nekazaritza / Arrantza / Medioambiente / Planificación territorial / Agricultura / Pesca
Kultura	Cultura	kultura

Hizkuntza-erabilerak

Aurreko atalean jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak eta oharrak EAEko bi hizkuntza ofizialetan argitaratuko dira (euskaraz eta gaztelaniaz). Izenburua, berriz, dagokion hizkuntzan jarriko da. Lehenengo euskaraz etiketatuko da, eta gero gaztelaniaz. Etiketatze-lana errazteko, bi hizkuntzak biltzen dituzten bundleak sortzea gomendatzen dugu.

Hasierara

Geoposizionamendua



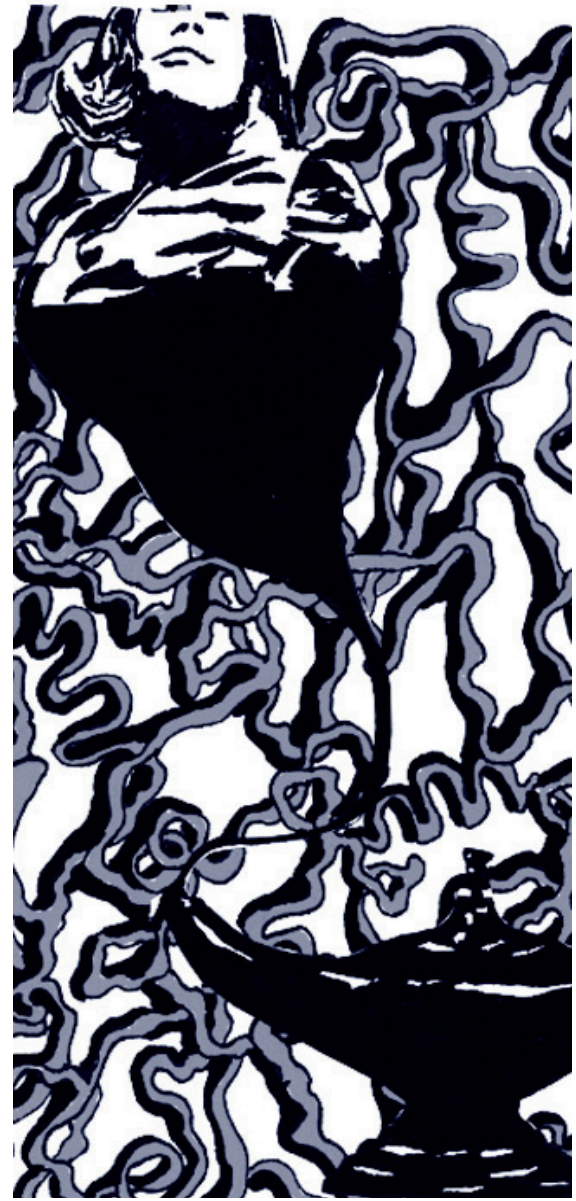
Internet mugikorra hedatu denetik (gailu eramangarriak, telefonia mugikorra, Wi-Firen erabilera, 3G...), geolokalizazioko gizarte-sareak areagotzen ari dira. Erabiltzailea toki jakin batean geoposizionatzen da, eta bere kontaktuei jakinarazten die.

Hona hemen geoposizionamendurako plataforma nagusiak: Google, Facebook, Tuenti, Foursquare eta Gowalla.

Eusko Jaurlaritzak bere eraikuntzen kokapena gizarte-sareetan zaintzeaz arduratuko da. Beraz, gizarte-sareei gune horien presentzia eskatuko die.

Egoitzak kontu korporatiboetan eduki nahi dituzten sailek eskaera egin beharko dute Gida honetan adierazitako prozedura jarraituz.

Hasierara

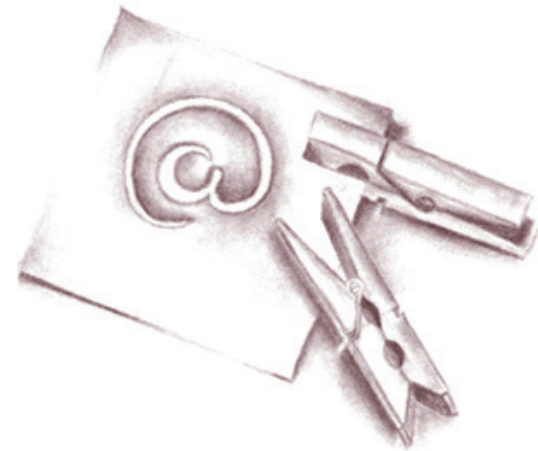


Blogak

Hasierara

http://blog.pip.euskadi.net

Zer da blog bat?

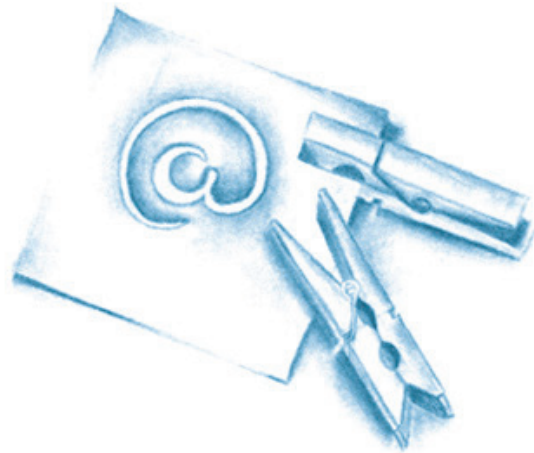


Gaurkotasunarekin, sailen proiektuekin, ekitaldiekin eta abarrekin lotutako informazioa zabaltzea helburu duen tresna bat da bloga. Nahiko maiz argitaratzen dira sarrerak, komunikazio-lotura bat izateko irakurleekin. Horregatik, oso garrantzitsua da ongi planifikatzea blogean editatzen diren sarrerak, testu interesgarriak eta dinamikoak izan daitezen, eztabaida pitz dezaten, eta sailaren, zerbitzuaren edo markaren jarduerarekin lotuta egon daitezen.

Bloga korporatiboa da eta sailaren zerbitzura dago. Beraz, idazketa-profila edo profilak korporatiboak izango dira (hau da, edukiak sortzen dituzten erabiltzaileek profil generiko batetik egiten dute). Dena den, baliteke blog

batzuetan sarrerak (post) informazioa argitaratu duen pertsonaren izen-abizenekin sinatuta egotea (zerbitzuen blogak, markenak...).

Blogeko sarreren azken helburua da jendearen parte-hartzea sustatzea. Hortaz, idazketa-lanaren ondoren, gizarte-zerbitzu egokien bidez zabaldu beharko dira sarrerak. Egon daitezkeen iruzkinak kudeatzeaz ere arduratu beharko gara.



Eskaerak eta konfigurazioa

Blog batean alta emateko, beharrezkoa da Web Zerbitzuarekin harremanetan jarri eta ekimena jakinaraztea, eta blogaren helburuak, hartzaileak eta gaia adieraztea. 1. eranskinean formulario bat dago eskaera-ereduarekin; bete eta Web Zerbitzuari bidali behar zaio. Ekimena onartutakoan, EJIEren Interneteko Proiektu Komunen taldearekin harremanetan jarriko da Web Zerbitzua, tresnan alta emateko. Azkenik, 24/48 orduko epean, EJIEren Interneteko Proiektu Komunen taldeak sarrera-datuak eta garatzaileentzako gidaliburu labur bat bidaliko dizkie eskatzaileari eta Web Zerbitzuari.

Konfigurazioa

Sailari, zerbitzuari edo markari dagokio bloga konfiguratzea.

Eusko Jaurlaritzak ez dauka txantiloi estandar bat blog korporatiboetarako. Beraz, nahi duten txantiloia erabil dezakete, beren markaren gama kromatikoarekin, hala nahi izanez gero, eta betebehar bakarra izango da logotipoa eta Euskadi.net atarirako esteka gehitzea goiburuan edo headerrean.

Jaurlaritzako sailen gizarte-sare guztiak batzen ditu blogak, eta, beraz, gainerako tresnak blogaren osagarriak dira, eta hura zabaltzeko erabiltzen dira. Atzeraelikadura-funtzio hori errazteko, dagokion sailaren gizarte-sareetara bideratzen gaituzten aplikazioak edo widgetak gehitzen dira blogean. Hartara, erabiltzaile gehiagorekin konektatzea eta sare are zabalagoa sortzea lortzen dugu. Helburua da guztia integratzea, sailak sarean dituen profil guztiak ezagut ditzaten erabiltzaileek, eta harremanak izateko zer web erabili nahi dituzten aukeratu ahal izan dezaten.

