

LINEAMIENTOS

Desde la Oficina de Comunicaciones se realiza este documento con el propósito de brindar a la comunidad institucional un manual de estilo con recomendaciones y lineamientos que se deben tener en cuenta para la presencia de la institución en redes sociales.

Las redes sociales son herramientas que facilitan la comunicación bidireccional, de gran impacto para la institución y su reputación profesional, es por esto que lineamientos de uso ayudan a aclarar las mejores prácticas, optimizan la comunicación y contribuyen a el posicionamiento de la marca en medios digitales.

Social media está definido como plataformas de comunicación donde el contenido es creado por los usuarios por medio del uso de tecnologías de la web que facilitan la edición, publicación e intercambio de información, algunos ejemplos incluyen: LinkedIn, Twitter, Facebook, YouTube, Google+, entre otras.

En ambos escenarios, tanto personales como profesionales, los funcionarios deben seguir los mismos estándares de comportamiento online y este manual de estilo se constituye

como una herramienta para la personalización de la comunicación entre la institución y la comunidad institucional, en el que se encontraran las recomendaciones para hacer un uso adecuado del lenguaje y la imagen institucional.

OBJETIVOS

Dentro de los objetivos de la presencia de la institución en redes sociales se encuentran:

- Divulgar información de carácter noticioso que haga referencia a temas académicos y culturales
- Promover los servicios y conocimiento académico de la institución
- Brindar soporte de manera informativa a los usuarios de las redes sociales
- Visibilizar la institución a nivel mundial a través de los medios digitales

SECCIÓN 1: LINEAMIENTOS DE USO PARA TODAS LAS REDES SOCIALES INCLUYENDO SITIOS PERSONALES

- **Proteja la información confidencial:** No publique información confidencial sobre la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, sus estudiantes, docentes, funcionarios o egresados.

LINEAMIENTOS SOCIAL MEDIA OFCOM



- **Respete los derechos de autor y el uso justo de citas:** Cuando publique, tenga en cuenta los derechos de autor y propiedad intelectual la institución y de otros autores o entidades.
- **No use la imagen institucional sin previa autorización de la Oficina de Comunicaciones:** Ninguna persona o entidad esta autorizada para hacer uso de la imagen institucional, iconos y fotografías en sitios personales o de otra institución. En caso de requerirlo se debe contar con una autorización y solo en caso de ser compartida esa información debe contar con el vinculo directo de las redes sociales oficiales.
- **Términos de servicio:** Cumpla los términos de servicio de cualquier plataforma social que utilice.

SECCIÓN 3: MEJORES PRÁCTICAS

Esta sección aplica para las facultades, institutos, departamentos u oficinas que publique en redes sociales.

- **Piense antes de publicar:** La privacidad no existe en las redes sociales, siempre considere que hace parte de la institución y lo que usted publique podrá percibirse como parte de ella, representa un impacto tanto para usted como usuario como para la institución. Los buscadores almacenan publicaciones hasta después de muchos años de publicadas, y estos comentarios pueden ser copiados y utilizados por cualquiera. Así que si usted publica algo que no diría en una conferencia, a sus pares o a los medios, considere si es pertinente publicarlo.
- **Procure siempre por la exactitud:** Compruebe los hechos antes de publicarlos en redes sociales, revise su contenido de forma gramatical y evite errores de ortografía. Esto es especialmente importante si está publicando en nombre de la institución desde cualquier área.
- **Sea respetuoso:** Comprenda que el contenido publicado en un sitio social puede promover los comentarios y la discusión de ideas opuestas. Las respuestas deben ser consideradas de forma cuidadosa, sabiendo que es la voz de la institución la que está en juego.
- **Recuerde su audiencia:** tenga en cuenta que la presencia en el mundo del social media puede fácilmente estar disponible al público en general, esto incluye aspirantes, estudiantes, funcionarios, colegas y pares. Considere estos factores antes de publicar para asegurar que su publicación no excluya, maltrate o provoque a ninguno de estos grupos.
- **En websites o perfiles personales:** Identifique sus opiniones como propias. Si usted se identifica como miembro de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, debe quedar claro que las opiniones expresadas no son necesariamente las mismas de la institución.

LINEAMIENTOS SOCIAL MEDIA OFCOM



- **Fotografía:** Las fotografías deben ser de autoría propia, no debe ser bajadas de los buscadores de internet. El archivo fotográfico de la Oficina de Comunicaciones hace parte de la propiedad intelectual de la institución, por lo tanto su uso debe ser autorizado.

