

SISTEMA UNIVERSITARIO ANA G. MÉNDEZ
VICEPRESIDENCIA DE MERCADEO Y ASUNTOS ESTUDIANTILES

POLÍTICA DE REDES SOCIALES

Número de Política: 08-2020

Fecha de Efectividad: 9 de junio de 2020

| | | |
|---|--------------------|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Nueva | | |
| <input type="checkbox"/> Enmienda a Orden Ejecutiva No. _____ | con fecha de _____ | |
| <input type="checkbox"/> Enmienda a Política _____ | con fecha de _____ | |

Nota: Ninguna parte de este documento podrá ser prestada, copiada, reproducida o transmitida de ninguna forma o utilizada para propósitos diferentes a los propósitos para los cuales se creó, sin permiso por escrito del Sistema Universitario Ana G. Méndez (SUAGM).

I. INTRODUCCIÓN

El internet ha revolucionado todas las formas de comunicación, tanto personales como profesionales y las redes sociales son el enlace directo de intercambio de información de forma inmediata entre personas o entre una organización y sus públicos. En la Universidad Ana G. Méndez (UAGM) las redes sociales son una herramienta de comunicación inmediata y de interacción con nuestras diversas audiencias (estudiantes activos, prospectos, egresados, empleados administrativos, facultad, medios noticiosos y público en general).

Al igual que los medios tradicionales, el uso de las redes sociales en la UAGM tiene como objetivos principales informar y apoyar las gestiones de promoción, reclutamiento, matrícula, servicio al estudiante, cobertura noticiosa y proyección de la imagen institucional.

II. ALCANCE

Esta política aplica a empleados administrativos, profesores, de todos los recintos y localidades de la UAGM, organizaciones, asociaciones estudiantiles debidamente autorizadas por las Vicerrectorías de Asuntos Estudiantiles, empresas afiliadas, estaciones de televisión y radio, programación transmitida por internet, escuelas, programas, unidades afiliadas a, o que formen parte de la UAGM en Puerto Rico y en el exterior.

El término redes sociales se refiere a plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat, YouTube y otros medios de comunicación vía internet y emergentes en cualquier modalidad ya sea en web o como una aplicación.

III. DISPOSICIONES SOBRE CREACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LOS PERFILES OFICIALES DE LA UAGM EN REDES SOCIALES

1. La creación de cuentas oficiales de la UAGM en las redes sociales estará a cargo de la Vicepresidencia Asociada de Relaciones Públicas y Comunicación Digital (VPARP), adscrita a la Vicepresidencia de Mercadeo y Asuntos Estudiantiles (VPMAE). El propósito es asegurar consistencia en la proyección y protección de las marcas, los estilos de comunicación establecidos por la institución, así como mantener actualizado el inventario de propiedades de la UAGM en redes sociales.
2. Las cuentas oficiales identificadas con el logo de la UAGM en redes sociales son administradas por el equipo de relaciones públicas y en el caso del Recinto Online, están a cargo de la agencia externa o una persona designada por el rector.
3. Todas las cuentas oficiales deberán siempre estar enlazadas con la dirección de la UAGM en internet y correo electrónico institucional (xxx@uagm.edu). No se permitirá enlazar los perfiles oficiales en redes sociales a cuentas personales o a otras organizaciones externas a la institución.
4. En los recintos, además de la cuenta principal, solo se permitirán otras cuentas en redes sociales para: las escuelas académicas, asociaciones estudiantiles autorizadas por las Vicerrectorías de Asuntos Estudiantiles, centros de empleo, localidades, la Oficina Central de Deportes (Deportes UAGM) y proyectos especiales debidamente autorizados. (ver detalle en Anejo 2). Toda cuenta de redes sociales debe tener la aprobación de la VPARP. El director de cada localidad o decano (según aplique), tendrá la responsabilidad de la publicación, desarrollo de contenido, monitoreo, interacción, frecuencia de publicación y manejo (*up-keep*). Las asociaciones estudiantiles, deberán cumplir con los establecido en el Reglamento de Estudiantes de la UAGM.
5. Los responsables de la administración de una página oficial de la UAGM en redes sociales previamente creada, deben proveer acceso completo a la VPARP (yguadalupe@uagm.edu) y (ramatos@uagm.edu).
6. Las cuentas oficiales de los campus de la UAGM en Estados Unidos serán administradas por la agencia externa de publicidad o mercadeo digital, o en su lugar, por una persona designada por el rector del Recinto Online o el vicepresidente asociado de administración y operaciones de los campus en los Estados Unidos Continentales.
7. La cuenta de la Oficina Comercial de la UAGM en Colombia será administrada por una persona designada por el rector del Recinto Online.

