

## LINEAMIENTOS SOCIAL MEDIA / 2024

Desde la Dirección de Crecimiento y Desarrollo y la Oficina de Comunicaciones, presentamos este documento como un manual de estilo destinado a la comunidad institucional. Su objetivo es ofrecer recomendaciones y lineamientos para la presencia de la institución y la marca en redes sociales.

Las redes sociales son herramientas que facilitan la comunicación bidireccional y tienen un gran impacto en la reputación profesional de la institución. Por ello, contar con lineamientos claros ayuda a establecer las mejores prácticas, optimizar la comunicación y contribuir al posicionamiento de la marca en medios digitales.

Se definen como "social media" un conjunto de plataformas y herramientas en línea que permiten la creación, intercambio y difusión de contenido generado por los usuarios. Estas plataformas facilitan la comunicación bidireccional y la interacción social, permitiendo a las personas compartir información, ideas y experiencias. Ejemplos comunes de redes sociales incluyen Instagram, Facebook, LinkedIn, X, TikTok y YouTube entre otros. Además, estas herramientas pueden ser utilizadas tanto para fines personales como profesionales, ofreciendo oportunidades de networking, marketing y construcción de comunidades.

En el entorno profesional, y en las redes personales de los colaboradores, cuando se refieran a la institución como una marca, deben adherirse a los mismos estándares de comportamiento en línea. Este manual de estilo actúa como una herramienta para consolidar la comunicación entre la institución y la comunidad, proporcionando recomendaciones sobre el uso adecuado del lenguaje y la imagen institucional.

### OBJETIVOS

Los objetivos de la presencia de la institución en redes sociales son fundamentales para su estrategia de comunicación y mercadeo. Estos incluyen:

- **Divulgación de información:** Compartir noticias sobre temas académicos, culturales, publicitarios, entre otros, que interesen a la comunidad y al público en general.

- **Promover los servicios y conocimientos académicos:** Destacar la oferta educativa y los logros de la institución, posicionándola como un referente en el ámbito académico.
- **Brindar soporte informativo:** Ofrecer asistencia a los usuarios en las redes sociales, respondiendo a consultas y proporcionando información útil de manera oportuna generando así, un canal de servicio a través de las redes institucionales.
- **Generar visibilidad global:** Utilizar las plataformas digitales para dar a conocer la institución a nivel internacional, fortaleciendo su presencia y reputación en el entorno global.
- **Fomentar la participación y el engagement:** Crear un espacio para que la comunidad institucional comparta sus experiencias y opiniones, fomentando una cultura de participación activa.
- **Monitorear tendencias y feedback:** Estar atentos a las tendencias del sector y a las opiniones de la audiencia, utilizando esta información para ajustar estrategias y fortalecer el desarrollo de las comunicaciones.

## SECCIÓN 1:

### LINEAMIENTOS DE USO PARA TODAS LAS REDES SOCIALES

- **Proteja la información confidencial:** Evite publicar información sensible sobre la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, así como datos personales de estudiantes, docentes, funcionarios o graduados. Recuerde el uso correcto de los datos y la confidencialidad de los mismos, esto es esencial para mantener la confianza de nuestra comunidad.
- **Respete los derechos de autor y el uso justo de citas:** Al compartir contenido, asegúrese de respetar los derechos de autor y la propiedad intelectual, tanto de la institución como de otros autores. Siempre dé crédito a las fuentes y utilice material autorizado para evitar problemas legales.

- **No utilice la imagen institucional sin autorización:** La imagen institucional, incluidos logotipos, iconos, fotografías, videos, no debe ser utilizada sin el consentimiento previo de la Dirección de Crecimiento y Desarrollo y la Oficina de Comunicaciones. Si necesita utilizar estos recursos, solicite el aval correspondiente y asegúrese de incluir un enlace a las redes sociales oficiales de la institución, esto permitirá salvaguardar el derecho y uso de las mismas.
- **Cumpla con los términos de servicio:** Asegúrese de seguir los términos y condiciones de servicio de cada una de las redes sociales. El incumplimiento de estas políticas puede resultar en la suspensión o eliminación de las cuentas y daño reputacional para la institución.
- **Fomente un ambiente respetuoso y profesional:** Al interactuar en redes sociales, mantenga un tono respetuoso y profesional en todas las publicaciones y comentarios. Esto contribuye a una imagen positiva de la institución y de la comunidad.
- **Tenga en cuenta a la audiencia:** Recuerde que el contenido que publica puede ser visto por un público amplio. Evalúe cómo sus publicaciones pueden ser interpretadas y asegúrese de que reflejen los valores y la misión de la institución.
- **Monitorea y responde adecuadamente:** Esté al tanto de los comentarios y mensajes que reciba. Responder de manera oportuna y profesional a las consultas y feedback, esto ayudará a mejorar la percepción de la institución y fomentar una comunicación abierta y bidireccional.

