



Universidad
Externado
de Colombia

Oficina de Comunicaciones



MANUAL

BUENAS PRÁCTICAS

Redes Sociales





INTRODUCCIÓN

La Universidad Externado de Colombia cuenta con diferentes perfiles en las plataformas más conocidas del Social Media, que acerca a sus estudiantes, profesores y directivos a las actividades, noticias y otros contenidos relacionados con la Universidad.

Por ser estos canales de información oficial de la institución, este hecho los hacen parte de las normas y protocolos que la misma ha establecido como base de la comunicación con sus usuarios.

Este documento busca sensibilizar a los diferentes usuarios que ejercerán administración o responsabilidad sobre cuentas, perfiles y demás herramientas relacionadas con la institución y su presencia en redes sociales. Asimismo, pretende establecer los parámetros y bases para lograr una comunicación asertiva entre las diferentes dependencias de la Universidad y sus clientes externos.

La correcta implementación de este manual llevará a la Universidad a gestionar, de manera correcta, su participación y relación en las diferentes plataformas de redes sociales, generando en los administradores responsabilidad en el manejo de la imagen institucional, compromiso en el mensaje que se plasma y en respetar los parámetros establecidos por la institución, su manual de imagen y las recomendaciones realizadas por la Oficina de Comunicaciones.

Es importante que los usuarios tengan clara la diferencia entre un perfil personal y uno institucional. En este caso Facebook dispone de estos dos perfiles y se diferencian de la forma en la cual la información es desplegada y en la que los usuarios se conectan con la institución. Es por esto que la universidad ha dispuesto única y exclusivamente la creación de canales institucionales (fan page) y no perfiles personales.



Los siguientes parámetros son la base para la efectiva del mensaje; evite usar textos en mayúsculas; omita signos ortográficos o de puntuación que puedan confundir al usuario.

Escritura breve y concisa



La comunicación hoy debe ser ligera, clara y amigable; estos son aspectos que exige el receptor contemporáneo, mensajes cortos que generen interés en el usuario en compartir la publicación o hacer clic en me gusta.



Contenidos



Los mensajes emitidos por la Universidad deben ser cuidadosamente evaluados. No se debe dejar de lado los valores institucionales y conservar siempre el estilo de comunicación de la Universidad Externado.



 **Perfiles**



Compartir enlaces, subir fotos, hacer comunicados, entre otros, son tareas directas de una fan page, es por esto que cada programa debe comunicarse únicamente mediante las fan page oficiales de la Universidad.

* Evite publicar contenidos dentro de la fan page **desde un perfil personal, pues estos no están autorizados** y los mensajes no se percibirán como auténticos.



Contenidos innecesarios

Los administradores de cada fan page deben evitar la publicación excesiva de un mismo contenido, la frecuencia no significa efectividad. Lo importante es encontrar la hora precisa para alcanzar el mayor número de seguidores. Si se requiere replicar el mensaje, considere un tiempo y una frecuencia moderada para realizar esta acción.



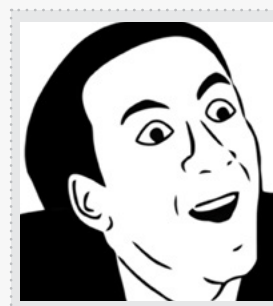


Auto regulación de contenidos



Cada una de las publicaciones hechas desde la fan page de la Universidad Externado lleva consigo un sello de credibilidad que busca fortalecer el buen nombre de esta Casa de Estudios.

Evite la difusión de 'memes', ya que este es un tipo de publicaciones que están asociadas a mensajes que no son serios o responsables y puede confundir al lector.



Short link



Un acortador de direcciones reduce el tamaño de los links, de esta manera permite que los mensajes que se publiquen sean más claros.

La Universidad Externado cuenta con una herramienta propia para este proceso.

shorter.uexternado.co

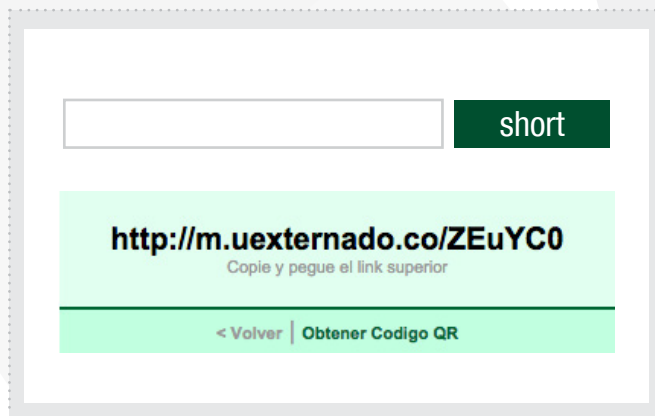




Foto de perfil

La foto de perfil es uno de los espacios más importantes y el que más se debe respetar. La unidad grafica le brinda credibilidad al perfil.

