



# Manual de Redes Sociales



**CATÓLICA DEL NORTE**<sup>®</sup>  
Fundación Universitaria  
Pioneros en educación virtual

# MANUAL DE ESTILO PARA LAS REDES SOCIALES.

COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES

FUNDACION UNIVERSITARIA CATÓLICA DEL NORTE

ENERO DE 2014

# Índice

Introducción:	4
Contexto:	5
Habilitación de redes sociales para otras áreas de la institución:	6
Parámetros generales para la utilización de redes sociales:	6
Políticas de la Católica del Norte para el manejo de información en redes sociales	8
Manual de Estilo para Redes Sociales:	10
Twitter:	10
Twittear en la Católica del Norte:	10
Parámetros para la utilización de Twitter:	11
Facebook:	12
Postear en la Católica del Norte:	12
Parámetros para la utilización de Facebook:	12
YouTube	13
YouTube desde la Católica del Norte:	13
Parámetros para la utilización de YouTube	14
Fuentes de consulta	15

## Introducción

Si nos preguntarán sobre que es la comunicación, podríamos decir que es el proceso de intercambio de información que se da mínimamente entre dos personas, ya sea de forma verbal, escrita o corporal, e inmediatamente nos ponemos a pensar en los elementos básicos de la comunicación como lo son emisor, receptor, mensaje y canal; haciendo referencia a este último reconocemos el canal como el medio para la transmisión del mensaje y si nos enfocamos en la historia el canal ha sido uno de los elementos de la comunicación que ha sufrido diversas actualizaciones, el telegrama ha desaparecido y ahora hablamos de email, el teléfono fijo está siendo reemplazado por el celular, las cartas están en extinción y así sucesivamente.

Las exigencias del mundo actual hacen que las personas marchen cada vez a ritmos más acelerados lo que ha hecho que las innovaciones tecnológicas cumplan con las exigencias de rapidez, agilidad y practicidad a la que los seres humanos se han acostumbrado, de esta manera entran las redes sociales a ser reconocidas como uno de los principales canales de comunicación de la actualidad, su componente de interacción, de imágenes y de mensajes cortos las han constituido como una de las principales herramientas para construir relaciones de índole interpersonal, laboral, de negocio, entre otras constituyéndose estas como una herramienta de gran importancia sobre todo en las organizaciones.

La Católica del Norte Fundación Universitaria cada vez alcanza mayores niveles de reconocimiento y posicionamiento, y su modalidad virtual le ha permitido cruzar las barreras de tiempo y espacio, por lo que no puede ser ajena a los beneficios que a nivel comunicacional y comercial tienen las redes sociales.

Es por esto que se hace indispensable poner a disposición de la Institución un manual de estilo para el manejo de redes que sirva como base para hacer un uso adecuado de estos medios como herramientas de comunicación Institucional.

## Contexto

Las redes sociales complementan los canales de comunicación que tiene una organización, a través de ellas se hace difusión pública de una Institución permitiendo llegar al mundo entero, por lo que en la época actual la tecnología está centrando sus innovaciones en la creación de dispositivos diseñados para la interacción social y esto está siendo aprovechado de manera cada vez más efectiva por las empresas para dar a conocer sus productos y servicios.

El uso de las redes sociales dentro de la Católica del Norte Fundación Universitaria no han sido únicamente una herramienta para la comercialización de los programas académicos, sino que estas también han permitido comunicar noticias, eventos académicos y sociales estableciendo una interacción directa e inmediata con los usuarios.

Actualmente la Católica del Norte Fundación Universitaria a nivel institucional hace uso de tres redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube, por lo que este manual de estilo será explícito con el usuario sirviendo como guía a la hora de utilizar estas herramientas en nombre de la institución.

De acuerdo a estos parámetros y teniendo en cuenta que la Institución tiene un enfoque 100% virtual, dejando claro que las redes sociales son una herramienta de gran importancia para fortalecer los procesos sociales y de negocio de manera digital, es muy importante que quien se encargue de estos, pueda tener una guía que reglamente el buen uso y buen comportamiento para un manejo adecuado de estas.

## HABILITACIÓN DE REDES SOCIALES PARA OTRAS ÁREAS DE LA INSTITUCIÓN:

La Coordinación de Comunicaciones, tiene a disposición de todo el personal de la Católica del Norte Fundación Universitaria las redes sociales institucionales, por lo cual cualquier información que se desee difundir podrá hacerse pública en las redes de uso Institucional.