8. Las cuentas existentes a la fecha de oficialización de esta Política serán evaluadas periódicamente por la VPARP, para considerar revisiones o el cierre de estas.
9. La VPARP podrá autorizar accesos de administrador o editor a un representante de la agencia de publicidad o mercadeo digital externa, con el propósito de comprar espacio, publicar, monitorear, analizar y medir la efectividad de las ejecuciones de campañas en medios digitales.
10. Los administradores de cuentas oficiales en redes sociales no están autorizados a realizar el trámite de compra o inversión para promoción y publicidad de la UAGM, sus recintos, localidades o escuelas académicas en redes sociales. Esta petición se hará a la VPARP y de ser aprobada, el supervisor de la oficina o escuela debe seguir los procedimientos establecidos por la VPMAE para estos trámites.
11. Las iniciativas de actividades especiales, como transmisiones en directo (por ejemplo, a través de Facebook Live) o videos, deben ser coordinadas previamente con la VPARP, de manera que se considere la disponibilidad de espacio en el calendario de publicación de contenido y las estrategias en curso de la UAGM en redes sociales. Las peticiones para la transmisión de eventos deben ser dirigidas al administrador de la página con copia a la Directora de Contenidos Multimediales.

IV. SOBRE LOS SITIOS WEB Y LAS REDES SOCIALES INSTITUCIONALES

Para efectos de esta Política, el contenido de la red social puede ser texto, fotografías, audios, animaciones o videos, al igual que comentarios, blogs y eventos.

El contenido para publicar en las cuentas institucionales de la UAGM y sus recintos debe estar relacionado a iniciativas y logros académicos, estudiantiles o deportivos, promoción de actividades institucionales, comunicados oficiales en situaciones de emergencia, reseñas noticiosas de eventos oficiales y estrategias de publicidad e imagen institucional.

El administrador de una cuenta oficial de la UAGM es responsable de asegurar el cumplimiento de las siguientes directrices:

1. Utilizar los logos y símbolos de la UAGM en la red social según establecido en la Política de Marcas y de acuerdo con el diseño aprobado por la VPARP.
2. Las fotos de perfil o *cover picture* de cada una de las páginas serán diseñados por la VPARP. No se permitirán alteraciones a los diseños suministrados, campañas o cualquier material publicitario, promoción, relaciones públicas, entre otros. Toda modificación a diseños gráficos debe ser solicitada a la VPARP.
3. No se utilizará el nombre de la UAGM, sus marcas y logos para promover un producto, servicio o causa de un tercero, externo a la institución, un partido o candidato político.

4. No se divulgará información que sea confidencial o de propiedad exclusiva de la UAGM, conforme definido en nuestras políticas. Para recibir mayor orientación sobre qué se establece como información confidencial, consulte la Política de Confidencialidad de la UAGM.
5. La UAGM se reserva el derecho a eliminar contenido publicado en sus redes sociales que sea difamatorio, obsceno, amenazante, o que es despectivo a cualquier grupo étnico, raza, religión o género, que incite a actividad ilegal o viole derechos de marcas y de autor, que contenga *spam*, *junk mail*, solicitudes no autorizadas, que viole cualquier ley local o federal, o que no esté alineado a la misión y políticas de la UAGM, sus recintos y localidades.

