



NORMAS Y PRINCIPIOS DEL USO DE TWITTER EN TELESUR

I. PREAMBULO: TWITTER EN TELESUR

Twitter es una aplicación en la *web* que permite a sus usuarios escribir pequeños textos (de hasta 140 caracteres) que pueden ser leídos por cualquiera que tenga acceso al servicio.

Esta nueva forma de comunicación posibilita a los usuarios estar en contacto en tiempo real con instituciones o personas de su interés a través de mensajes breves de texto a los que se denominan *Updates* (actualizaciones) o *Twitts*.

Los usuarios envían y reciben *updates* de otros vía *web*, teléfono móvil, mensajería instantánea o a través del correo electrónico; e incluso desde aplicaciones de terceros, como pueden ser *Twitterrific*, *Facebook*, *Twitterlicious*, *Twinkle*, y muchas otras.

teleSUR consciente del alcance de esta red social incursionó el 5 de junio de 2009 en este servicio.

Con el propósito de reglamentar el uso de *Twitter* en **teleSUR** se establecen los principios y normas de su uso institucional:

II. PRINCIPIOS

1. Todo mensaje publicado a través de esta red social tendrá en cuenta el ***Manual de Valores Periodísticos de teleSUR***, que sirve como guía editorial para todas las dependencias del canal y que debe emplearse como referencia principal para las definiciones periodísticas u otro contenido, siempre sujetas a la misión de **teleSUR**.
2. Toda noticia e información socializada a través de *twitter* debe apuntar hacia la información, educación y promoción de los valores de los pueblos y países del Sur y del Caribe y compromiso por la integración latinoamericana.

3. Todos los *updates* que se socialicen, (difundan) a través de cuentas de **teleSUR**, vinculados a la noticia e información de **teleSUR**, deben fundamentarse en los valores de la: veracidad, rigurosidad, transparencia y honestidad.

III. CUENTAS DE TELESUR EN TWITTER:

teleSUR establece la siguiente categorización de cuentas institucionales en *Twitter*:

1. Cuenta principal **@teleSURtv**
2. Cuenta **@prensatelesur**
3. Cuentas por corresponsalias
4. Cuentas por programas informativos
5. Cuenta por presentadores y personal imagen del canal
6. Cuenta de Programación
7. Cuenta de Comunicaciones Integradas
8. Cuenta de distribución

IV. INSTRUMENTACIÓN DE LAS CUENTAS INSTITUCIONALES.

Con la finalidad de aprovechar el impacto de la red, se instrumenta el uso de las cuentas institucionales de **teleSUR** de la siguiente manera:

1. Cuenta principal **@teleSURtv**

- a) A través de esta cuenta matriz, bajo la administración de la Dirección Multimedia de **teleSUR**, se envían diariamente los contenidos noticiosos, promociones y anuncios de programación, anuncios de distribución, declaraciones y comunicados del **teleSUR**.
- b) La Dirección Multimedia manda vía *twitts*, con inmediatez y sistematicidad, todos los contenidos de la agenda informativa generada a través de la pantalla y del sitio en Internet de **teleSUR**; y reenvía los mensajes generados en las cuentas de programación, distribución, comunicaciones integradas;
- c) Todos los usuarios con el nombre de **teleSUR** asociado deben seguir a **@teleSURtv**.
- d) Desde **@teleSURtv** se sigue sólo a quienes tengan una cuenta en *Twitter* con el nombre de **teleSUR** asociado. Esto a fines de reforzar el posicionamiento de la cuenta marca **teleSUR**.

2. Cuenta **@prensatelesur**

@prensatelesur es solamente para seguir las cuentas de interés político o informativo. No se hace *twitter* de ninguna información.

3. Cuenta por corresponsalias

- a) Todos los corresponsales de **teleSUR** disponen de una cuenta en *Twitter*.
- b) Las cuentas tienen el nombre de **teleSUR** y el país.
- c) A través de sus cuentas los corresponsales de **teleSUR** podrán enviar mensajes relacionados con hechos asociados de la cobertura del día o informaciones de interés que se generen en su país.
- d) Los corresponsales pueden también enviar vía *Twitter* fotos y vídeos de las coberturas, identificando siempre el archivo adjunto con el nombre de **teleSUR** , mencionando si es una exclusiva y haciendo una corta referencia al tema, a fin de generar interés en los usuarios de **teleSUR**.
- e) En el caso donde exista más de un corresponsal por país se usa la misma cuenta.

4. Cuenta por Programas Informativos

- a) Todos los programas informativos de **teleSUR** disponen de una cuenta en *Twitter*.
- b) Las cuentas tienen el nombre del programa y logo de **teleSUR**.
- c) A través de las cuentas se distribuye contenido informativo generado exclusivamente desde el programa, promoción de su agenda temática y tips de las entrevistas en vivo o grabadas, avisos o anuncios vinculados al programa.

