



Universidad Autónoma
del Estado de México

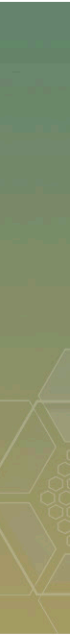
MANUAL DE REDES SOCIALES DE LA UAEMéx



Recomendaciones para la administración de redes institucionales



MANUAL DE REDES SOCIALES DE LA **UAEMéx**



Red social

1. f. Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de personas usuarias.

Contenido

Introducción.....	05
Objetivos.....	06
Público meta.....	06
Lineamientos generales.....	08
Recomendaciones de comunicación e imagen.....	10
Facebook.....	11
X.....	13
Instagram.....	15
TikTok.....	16
Anexo 1. Protocolo de comunicación para responder comentarios y mensajes.....	17



Introducción

En el contexto actual, las redes sociodigitales son el medio de comunicación más significativo y de mayor crecimiento de los últimos años. En la **Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx)** estas plataformas han consolidado la identidad universitaria, la participación y la comunicación bidireccional.

Desde febrero de 2010, la UAEMéx tiene presencia en Facebook y X (antes Twitter), posteriormente se abrieron cuentas en Instagram y TikTok.

Es fundamental destacar que son un medio institucional, por lo que cualquier comentario, publicación, seguimiento, mensaje y formato que se difunda por esta vía será considerado como una declaración oficial de la misma institución, en ese sentido, las cuentas institucionales no deben ser utilizadas como espacios personales.

En ellas, se comparten los logros de la comunidad y las actividades que se realizan diariamente en las áreas sustantivas de investigación, docencia, difusión de la cultura y extensión y vinculación, lo que fortalece el orgullo de pertenecer a esta casa de estudios.

La información de estas plataformas se brinda de acuerdo a las preferencias de las personas usuarias y a la funcionalidad de las mismas.

Nuestra institución genera contenidos audiovisuales dinámicos y amigables que reflejan el espíritu universitario y que tiene como protagonista a su comunidad. Su propósito es mostrar la vida universitaria, los logros alcanzados, así como dar a conocer los servicios, actividades artísticas, culturales, deportivas, de docencia e investigación que se ofrecen.

Objetivos:

- Fortalecer la difusión del quehacer institucional y la comunicación universitaria, a partir del uso organizado de las redes sociodigitales, de manera que sean un medio de información oficial y de referencia para los públicos meta y la comunidad en general.
- Establecer lineamientos básicos para que la presencia de la UAEMéx en redes sociodigitales sea homogénea en todos sus perfiles, incluyendo escuelas preparatorias, facultades, centros universitarios, unidades académicas profesionales y demás espacios universitarios.
- Orientar a quienes administran los perfiles institucionales en la creación y publicación de contenidos, para replicar una estrategia de comunicación eficiente de nuestra Máxima Casa de Estudios.

Público meta:

Nuestro público meta es, principalmente, la comunidad universitaria, conformada por estudiantes de nivel medio superior, nivel superior y posgrado; además de personal docente, administrativo y de investigación que labora en la UAEMéx, así como, aspirantes, padres de familia, otras instituciones y universidades, organizaciones civiles y ONG's, miembros del sector público y privado, medios de comunicación y sociedad en general.

De acuerdo a las características de cada red las personas usuarias pueden variar, por lo que nuestra presencia en cada una se determina por los hábitos que los usuarios tienen dentro de la misma.

Facebook

Público meta: personas de 25 a 60 años

Descripción: adultos jóvenes y adultos que se encuentran en la etapa de establecer sus carreras profesionales y pueden estar interesadas en productos o servicios relacionados con el trabajo, el estilo de vida o el acceso a información y noticias, así como contenidos audiovisuales que se comparten entre amistades y familiares.

Twitter

Público meta: personas de 25 a 45 años

Descripción: usuarios activos en línea que están interesados en noticias, tendencias y discusiones de actualidad e información en tiempo real.

Instagram

Público meta: personas de 18 a 35 años

Descripción: usuarios que comparten imágenes y videos de su vida diaria, interesados en la moda, el estilo de vida, la belleza y las experiencias visuales.



