# LÍNEAMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

En la Fundación Universitaria María Cano se lidera la estrategia comunicacional a través de medios digitales que incluyen el portal institucional, el portal web en sus versiones español e inglés, las carteleras digitales que aportan al cuidado del medio ambiente, las redes sociales y la generación de campañas que permiten la socialización del accionar institucional.

En su Política de Comunicaciones, establecida mediante resolución rectoral 764 del año 2019, se define que el proceso de socialización de la información responde a los intereses de sus diferentes grupos de interés, de las cambiantes dinámicas de la comunicación, de la regionalización institucional y del dinamismo transversal que permite el trabajo en equipo y la transmisión constante de información que permita el posicionamiento y el crecimiento como organización.

La María Cano respeta y reafirma la importancia de los procesos de comunicación, la necesidad de incluir a sus usuarios y públicos de interés en los mensajes y noticias que se generen a través de la Oficina de Comunicaciones, como una integradora del accionar a través de los Planes de Desarrollo y de los respectivos planes de acción.

Además, se define que el objetivo de las comunicaciones en la Institución es el de establecer lineamientos claros y coherentes que permitan articular los diferentes procesos de comunicación de la Fundación Universitaria María Cano, con el fin de brindar orientaciones de carácter local, regional y nacional, que generen difusión, posicionamiento y recordación.

Es por este motivo, que define claramente el papel fundamental de las redes sociales para llegar a los públicos internos y externos de una manera continua y rápida, generando mayor posicionamiento y recordación entre la comunidad.

**¿Qué busca la Fundación Universitaria María Cano, en su proceso comunicacional con las redes sociales?**

- Contacto permanente con la comunidad.
- Interacción y diálogo con los seguidores.
- Dar a conocer el acontecer de las áreas, los programas y las sedes.
- Respetar el medio ambiente al evitar el uso continuo del papel.
- Innovar en la forma de presentar los contenidos.
- Establecer campañas que sean de interés común.
- Posicionar los programas académicos.
- Llegar a más lugares y personas con información incluyente y respetuosa.
- Posicionar la marca con contenido interactivo, dinámico y relevante.
- Crear anuncios con la finalidad de llegar a más personas en todo Colombia y captar datos, dando a conocer las oportunidades y programas que tendrán estudiando en María Cano.

**Tipos de contenidos a publicar:**

1. Informativos de accionar #MásMaríaCano.
2. Generadores de cultura ciudadana.
3. Noticiosos que hagan sentir a la comunidad universitaria y a la sociedad, orgullo por el diario acontecer.
4. De crecimiento y fortalecimiento institucional.
5. Promocional de los programas y productos.
6. Convocatorias de oportunidades en la Institución.
7. Procesos exitosos de integrantes de la comunidad universitaria.
8. Información educativa de interés general.

**Los contenidos en redes sociales:**

Deben acogerse a lo establecido en la Política de Comunicaciones de la Fundación Universitaria María Cano, resolución rectoral 764 del año 2019.

**Transparencia:** La información que publica y comunica la María Cano es basada en hechos reales, acontecimientos que se pueden evidenciar y que cuentan con los diferentes registros audiovisuales, acorde con la rectitud que debe enmarcar el accionar de una Institución de Educación Superior.

**Oportunidad:** La comunicación de la María cano debe estar al día con los acontecimientos que sucedan y que sean de especial interés para los públicos institucionales, es vigente y aporta a la construcción de identidad.

**Veracidad:** Los hechos hablan por sí solos, no se maquillan, no se disfrazan, ni se representan según la conveniencia de quienes los presentan. Deben regirse a la normatividad del Gobierno Nacional y a los direccionamientos institucionales.

**Cobertura:** Se da paso a un sentido de equidad para todas las sedes de la Institución, donde se represente la presencia de la María Cano en diferentes zonas de país, enmarcada en parámetros de inclusión y respeto para toda la comunidad interna y externa.

**Planeación:** La comunicación institucional es correctamente planeada, consultada con las fuentes, tiene tiempos estipulados para su aplicación y es liderada por la Oficina de Comunicaciones a través de personal calificado, titulado en comunicaciones y con experiencia en el medio.

**Sobre las redes sociales #MásMaríaCano:**
Las redes sociales de la María Cano permiten la interacción de la Institución con la comunidad, transmiten información sobre hechos específicos de la comunidad universitaria, permiten establecer contacto mutuo o mostrar grandes logros que generan sentido de pertenencia, son utilizadas para publicidad paga de productos o servicios que cuenten con identidad institucional, pero es seleccionada la publicación según la discreción de la Oficina de Comunicaciones y siempre se cuenta con los datos de contacto de un responsable directo, con experticia y conocimiento del tema, que atenderá las dudas e inquietudes de los usuarios.