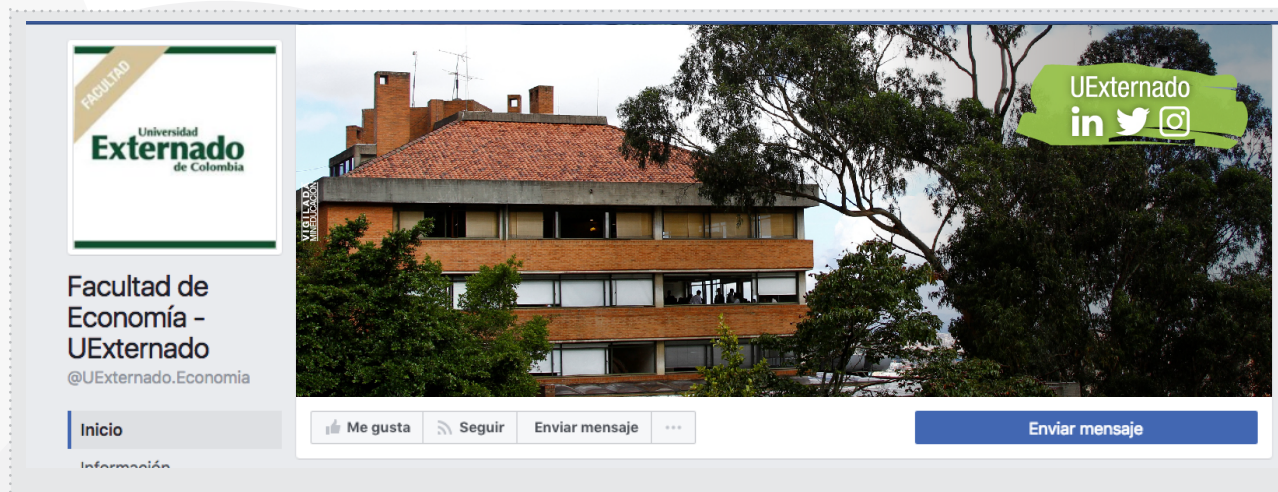


Foto de la portada

Esta imagen siempre está relacionada con la facultad o programa representado. La Oficina de Comunicaciones al crear cada perfil realizará el proceso de branding de la página, y cualquier modificación de la misma debe ser solicitada de manera formal.



Programas y noticias

Esta imagen siempre está relacionada con la facultad o programa y debe ser solicitada de manera formal. La Universidad cuenta con una herramienta que permite adaptar las noticias para lectura en los diferentes dispositivos.

Puede solicitar el link de la publicación a la Oficina de Comunicaciones.





Publicaciones

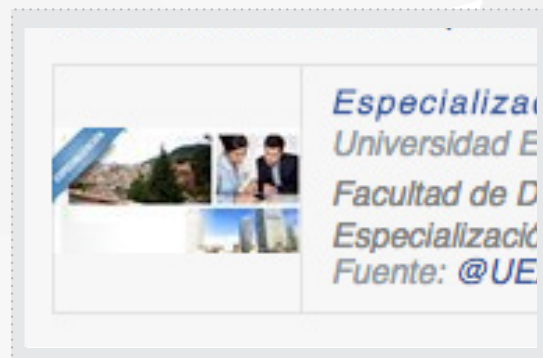
Las publicaciones que hagan referencia a entidades externas o que se compartan desde otras páginas web deberán estar acompañadas de un texto que contextualice su relación con la Universidad Externado de Colombia.



Piezas



Las piezas para la promoción de programas académicos o eventos deberán ser validadas previamente por el Departamento de Publicaciones o por la agencia encargada de la imagen y marca de la Universidad Externado de Colombia (BeBrand), de modo que cumplan con los lineamientos de estilo, paleta de colores e imágenes institucionales.