## SECCIÓN 2: MEJORES PRÁCTICAS

Esta sección se aplica a facultades, institutos, departamentos, direcciones y oficinas que publican en redes sociales.

- **Analice y realice curaduría del contenido antes de publicar:** Todo lo que publique puede ser interpretado como una representación suya y de la institución y puede tener un impacto duradero tanto para usted como para la organización. Los motores de búsqueda pueden almacenar publicaciones durante años, y su contenido puede ser reutilizado por otros. Si no se siente cómodo, no tiene las autorizaciones requeridas, y no cumple con los parámetros mencionados anteriormente, evite publicar.

- **Procure siempre la exactitud:** Verifique los hechos antes de publicar, asegúrese de que su contenido sea gramaticalmente correcto y libre de errores ortográficos. Esto es crucial, especialmente al representar a la institución en cualquier área.
- **Sea respetuoso:** Entienda que el contenido en redes sociales puede generar comentarios y discusiones sobre ideas divergentes. Responda con consideración, recordando que está expresando la voz de la institución y que cada interacción cuenta.
- **Recuerde a su audiencia:** Tenga en cuenta que su contenido es accesible al público en general, incluidos aspirantes, estudiantes, funcionarios, colegas y pares. Antes de publicar, asegúrese de que su mensaje no excluya, menosprecie u ofenda a ninguno de estos grupos.
- **Websites, blogs o redes personales:** En sus perfiles personales, haga clara la distinción entre sus opiniones y las de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Si se identifica como miembro de la institución, indique que lo expresado son sus opiniones personales y no reflejan necesariamente la postura institucional.
- **Uso de fotografías:** Asegúrese de que las imágenes sean de su autoría o cuente con el permiso adecuado. Las fotografías del archivo de la Oficina de Comunicaciones son propiedad intelectual de la institución y requieren autorización para su uso. Evite descargar imágenes de Internet sin permiso, ya que esto puede infringir derechos de autor.
- **Creación de logotipos o marcas institucionales:** No se permite la creación o modificación del logo institucional o logos anteriormente construidos, si necesita creación, modificación o actualización solicite el apoyo de la Oficina de Comunicaciones para garantizar el cumplimiento del manual de imagen institucional.
- **Fomente la interacción positiva:** Anímese a crear contenido que invite a la participación y al diálogo constructivo. Responda a los comentarios de manera proactiva y agradezca a quienes interactúan con sus publicaciones.
- **Mantenga una comunicación coherente:** Asegúrese de que el tono y el estilo de sus publicaciones sean consistentes con la identidad institucional. Esto ayuda a construir una imagen sólida y reconocible en las redes sociales.

- **Inteligencia Artificial:** Si utiliza IA para la creación y generación de contenido, haga uso responsable de las herramientas y/o la declaración de uso de IA.

## SECCIÓN 3: SOCIAL MEDIA INSTITUCIONAL

### 1. Notifique a la institución:

Las facultades, institutos, departamentos u oficinas de la Fundación Universitaria Konrad Lorenz que cuenten con páginas previamente autorizadas en redes sociales o deseen establecer nuevas cuentas deben ponerse en contacto con la Oficina de Comunicaciones. Es fundamental revisar la **Sección 4: Cuentas Institucionales en Redes Sociales Autorizadas**, de este documento, para asegurar el cumplimiento de las normativas establecidas.

### 2. Reconozca su papel en las publicaciones:

Al representar a la Fundación Universitaria Konrad Lorenz, es importante que se identifique claramente como parte de la institución en todas las publicaciones. Esto no solo aporta credibilidad, sino que también fortalece la imagen institucional.

