



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ZARAGOZA**



LINEAMIENTOS PARA EL USO DE REDES SOCIALES

**APROBADOS POR EL H. CONSEJO TÉCNICO EN LA SESIÓN ORDINARIA DEL
20 DE ABRIL DEL 2022
ACUERDO No. 22/04-SO/3.3**

Los presentes lineamientos tienen un carácter de cumplimiento general y está dirigido a las áreas y carreras que son parte de la FES Zaragoza. Están dirigidos a las personas que son responsables de redes sociales.

El objetivo de los lineamientos es el de establecer criterios para la apertura, administración y cierre de las redes sociales que sean consideradas institucionales, a fin de que su manejo sea en base a los principios y valores que guía a la Institución.

APERTURA Y BAJA DE CUENTAS

- I. Las redes sociales con que cuenta la FES Zaragoza están centralizadas y son las únicas consideradas como representativas de toda la Institución.
- II. Las diferentes instancias de la FES Zaragoza, pueden contar con cuentas propias en redes sociales, para difundir eventos relacionados con su actividad particular.
- III. Para ser reconocidas como cuentas institucionales por parte de la FES Zaragoza, es necesario:
 - a. Notificar a la Coordinación de Comunicación Institucional (CCI), la existencia o creación de esta, mediante el formato indicado en el Anexo I “Registro de redes sociales”.
 - b. El correo indicado en el Anexo I y asociado a las cuentas de redes sociales generadas debe ser de carácter y fines institucionales, nunca personales. De ser necesario, se solicitará a la CCI, la creación del correo correspondiente.
- IV. En caso de dar de baja la red social se deberá notificar al CCI.
- V. Debe de evitarse la apertura de redes sociales relacionadas con eventos de breve duración. En ese caso, la dinámica de difusión será dirigida por la cuenta institucional principal.

RESPONSABLES DE LAS CUENTAS

- VI. Dado que estas plataformas digitales se convierten en un canal oficial de la Universidad, es necesario que cada instancia asigne a un administrador de redes sociales para el manejo y gestión de estas.
- VII. El Administrador debe de ser una persona contratada por la Institución y aceptar y firmar el formato de “Resguardo de presencia digital en sitios de redes sociales”. Ver Anexo II.
- VIII. Cada responsable designado deberá monitorear el manejo de la información y/o contenidos que publiquen para su difusión y de no infracción a derechos de propiedad intelectual.
- IX. El Administrador puede contar con personas que le ayuden a gestionar el contenido de las redes sociales, pero ello no será en detrimento de su responsabilidad como Administrador.

CONTENIDOS

- I. Es importante construir una descripción simple y colocarla en la descripción de la página.
- II. Con el fin de evitar posibles violaciones a convenios y contratos celebrados entre la UNAM y terceros, revisar que la información a publicar no sea de carácter confidencial.
- III. Los contenidos a publicar en las redes sociales institucionales de la UNAM deben atender los siguientes criterios:

- Generar contenidos de calidad, actuales y verídicos.
- Evitar la publicación de material incompleto.
- Cuidar la reputación a través del manejo adecuado de la información.
- La información publicada deberá estar validada por el titular de la instancia o responsable del área.
- Identificar temas que requieran un manejo especial, dado que puede generar controversia con algún grupo de la sociedad debido a que su temática trasgreda principios, éticos, políticos, religiosos, entre otros, y considerar en su caso la pertinencia de su publicación.
- No involucrará personajes o temas polémicos.
- Evitar mensajes posibles a descontextualizar.
- Evitar manifestaciones de temas políticos, religiosos y sexuales.
- Evitar en los mensajes cualquier alusión discriminatoria o agresiva.
- Evitar mensajes negativos.
- Cuidar los derechos de autor y reproducción de los mensajes.
- Cuidar la calidad de gráficos, videos, imágenes y fotografías, entre otros.
- Dar crédito de las imágenes que se utilizan y, en caso de generar imágenes propias, se sugiere utilizar una firma.
- Podrán publicarse vínculos o información sobre instancias ajenas a la dependencia únicamente si la información se vincula directamente con los fines, objetivos y programas institucionales.

SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

De las cuentas

- I. Es importante que el área responsable tenga conocimiento de las herramientas que se utilizan, así como de las contraseñas asociadas.
- II. El titular del área responsable que administre las cuentas de redes sociales deberá tener un registro y seguimiento de todas las personas que tienen acceso a la administración, así como de aquellas a las que les sea revocado. Se recomienda realizar una revisión/actualización trimestral o si existe alguna rotación por parte del personal involucrado.
- III. Identificar posibles accesos y publicaciones no autorizadas tanto en las cuentas como en las aplicaciones que se utilizan, con la finalidad de emprender acciones de forma inmediata.
- IV. No vincular cuentas personales con las institucionales.
- V. No dejar sesiones abiertas en dispositivo o equipo de cómputo alguno.
- VI. Si se pierde el acceso a la cuenta notificar a la Coordinación de Comunicación Institucional.