Edukiak

Maiztasuna

Gomendio orokorra da astean sarrera bat edo bi argitaratzea, erabiltzaileek iruzkinak egiteko denbora nahikoa izan dezaten; alde horretatik, kantitatea baino garrantzitsuagoa da kalitatea.

Kontuan hartu beharko da, halaber, eguneko zer ordu eta asteko zer egun diren egokienak sarrerak argitaratzeko eta zabaltzeko, blog hori elikatzen duen pertsona-sarearen jokabidearen arabera. Hartara, gizarte-sareetako tresnen bidez sarrera ahalik eta gehien zabaltzea lortuko dugu.

Estilo-jarraibideak

a) Egitura

Testuak sei paragrafo eduki ditzake gehienez (400 bat hitz), eta motzak eta zehatzak izan behar dute, bi irakurketa-mailatan banatuak. Lehenengo mailan informazio nagusia laburbilduko dugu, eta bigarrenean, berriz, informazio gehigarria adieraziko dugu (zabaldu eta zehaztasunak eman).

b) Informazioaren antolaketa

I. Izenburuak

Blog bat EZ da prentsa-oharren gordailu bat. Sarreraren edukia modu labur eta erakargarrian adierazten duten informazio-titularrei emango zaie lehentasuna, blog korporatibo baten formaltasuna galdu gabe.

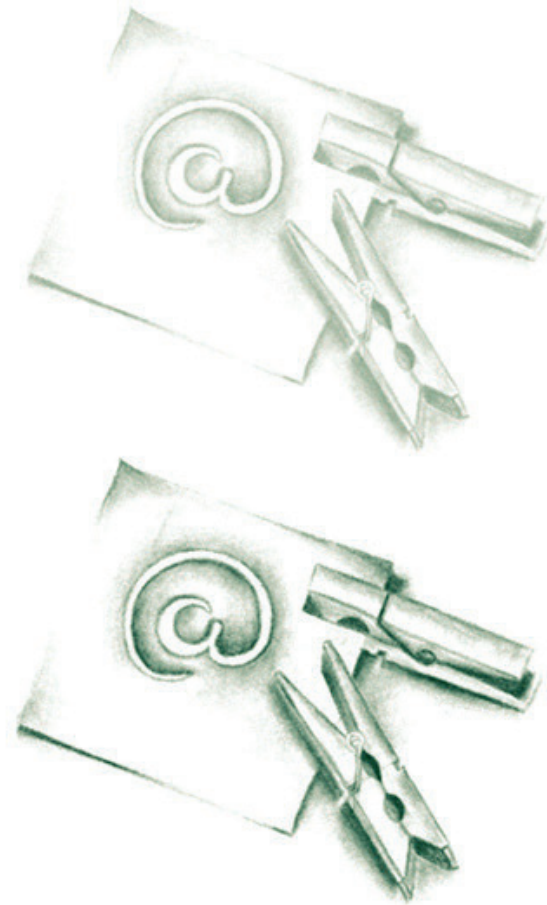
II. Lehenengo irakurketa-maila

Hausnartzea eragiten duten egiturak erabiltzea komeni da (galdera erretorikoak, adierazpenak…).

Paragrafoek informazio gehiago emango dute, baina motzak izan behar dute: garrantzitsua da informazioa ahalik eta gehien laburtzea. Gainera, bigarren maila irakurtzen jarraitzeko gogoa pizten duen esaldi batekin bukatzea komeni da.

III. Bigarren irakurketa-maila

Informazio gehigarria jasotzen da hemen; hau da, hasierako edukia zabaltzen duten zehaztasunak, sarreraren ideia orokorra izateko beharrezkoak ez direnak.



Ez da beharrezkoa amaieran ondorio bat gehitzea laburpen gisa: gogoan izan Interneteko ingurunean ari garela argitaratzen, eta ez badugu informazio garrantzitsua hasieran jartzen, erabiltzaileak orria utzi eta irakurtzeari utz diezaioke. Beste era batera esanda, laburpena edo informazio garrantzitsua lehenengo mailan jarri behar da, eta ez bigarrenean. Helburua da testuaren gakoak lehenengo paragrafoetan ematea erabiltzaileari, gaia interesatzen zaion edo ez erabaki ahal izan dezan.

Garrantzitsua da testuak oinarrian dituen informazio-iturriak estekatzea, irakurleak beharbada ezagutzen ez duen kontzeptu, izen berezi edo terminoren bat aipatzen denean, esteka bat egon dadin konfiantzazko iturri batera, han informazio gehiago jaso ahal izateko (Eusko Jaurlaritzaren iturriak, konfiantzazko hiztegiak edo webguneak, komunikabideak, blog batzuk…).

c) Irudiak

Sarrerak erakargarriago egiteko, irudiz hornitzea komeni da. Garrantzitsua da gure sarrerak ilustratzeko erabiliko ditugun irudien jabetza intelektualeko eskubideak ezagutzea.Gomendio orokorra da Irekiaren fototekara (http://www.irekia.euskadi.net/es/gallery) edo Argazkira (Eusko Jaurlaritzaren banku ikonografikoa) joatea; izan ere, bi kasuetan irudiek lizentzia irekia dute, eta berrerabili egin daitezke.

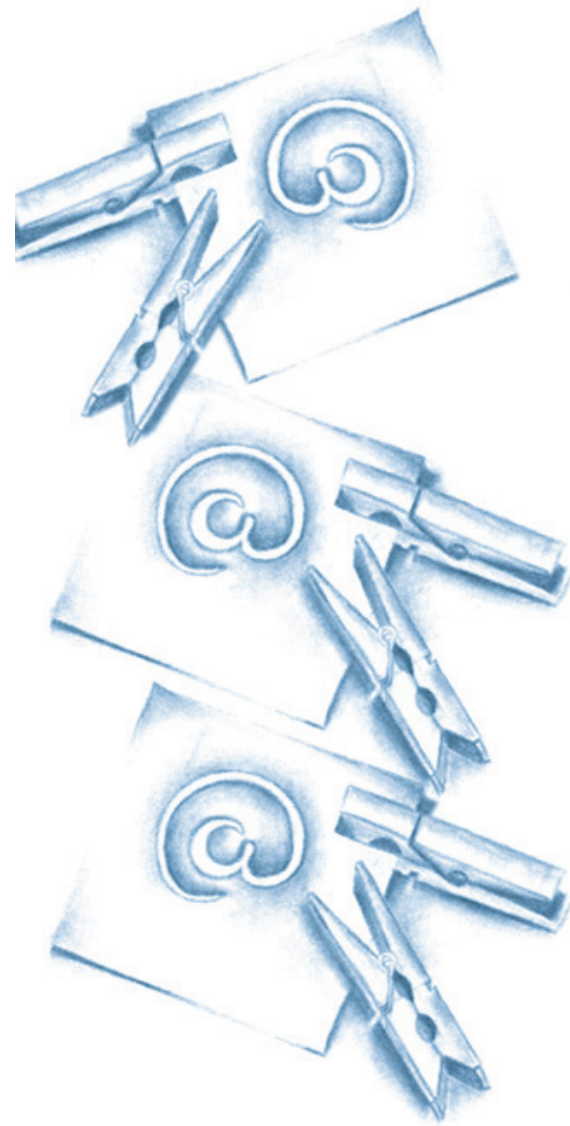
Hirugarrenen argazki bat behar izanez gero, Creative Commons lizentzia duten irudiak lor ditzakegu (http://es.creativecommons.org) Interneteko gordailuetan. Irudi horien lizentziek egile-eskubideak babesten dituzte, baina hirugarrenek erabiltzeko aukera batzuk baimentzen dituzte. Lizentzia hori errespetatu beharko da, iturria aipatuz edo egileak jarritako baldintzak betez.

Hedapena

Blogean sarrera berri bat argitaratzen dugunean, Facebooken eta Twitterren zabaltzea komeni da: sarreraren izenburua adieraz dezakegu esteka gehituz, edo forma erakargarriagoak bila ditzakegu (erabiltzaileei gai jakin bati buruz galdetzea, parte hartzera animatzea...). Garrantzitsua da parte-hartzea blogera bideratzea, plataforma bakar batean zentralizatzeko eztabaida.

Hizkuntza-erabilerak

Eusko Jaurlaritzaren blogetan, Gida honetako 3. kapituluan jaso diren Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilerarako Irizpideak erabiliko dira. Edukiak EAEko bi hizkuntza ofizialetan (euskara eta gaztelania) argitaratuko dira osorik, bi bertsio bereizitan. Bi hizkuntzen kalitatea zainduko da. Iruzkinak bakoitzak nahi duen hizkuntzan egin daitezke, eta iruzkinaren hizkuntzari dagokion bertsioan argitaratuko dira.