TikTok

Público meta: personas de 16 a 24 años

Descripción: usuarios jóvenes que disfrutan de crear y ver videos cortos de entretenimiento, desafíos y tendencias virales.

Lineamientos generales:

- Tener continuidad en las cuentas institucionales independientemente del cambio de administración.
- Reflejar la visión, misión y valores institucionales.
- Evitar usarlas como perfiles personales.
- Estar ligadas a una página o correo del espacio universitario.
- Incluir los usuarios, contraseñas y lista de administradores en el proceso de entrega recepción.
- Contar con un equipo que desempeñe los roles básicos como responsable general, community manager, diseñador gráfico y producción multimedia.
- Reportar en la plataforma y a la Dirección de General de Comunicación Universitaria cuando se detecten cuentas no oficiales que usen fraudulentamente el nombre y/o la imagen de la UAEMéx o de alguno de sus espacios académicos y administrativos.
- Definir y enviar por escrito a la Dirección General de Comunicación Universitaria (DGCU) la justificación de la creación de una nueva cuenta, nombre del responsable y una parrilla de contenido inicial.
- Finalizar los nombre de los perfiles con las siglas UAEMéx con la leyenda “perfil oficial”. Ejemplo: @IngenieríaUAEMéx. Si el nombre de usuario ya está en uso se pueden hacer variaciones con guion corto o guion largo. Ejemplos: @Ingeniería-UAEMéx, @Ingeniería_UAEMéx, etc.
- Evitar cambiar la foto de perfil continuamente para que los seguidores la identifiquen con facilidad.
- Ajustar la imagen de portada al Manual de Identidad Gráfica o a los requerimientos institucionales. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21526>
- Activar los mensajes directos y responder siempre, tanto los mensajes como los comentarios, de forma cordial, cercana y rápida. En caso de no poder brindar una respuesta a la pregunta, redirigir a la persona encargada (Anexo 1).
- Conocer a detalle la universidad, su comunidad educativa, su identidad, así como los programas y productos que se ofrecen.
- Evitar la recopilación y divulgación de datos personales y respetar en todo momento la Política de Protección de Datos Personales de la universidad.

- Hacer uso del hashtag institucional sin variaciones: **#SomosUAEMéx**  
- Contar con una descripción, dirección del espacio u oficina, datos de contacto y página web en cada red.
- Vincular las cuentas oficiales a los sitios web de cada organismo universitario.
- Interactuar con “me gusta” y seguir únicamente a cuentas institucionales y con contenidos afines a la UAEMéx.
- Redactar un texto que acompañe las publicaciones compartidas.
- Esperar que la información de los eventos donde participe el rector o integrantes del gabinete universitario se comparta en las redes del rector o de la universidad y, posteriormente, replicarla en sus espacios.
- Notificar antes de publicar información que pueda comprometer a la institución al correo: redessociales@uaemex.mx
- Etiquetar a las personas y/o páginas relacionadas con el tema en publicaciones propias, de esa forma se aumenta la visibilidad del mensaje y se genera tráfico en la red.
- Dar “me gusta” a los comentarios y publicaciones que etiqueten o mencionen positivamente a la universidad, espacios académicos y administrativos.
- Ser cuidadosos con las publicaciones externas con las que se interactúa.
- No entrar en debates o discusiones en nombre de la universidad.
- Evitar difundir y promocionar acciones y eventos que afecten la reputación de la institución o que no sean acordes con las políticas institucionales y de la comunidad universitaria.
- Eliminar cualquier tipo de publicidad de empresas o entidades externas a la universidad en publicaciones, comentarios o mensajes directos.
- Evitar difusión de propaganda política, así como la promoción personal de quienes desempeñen tareas directivas, académicas y/o administrativas

Recomendaciones de comunicación e imagen

- Utilizar lenguaje entendible y no agresivo.
- Comunicar de forma cercana y cordial para generar confianza entre las personas usuarias y aumentar la interacción.
- Usar lenguaje incluyente.
- Utilizar una redacción clara, precisa y concisa, respetando las reglas ortográficas.
- Respetar la propiedad intelectual y de derechos de autor.
- Publicar fotografías propias y de alta calidad. No usar fotos descargadas de internet.
- Evitar la publicación de fotografías o videos violentos y de menores de edad o bien difuminar sus rostros cuando sea necesario.
- Respetar los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Gráfica
<http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/21526>
- Contactar a la Dirección de Imagen Institucional con anticipación para asesoría de gráficos y/o artes al correo: asesoriaimagenuaem@gmail.com
- Valorar las áreas que, por su naturaleza, no requieran presencia en redes sociodigitales.