Sin embargo en caso de que alguna de las áreas requiera habilitar redes sociales para uso exclusivo de la dependencia para la cual se abra deberá tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ No se podrán abrir redes sociales sin la autorización escrita por parte del Coordinador de Comunicaciones, por lo cual la solicitud debe hacerse a través de correo electrónico explicando el objetivo de las redes y que tipo de contenidos se publicarán allí, depende del análisis y la pertinencia el líder del proceso de comunicaciones autorizará o rechazará la solicitud, en caso de ser rechazada esa área deberá hacer la entrega de contenidos los cuales se publicarán por las redes institucionales.

En caso de permitirse abrir redes para el área solicitante, el área de Comunicaciones estará presta a brindarle toda la asesoría y acompañamiento necesario, así como la creación de las imágenes del perfil de manera que estas cumplan con los lineamientos del uso de imagen corporativa, de igual manera deberán regirse a los siguientes parámetros de uso:

### Parámetros generales para la utilización de redes sociales:

1. Toda la información publicada debe de ser relacionada con la Institución, bien sea con cursos, programas, convenios, temas referentes a lo digital, educativo, tecnológico, social y ambiental, por ningún motivo se debe publicar información que no tenga nada que ver con lo ya mencionado.
2. Todas las redes sociales deben tener en sus perfiles imágenes donde se resalte el logo con mensajes institucionales y no fotos de personas o empleados.
3. Se debe hacer una revisión minuciosa de ortografía y redacción antes de hacer cualquier publicación.

4. No se deben utilizar abreviaturas; para acortar las frases, se debe reestructurar el texto.
5. No se debe polemizar en temas políticos, culturales y religiosos; argumentar lo que se quiere decir de manera que las personas entiendan claramente y no se generen malos entendidos.
6. No responder a mensajes negativos que se hagan sobre la Católica del Norte Fundación Universitaria o sobre cualquier información que se publique, para no alargar comentarios, ni fomentar la discusión.
7. Se debe ser muy selectivos al momento de elegir a quién seguir, deben ser establecimientos e instituciones del sector público y privado vinculadas con la educación, tecnología, medio ambiente, figuras o instituciones religiosas, sociales o ambientales.
8. Se debe ser estrictamente respetuoso de los derechos de autor relacionadas con la propiedad intelectual y protección de datos personales.
9. Bajo ninguna circunstancia se podrá revelar información confidencial de la institución, en caso de tener dudas sobre la publicación debe dirigirse directamente a la fuente y a la Coordinación de Comunicaciones.
10. Sólo una persona dentro del área estará encargada de la publicación de contenidos y de la respuesta a los comentarios, así mismo las claves serán responsabilidad de una sola persona, no está permitido que varios integrantes del área publiquen contenidos, todo lo que se desee publicar deberá ser entregado a quien administrará las redes.
11. Está prohibido hacer publicación de información que no esté confirmada, rumores, información interna y confidencial.
12. Se debe ser especialmente cuidadoso con los contenidos, imágenes e interacciones, pues pueden generar impactos negativos en la imagen y reputación de la institución, todo lo que se publica en redes puede ser visto por cualquier persona.
13. Sé respetuoso con tu audiencia y asegúrate de mantener una conducta ejemplar en las conversaciones en las que participes. Sé especialmente cuidadoso en temas relacionados con política, religión, ética y otros temas susceptibles de levantar controversia.

14. Asegúrate que el contenido que compartes en las redes sociales sea verídico y que no tenga un carácter ofensivo.
15. Todos los contenidos que publique serán asociados con la Institución por lo tanto es importante no manifestar opiniones personales, todo lo que se diga deben estar encaminado a fortalecer los valores e identidad de la institución.
16. Todas las redes sociales deben tener políticas para el usuario que sean claras para el manejo de la información y correcta interacción, a continuación se ponen a disposición las políticas utilizadas en las redes sociales institucionales.

## POLÍTICAS DE LA CATÓLICA DEL NORTE SOBRE EL MANEJO DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES

La Católica del Norte te da la bienvenida a este espacio dispuesto para interactuar, participar y compartir experiencias, sugerencias y comentarios sobre nuestra Institución.

