

Manual de Estilo ACLAV

TEMPORADA 2018/2019

ANEXO REDES SOCIALES

Lineamientos generales

- Cada club deberá tener un encargado de Redes Sociales (puede ser el Jefe de Prensa u otra persona), el cual deberá informarse en forma pertinente y será responsable de alimentar las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de la institución, o de crearlas previamente en caso de que no existan.
- Se recomienda también la utilización de YouTube, si bien no es obligatoria.
- Los contenidos serán responsabilidad de dicho encargado y la ACLAV, para cualquier tipo de ajuste o referencia, podrá comunicarse en forma directa con él o con el Jefe de Prensa, superior en cuanto a la jerarquía del área.
- Tareas:
 - * Deberá informar, antes del inicio de la Fase Regular, las cuentas oficiales que posee cada jugador e integrante del staff de su institución (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram) vía correo electrónico, a la dirección prensa@aclav.com.
 - * Durante la competencia, de surgir alguna nueva cuenta o que se desactive alguna de las ya informadas, deberá actualizar la situación por la misma vía.
 - * Deberá instruir e instar a los jugadores e integrantes del staff en la utilización de las redes sociales, ya sea para la creación de contenidos (tweets o estados) como para el intercambio con los seguidores.
 - * Los contenidos generados deberán prestar atención a potenciar el espectáculo (p. ej.: Evitar imágenes de tribunas vacías) y proteger a los sponsors y marcas (p. ej.: Cuidar que la indumentaria sea la oficial, presencia de cartelería, prolijidad en la puesta en escena, etc.)
 - * Podrá replicar contenidos de otras cuentas oficiales, de clubes o jugadores, siempre y cuando alterne en forma equilibrada con contenido propio. Recomendamos reservar fotos exclusivas, videos, contenidos especiales para las redes.
 - * Se recomienda la difusión de otros contenidos periodísticos de su equipo (p. ej.: retwittear notas sobre el desempeño del equipo).
 - * Deberá respetar las reglas del Manual de Estilo ACLAV a la hora de generar contenidos, en términos de ortografía, acentuación y abreviación; este último punto en el marco de lo posible, considerando las limitaciones de caracteres en las publicaciones.

Twitter

Regulaciones Generales

- La ACLAV informará oportunamente en caso de la aplicación OBLIGATORIA de un hashtag específico, habitualmente reservado a la competencia en cuestión (por ejemplo: #CopaACLAVArgentina) o a una instancia definitoria (por ejemplo: #LaGranFinal)
- A la hora de mencionar equipos, sea el propio o rivales, hacerlo arrobando la cuenta correspondiente.
- A la hora de mencionar jugadores, en caso de que tengan cuenta informada por el canal oficial, hacerlo de idéntica manera.
EJEMPLO: “#LVA @Upcnvoley jugará su próximo partido ante @BolivarVoley este sábado a las 22 en el Aldo Cantoni”
- El encargado de Redes Sociales deberá arrobar la cuenta oficial de ACLAV (@VoleyACLAV) para cualquier contenido de carácter informativo, o bien etiquetarla en caso de que el tweet lleve foto.
- No vincular (o desvincular, en caso que lo esté) de la cuenta de Facebook. La información debe ser publicada de manera separada en cada cuenta.
- Las fotos publicadas deberán respetar los estándares mínimos de calidad estipulados en el Manual de Competencia ACLAV.

Contenidos generales

- Deberán emitirse como mínimo tres tweets diarios, con una considerable separación de tiempo entre uno y otro. Se recomienda hacerlo en forma matutina, vespertina y nocturna.
- Los mismos deberán incluir contenidos tales como:
 - * Información sobre los entrenamientos del plantel
 - * Noticias (lesiones, mercado de pases, cambio de horarios de partidos, etc.)
 - * Textuales de integrante del plantel (jugador o cuerpo técnico)
 - * Links a contenidos del equipo
 - * Contenido de los seguidores (fotos de fans, mensajes de aliento)
 - * Trivias, concursos
- En al menos uno de los tweets diarios, incluir una foto.

Contenidos día de partido

- Alrededor de 2 horas antes del inicio de partido: Un tweet fuerte como introducción del partido. Utilizar alguna foto especial, una producción, un video. Conceptualmente, es el inicio del movimiento de partido en las redes sociales.
- 15 minutos antes del inicio de partido: Tweet con actividad en el campo de juego, estilo “los equipos entran en calor”. Acompañar con una foto de la sede en ese momento.

- Anuncio de las formaciones iniciales del local y visitante, respectivamente, una vez confirmadas.
- Contenidos por set:
 - * Tweet de inicio de set. Debe recuperar el marcador global del partido, a excepción del inicio del primer set.
 - * Entre dos y cinco tweets intermedios con marcador al momento (al no tener tiempos técnicos, buscar distribución pero con flexibilidad).
 - * Final de set. Resultado final acompañado con un dato estadístico.
- Durante el partido: Si hubiera, contenidos de color, gente, noticias de partido (lesiones, incidencias claves de un jugador, etc.)
- Contenidos de final del partido:
 - * Primer tweet con resultado final (parciales completos) acompañado de una foto.
 - * Segundo tweet con algún dato estadístico. Se recomienda goleadores del partido; pueden ser rachas históricas, historial entre esos equipos, etc.
 - * Tercer tweet con información sobre el próximo partido del equipo. Rival, día y horario.
- En caso de trabajo a distancia, recomendamos prestar atención a la cuenta del equipo local y reutilizar los contenidos que se adapten a la información que debe ser generada por reglamento. Que sean tweets propios, pero citando la cuenta del equipo que es fuente.