Facebook

Lineamientos generales

- Las cuentas deben ser Fan page o páginas (no perfiles personales).
- Los espacios académicos que tengan varias páginas (difusión, control escolar y/o becas) deberán fusionarlas con la página principal.
- Publicar mínimo cinco contenidos a la semana y máximo cuatro al día. En el caso de los videos no rebasar los tres minutos.

Recomendaciones de comunicación

- Incluir el hashtag institucional **#SomosUAEMéx** 🍀🍀 al final del copy out de todas las publicaciones.
- Utilizar textos cortos.
- Incrementar la participación incluyendo una pregunta *Call to Action*, o “llamada a la acción”. Ej. ¿Quieres saber más sobre nuestros símbolos universitarios?
- En caso de incluir URL, debe aparecer en las primeras líneas y usar un acortador de enlaces como Bitly (<https://app.bitly.com/bbt2/>) o Hootsuite (<https://www.hootsuite.com/es/pages/owly>).
- Optimizar las publicaciones para dispositivos móviles: 70% de los seguidores verá primero la publicación en este medio.

Imágenes

Imagen de perfil: 180 x 180 px
(aunque se mostrará en 160 x 160 px)



Portada: 820 x 312 px



Publicaciones cuadradas: 1200 x 1200 px



Publicaciones horizontales: 1200 x 630 px

X (Antes Twitter)

Lineamientos generales

- Publicar mínimo un contenido y máximo cuatro al día.
- La duración permitida de los videos es de máximo 1 minuto 20 segundos

Recomendaciones de comunicación

- Utilizar textos cortos. Si es necesario, hacer uso de “hilos” (esta función sirve para dar continuidad a un tema o para el reporte en tiempo real de un evento).
- Si la información es extensa y no puede ajustarse al máximo de caracteres, se debe usar un acortador de enlace como Bitly (<https://app.bitly.com/bbt2/>) o Hootsuite (<https://www.hootsuite.com/es/pages/owly>).
- Se debe tomar en cuenta que esta red no permite hacer modificaciones de ningún tipo.
- Utilizar el hashtag institucional **#SomosUAEMéx**  
- Usar emoticones o imágenes.

Imágenes



Imagen de perfil: 400 x 400 px
(200 x 200 px) JPG, PNG o GIF
Peso máximo de 2 MB.



Imagen de cabecera: 1500 x 500 px (1024 x 280 px) JPG o PNG.
Peso máximo de 5 MB.



Para ilustrar un tuit: 1024 x 512 px. JPG, PGN o GIF.
Peso máximo 5 MB en JPG y 3 MB en GIF.



Anuncio: 800 x 418 px.

Instagram

Lineamientos generales

- Utilizar el hashtag institucional **#SomosUAEMéx** 🍀🍀
- Publicar un contenido (historia, reel, feed) al día.
- Para aumentar la interacción se sugiere que los reels no rebasen 1 minuto.

Recomendaciones de comunicación

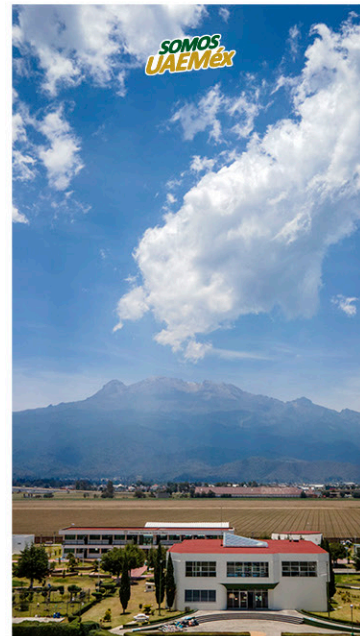
- Imágenes sin texto. Las postales por sí solas deben reflejar la vida universitaria.
- No publicar artes (imágenes de baja calidad y cargadas de texto, por ejemplo convocatorias).
- Debido a la naturaleza de la red, se recomienda privilegiar la publicación de fotografías, historias y videos cortos.
- Utilizar las herramientas que ofrece la red social (encuestas, preguntas, gifs) para interactuar con las audiencias.