Para que entablemos una buena relación en redes sociales, la Católica del Norte te propone tener en cuenta las siguientes reglas de convivencia:

1. Toda la comunicación que generemos y publiquemos debe estar fundamentada en los valores cristianos.
2. Seremos respetuosos de los derechos de autor: todo lo que publiquemos en nuestras redes sociales deberán tener la mención de su propietario.
3. La Católica del Norte se abstendrá de opinar sobre política, orden público o aspectos que generen controversia.
4. Este no es el medio oficial de la Católica del Norte Fundación Universitaria para solucionar problemas, quejas, reclamos y sugerencias; para ello se han establecido otros canales de atención y comunicación. Sin embargo, la Católica del Norte garantiza la libertad de expresión.
5. La Católica del Norte publicará y responderá mensajes en sus redes sociales en el siguiente horario: días hábiles de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. (hora Colombia).
6. Los participantes que sigan las redes sociales de la Católica del Norte, también deberán cumplir las normas que proponen las redes sociales Facebook, Youtube y Twitter, además de las que aquí te proponemos.



7. Para asegurar que los contenidos sean informativos y, al tiempo, respetuosos hacia los miembros de la comunidad virtual, se filtrarán aquellas publicaciones que contengan mensajes:
- ✓ Sobre temas o noticias que no estén directamente relacionados con la institución y su quehacer.
  - ✓ Que estén enfocados a vender productos o servicios que no estén relacionados directamente con la institución, así como mensajes spam o links a sitios personales, políticos o con fines de lucro.
  - ✓ Que sean ofensivos y violentos, que contengan ataques personales o vocabulario inapropiado.
  - ✓ Que inciten a comportamientos inapropiados, consumo de alcohol, sustancias ilícitas o acciones que puedan lesionar los derechos humanos.
  - ✓ Señalamientos, quejas y/o comentarios en los que se mencione de forma inapropiada u ofensiva el nombre de alguna persona o institución.
8. Si tienes alguna inquietud u observación, puedes escribirnos al correo: [comunicaciones@ucn.edu.co](mailto:comunicaciones@ucn.edu.co)

## MANUAL DE ESTILO PARA LAS REDES SOCIALES.

### Twitter:

Es un servicio de microblogging, que permite enviar mensajes de texto planos, de corta longitud, con máximo 140 caracteres, llamados tweets o trinos, los cuales se muestran en la página principal del “seguidor o tweeks” que es como se reconoce a las personas que se suscriben a los tweets de otros usuarios, se habla que en la actualidad se cuenta con más 200 millones de usuarios que generan un promedio de 65 millones de tweets al día.

Por medio de esta herramienta la Católica del Norte Fundación Universitaria, informa sobre los diferentes eventos, programas, noticias, convenios, proyectos entre otros apuntes de gran interés para el público en general por medio de texto acompañados por los hipervínculos que llevan a la persona a la fuente de la información.

### Twittear en la Católica del Norte:

La Católica del Norte Fundación Universitaria debe de tener una sola cuenta en la herramienta Twitter, la cual está diseñada con la imagen Institucional, el slogan, y una descripción de la Institución. En este momento la cuenta es [@comunidaducn](https://twitter.com/comunidaducn).



El Twitter es creado desde la cuenta electrónica [catolicadelnorte@gmail.com](mailto:catolicadelnorte@gmail.com) y la Coordinación de Comunicaciones se encarga del manejo y administración de esta haciendo un uso responsable de todo lo que allí se publica.

## Parámetros para la utilización de Twitter:

1. Toda la información allí publicada, los tweets o un retweets, debe de ser relacionado con la Institución, bien sea con cursos, programas, convenios, proyectos o temas referentes a lo digital, educativo, tecnológico y social, por ningún motivo se debe publicar información que no tenga nada que ver con lo ya mencionado.
2. Se debe hacer una revisión minuciosa de ortografía y redacción antes de hacer cualquier publicación.
3. No se deben utilizar abreviaturas, para acortar las frases, se debe reestructurar el texto.
4. No se debe polemizar en temas políticos, culturales y religiosos; argumentar lo que se quiere decir de manera que las personas entiendan claramente y no genere malos entendidos.
5. No responder a mensajes negativos que se hagan sobre la Católica del Norte Fundación Universitaria o sobre cualquier información que se publique, para no alargar comentarios, ni fomentar la discusión.
6. Se debe ser muy selectivos al momento de elegir a quién seguir, debe ser establecimientos e instituciones del sector público y privado vinculadas con la educación, tecnología, medio ambiente, figuras o instituciones religiosas y sociales.
7. Generar mensajes tipo consejos sobre ortografía, tips ecológicos, culturales y tecnológicos.
8. Marcar como favorito, únicamente cuando hablan de la Católica del Norte Fundación Universitaria de manera positiva o en algún evento que sea de la Institución.