### 3. Elabore un plan estratégico:

Las unidades deben desarrollar una estrategia de comunicación que contemple la naturaleza de los mensajes, el público, los objetivos específicos que desean alcanzar. La Oficina de Comunicaciones está disponible para asesorar en la creación de este plan, asegurando que se alineen con la necesidad, la misión y la visión institucional.

### 4. Vincule sus publicaciones a fuentes oficiales:

Asegúrese de incluir enlaces que dirijan a la audiencia hacia los sitios oficiales de la Konrad Lorenz, como el sitio web institucional, blogs relevantes o publicaciones autorizadas en redes sociales. Esto ayudará a validar la información y a dirigir el tráfico hacia fuentes confiables.

### 5. Sea breve y conciso:

Las publicaciones deben ser directas y claras. Idealmente, el contenido debe ser breve y pertinente, incluyendo siempre la URL de la fuente original para facilitar el acceso a más información.

**6. Proteja la voz institucional:**

Mantenga un tono profesional en todas las publicaciones. Ninguna unidad debe operar como un ente independiente en redes sociales que represente a la Fundación. Frente al diseño y look and feel de la misma, debe mantener al tanto a la Oficina de Comunicaciones quien es la unidad responsable de la creación de la imagen de perfil, portada, fondo y paleta de color, para garantizar una presentación uniforme y coherente frente al manual de marca institucional.

**7. Use solo cuentas autorizadas:**

Las cuentas de redes sociales previamente autorizadas, deben ser creadas con correos electrónicos institucionales, bajo el dominio @konradlorenz.edu.co. Esto asegura la autenticidad y seguridad de las comunicaciones. Recuerde que ninguna cuenta puede ser creada sin el aval de la Dirección de Crecimiento y Desarrollo y La Oficina de Comunicaciones.

**8. Emplee un tono adecuado en la comunicación:**

El tono de las interacciones en redes sociales debe ser cercano y cordial, pero también formal. Es crucial responder a los usuarios de manera neutral y evitar que las respuestas reflejen opiniones personales.

**9. Tenga en cuenta el origen y calidad de los comentarios:**

Los comentarios en las redes sociales deben ser monitoreados. Evite permitir publicidad no solicitada o contenido de otras entidades, ya que esto puede desvirtuar la imagen de la institución.

**10. Monitoree los contenidos negativos:**

Esté atento a los comentarios que contengan información falsa, calumniosa, spam o lenguaje inapropiado. Estos pueden ser eliminados para proteger la reputación institucional y asegurar un entorno de comunicación apropiado.

## SECCIÓN 4: CUENTAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES AUTORIZADAS

La institución ha realizado un esfuerzo significativo para unificar y consolidar sus Redes Sociales Oficiales, con el objetivo de fortalecer la identidad institucional, mejorar el posicionamiento de la marca y optimizar la comunicación con la comunidad konradista y el público en general.

Los canales oficiales, previamente aprobados por las Directivas Institucionales y coordinados con la Dirección de Crecimiento y Desarrollo y la Oficina de Comunicaciones, son las únicas cuentas autorizadas para representar a la institución en los medios digitales y de comunicación.

### **1. Comuníquese con la Oficina de Comunicaciones:**

Para iniciar el proceso, póngase en contacto con la Oficina de Comunicaciones a través del correo institucional: [comunicaciones@konradlorenz.edu.co](mailto:comunicaciones@konradlorenz.edu.co) o visitando nuestra página oficial [ofkom.edu.co](http://ofkom.edu.co).

### **2. Realice un requerimiento oficial con la información requerida:**

Para facilitar la creación de su cuenta, proporcione la siguiente información:

- **Nombre de la facultad, instituto, departamento u oficina.**
- **Nombre y apellidos completos del responsable directo de la cuenta.**
- **Redes sociales que desea administrar (Facebook, Instagram, etc.).**
- **Nombre propuesto para la cuenta.**
- **Objetivo que busca alcanzar con la creación de la cuenta.**

Una vez recibida la solicitud, será analizada por la Dirección de Crecimiento y Desarrollo y la Oficina de comunicaciones con el fin de ver la pertinencia y la viabilidad de la solicitud. Una vez atendida la solicitud, se dará respuesta y notificación de la misma.