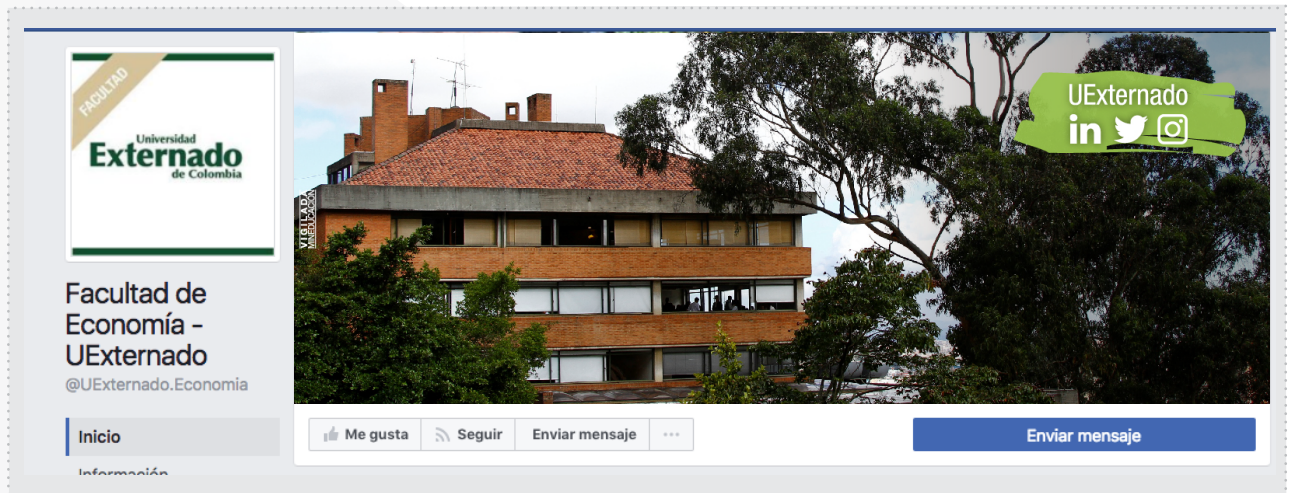


** Tenga en cuenta que la Universidad no asume ni participa, bajo ninguna posición, por medio de sus redes sociales, frente a temas de coyuntura nacional, por lo cual las publicaciones deberán obedecer únicamente a fines académicos e informativos.*



Fan pages

La administración de las fan pages es responsabilidad de cada una de las áreas y departamentos, por tanto deberá(n) asignarse un (os) encargado (s) de dicha actividad, tanto para la publicación de contenidos como para la gestión de inquietudes, comentarios y demás interacciones con la comunidad.



** El lenguaje y tono de las publicaciones o mensajes deberá ser acorde con el institucional.*



Respuesta

Gran parte del éxito de las redes sociales está en la inmediatez con la que se generen los procesos de comunicación, por esto, es recomendable dar respuesta a todas las inquietudes que se presenten, en el menor tiempo posible.





Imágenes



La calidad de las imágenes es fundamental, por lo anterior, es recomendable apoyarse en el servicio de fotografía de la Universidad, o en dado caso, tomar las fotos desde cualquier dispositivo con la máxima calidad que este permita. Para las fotografías se recomienda tener en cuenta factores como: evitar contraluz, buscar escenarios limpios y organizados, evitar comidas o bebidas, etc.

* Las fotografías que se publiquen deberán contar con derechos de autor.

* Las fotografías que se publiquen sobre grados y eventos deberán ser de tipo académico y nunca en reuniones personales que se desprendan de dicho acontecimiento.



Seguridad en Redes Sociales

Con el fin de promover una política de seguridad en las redes sociales institucionales, tenga en cuenta las siguientes recomendaciones.

- Utilice contraseñas seguras en sus perfiles. El uso de números, mayúsculas, minúsculas y signos especiales le ayudarán a imposibilitar ataques cibernéticos.
- Active la doble autenticación del perfil o página. Se le pedirá que ingrese un código de seguridad especial cada vez que intente acceder a las redes sociales desde un nuevo dispositivo.
- Sea precavido, por ningún motivo deje la sesión iniciada en ordenadores de uso compartido.



Recuerde que puede configurar el perfil de sus cuentas para enviar una alerta al email y al número de celular del administrador vinculado, con un aviso de que la sesión se ha iniciado.



Acompañamiento

Recuerde que la Oficina de Comunicaciones brinda acompañamiento en la gestión de su perfil institucional, por lo cual, en caso de requerirlo, no dude en pedir asesoría.

Las imágenes de portada y de perfil deberán estar alineadas con el diseño gráfico institucional, por lo anterior, si desea cambiarlas, le agradecemos remitirlas a la Oficina de Comunicaciones de manera que pueda validarse y ajustar su diseño a la misma.