V. SOBRE LAS REDES SOCIALES PERSONALES

Los sitios web, los blogs (o web blogs) y las redes sociales son formas extendidas de autoexpresión en nuestra cultura. En este sentido, la UAGM respeta el uso de estos medios por parte de los empleados administrativos y profesores para propósitos personales en su tiempo libre. No obstante, se deben seguir las siguientes directrices cuando se refiere a la UAGM:

1. Lea cuidadosamente las normas establecidas en esta Política y en el Manual del Empleado de la UAGM.
2. Si usted se identifica en sus cuentas personales como un empleado de la UAGM en un sitio web, blog o a través de redes, informe a sus seguidores en dicho medio, que las opiniones expresadas por usted son exclusivamente personales y que no reflejan la opinión de la UAGM, sus directivos o empleados.
3. No se permite el uso del nombre de la institución (Universidad Ana G. Méndez) ni de sus siglas (UAGM) como parte del nombre del perfil de una cuenta personal.
4. No realice gestiones de trabajo o negocios confidenciales con un cliente o colaborador externo de la institución a través de su página personal en un medio social u otros.
5. Recuerde que todo lo que se publica en un medio masivo, generará reacciones, comentarios, respuestas y consecuencias. Si usted considera publicar algo que lo incomoda, incluso en lo más mínimo, revise las sugerencias anteriores. Si usted todavía no está seguro, y lo que va a publicar está relacionado con asuntos de la institución, no dude en consultar con la VPARP o con un representante de Recursos Humanos. Usted tiene la responsabilidad exclusiva de lo que publique en su blog o en cualquier plataforma de comunicación social.
6. No permita que los sitios web, los blogs o el uso de redes sociales afecten negativamente, desacrediten o interfieran con su trabajo o su compromiso con nuestra institución. Absténgase de utilizar las redes sociales o blogs personales durante el tiempo laboral, de

estudios o en equipos que la UAGM suministre, a menos que tal actividad esté relacionada con su trabajo y haya sido autorizada por su supervisor.

7. Nada de lo dispuesto en esta Política debe entenderse como que interfiere con el derecho de los empleados a comunicarse con sus compañeros de trabajo de cualquier manera que esté protegida por ley.

V. ACTUALIZACIÓN DE POLÍTICAS

La UAGM podrá modificar la Política de redes sociales cuando sea necesario. En dicho caso, se publicará la versión más reciente en el sitio en internet www.uagm.edu.

VI. ACCIONES DISCIPLINARIAS

La UAGM revisa periódicamente las redes sociales institucionales. Cualquier violación a esta Política por parte de un empleado administrativo o miembro de facultad, puede estar sujeto a una acción disciplinaria, según establecido en el Manual del Recurso Humano publicado por la Vicepresidencia de Recursos Humanos.

VII. VIGENCIA:

Esta Política será válida a partir del 9 de junio de 2020 y deroga cualquier política, regla o reglamento anterior que pueda existir en la UAGM con relación a las redes sociales.

ANEJO #1

GUÍA GENERAL SOBRE USO Y PUBLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES DE LA UAGM