Blogak administratzaile edo dinamizatzaile elebidun bat izango du; pertsona hori argitalpenaren erritmoa dinamizatzeaz arduratuko da (kolaborazioak proposatuz), eta jatorrizkoak bi hizkuntza ofizialetan era orekatuan argitaratzen direla bermatu beharko du. Horrez gain, iruzkinetan interes orokorreko eztabaida edo gai bat sortzen bada hizkuntzetako batean, eduki berri bat sortuko da landutakoarekin beste hizkuntzan. Edukiak beste hizkuntza batean ere jar daitezke, adibidez, ingelesez, baldin eta edukiaren izaera orokorrak hala eskatzen badu.

Edukiak

Ez da komeni bloga agenda bat bihurtzerik, eta, beraz, ez dira ekitaldien deialdiak edo aurreikuspenak gehitu behar. Ekitaldi garrantzitsuen deialdiak bakarrik argitaratuko dira, betiere helburua aurretiko eztabaida bat sortzea, saiora joateko interesa piztea eta gero blogean izandako eztabaidarekin jarraitzea bada. Interesgarria izan daiteke, ordea, nolabaiteko garrantzia izan duten ekitaldien kronikak idaztea.

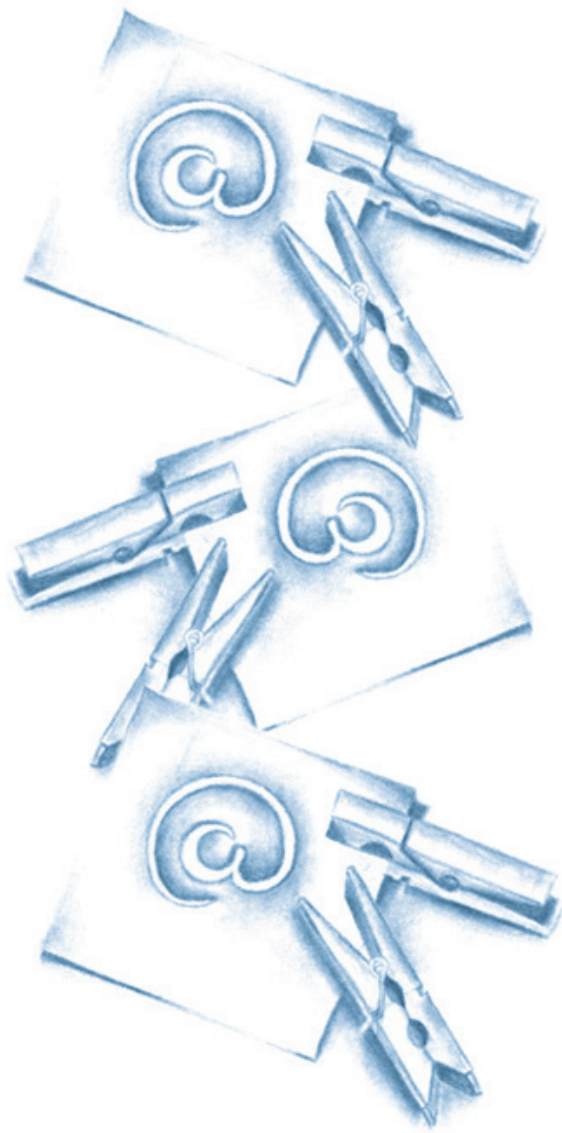
Blogean argitaratzen den informazioak balio erantsia izan behar du, irakurleen interesa bereganatzeko. Garrantzitsua da, halaber, blogeko gaiaren ildoak zehaztea orrietako batean, erabiltzaileak jakinaren gainean egon daitezen.

Iruzkinen kudeaketa

Komeni da argitaratu aurretik blogeko iruzkinak moderatzea. Garrantzitsua da iruzkinak argitaratzeko oinarrizko jarraibideak adieraztea blogean, erraz ikusteko moduko toki batean. Jarraibide horien oinarrian egokitasuna (elkarrizketaren ildoarekin lotutako iruzkinak), errespetua (iraingarria ez den hizkera erabiltzea) eta informazio-mota (pertsonen pribatutasuna eta datuak babes daitezen errespetatzea) egon behar dira.

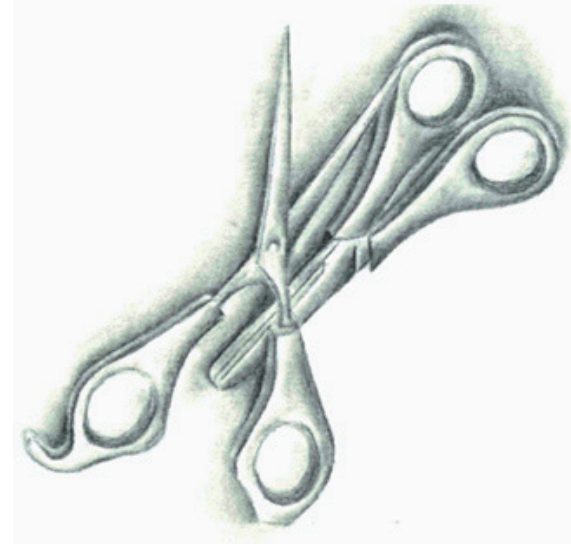
Ez da komeni gure sarreraren helburuarekin zerikusirik ez duten webetara estekak dituzten publizitate-informazioak agertzerik. Baldintza horiek betetzen ez dituzten iruzkinak ezin dira argitaratu, baina, nahi badute, iruzkinak beste era batera jartzeko aukera emango zaie egileei.

Iruzkinetan erabiltzen den hizkuntzak gutxieneko kalitate bat duela bermatu beharko dute blogeko edizioaren arduradunek beharrezkoa bada (zuzenketa ortografikoa), Administrazioaren blogen eredu-izaera dela eta. Iruzkinei gehienez ere 24 orduko epean erantzutea komeni da.



Tumblr

Hasierara



Zer da Tumblr?

Tumblr microblogging plataforma bat da, eta erabiltzaileei estekak, testuak, bideoak, argazkiak, hitzorduak, elkarrizketak eta audioak desegituraturik argitaratzeko aukera ematen die. Batzuetan, edukien arteko lotura bakarra egilea da.

Edukiaren fluxua eta gaiak askotarikoak dira, Interneten egunero aurkitzen diren gauzen biltegi bat bezala.

Erabiltzaileak erregistratutako beste pertsona batzuen jarraitzaile bihur daitezke (follow egin), eta berenekin batera argitaratu diren sarrerak ikus ditzakete.

Zerbitzuak bere erabilerraztasuna eta pertsonalizazioa azpimarratzen ditu, eta txantiloia tresnak berak eskaintzen dituenen artean aukera daiteke, edo beste berezi bat konfigura daiteke.

Zentzu horretan, Tumblr gero eta sare sozial garrantzitsuagoa da, eta blogak sortzeko plataforma nagusia gainditu du (Wordpress, alegia) tumblr sortzaileen kopuruari dagokionez.

Eskaerak eta konfigurazioa

Eusko Jaurlaritzaren Tumblr-ak Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak sortzen ditu, eta Herritarren Arretarako Zuzendaritzaren Interneteko zerbitzuak onartzen ditu. “Ej-gv” helbide elektronikoekin erlazionatutako gmail helbide elektronikoetatik sortzen dira.

Konfigurazioa

Tumblr-aren konfigurazioa Sailari, zerbitzuari edo markari dagokie.

Eusko Jaurlaritzak ez du txantiloi estandar bat tumblr korporatiboetarako. Nahi duten txantiloia erabil dezakete, eta, nahi badute, kontuan hartzen dituzte bere marka propioaren ezaugarri kromatikoak. Beren betebehar bakarra da logotipoa eta esteka bat Euskadi.net-en goiburuan edo header-ean sartzea.

Edukiak

Maiztasuna

Gomendio orokorra da egunero sarrera bat edo bi argitaratzea, gure jarraitzaileentzat interesgarriak diren edukiekin.

Era berean, sarrerak argitaratu eta ezagutzera emateko asteko zein ordu eta egun diren aproposenak baloratu beharko da. Bada, sarrera sare sozialetako hainbat tresnaren bidez zabaltzea lortuko dugu.

Estilo-jarraibideak

a) Egitura

Testuak laburrak izan ohi dira (500 karaktere inguru).

Aipuak, prentsako ebakinak (jatorrizko iturrirako estekarekin), pertsonen arteko elkarrizketak, etab. ere barne hartu ohi dituzte.

b) Irudiak

Tumblr oso sare grafikoa da, eta kontsumo azkarrekoa, eta material grafikoa sartzea komeni da. Gomendio orokorra da Irekiaren argazki-galeriara http://www.irekia.euskadi.net/es/gallery edo Argazki-ra (Eusko Jaurlaritzaren banku ikonografikoa) sartzea; izan ere, bi kasuetan, irudiek lizentzia irekia dute eta berriz erabil daitezke.