5. Cuenta presentadores y personal imagen de teleSUR

- a) Todos los presentadores y personal imagen del **teleSUR** disponen de una cuenta en *Twitter* a fin de generar cercanía y un sentido de identidad de nuestros usuarios con el medio.
- b) Cada una de estas cuentas lleva el nombre de pila y/o apellido del presentador, nombre y logo de **teleSUR**.
- c) A través de las cuentas se distribuye sólo contenido informativo de la agenda del canal y/o los espacios que presenta

6. Cuenta de programación

Desde la cuenta **@programasteleSUR** la Dirección de Programación de **teleSUR** realiza la promoción de los diferentes programas de la parrilla del canal, anuncia ajustes y cambios de horarios y encuestas; igualmente desde esa cuenta la Unidad de Investigación Social de **teleSUR** realiza las encuestas correspondientes.

7. Cuenta para Distribución, Comercialización y Mercadeo de TeleSUR

Desde la cuenta **@alcanceteleSUR** la Dirección de Distribución y Comercialización de **teleSUR** socializa información de nuevos acuerdos o convenios; nuevos cableros que incorporan la señal de **teleSUR**; información de interrupción de la señal y otras específicas a su trabajo. Asimismo, desde esta cuenta se realizará la distribución de los comunicados y anuncios de **TeleSUR** y la promoción de artículos de prensa y eventos relacionados con el canal.

V. NORMAS GENERALES DE USO

1. La Dirección Multimedia de **teleSUR** crea y administra todas las cuentas que tengan el nombre de **teleSUR** asociado y maneja los usuarios con las claves que se cambian solo en casos necesarios y de manera justificada. Las claves no pueden ser modificadas a fin de evitar el uso del *Twitter* fuera de estas normas.

2. Las claves de las cuentas deben mantenerse con rigurosa confidencialidad y reserva.

3. Únicamente se debe de socializar sobre contenidos periodísticos divulgados por **teleSUR**, nunca sobre opiniones personales o juicios de valor.

4. Desde las cuentas de **teleSUR** se sigue a quienes tengan una cuenta en *twitter* con el nombre de **teleSUR** asociado y cuentas de interés político o informativo. No se incluirán en esta lista a familiares ni amigos personales.

5. La imagen de perfil de todas las cuentas de **teleSUR** deberán estar identificadas en y/o relacionadas directamente con el logo de **teleSUR**.

6. “*hashtags*” o palabras claves

a) Desde la Dirección Multimedia y previo acuerdo con la Dirección General de Información se generarán los “*hashtags*”.

b) Los “*hashtags*” o palabras claves van precedidas del símbolo #., a fin de permitir aumentar el número de usuarios al facilitar la ubicación de los mensajes asociados con el “*hashtags*” o palabras clave.

c) En el caso de promoción y difusión del contenido de las exclusivas de **teleSUR** se usará el “*hashtags*” #Exclusiva **teleSUR**.

d) Para promocionar programas especiales (reportajes, documentales) se usará el “*hashtags*” #**teleSUR** y el nombre del documental programa, reportaje acompañado de una breve sinopsis.

7. Citas y Atribuciones

En el caso de las informaciones enviadas desde la cuenta principal **@teleSURtv** sobre transmisiones en vivo en **teleSUR**, se debe realizar la correspondiente y correcta atribución de la cita. El inadecuado empleo de las atribuciones desvirtúa la noticia o información al no identificar al emisor.

8. Reenviar *Twitts (Retweets)* de **teleSUR** y de terceros:

a) Todos los miembros de **teleSUR** pueden reenviar los mensajes que se generen desde las distintas cuentas con el nombre de **teleSUR** asociado, sobre todo los relacionados o vinculados a su área.

b) Únicamente desde **@teleSURtv** se reenvían *tweets (retweets)* de seguidos o seguidores, por interés político o informativo y solo deberán ser de carácter noticiosos

9. Respuesta a los usuarios (*Reply*)

a) Los responsables de manejar las cuentas de **teleSUR**, conscientes del impacto de este medio, deberán contestar o comentar en la medida de las posibilidades, todos los *tweets* recibidos que soliciten respuesta, a fin de generar cercanía, identidad, respeto y comunicación con los usuarios de **teleSUR**.

b) De ninguna forma se debe caer en provocaciones, altercados y agresiones que desde las redes sociales se realicen.

c) Los responsables de manejar una cuenta **teleSUR** asociada no polemizarán, agredarán, ofenderán ni asumirán ninguna postura ofensiva que pueda entenderse como la posición de **teleSUR**, frente a un hecho.

d) La política de responder a los seguidores sea vía mensaje directo, o mensaje público se rige bajo el criterio del respeto y la protección de la dignidad humana. Recordando que cualquier mensaje que se emita por esta red puede comprometer la imagen de **teleSUR**.

