

# I ÍNDICE

|                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUCCIÓN.....</b>                                                                             | <b>13</b> |
| <b>1. ECONOMÍA Y SOCIEDAD EN RED.<br/>REDES SOCIALES Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.....</b>            | <b>15</b> |
| 1.1. Cambio de época e impacto en la Administración,<br>¿Hacia una Administración inteligente? ..... | 15        |
| 1.2. Economía del conocimiento y sociedad en red .....                                               | 20        |
| 1.3. Web 2.0, redes sociales y Administración pública.....                                           | 23        |
| 1.3.1. El cambio en la utilización de Internet:<br>de la web 1.0 a la 2.0 .....                      | 23        |
| 1.3.2. Ciudadanos y organizaciones 2.0 .....                                                         | 27        |
| 1.4. Gobierno abierto y transparencia.<br>Hacia un nuevo modelo de Gobierno y Administración.....    | 31        |
| 1.4.1. 'Open government', el concepto:<br>buen gobierno e innovación pública.....                    | 31        |
| 1.4.2. Transparencia.....                                                                            | 36        |
| 1.4.3. Participación y colaboración.....                                                             | 40        |
| <b>2. USO INTELIGENTE DE LAS REDES SOCIALES EN LAS<br/>ADMINISTRACIONES PÚBLICAS .....</b>           | <b>43</b> |
| 2.1. Fundamentos para un uso inteligente .....                                                       | 43        |
| 2.2. Estrategia 2.0: conceptos básicos y tipologías.....                                             | 44        |
| 2.2.1. Conceptos básicos. De la estrategia al plan de acción .....                                   | 44        |
| 2.2.2. Cinco tipologías o estrategias inteligentes.....                                              | 48        |
| 2.3. Equipos y organización .....                                                                    | 52        |
| 2.3.1. Equipos .....                                                                                 | 52        |
| 2.3.2. Organización y procedimiento. Las guías de estilo .....                                       | 53        |
| 2.3.3. Recomendaciones y riesgos .....                                                               | 56        |
| 2.4. Cómo gestionar una comunidad pública. Criterios, pasos y actitudes. ....                        | 57        |
| 2.4.1. La relación con los nuevos ciudadanos.....                                                    | 57        |
| 2.4.2. La gestión por comunidades. Concepto, pilares y obstáculos ...                                | 59        |
| 2.4.3. ¿Cómo construir una comunidad? .....                                                          | 62        |
| 2.4.4. Actitudes para gestionar comunidades 2.0.....                                                 | 66        |

|                                                                                                    |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.5. Impactos y métricas.                                                                          |            |
| Evaluar la presencia en redes .....                                                                | 67         |
| 2.5.1. Estrategias institucionales y estrategia 'social media'.                                    |            |
| Objetivos e indicadores .....                                                                      | 67         |
| 2.5.2. Social Media ROI. Beneficios y costes .....                                                 | 68         |
| 2.5.3. Identidad y reputación online .....                                                         | 73         |
| 2.5.4. ¿Qué dicen de nosotros?                                                                     |            |
| La escucha activa. Herramientas de monitorización .....                                            | 75         |
| 2.6. Recapitulando: ¿Qué podemos hacer con una gestión<br>inteligente de las redes sociales? ..... | 82         |
| 2.6.1. Innovación pública abierta .....                                                            | 82         |
| 2.6.2. Comunicación 2.0 .....                                                                      | 86         |
| 2.6.3. Participación .....                                                                         | 88         |
| 2.6.4. Servicios 2.0 .....                                                                         | 91         |
| 2.6.5. Gestión de crisis .....                                                                     | 93         |
| <b>3. HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0 Y<br/>    UTILIDAD PARA LA ADMINISTRACIÓN .....</b>               | <b>95</b>  |
| 3.1. Herramientas web 2.0. Panorama general.                                                       |            |
| Criterios para elegir las herramientas idóneas .....                                               | 95         |
| 3.2. La web institucional .....                                                                    | 99         |
| 3.3. Descripción de herramientas. Criterios de uso y mejora.                                       |            |
| Buenas prácticas .....                                                                             | 101        |
| <b>4. EPÍLOGO .....</b>                                                                            | <b>149</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA .....</b>                                                              | <b>153</b> |
| Bibliografía .....                                                                                 | 153        |
| Webgrafía .....                                                                                    | 155        |