Hirugarren pertsonen argazki bat behar badugu, Creative Commonsekin irudi lizentziadunak eskura ditzakegu hemen: http://es.creativecommons.org Interneteko hainbat biltegitan. Irudi horiek egilearen eskubideak babesten dituzten lizentziak dituzte, baina beste pertsona batzuek helburu jakin batzuetarako erabiltzea ahalbidetzen du. Eta lizentzia hori errespetatu beharko da, iturria aipatu beharko da eta egileak ezarritako baldintzak bete beharko dira.

Horrez gain, jarraitzen ditugun pertsonen argazkiak berriz blogeatu ahalko ditugu (Tumblr-ek berez aipatzen ditu iturri horiek).

Hedapena

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak, Tumblr konfiguratzen duenean, Sailaren, zerbitzuaren edo markaren gainerako sare sozialekin lotuko du, edukia hedatzen laguntzeko.

Hizkuntza-erabilerak

Eusko Jaurlaritzaren tumblr-ak Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilera-baldintzak betez egingo dira (baldintza horiek Gida honetako 3. kapituluan jaso dira). Edukiak euskaraz nahiz gaztelaniaz argitaratuko dira. Ingelesez edo beste edozein hizkuntzatan idatzi ahal dira, kasuan kasuko eduki-motaren arabera.

Edukiak sartzerakoan, euskara lehenetsiko da. Lehenbizi euskarazko edukia erakutsiko da, eta, gero, gaztelaniazkoa. Era berean, posible denean, bi hizkuntzak barne hartzen dituen post bakarra egingo da, eta, bertan, informazioa lehenbizi euskaraz eta gero gaztelaniaz agertuko da.

Edukiak

Tumblr-ean argitaratzen den informazioak balio erantsia izan behar du jarraitzaileen interesa erakartzeko.

Gure Saila, zerbitzua, marka da, kontsumo azkarreko piluletan.

Pinterest

Pinterest gizarte-sarean argazkiak eta bideoak argitaratzen dira Interneten, eduki-albumak sortzeko aukera ematen du, eta dagoeneko existitzen diren beste zerbitzu batzuk osatzen ditu, adibidez, Eusko Jaurlaritzaren “Argazki” banku ikonografikoa, Flickr, YouTube nahiz Irekiaren fototeka eta bideoteka, etab.

Pinteresten hainbat gauza argitara daitezke, hala nola, sail bakoitzaren argazki eta bideo instituzionalak, ekitaldienak, prentsaurrekoenak, aurkezpenetakoak, paisaienak, iragarkienak... gaiaren arabera album desberdinetan banatuta.

Aurkezpenarekin lotutako alderdiak: kontuak pertsonalizatzea

Pinterestek nahi dugun avatarra jartzeko aukera ematen du. Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak emango du avatar hori, eta gizarte-sareetako presentziarako diseinu korporatiboaren araberakoa izango da.

Nahi beste album (edo board) egin daitezke, eta nahi den izena eman ahal zaie, baina albumaren edukiarekin lotuta egon behar du. Halaber, albumaren aurrealdeko argazkia editatu ahal da (eta egin behar da), erakargarriagoa izan dadin.

Kontuen kudeaketa

Eusko Jaurlaritzaren Pinterest kontuak ej-gv posta elektronikoetatik sortzen dira.

Web Zerbitzuak Pinterest kontua baimenduko du, eta Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritza kontua sortzeaz eta oinarrizko konfigurazioaz arduratuko da.

Sailari, zerbitzuari edo markari dagokio kasuan kasuko albumak sortu eta editatzea, baita sortzen diren albumen aurrealdeak osatuko dituzten argazkiak aukeratzea ere.

Eusko Jaurlaritzaren Pinterest kontuak Pinteresten web orritik edo gure nabigatzailean botoi bat instalatuz kudeatzen dira (https://pinterest.com/about/goodies/); horrek beste webgune batean nabigatzen dugun bitartean sare sozial honetan argazkiak edo bideoak jasotzea errazten du.

Edukiak

Sare honetan kontuan hartu behar den alderdi garrantzitsuetako bat edukiaren jabetza da.

Sare sozial honen erabilera-baldintzen arabera, materiala igotzen denean Pinterestera “lizentzia ez esklusibo bat, royaltirik gabekoa, transferitu ahal dena, azpi-lizentziatu ahal dena eta mundu osorako erabiltzeko, kopiatzeko, berriz argitaratzeko eta aldatzekoa baliozkoa” igotzen da. Hortaz, beharrezkoa da ziur jakitea igortzen dugun edukia:

a) Eusko Jaurlaritzaren edo Jaurlaritzara adskribatutako erakunderen baten jabetzakoa dela, eta material hori erabiltzeko lizentzia izatea.

b) Ez badira Eusko Jaurlaritzaren edo Jaurlaritzara adskribatutako erakundeen jabetzakoak, ziur jakin behar dugu edukiaren lizentzia irekia dela (4. kapitulua ikusi)

c) Bi baldintza horiek ez dira aplikatzen aldez aurretik sare horretara igota dauden hirugarren batzuen edukiak berriz argitaratzen direnean.

Albumen izenak beren edukia deskribatu beharko du. Gomendagarria da deskripzio bat jasotzea, baita albuma gizarte-sareak eskaintzen dituen aukeren barruan katalogatzea ere.

Gutxienez bost album egon beharko dute, baina ez dago gehienezko mugarik.

Igotzen den materialari dagokionez, etiketatzea komeni da, baita bere jatorriaren url-a adieraztea ere, baldin eta url bat badugu, eta deskripzio bat jartzea ere komeni da.

Hizkuntza-erabilerak

Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Ofizialen Erabilera-baldintzak beteko dira (baldintza horiek Gida honetako 3. kapituluan jaso dira). Argazkien edo albumen etiketak eta izenburuak, ahal den neurrian, EAEko bi hizkuntza ofizialetan argitaratuko dira (euskaraz eta gaztelaniaz). Edukiak sartzerakoan, euskarazkoak lehenetsiko dira. Lehenbizi euskarazko edukia ikusiko da, eta, gero, gaztelaniazkoa.

Sarea

Pinteresten argitaratutako materialak beste sare sozial batzuen bidez zabaltzen dira (adibidez, Twitter, Facebook edo Google +) erabiltzaile gehiagorengana iristeko.

"Pin" zehatzak edo album osoak argitara daitezke.

Gainera, beste erabiltzaile batzuei jarraitu behar zaie, eta, horrela, gure komunitatea sortzen lagunduko da. Halaber, beste erabiltzaile batzuen edukia berriz argitaratu behar da (berriz pindu).

Integrazioa

Pinterest zerbitzua beste toki batzuetan jasotzeko hainbat aukera daude.

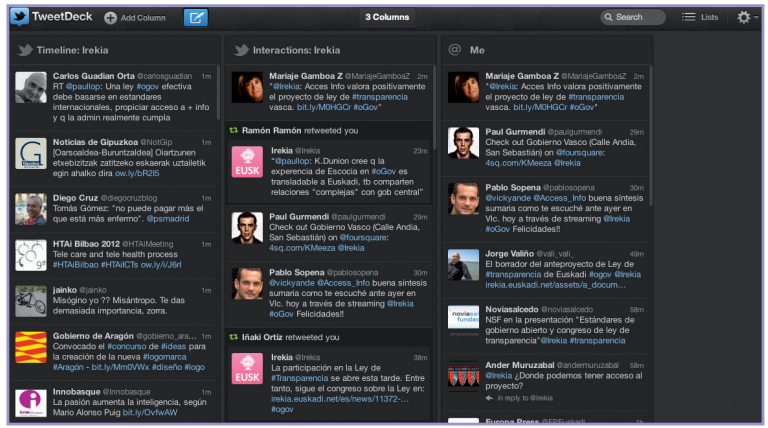
Argazkiak edo bideoak atari, web edo blog korporatiboetan jaso daitezke. Sarrera baten edukiaren parte gisa edo, bestela, alboko barran widgetak erabil daitezke edukira sailaren, zerbitzuaren edo markaren ataritik, webgunetik edo blogetik sartu ahal izateko.

Pinteresten gure kontua jarraitzea errazteko, gomendagarria izango litzateke gizarte-sare honek bere orrialdean erabilgarri jartzen dituen botoietako bat instalatzea https://pinterest.com/about/goodies/. Neurri bat baino gehiago dago, gure beharretarako egokiena aukeratu ahal izateko.

Hasierara

Eduki-kudeatzaileak

Hasierara



Zer dira eduki-kudeatzaileak?