1. La Vicepresidencia de Mercadeo y Asuntos Estudiantiles (VPMAE) es la unidad responsable del desarrollo de estrategias de mercadeo y relaciones públicas para redes sociales, medios digitales y tradicionales.
2. Para identificar las cuentas oficiales solo se autorizará como imagen el logo oficial de la UAGM o sus recintos y localidades, seguido del nombre de la escuela u oficina autorizada.
3. La Vicepresidencia Asociada de Relaciones Públicas y Comunicación Digital, adscrita a la VPMAE, podrá establecer un diseño uniforme que deberá ser utilizado como la imagen que identifica las cuentas oficiales de la UAGM (*cover image*), alineado a las estrategias de campañas de publicidad o imagen institucional que estén vigentes.
4. Los directivos y/o decanos a cargo de cuentas autorizadas en las redes sociales proveerán a la VPARP la información de acceso y contraseña. De igual forma, deberán proveer la información cada vez que se actualice o se realice un cambio en el perfil o acceso a la cuenta.
5. Con el propósito de mantener el control y la seguridad de la información, se debe designar un máximo de dos (2) empleados por oficina que tendrán la autorización y el acceso para publicar y monitorear las cuentas que le han sido autorizadas.
6. El uso de las cuentas en redes sociales debe ser para reforzar la identidad corporativa, apoyar las estrategias de reclutamiento, orientar a los estudiantes, difundir información de actividades, servicios, procesos, promoción de eventos, aviso de incidencias o situaciones de emergencia, noticias relacionadas a la UAGM y sus recintos o localidades, así como otras estrategias de publicidad o imagen institucional.
7. No se publicarán en las cuentas oficiales de la UAGM y sus instituciones información sobre ventas, productos o servicios ajenos a la institución, excepto en aquellos casos en que sea parte de un auspicio o una alianza y esté autorizado por la Vicepresidencia de Mercadeo y Asuntos Estudiantiles (VPMAE).
8. Los empleados que administran cuentas autorizadas serán responsables del desarrollo de contenido, de la veracidad de la información, corrección gramatical, publicación y mantenimiento de sus cuentas en redes sociales.

9. Los empleados no divulgarán o utilizarán información confidencial o propietaria de la UAGM, su facultad o estudiantes. Compartir este tipo de información, aún sin intención, puede constituir en acciones legales hacia el empleado o la UAGM.
10. El administrador o publicador de contenido debe asegurarse de que el texto sea corto, fácil de entender para todo tipo de público, con un lenguaje conciso y directo. Es importante considerar que el usuario actual ignora los textos largos y lenguaje complejo o técnico.
11. El estilo de redacción debe considerar los formatos y estándares establecidos para las diversas plataformas de redes sociales y para los distintos dispositivos móviles, donde el tiempo de atención del usuario tiende a ser breve.
12. En eventos o actividades presenciales que se grabarán o se transmitirán en directo, debe colocarse un aviso en algún área visible donde se lleve a cabo la actividad, para informar que se estarán tomando visuales y que los mismos pueden ser publicados en medios tradicionales y digitales.
13. Las imágenes de campañas de publicidad, promoción o relaciones públicas publicadas en las redes sociales deben tener el relevo de responsabilidad de las personas que aparecen en las mismas.
14. El administrador deberá asegurarse que posee la licencia de uso de imágenes que así lo requieran.
15. El administrador de cada cuenta debe asegurarse de cumplir con los requerimientos establecidos por las diferentes plataformas, tales como límites en el número máximo de caracteres, dimensiones de las imágenes, entre otros. Los criterios podrían variar en la medida en que las diferentes plataformas actualicen, añadan o eliminen funciones según evolucionan sus productos.
16. Asegúrese de validar la información y ser preciso al publicarla y, si comete un error, corríjalo rápidamente.
17. Cada administrador será responsable de mantener actualizada la información en la página oficial de la red social.
18. Para estrategias que contemplen el uso de etiquetas (*hashtags*) siempre debe incluir los que sean institucionales como #UAGM. Cuando el contenido lo amerite, se pueden crear otros alusivos a festividades, eventos, actividades de promoción, deportivas, campañas de publicidad o relaciones públicas, entre otros. También podrán compartir *hashtags* de otras iniciativas externas a la institución, siempre que sean cónsonas con la misión del UAGM y sus recintos o localidades.