Contraseña

- I. Toda cuenta se debe asociar a una contraseña robusta para evitar que sea vulnerada
- II. Se recomienda cambiar la contraseña periódicamente para mantener un mecanismo

- donde sólo el personal autorizado tenga acceso a ella, y documentar el cambio.
- III. Modificar la contraseña cada vez que se realicen cambios en el personal involucrado en el manejo de las redes sociales.
 - IV. Si se accede frecuentemente a las cuentas desde algún dispositivo móvil, se debe evitar guardar la contraseña de manera automática. En caso de que no se pueda configurar esta opción de autoguardado, es importante colocar un patrón de desbloqueo de acceso al dispositivo.
 - V. Si el dispositivo o equipo de cómputo con el que usualmente se accede a las cuentas de redes sociales se va a cambiar o transferir a personal distinto, es importante borrar el caché y contraseñas almacenadas en el(los) navegador(es).

Derechos de autor

- I. Especialmente en la generación de publicaciones, es importante apearse y apoyarse en la legislación y reglamentación aplicable, como la Ley Federal del Derecho de Autor y el Reglamento de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales para la Universidad Nacional Autónoma de México.
- II. Por tratarse de información que se publica en un medio digitalizado, se deberá tomar en consideración lo previsto en las Disposiciones Generales para la Actividad Editorial de nuestra Universidad.
- III. No deben publicarse o reproducirse imágenes, gráficos o contenidos que no estén autorizados o sean de dudosa procedencia.

Casos de crisis

- I. En caso de identificar una crisis grave, es necesario escalar la situación a su jefe superior y a la Coordinación de Comunicación Institucional. Además, se recomienda:
 - No ignorar el contenido del medio.
 - Cuidar la respuesta y la interacción que se genera, sobre todo en caso de crítica, queja, cuestionamiento o provocación.
 - Evitar caer en provocaciones con perfiles que buscan notoriedad a partir de situaciones negativas (trolls).
 - No intervenir directamente en las crisis a través de otras cuentas de redes sociales.
 - Eliminar o reportar (bloquear) en la red social inmediatamente a quien genere mensajes insistentes (spam), y avisar por mensaje directo el motivo por el cual se eliminan o bloquean de la red social.
 - Ampliar el horario del monitoreo ante situaciones especiales.

ANEXO 1

REGISTRO DE NUEVAS REDES SOCIALES

La dependencia que desee solicitar la creación de una subcuenta institucional en redes sociales Facultad de Estudios Superiores Zaragoza, deberá llenar y enviar por correo electrónico (comunicacion.institucional@zaragoza.unam.mx) el formato de registro que se detalla a continuación.

Tipo de red social:	
Nombre de usuario que se utilizará:	
Imagen (avatar, portada, fondo) Institucional.	
Objetivo de la cuenta:	
Qué tipo de publicaciones realizará en esa página:	
Nombre del solicitante:	
Nombre del responsable de la gestión de publicaciones dentro de la página:	
Correo institucional con el que se realizará la apertura de la cuenta:	Teléfono(s):
Nombre del jefe inmediato:	

ANEXO 2

RESGUARDO DE PRESENCIA DIGITAL EN SITIOS DE REDES SOCIALES

- I. Las cuentas de la UNAM mantendrán un lenguaje respetuoso al publicar y dirigirse a sus seguidores.
- II. El tono de las publicaciones será impersonal y sólo en mensajes directos/privados y respuestas, se conteste en segunda persona “tú” o de “usted” según el interlocutor de quien se trate.
- III. Los temas que se aborden deberán tratarse desde una perspectiva institucional y no con carácter personal o privado.
- IV. Es responsabilidad de cada instancia responder a la pregunta de algún seguidor. En caso de que la respuesta no le competa directamente, deberá redirigirla a la cuenta institucional correspondiente.
- V. Los administradores de las redes sociales no responderán a los comentarios de los usuarios con insultos, descalificaciones o faltas de cortesía y respeto, aun cuando ellos lo hagan así.
- VI. En la administración de redes, es importante conocer a la comunidad de seguidores, con la finalidad de identificar áreas de oportunidad y llevar a cabo una mejora continua de la misma.
- VII. Es recomendable tener un horario definido de actividad en la cuenta. Se sugiere que la publicación de mensajes, reenvíos y respuestas se atiendan en el horario laboral de la UNAM.
- VIII. En caso de que se requiera un monitoreo especial, se establecerá un horario específico.
- IX. Las cuentas no deberán quedar desatendidas durante los periodos de asueto, por lo tanto, se deberán tomar las consideraciones necesarias para seguir con la actividad.
- X. Podrán publicarse vínculos o información de otras instancias de la UNAM siempre y cuando se cite a la fuente original.
- XI. Notificar a su jefe superior cualquier acontecimiento que se detecte en redes sociales, que se consideren un riesgo, amenaza o daño de la imagen o realidad universitaria.

Nombre y firma de enterado

Instancia a la que pertenece

México, CDMX, a ____ del _____ de 2022