Interfaze komun batetik weben edukiak administratzeko aukera ematen diguten tresnak dira; argitaratzen ari garen edukiari ematen zaio garrantzia, tresnaren diseinuari edo kontaktuen kudeaketari baino gehiago.

Aurrez ikusi dugun moduan, bermatzeko Eusko Jaurlaritzaren kontuak gizarte-sareetan ahalik eta ondoen administratuko direla, datuak ongi babestuko direla eta erantzukizuna eta kontrola transferituko direla, Jaurlaritzak gizarte-sareetan presentzia izateko duen ereduak, ahal dela, ez du zuzenean lan egiten gizarte-sareetako aplikazioen identifikatzailearekin eta pasahitzarekin.

Gainera, gizarte-sareen kudeaketa hobetzen duten tresna integratuak dituzte: egoeraren eguneratzeak programatzeko tenporizadoreak, URL-laburtzaileak, alarmak…

Eskaerak eta konfigurazioa

Gida honetako 2. kapituluan jasota dagoen moduan, Web Zerbitzuak edo Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak onartzen duenean sailak, markak edo zerbitzuak gizarte-sareetan kontuak irekitzeko eginiko eskaera, kontuak kudeatzeko erabiliko diren ordenagailuetan Firefox nabigatzailea instalatzeko eskatuko du sailak, bere informatika-buruaren bidez.

EJIEko instalatzaileek Firefox instalatuko dute, elementu hauekin:

- Fireuploader, Flickrekin eta SlideSharerekin ftp-lanak egiten dituen kudeatzaile bat, eta
- Delicious, sailaren Deliciouseko kontua kudeatzeko balio duena.

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratuko ditu kontuak aplikazio horietan.

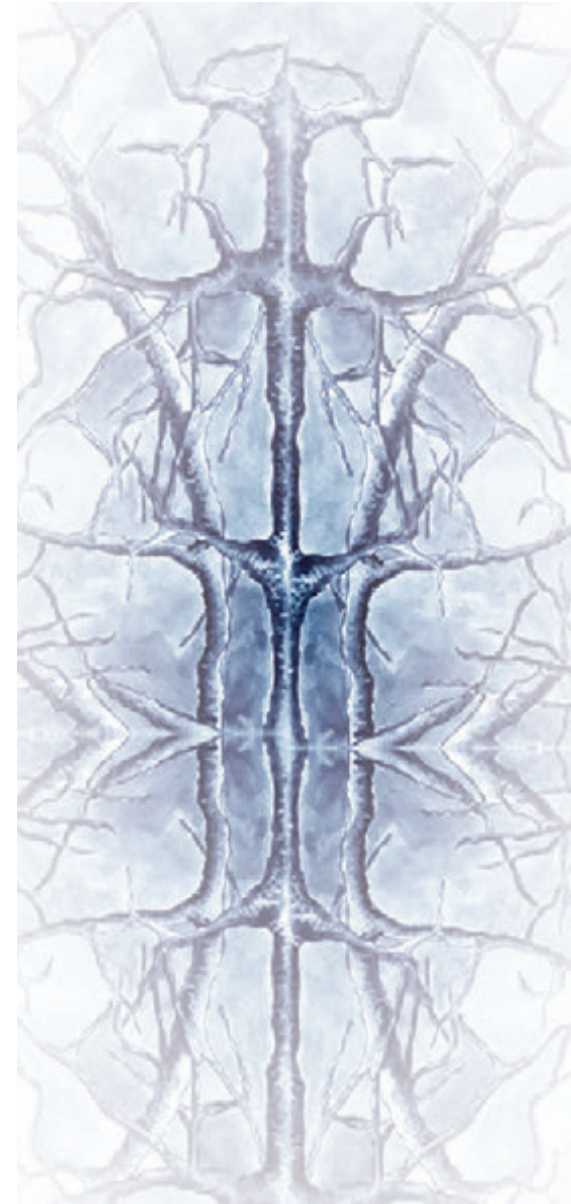
Twitter gizarte-sarea kudeatzeko, Seesmiic aukeratu dugu eduki-kudeatzaile gisa, dituen ezaugarriengatik eta erabiltzeko erraza delako. Web-kudeatzaile bat da, eta idazmahaira deskarga daitekeen bertsio bat du. Doako bertsioak Twitterreko kontu bat baino gehiago eta Facebooken orriak erabiltzeko aukera ematen du. Twitter gizarte-sarea kudeatzeko, Seesmec aukeratu dugu eduki-kudeatzaile gisa, dituen ezaugarriengatik eta erabiltzeko erraza delako.

Web-kudeatzaile bat da. Doako bertsioak Twitterreko 5 kontu erabiltzeko eta lantaldeak osatzeko edo tuitak esleitzeko aukera ematen du, bai eta bit.ly URL-laburtzaileko kontu pertsonalizatu bat erabiltzeko ere, eta horrek esteka partekatuen estatistikak emango dizkigu.

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzak konfiguratuko ditu sailaren Tweetdeckeko kontuak, eta Twitterreko kontu bakoitzeko bat sortuko du, helbide elektroniko korporatibo bat erabiliz.

Analisia eta neurketa

Hasierara



Zergatik neurtu?

Sare sozialetan parametro jakin batzuk neurtzea funtsezkoa da, herritarrei eskaintzen dizkiegun zerbitzuak eta informazioak egokitzeko.

Zentzu horretan, Internetetik jasotzen ditugun datuak erakundearen sare sozialei ematen diegun erabilera ulertzeko eta optimizatzeko biltzeari, neurtzeari, ebaluatzeari eta azaltzeari buruz ari gara hitz egiten, Espainiako Web Analitikaren definizioaren arabera (http://www.aeaw.es).

Neurtu nahi diren parametroen definizioa

Adierazleak definitu baino lehen, galdera batzuk egin behar dizkiogu geure buruari, sare sozialetan ditugun helburuekin lotutako galdera batzuk, hain zuzen:

- Nola lerroka daitezke Administrazio gisa ditugun helburuak sare sozialen kanalera?
- Zer eskain diezaiekegu erabiltzaileei?
- Nola lagun diezaiekete sare sozialek Sail, zerbitzu edo marka gisa ditugun helburuei?

Eremua	Inplikazioa	Ekintza
• Estekak sartu web orri korporatibora • Ekitaldiak eskalatu offline • Ekintzen publizitatea egitea / web korporatiboa • Publizitate segmentatua	• Erabiltzaileak / jarraitzaileak / kontaktuak aurkitu eta fidelizatzea • Xede-komunitateak definitu eta konprometitzea • Elkarrizketak gordetzea eta baliabide erabilgarriak ematea • Fansak edukiak igotzera gonbidatzea (lankidetza) • Markaren ondasun digitalak ematea	• Preskribatzaileak erakartzeko moduko edukiak hornitzea • Beste toki batzuetarako estekak jartzeko sarrerak • Etorkizuneko kontaktuentzat baimen informatua barne hartzen duten zozketak eta lehiaketak barne hartzea

Iturria MV Consultoríaren eskema: http://www.analiticaweb.es/redes-sociales-y-analitica-web-de-la-estrategia-a-la-medicion

Sare sozialetan neurketak egiteko, metrika kuantitatiboak eta kualitatiboak zehaztu behar dira. Lehenengoak ikusirik ikusiko dugu nolakoa den sare sozialek marka-irudi gisa duten hedapena eta eragina, baina bigarrenek esango digute erabiltzaileen artean zenbateko interesa pizten dugun.

Datu horietan oinarrituz, gure aginte-panelaren parte izango diren eta jarduera-gakoa diren adierazleak (KPI edo Key Performance Indicators direlakoak) defini ditzakegu.

Adierazleen kopuruak txikia izan behar du, eta guztiek errendimendua neurtzera bideratuta egon behar dute.

Eskema hau proposatzen dugu:

- Sareetako jarraitzaileen kopurua (Twitter-eko jarraitzaileen, Facebookeko orriaren jarraitzaileen eta YouTube, Flickr, blog eta abarren harpideen kopuruaren batuketa).
- Gure web orrira zenbat bisita egin diren sare sozialetatik edo blogetik. Edo zenbat bisita egin diren sare sozialetatik blogera.
- Gure markaren /zerbitzuaren aipamen-kopurua
- Bisita bakoitzeko / ikusitako orrialde-kopurua
- Konbertsio-ratioa (ezarri dugun helburuari dagokionez, adib.: buletinean alta hartzen dutenak, etab.)
- Zenbat bisita bihurtu diren erabiltzaile (harpidetu direnak, lagun egin direnak, etab.)
- Emaitzarik gabeko edo klikatu ez diren emaitzak izan dituzten bilaketen kopurua, bilaketa guztien kopuruarekin alderatuta
- Berriz bisita egitera etorri diren erabiltzaileen bisiten artean igaro diren egunen kopurua.