19. El contenido que se sube a las cuentas oficiales de la UAGM en redes sociales no sustituye la publicación regular de la información, actividades, servicios y noticias de las oficinas en la página oficial dentro del dominio www.uagm.edu o de los boletines que se envían a la comunidad interna a través del sistema de correo electrónico o de la plataforma Blackboard Connect.
20. Los empleados a cargo de la administración de las cuentas de la UAGM en redes sociales también deben cumplir con lo establecido en la Política de Seguridad y Privacidad de la UAGM, que se refiere a la divulgación de información sobre estudiantes, facultad y empleados, así como lo establecido en la Política de Propiedad Intelectual y la Política de Marcas.

MONITOREO Y RESPUESTA

1. El administrador de una página en redes sociales autorizada será responsable de monitorear los comentarios publicados por los usuarios que visiten la cuenta y responder en aquellos casos en los que se solicite información sobre servicios, oferta académica y calendario de actividades institucionales. Estas respuestas deben estar alineadas a los procesos establecidos por la VPMAE y las Vicerrectorías de Asuntos Estudiantiles de cada recinto.
2. El administrador de la cuenta en redes sociales deberá consultar y coordinar con la VPARP las respuestas a asuntos de carácter legal, controversial o que afecten la imagen de la organización, sus directivos, sus empleados administrativos, profesores y estudiantes.
3. Se recomienda responder a peticiones y preguntas de los usuarios y seguidores en un periodo que no exceda las 24 horas (en días laborables) desde su “*post*” en la cuenta de red social. Esto incluye comunicaciones directas de carácter semiprivado (al *Inbox* de Facebook y *Direct Messages* en Twitter).
4. Comentarios de índole negativo o neutral no deben ser eliminados a menos que contengan contenido falso, lenguaje soez, amenazas, o que afecten la reputación de alguna persona o entidad.
5. Pautas comerciales de terceros que no hayan sido autorizadas por la VPARP serán eliminadas de nuestras propiedades en las redes sociales. De igual forma, no se promocionarán contenidos de la UAGM en otras páginas que no sean propiedad de la institución, a menos que se haya otorgado autorización.

La VPARP ofrecerá periódicamente talleres educativos sobre tendencias, mejores prácticas y otros temas, para beneficio de los equipos de trabajo a cargo del manejo de las cuentas oficiales de la UAGM, sus recintos y localidades en redes sociales.

ANEJO #2
OFICINAS AUTORIZADAS PARA ADMINISTRAR PÁGINAS OFICIALES DE LA UAGM
EN REDES SOCIALES

1. Vicepresidencia Asociada de Relaciones Públicas y Comunicación Digital – cuenta oficial Administración Central
2. Universidad Ana G. Méndez – Recinto de Gurabo
3. Universidad Ana G. Méndez – Recinto de Cupey
4. Universidad Ana G. Méndez – Recinto de Carolina
5. Universidad Ana G. Méndez – Recinto Online
6. Sistema TV
7. Localidades
8. Escuelas Académicas
9. Recintos de la UAGM en Estados Unidos y Oficina Comercial de Colombia
10. Deportes (Deportes UAGM)
11. Asociaciones estudiantiles autorizadas por las Vicerrectorías de Asuntos Estudiantiles

CONTACTOS

1. Iris N. Serrano - Directora de Medios – Enlace con Recinto de Gurabo
Ext. 6616 iserrano@uagm.edu
2. Yvonne Guadalupe - Directora de Contenido Multimediales – Enlace con Recinto de Cupey
Ext. 6405 yguadalupe@uagm.edu
3. Ivonne Arroyo - Directora de Comunicaciones Estratégicas – Enlace con Recinto de Carolina
Ext. 6725 iarroyo@uagm.edu
4. Rafael Matos - Director de Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa – Enlace con Administración Central
Ext. 7327 ramatos@uagm.edu
5. María A. Martínez - VP Asociada Relaciones Públicas y Comunicación Digital - VPMAE
Ext. 7348 ac_mmartinez@uagm.edu