## Facebook

Es la red social creada por Mark Zuckerberg que se ha expandido para ser utilizado por cualquier usuario de internet. En esta se pueden subir fotos, videos, textos, artículos y cualquier archivo digital. Los usuarios se registran y crean un perfil privado, donde agregan a sus conocidos en una red de contactos, también las instituciones crean sus páginas para promocionar sus productos y crear publicidad.

### Postear en la Católica del Norte:

Desde la Católica del Norte es utilizado el Facebook como fanpage desde una cuenta de correo electrónico creada para este medio [redescatolica@gmail.com](mailto:redescatolica@gmail.com) en esta red social se utiliza una portada que se cambia cada dos meses. La información que se utiliza allí no se cambia, debido a que son los datos específicos de la Institución, los teléfonos, direcciones y páginas principales.



### Parámetros para la utilización de Facebook:

1. Cambiar cada dos meses la fotografía y la portada del fanpage.
2. Postear 2 temas diarios, uno de la Institución y uno general de temas interesantes sobre tecnología, virtualidad, educación, entre otros.
3. Rastrear diariamente el surgimiento de páginas paralelas a la virtualidad y a temas referentes a la Institución.
4. Felicitar en los días especiales las diversas profesiones realizando una e-card, correspondiente para la fecha.
5. Cada que haya un evento, crear una carpeta nueva para subir las fotografías, con una pequeña descripción.

6. Utilizar el “**me gusta**” en cualquier artículo, imagen o comentario que sea beneficioso para la Católica del Norte.
7. Responder diariamente a los mensajes, cuando la persona dejen los datos de nombre y correo electrónico y direccionarlos a las áreas que necesiten; en caso de que el usuario no deje los datos deben solicitarse.

## YouTube

Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. YouTube usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido (aunque también puede ser un reproductor basado en el estándar HTML5, que YouTube incorporó poco después de que la W3C lo presentara y que es soportado por los navegadores web más importantes). Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y vídeos musicales.

En la Católica del Norte contamos con dos canales de YouTube, uno de ellos es de uso netamente académico y el otro es con fines comerciales, lo que permite ser mucho más específicos según el perfil del usuario.

### YouTube desde la Católica del Norte:

Desde la Católica del Norte es utilizado por el Centro de Apoyo Multimedial, para subir videos institucionales, comerciales y algunos tutoriales, se maneja por medio de una cuenta de correo electrónico [catolicadelnorte@gmail.com](mailto:catolicadelnorte@gmail.com), actualmente se tiene un canal en YouTube propio para hacer los procesos con los videos un poco más interactivo y comunicativo con la comunidad.



## Parámetros para la utilización de YouTube:

1. Se deben hacer públicos únicamente videos institucionales.
2. Todos los videos deben estar acompañados de una descripción corta y clara.
3. En caso de realizarse comentarios a los videos se deben responder sólo los positivos, aquellos que atenten contra el buen nombre de la institución no deberán responderse para evitar discusiones.
4. Si los comentarios hacen alusión a preguntas para el caso de los tutoriales deberán remitirse a la persona encargada, indicando sus datos y correo electrónico de contacto.

## Fuentes de consulta

- ✓ Dircodem, Asociación de comunicación, Guía de herramientas tecnológicas para profesionales de la comunicación.
- ✓ Definición de Facebook- Qué es, Significado y Concepto  
<http://definicion.de/facebook/#ixzz2CQJEzfe2>  
<http://definicion.de/facebook/#ixzz2CQJ3AFvW>
- ✓ Hydra Social Media, Manual de uso de las redes sociales para empleados, 4 de octubre de 2013, extraído de:  
<http://www.hydrasocialmedia.com/blog/redes-sociales-para-empleados/>