Tresnak

Interneteko ospea monitorizatzeko eta neurtzeko tresna ugari daude. Besteak beste, honako hauek aukeratu ditugu, guztiak dira doakoak:

Google Analytics

Interneteko tresna analitiko garrantzitsu bat da, eta gure webgunea bisitatu duten pertsonei eta bertan izan duten jokabideari buruzko informazioa eskaintzen dute dohainik.

Gure blog / Tumblr / Wiki edo Foroan kode bat instalatzen da, eta eskaerapeko Web Zerbitzua eskaintzen dig.

Facebook Estatistikak

Facebookeko orrialdeak barne hartzen duen funtzio bat da, eta edozein administratzaile bertara sar daiteke orriaren administrazioaren menutik.

YouTube Estatistikak

YouTuberen funtzio bat da, eta eskuragarri dago YouTuberen kontu baten edozein kudeatzailerentzat.

Twitalyzer (http://twitalyzer.com/)

Twitterren doako monitorizazio-tresna osatu bat da, eta sare sozialean dugun kontuaren adierazle nagusiei begirada bat botatzeko aukera ematen du.

Hasierara

Oinarrizko hiztegia

AVATAR. Gure profilaren irudia da; oro har, argazki bat izaten da pertsonen kasuan, eta logo bat sail, zerbitzu edo marken kasuan.

BOOKMARK, Orria markatzeko adierazpen ingelesa da.

BUNDLE, Ezaugarri komunak dituzten etiketen edo tagen multzoa da, eta bit.ly edo delicious.com-en bilaketak hobetzea du helburu

DM. Twitterreko bi erabiltzaileren arteko mezu pribatua da.

ETIQUETA. Ikusi TAG

FBML. (Facebook Markup Language). Facebooken markatze-lengoaia da.Facebooken ingurunean guztiz integratuta dauden aplikazioak eraikitzen laguntzeko balio du. Zenbait aukera ematen ditu: erabiltzaileen profilera sartzea, argazkiak erakustea, iruzkinen foroak egitea…

FF. Ikusi FOLLOWFRIDAY

FOLLOWFRIDAY. Twitterren ostiralero egiten den joko masibo bat da. Arrazoiren batengatik aipagarriak iruditzen zaizkigun beste erabiltzaile batzuk gomendatzen dira bertan. Tuitaren hasieran edo amaieran #followfriday jartzen da, laukitxoa aurrean duela, hori baita Twitterren edukia etiketatzeko modua...

FTP. (File Transfer Protocol). Fitxategiak transferitzeko protokoloa da; Internetera eta Internetetik informazioa kargatzeko edo deskargatzeko aukera ematen duen metodo bat da.

HASHTAG. Twitterren ETIKETEI edo TAGEI deitzeko erabiltzen den izena da, eta tuitak kategorizatzeko balio du.

HEADER. Web baten goiburua da. Blogaren izenburua eta sailaren marka bertan jartzen dira normalean.

HOME. Hasierako orria da.

HOTLIST. Deliciouseko erabiltzaileek gehien gordetzen dituzten URLen zerrenda da.

HTML. (Hypertext markup language). Web-orriak egiteko erabiltzen den markatze-lengoaia nagusia da.

KPI (Key Performance Indicator) edo Jardueraren Funtsezko Adierazlea. Interneteko analitikan erabiltzen den termino bat da, eta erakunde baten errendimendua islatzen duten helburuak kuantifikatzen dituzten metrikei egiten die erreferentzia.

LINK. ikusi URL.

LOGIN. Sistema baten barruan erabiltzailea identifikatzen duena da. Sistema babestu batean sartzeko, gure logina eta passworda (pasahitza) eskatzen zaizkigu normalean).

NETIKETA. Ohiturak eta esperientziak jarritako arauen multzoa da, eta Interneteko erabiltzaileek, gizabidez jokatzeko eta portaera egokia izateko, arau horiek jarraitu behar dituzte beste erabiltzaile batzuekin harremanetan daudenean.

PIXEL. Ingelesezko picture element (irudi-elementua) adierazpenaren akronimoa da. Irudi digital baten zati den koloreko unitate homogeneorik txikiena adierazten du; irudi digital hori argazki bat, bideo-fotograma bat edota grafiko bat izan daiteke.

POST. Oro har blog batean edo Facebookeko horman idatzitako artikulu idatzia.

PROSUMITZAILE, edo prosumer. Ingelesezko producer (produzitzaile) eta consumer (kontsumitzaile) hitzak elkartuz sortutako akronimoa da. Ingelesezko professional (profesional) eta consumer (kontsumitzaile) hitzen elkarketarekin ere lotzen da.

RSS. (Really Simple Syndication) edo sindikazio guztiz siplea. Interneten maiz eguneratzen diren edukiak argitaratzeko erabiltzen diren dokumentuetarako formatuen familia da.

RT. Aurrez beste erabiltzaile batek sortu zuen tuit bat berriro argitaratzea da.

RETUIT. Ikusi RT.

RETWEET. Ikusi RT.

SIDEBAR. Edozein web-orriren alboko zutabea.

Hasierara

TAG. Tarterik gabe (tarterikgabe) edo marratxoz (tarterik-gabe) idatzitako hitz bat edo hitz batzuk dira, eta informazio bat edo multimedia-fitxategi bat deskribatzeko balio dute.

TIMELINE. Gure horma da, eta gure kontaktuen mezuak kronologikoki argitaratzen dira bertan. Batez ere Twitterri aplikatzen zaio. Facebooken gehiago erabiltzen da horma hitza.

TUIT. Twitter gizarte-sarean egiten den egoera-eguneratzeetako bakoitza.

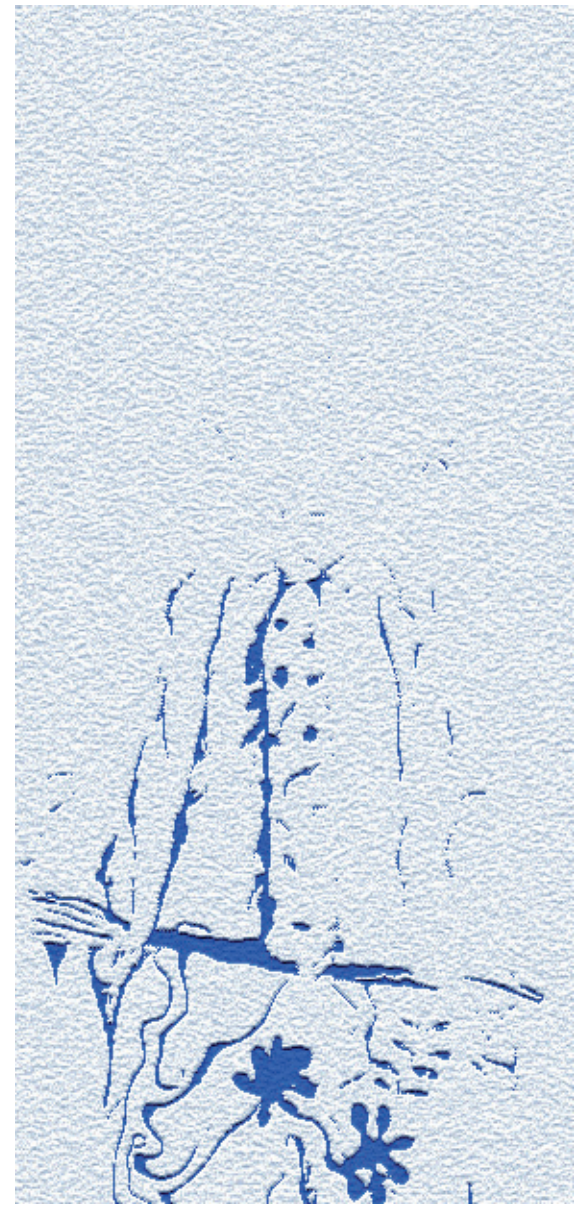
TWEET. Ikusi TUIT

URL. Web-orriaren helbidea da, nabigatzailean idazten duguna.

WIDGET. Webgune, blog edo gizarte-sare batean txerta daitekeen edo deskarga daitekeen web-aplikazio bat da. Automatikoki eguneratuko den edukia partekatzeko balio du.