Facebook

Regulaciones Generales

- Todos los estados deberán mencionar a la Fan Page ACLAV (con etiqueta).
- A la hora de mencionar equipos, sea el propio o rivales, hacerlo etiquetando la cuenta oficial correspondiente.
- A la hora de mencionar jugadores, en caso de que tengan cuenta informada por el canal oficial, hacerlo de idéntica manera.
- El encargado de Redes Sociales deberá etiquetar la cuenta oficial de ACLAV para cualquier contenido de carácter informativo.
- No vincular (o desvincular, en caso que lo esté) de la cuenta de Twitter. La información debe ser publicada de manera separada en cada cuenta.
- Las fotos publicadas deberán respetar los estándares mínimos de calidad estipulados en el Manual de Competencia ACLAV.
- Facebook permite dos maneras de interacción con los seguidores:
 - * Comentarios: Cada pregunta hecha en comentarios de una publicación deberá ser respondida por el encargado de la cuenta.
 - * Mensajes privados: En caso de dejar la opción de mensajes habilitada, el encargado deberá responder cada uno de ellos. Si así lo desean, pueden bloquear la cuenta en términos de recepción de mensajes; el concepto es no dejar una pregunta sin contestar.

Contenidos generales

- Publicar las gacetillas oficiales, con la foto correspondiente.
- Realizar acciones con los sponsors:
 - * Promociones, descuentos que brinda el sponsor del equipo en horas previas al partido.
 - * Trivias o juegos "auspiciados por" determinado sponsor. Pueden incluir premios del mismo.
- Realizar concursos con premios del club (indumentaria, pelotas, acciones) como mínimo una vez por mes. Recomendamos como mecánica que sea obligatorio el "Me gusta" en la página del club además de la acción específica del concurso (p. ej.: darle "Me gusta" a una foto, compartir un contenido, contestar una pregunta, etc.)
- Modificar periódicamente la foto de portada con acciones de juego, de público, presencia de sponsors.

Conceptualmente, la meta es generar visibilidad útil para el sponsor o auspiciante determinado, y al mismo tiempo empezar a trabajar en un desarrollo mayor de la comunidad digital del vóley.



Contenidos día de partido

- Durante el partido:
 - * Estados con resultados parciales del partido (opcional; conceptualmente se prefiere el Twitter para las informaciones instantáneas)
- Generar durante el partido como mínimo 10 fotos del público en las tribunas.
- Realizar la carga de esas fotos en un álbum individual (p. ej.: “Fecha 3 - UPCN San Juan Vóley vs. Bolívar Vóley”) y promocionarla en estados para que la gente interactúe.
 - * Importante: Tener en cuenta la hora para la publicación de las imágenes. Evitar en lo posible la madrugada, en caso de una finalización tardía de partido, para que estén subidas en momentos de mayor presencia de público en la red social. Esperar al día siguiente si es necesario.
- Agregar 10 fotos de juego en el mismo álbum para darle variedad a los contenidos.

Instagram

Regulaciones Generales

- La ACLAV informará oportunamente en caso de la aplicación OBLIGATORIA de un hashtag específico, habitualmente reservado a la competencia en cuestión (por ejemplo: #CopaACLAVArgentina) o a una instancia definitoria (por ejemplo: #LaGranFinal)
- Las publicaciones deberán mencionar y/o etiquetar a la cuenta de ACLAV (@voleyaclav).
- A la hora de mencionar equipos, sea el propio o rivales, o utilizar etiquetas dentro de la foto publicada, o arrojar la cuenta correspondiente dentro del epígrafe de la imagen.
- A la hora de mencionar jugadores, en caso de que tengan cuenta informada por el canal oficial, hacerlo de idéntica manera.
EJEMPLO: "#LVA Te mostramos la camiseta nueva de @Upcnvoley"
- Las fotos publicadas deberán respetar los estándares mínimos de calidad estipulados en el Manual de Competencia ACLAV.

Contenidos generales

- Deberá publicarse como mínimo una imagen (o video) en forma diaria.
- La misma deberá estar enmarcada en alguna de las siguientes opciones:
 - * Anuncio de próximo partido - en la medida de lo posible, utilizar diseños que resuman la información (equipos, horario, sede, televisación, venta de entradas)
 - * Resultado de partidos disputados.
 - * Individuales: mejores rendimientos en las estadísticas, jugadores convocados a Selección, anuncio de refuerzos.
 - * Intimidad del plantel: entrenamientos, vestuario, viajes, tiempo libre.
 - * Seguidores del equipo: hinchas en cancha, con ropa o carteles del equipo, fotos de gente con los jugadores.
 - * Trivias, concursos.
 - * Videos cortos: saludos de jugadores, jugadas curiosas, momentos de viajes.
- Utilizar las menciones de jugadores o instituciones, de acuerdo a lo explicado previamente.
- Historias: recomendamos alternar las publicaciones entre posteos e historias para potenciar la difusión. Las historias (temporales) son un gran canal para anuncios de partidos o transmisiones web en las horas previas a dicho evento.

Al ser una red social exclusiva para publicación de imágenes (fotos o videos), el concepto es apalancar cualquier tipo de difusión en el uso de las mismas. Ejemplo: para contar que un jugador es máximo anotador, hacerlo con su imagen como base en vez del simple dato en forma de texto.