VI. RECOMENDACIONES GENERALES

- ✓ Cuidar la ortografía y la gramática.
- ✓ Utilizar los enlaces que se adjunten apropiadamente, es decir, verificar, que estos vinculen.
- ✓ Mantener actualizado diariamente el *twitter*. No se puede abandonar a la comunidad que te sigue. Aplicar los criterios de oportunidad, prudencia y pertinencia.
- ✓ Cuidar la capacidad de síntesis y jerarquización dadas las limitaciones en número de caracteres (140) que por mensaje permite *Twitter*.
- ✓ Evitar promoverse a sí mismo.

- ✓ Evitar la duplicación de mensajes. Se debe recordar que *twitter* tiene un número limitado de mensajes por hora, siendo estos la cantidad de 150 *tweets*, al superar esta cifra se desactiva automáticamente, la cuenta por al menos una hora, durante la que no se podrá enviar mensaje alguno.
- ✓ No saturar con mensajes, usar el *twitter* con moderación y con visión estratégica, buscando influenciar, impactar, crear expectativas y promover la marca **teleSUR**.

VII. REGIMEN SANCIONATORIO

1. El incumplimiento de las normas establecidas en el presente instructivo, será tomado cuenta para las evaluaciones de desempeño individual que realice la empresa.
2. El uso de las cuentas *twitter* contrario a las normas establecidas podrá ser sancionado según lo establecido en las **Normas de Ética de los Trabajadores de teleSUR** y a lo establecido en la **Ley Orgánica del Trabajo**, su Reglamento, la Ley contra los delitos Informáticos y demás Leyes aplicables.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Follower– Seguidor, persona que está suscrito mediante *Twitter* al *Twitter* de otro.

Following– Seguimos a... si hemos dado a “*following*” de alguien, entonces les estamos siguiendo.

Tweet– (tuit, tuiteo, twitt) Cada uno de los mensajes de hasta 140 caracteres que escribimos en nuestros twitters. Twitters o Twitteros –(tuiteros) Fanáticos o usuarios normales de *Twitter*.

Twitter –(tuitier) Llamamos *Twitter* al servicio *Twitter*, e incluso ahora ha quedado la marca para cualquier servicio similar a *Twitter* (por ejemplo, podríamos decir que Jaiku es el ‘*twitter*’ propiedad de *Google*). También decimos “el *twitter* de” refiriéndonos a la página de *twitter* de esa persona, dentro del servicio *Twitter*.

@replies/ mentions (menciones)– forma de llamar a otro usuario, de forma que le aparece en su pestaña de replies si lo ha configurado así (es opcional). Para ello, hay que poner el símbolo arroba (@) delante del nombre de usuario, por ejemplo: @alberto

Favoritos– Al final de cada *tweet* tenemos una estrellita blanca, si le damos, se meterá en Favoritos la entrada, para quitarlo, lo mismo.

From web / Twitter Tools / TwitterFeed- aquí figura el sitio desde donde se ha enviado el *Tweet* al *Twitter*. Normalmente son por *web*, tanto cuando estamos logueados en el sistema de

una u otra forma. Si pone algo diferente, normalmente es que hemos utilizado para crear un *Tweet* un servicio externo.

IM– Acrónimo de Instant Messaging, es decir, mensajería instantánea como el [Messenger](#) y similares.

in reply to– si contestamos a alguien poniendo @alguien en nuestro *twitter*, aparece al final del mensaje: “in reply to @alguien”, donde @alguien es alguien.

Jaiku– clon de Twitter mejorado, propiedad de Google, aunque han dejado de prestarle servicio oficialmente y han liberado el código fuente.

Nudge– Es un aviso automático a tu e-mail recordándote que no has escrito nada (opcional).

Phone– Cuando habla de él, es porque con *Twitter* podemos habilitar nuestro teléfono móvil para recibir tweets diversos y private messages (disponible sólo en ciertos países).

Pestaña Archive– Es un historial de todos nuestros tweets.

Direct Message / Private Messages / DM– Con Twitter puedes enviar mensajes privados a tus “followers”.

CumpleTwitter– Cuando un usuario de Twitter cumple un año en Twitter.

RT / RTW / ReTweet– Es como un fw: en el correo electrónico, reenviar un tweet de otra persona, normalmente se pone RT/RTW y el twitter del usuario.

Twittulares– Dícese de aquel titular de noticia que se publica generalmente como adelanto o preferencia, y muchas veces exclusivamente en el *Twitter* de quien ponga el twittular.

Twittxclusiva– Dícese de aquella noticia que se ofrece en exclusiva en el *Twitter* de la empresa o persona que la ofrezca.