Hasierara

Erreferentziak eta dokumentazioa



Sarrera

- http://www.flickr.com/photos/briansolis/3398531745

Informazio gehiagorako:

- Gizarte-sareak: http://es.wikipedia.org/wiki/Redes_Sociales
- Web 2.0: http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
- Gizarte-sare birtualen lantegia, Loretahurrena: http://loretahur.wikispaces.com/Redes+Sociales

Lizentzia irekiak

nformazio gehiagorako:

- Creative Commons: http://creativecommons.org/international/es/
- ColorIuris: http://www.coloriuris.net/
- Copyleftera sarrera: http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/Servicio_Extension/Observatorio/Revista_periferica/416059007_268201041313.pdf

Twitter

Informazio gehiagorako:

- Oinarrizko Twitter ikastaroa. Gipuzkoako Foru Aldundia: http://cursotwitter.igipuzkoa.net/twitter_1.php?idioma=es

- *Twitteren gida azkarra, Eusko Jaurlaritzak egina*

  http://www.irekia.euskadi.net/assets/a_documents/1219/Twitter_gui%CC%81a_ra%CC%81pida.pdf

- *Facebooken gida azkarra, Eusko Jaurlaritzak egina*

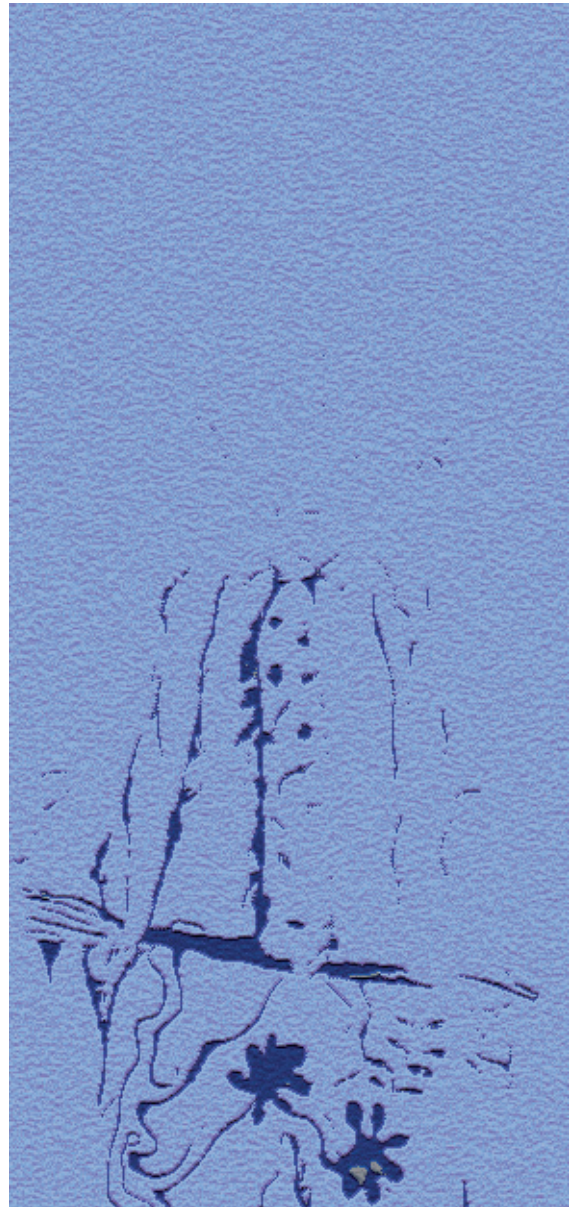
  http://www.irekia.euskadi.net/downloads/facebook_ayuda_v2_es.pdf

  http://cursotwitter.igipuzkoa.net/twitter_1.php?idioma=eu (euskera)

Analisia eta neurketa

- http://www.analiticaweb.es/redes-sociales-y-analitica-web-de-la-estrategia-a-la-medicion/

Hasierara



I. eranskina

Web 2.0 tresnetan eta Sare Sozialetan alta hartzeko

Hasierara

Tresna mota	Bloga, wikia, foroa, newslette-rra edo gizarte-sarea (Youtube, Flickr, Facebook, Twitter...).
Ekimenaren edo kanpainaren izena	Blog, foro, wiki edo newsletterra-ren izena. Gizarte-sarearen kasuan, marka edo kanpaina, zerbitzu edo zu- zendaritza eskatzailearen izena.
Saila/ zuzendaritza/zerbitzua	Zein da tresna eskatu duen saila? (Zuzendaritza edo zerbitzua.)
Arduraduna	Ekimenaren arduradunaren izen-abizenak.
Arduradunarekin harremanetan jartzeko datuak	Helbide elektronikoa eta telefono-zenbakia
Ekimenaren deskribapena	1. Helburua: 2. Hartzailea edo hartzaileak: 3. Gaia: 4. Ekimenak izango dituen fun- tzio eta atalen deskribapen laburra.
Eskaera-data	

II. eranskina:

www.euskadi.net atarian parte hartzeko ekimenetarako tresna komunak

Hasierara

Blogak, wikiak, foroak eta newsletterrak

- Zer dira tresna hauek?
- Tresnen ezaugarriak
- Eskaera egiteko prozedura
- Ekimenak onartzeko irizpideak
- Diseinu-baldintzak, maketazioa eta estandarrak

Zer dira tresna hauek?

Bloga

«…aldian-aldian eguneratzen den webgune bat da. Egile baten edo gehiagoren testuak eta artikuluak kronologikoki jasotzen ditu, eta lehenengo berriena agertzen da; egileak egoki deritzona argitaratuta uzteko askatasuna du beti.»

Iturria: wikipedia.org

Wikia

«…web-nabigatzailearen bidez hainbat boluntariok edita ditzakete webgune horren orriak. Erabiltzaileek testu bera partekatzen dute, eta sortu, aldatu edo ezabatu egin dezakete. Testuek edo “wiki-orriek” izenburu bakarrak dituzte.»

Iturria: wikipedia.org

Foroa

"…webgune baten osagarriak dira, eta gunearen gairako garrantzitsua den informazioa partekatzera edo hari buruz eztabaidatzera gonbidatzen ditu erabiltzaileak, eztabaida aske eta informal baten bidez; hartara, interes komun baten inguruko komunitate bat sortzen da. Koordinatzaile edo dinamizatzaile batek moderatu ohi ditu eztabaidak; normalean gai bat aurkezten du, lehenengo galdera egiten du, bultzatu eta gidatu egiten du..."

Iturria: wikipedia.org

Baina, zer desberdintasun dute foroek blogekin eta wikiekin alderatuta?

«… wikiekin alderatuta, ezin dira beste kide batzuen ekarpenak aldatu, baimen berezi batzuk eduki ezean, adibidez, moderatzaileek edo administratzaileek dituztenak.»

«…blogekin alderatuta, foroetan erabiltzaile ugarik har dezakete parte, eta eztabaidak habiaratuta daude, blogeko iruzkinen antzera. Gainera, oro har, foroek gai gehiago eta zabalagoak jorratu ohi dituzte, mota gehiagotako edukiak eduki ohi dituzte, eta erabiltzaile-mailan pertsonalizatzeko aukera ematen dute (ez jabe-mailan bakarrik).

Iturria: wikipedia.org

Newsletter edo informazio-aldizkaria

«…aldizka banatzen den argitalpena da, oro har bere harpide-dunen intereseko gai nagusi bati buruzkoa.»

Iturria: wikipedia.org

Tresnen ezaugarriak

Estandarretan oinarritutako tresnak

- BLOGA (WordPress 3.0)
- WIKIA (MediaWiki)
- FOROA (PHPBB)
- Zerrenda (PHPList)

Berehalakotasuna, malgutasuna eta autokudeaketa

Ekimenaren arduradunek:

- Laster izango dituzte tresnak (Web Zerbitzuak ekimena onartzen duenetik 24/48 ordura)
- Aukera beren beharretara egokitu dezakete (garapenak)
- Beraiek erabaki, planifika eta gauza dezakete egokitzapenen martxan jartzea (garapenak)
- Parte-hartzea kudeatzeko eredua zehaztu dezakete

Autokudeaketak esan nahi du ekimenak erantzukizun osoa hartu behar duela hauei dagokienez:

- Ingurunearen funtzionamendu egokia, egokitu ondoren
- Aukeraren egokitzapena (kode-bertsioak, pluginak…)
- Garapenak martxan jartzea eta probatzea
- EZ da laguntza tekniko edo funtzionalik emango produk- tuetarako

Eskaera egiteko prozedura

1. Eskatzailea Web Zerbitzuarekin harremanetan jarriko da, ekimena jakinarazteko eta haren helburuak, hartzaileak eta gaia zehazteko.
2. Horrez gain, eskaera-inprimakia bete eta bidaliko dio Web Zerbitzuari (I. eranskina).
3. Ekimena onartutakoan, EJIEren Interneteko Proiektu Komunen taldearekin harremanetan jarriko da Web Zerbitzua, tresnan alta emateko.
4. 24/48 orduko epean, EJIEren Interneteko Proiektu Komu- nen taldeak sarrera-datuak eta garatzaileentzako gidaliburu labur bat bidaliko dizkie eskatzaileari eta Web Zerbitzuari.