SECCIÓN 3: SOCIAL MEDIA INSTITUCIONAL

- **Notifique a la institución:** Las facultades, institutos, departamentos u oficinas de la institución que tienen páginas en redes sociales o que quieran iniciar una deben contactar a la Oficina de Comunicaciones. Para esto debe tener en cuenta la Sección 4: Cuentas Institucionales en Redes Sociales.
- **Reconozca su papel en las publicaciones:** Si usted está representando posturas de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, reconozca esto públicamente.
- **Elabore un plan:** Las facultades, institutos, departamentos u oficinas deben planear una estrategia para considerar la naturaleza de los mensajes, tipos de audiencia y objetivos, para mantener la información en redes sociales actualizada. La Oficina de Comunicaciones puede asesorarlo y apoyarlo con el desarrollo de este plan estratégico.
- **Vincule sus publicaciones a fuentes oficiales:** Siempre que sea posible, incluya vínculos que dirija al público a sitios oficiales de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, como el sitio oficial, sus blogs o diferentes publicaciones en redes sociales.
- **Sea breve:** Lo ideal es que los textos de sus publicaciones sean breves y que estén vinculados al contenido principal, incluyendo la URL de su fuente.
- **Proteja la voz Institucional:** Las publicaciones en redes sociales deben proteger la voz institucional, manteniéndose en un tono profesional. Ninguna unidad de la institución debe constituir su sitio en redes sociales representando a la Fundación Universitaria Konrad Lorenz como un todo. La Oficina de Comunicaciones realizará la imagen a publicar en el perfil, la portada y fondo que se vaya a emplear para las cuentas nuevas, esto con el fin de generar un buen uso de la imagen institucional al interior y exterior de la misma.
- **Use solo cuentas autorizadas:** Las cuentas para redes sociales deben ser creadas con el correo electrónico institucional, bajo el dominio @konradlorenz.edu.co
- **Emplee un tono adecuado en la comunicación:** El tono al momento de comunicarse por medio de las redes debe ser cercano, cordial y formal. Se debe dar respuestas adecuadas a los usuarios de manera neutral sin que estas manifiesten una posición personal.
- **Tenga en cuenta el origen y calidad de los comentarios:** Los comentarios que se generen en la redes sociales no pueden contener publicidad o contenidos de otras entidades.

LINEAMIENTOS SOCIAL MEDIA OFCOM



- **Monitoree los contenidos negativos:** Los comentarios con información falsa, calumniosa, tipo spam o con lenguaje inapropiado pueden ser borrados, ya que esto afecta de manera negativa a la imagen institucional

SECCIÓN 4: CUENTAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES

¿USTED PERTENECE A UN ÁREA DE LA INSTITUCIÓN Y QUIERE CREAR SU PÁGINA EN FACEBOOK, GOOGLE+ Y/O CUENTA EN TWITTER INSTITUCIONALES? SIGA LOS SIGIENTES PASOS:

1. Comuníquese con la Oficina de Comunicaciones de la Fundación Universitaria

Konrad Lorenz: Puede hacerlo a través del correo institucional: comunicaciones@konradlorenz.edu.co, o a través de nuestra página oficial ofkom.edu.co

2. Haga requerimiento oficial con la información requerida:

- Nombre de la facultad, instituto, departamento u oficina.
- Nombres y apellidos completos del directamente responsable de la cuenta
- Redes sociales que desea administrar
- Nombre de la cuenta
- Breve resume acerca del objetivo que busca alcanzar con la creación de la cuenta
- Enlace de la cuenta si existe

Tenga en cuenta que debe asignar a una persona de su equipo quien será responsable de los contenidos publicados de su área, quien será capacitado por la Oficina de Comunicaciones y quien una vez capacitado será responsable de los contenidos publicados y del seguimiento que le hagan. En caso de no contar con una persona asignada la Oficina de Comunicación cuenta con la autoridad de detener el proceso.

3. Agendar capacitación con la Oficina de Comunicaciones: La persona asignada

deberá agendar una capacitación a través del correo: comunicaciones@konradlorenz.edu.co, o la página oficial ofkom.edu.co

En caso tal de no seguir el conducto regular para generar su participación en redes sociales, la Oficina de Comunicaciones tendrá autoridad para reportar su sitio web ante las autoridades digitales y gestionar el cierre de la misma.