Imágenes:

Imagen cuadrada: 1080 x 1080 px
aspecto 1:1.



Imagen vertical (reel o historia): 1080 x 1920 px
aspecto 9:16.



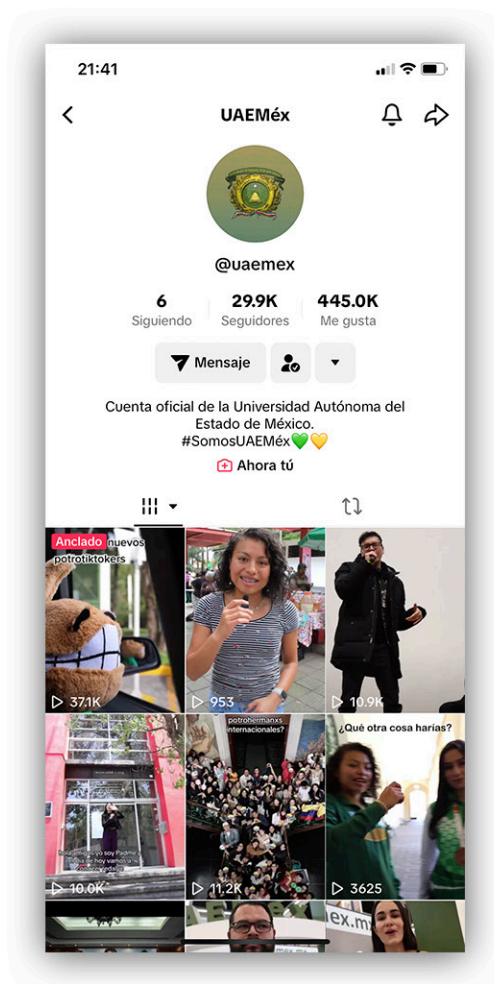
TikTok

Lineamientos generales

- Publicar un mínimo de tres videos a la semana.
- Utilizar el hashtag institucional **#SomosUAEMéx** 🍀🍀

Recomendaciones de comunicación

- Designar a uno o dos personas para presentar información.
- Evitar el uso del Kuako (mascota de la UAEMéx) en todos los videos.
- Producir videos cortos en formato vertical con temáticas acordes a la agenda universitaria.
- Utilizar canciones y audios en tendencia.
- No utilizar música con derechos de autor.
- Equilibrar videos de tendencia e informativos.



Anexo 1. Protocolo de comunicación para responder comentarios y mensajes

Intervención del usuario	Pregunta a plantearse	Cómo proceder
Comentario positivo	¿El comentario es útil para otras personas? ¿El comentario no es útil?	Responder y/o compartir Reaccionar
Comentario negativo o violento	¿Se trata de un comentario aislado? ¿Insiste el usuario en realizar intervenciones negativas? ¿Atenta contra los valores de la institución y es ofensivo o grosero? ¿Otros usuarios se han quejado del comentario o del usuario?	Ignorar y considerar ocultar Ignorar y considerar ocultar Informar y bloquear Informar y bloquear
Pregunta	¿Se tiene respuesta? ¿Se puede averiguar la respuesta? No se tiene	Responder a la brevedad Buscar la respuesta y transmitir la información Direccionar con el área correspondiente
Humorística	¿El comentario es positivo y potencialmente divertido, interesante o lúcido? ¿El comentario es negativo?	Reaccionar Ignorar
Equivocada o incorrecta	¿Se tiene la información correcta? ¿Puede encontrar la información correcta? No hay certeza	Responder con la información Buscar la respuesta y responder Direccionar con el área correspondiente
Abusiva		Informar a la DCGU / bloquear
Spam		Informar a la DCGU / bloquear



Universidad Autónoma
del Estado de México



Dirección General de Comunicación Universitaria

Departamento de Redes Sociales

Edificio UAEMITAS 8° piso, Leona Vicario 201,
Barrio de Santa Clara, Toluca, Estado de México, C.P. 50090.