Ekimenak onartzeko irizpideak

Web Zerbitzuak irizpide hauek erabiliko ditu eskatutako ekimena aztertzeko eta, hala badagokio, onartzeko:

- Zehaztutako helburuak parte hartzekoak eta/edo elkar- lanekoak dira (newsletterraren kasuan, helburu nagusia zabaltzea da)
- Gai jakin batean parte hartzeko helburuak: gai zehatz bati buruzkoa al da parte-hartzea?
- Hartzailea/k: talde jakin batzuentzat al da ekimena?
- Funtzioak: nahi diren funtzioak eskatutako tresnarekin bat datoz?

Diseinu-baldintzak, maketazioa eta estandarrak

- Euskadi.neten logotipoak goiburuaren eskuineko aldean egon behar du
- Txantiloiek (theme) W3Ck ezarritako estandarrak bete behar dituzte: XHTML eta CSS
- Txantiloiek (theme) web-irisgarritasunaren WCAG 2.0 jarraibideen AA maila bete behar dute (hautatutako aplikazioaren izaeraren ondorioz zailtasunak badaude puntu honetan, Web Zerbitzuarekin ordezko aukerak aztertuko dira, edota eduki batzuetan araua ez aplikatzeko aukera)
- Irisgarritasun-baldintzak ezagutzeko, kontsultatu Eusko Jaurlaritzaren Irisgarritasuna Kudeatzeko eredu berria (http://www.euskadi.net/r33-2288/es/contenidos/informacion/cabecera_accesibilidad/es_6144/adjuntos/ModeloGestionAccesibilidad.pdf)

III. eranskina

Gizarte-sareetako irudi grafikoa

Hasierara

Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritza da Jaurlaritzako sailei, herri-baltzuei, erakunde autonomoei, zuzenbide pribatuko ente publikoei eta kanpaina edota komunikazio ekimenei, gizarte-sareetara egokitutako irudi korporatiboa errespetatuz, dagokien avatarrak iristaraziko dizkien arduraduna.

Avatarrak degradatu arin bat duen kolore bakarreko atzealdea izango du. Eusko Jaurlaritzaren logotipoak, markak edo ezkutuak, beti zuriz, atzealde honen gainera egokituko dira.

Atzealdearen kolorea dagokion markak baldintzatuko du. Marka propiorik egon ezean, kolore egoki bat aukeratuko da.

Avatarraren beheko atalean EUSK letrak barneratuko dira. Eusko Jaurlaritza eta Euskadiri dagozkien letrak dira.

Facebookerako avatarren kasuan, Jaurlaritzako sailen, herri-baltzuen, erakunde autonomoen, zuzenbide pribatuko ente publikoen eta kanpaina edota komunikazio ekimenen izenak ere barneratuko dira. Gainera, calibri tipografia erabiliko da horretarako.

Twitterreko atzealdea gris kolorekoa izango da, Eusko Jaurlaritzaren ezkutuaren ur-markarekin.

Adibideak

Avatarrak

Twittererako horma-papera

Facebookeko portadak

Hasierara

IV. Eranskina

Sare sozialetan datu pertsonalak babesteko eredua

Sare sozialekin eta horien berezko izaerarekin lotuta kontuan hartu behar den beste alderdi bat datu pertsonalen babesari buruzko araudia da. Datu pertsonalak jasotzen dituen edozein webgunetan edo Interneteko orritan bezala, lege-testuak jaso dira, Datu Pertsonalen Babeserako 15/1999 Lege Organikoan jasotako informazio-printzipioa betez, eta erabiltzaileen datuak gorde eta tratatzeko baimena jasotzen da, eta sare sozialetan lege-ohar horiek ere barne hartuko dira.

Adibide gisa erabil daiteke Irekiak bere Facebookeko profilean duen lege-oharra:

> Irekiaren arduradun den Eusko Jaurlaritzako Lehendakaritzako Idazkaritza Nagusiak zera jakinarazten dizu: orrialde honetako «Atsegin dut» botoia sakatzen baduzu, zure datuetara sartzeko, zure horman agertuko diren berriak argitaratzeko eta mezuak bidaltzeko baimena ematen duzu, Facebookeko erabilera baldintzak eta pribatutasun politika betez. Irekiako arduradunek ez dituzte inoiz ere datuok erabiliko aurretik azaldutako helburuak ez diren beste batzuetarako. Nahi duzunean IREKIAko jarraitzaile izateari utz diezaiokezu, «ez dut atsegin» botoia sakatuta, eta nahi izanez gero datuak kontsultatzeko, zuzentzeko, ezezteko eta horien kontra egiteko eskubideak balia ditzakezu ondoko helbidean: Nafarroa kalea 2, 01007 Vitoria-Gasteiz.

Bukatzeko, sare sozialak behar bezala erabiltzeko kontuan hartu beharko dira datuen babeserako araudiaren gainerako alderdi guztiak, adibidez, fitxategi bat sortzea eta Datuak Babesteko Agentzian inskribatzea, eta aplikatu beharreko neurriekin lotutako guztia ere aintzat hartu beharko da.

Irudi-eskubideak

Pertsonak agertzen diren sare sozialetan argazkiak, bideoa, edota irudiak erabiltzeari dagokionez, norbere datuak babesteko araudiaren gainean arestian esandakoaz gain, Konstituzioaren 18.1 artikuluak garatutako Ohore, Norbere eta Famili Intimitatea eta Norbere Irudi Eskubidearen Babes Zibilaren gaineko maiatzaren 5eko 1982/1 Lege Organikoak xedatzen duena hartuko da kontutan. Honela bada, pertsonen irudia erabiltzea, jasotzea eta erreproduzitzea pertsona horren baimenaz egin beharko da, honako salbuespenekin:

- Edozein bitartekari erabiliz, kargu publikoa betetzen duten edo lanbide nabarmena duten edo oihartzun publikoa duten pertsonen irudia jaso, erreproduzitu edo argitaratzea, irudia ekitaldi publiko batean edota publikoari zabalik diren lekuetan jasoz gero.

- Aipatu pertsonen karikaturaren erabilpena, gizarte erabilerarekin bat eginik.

- Gertaera edo jazoera publiko baten gaineko irudi informazioa pertsona zehatz baten irudia osagarri huts gisa agertzen denean.

Halaber, irudiak, soinuak, argazkiak etab. jaso litezkeela adieraziko zaie bertaratuei eta baimena eskatuko zaie ospakizunetan, irudiok online argitaratzeko xedez, ekitaldia hedatze asmotan.

V. Eranskina
Lizitazioetarako klausularen eredua

Klabeak eta profiletarako sarrera sare sozialetan.

Batzuetan ez da Administrazioa izango sare soziala sortu edota kudeatuko duena; beraz, etorkizunean titulartasunaren inguruko arazoak ekiditeko eta kontuen kudeaketa zentralizatzeko, komenigarria da zerbitzu horien kontratazio-pleguetan klausula hau sartzea:

> Kontratu honen helburuetarako sortutako sare sozialetako edo web orrietako kontu guztiekin lotutako domeinuak, erabiltzaileak, pasahitzak eta gainerako datuak Eusko Jaurlaritzaren jabetzakoak dira, eta Gobernu Irekirako eta Interneteko Komunikaziorako Zuzendaritzari jakinaraziko zaizkio, kontuen erregistro zentralizatuan jaso daitezen.

Gida elkarlaneko dokumentu bat da. Hobe dezagun denon artean:

• irekia@ej-gv.es

• www.facebook.com/GobiernoVascoIrekia

• www.twitter.com/Irekia

• www.ejgv.wikispaces.com

Argitaraldia
1.a, 2011ko apirilean
2.a, 2012ko ekainean

Egilea
Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioa
Lehendakaritza
Justizia eta Herri Administrazio Saila

Internet
www.euskadi.net, www.irekia.euskadi.net

Argitaratzailea
Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco
Donostia kalea, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Irudiak
© Aída García Corrales (www.aidarte.blogspot.com)
Eskubide guztiak erreserbatuta

Lege-oharra:

Gida hau egiteko, Guía de Usos y Estilo en las redes sociales de la Generalitat de Catalunya dokumentua hartu dugu oinarritzat. Lan hau eta aurrekoa Creative Commonsen 3.0 aitorpen-lizentziaren mende daude. Baimenduta dago erreproduzitzea, banatzea, publikoki komunikatzea eta lanean aldaketak egitea lan eratorri bat sortzeko, inolako mugarik gabe, eskubideen titularra aipatzen bada betiere (Eusko Jaurlaritza). Lizentzia osoa ikusteko, sartu hemen: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/legalcode.es.

Hasierara