Las redes sociales de la María Cano responden a criterios informativos, de posicionamiento de marca y de entretenimiento, según lo establecido por los lineamientos comunicacionales.

Es decisión de la Oficina de Comunicaciones qué se publica, cuando, con qué intensidad, en qué momento o la pertinencia de un mensaje. Así como las redes que tiene la Institución.

Las redes sociales velan por el respeto de la comunidad universitaria y no dan lugar a comentarios malintencionados que afecten la moral o el buen nombre de la Institución o de sus integrantes.

**Tipo de perfil en redes sociales:**
La Fundación Universitaria María Cano privilegia el dominio "María Cano Oficial" para la identificación de las cuentas que se creen en las diferentes redes sociales. En este sentido la Institución actualmente cuenta con:

| Cuenta | Dirección |
|---|---|
| Facebook | @mariacanooficial |
| Instagram | @mariacanooficial |
| X | @MariaCano_col |
| LinkedIn | Fundación Universitaria María Cano |
| Youtube | Maria Cano video |
| TikTok | @mariacanooficial |

En cada red social se cumple con las políticas de protección de datos, contenido y moderación, así como con las políticas de seguridad. Todo esto con el objetivo de proteger la integridad de la marca y de la comunidad María Cano.

**Un perfil de red social de la Fundación Universitaria María Cano debe cumplir con las siguientes características:**

1. Que no exista un perfil con el mismo nombre de usuario y aclarar que es el oficial de la Institución. (Autenticada y verificada con un nombre orgánico, con el propósito de proteger a nuestra comunidad de posibles daños).
2. Debe ser administrado por la Oficina de Comunicaciones de la María Cano con la finalidad de llevar un control de accesos y gestión.
3. Debe contar con otrosí en el contrato laboral de las partes involucradas en la gestión y manejo de los perfiles, a fin de garantizar el uso correcto del buen nombre.
4. Respetar los lineamientos de la red social en cuanto a cantidad y tipo de caracteres permitidos en los nombres de la red.
5. No atentar contra la moral, el respeto, las normas institucionales o la dignidad de las personas.
6. Ser reflejo de los principios institucionales: Respeto, Equidad, Excelencia, Liderazgo, Transparencia y Responsabilidad.
7. Quien administre la cuenta deberá estar legalmente contratado por la Fundación Universitaria María Cano y responder por su trabajo en la misma, dentro de los

objetivos del plan de comunicaciones y las estrategias que defina la Oficina de Mercadeo.

**La publicación de imágenes de menores de edad:**
Las imágenes de menores de edad en las redes sociales de la María Cano, se realizan protegiendo su honor, identidad, datos personales, honra y evitando cualquier tipo de vulneración de sus derechos.

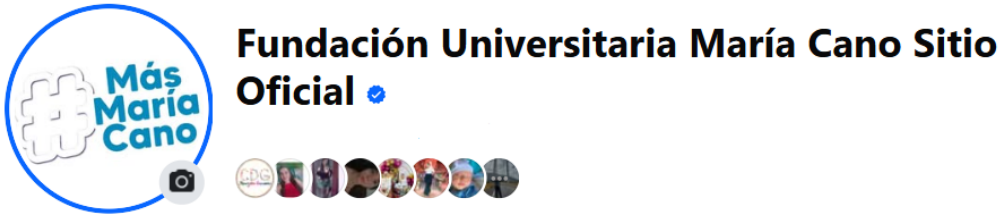
Al ser la María Cano una Institución que atiende pacientes de diferentes tipos de patologías, se debe tener en cuenta la firma de consentimiento informado por parte de los padres o acudientes para la toma de fotografías que evidencien avances en tratamientos o beneficios de jornadas de salud. Deben estar ligados a mensajes esperanzadores, de alegría y siempre mostrando el ejemplo como un caso digno de admirar y resaltar que cuenta con aprobación de un adulto responsable.

**No se usan las redes sociales de la Fundación Universitaria María Cano para:**

1. Exponer la vida privada de la comunidad universitaria.
2. Exponer datos personales captados por medio de comunicación interna.
3. Irrespetar a la sociedad.
4. Generar campañas de odio o que atenten contra el buen nombre de las personas o instituciones.
5. Responder a agresiones internas o externas.
6. Presentar datos relacionados con salud física o mental, a su vida sexual de las personas.
7. Presentar a víctimas de violencia o desplazamiento.
8. Presentar mensajes de discriminación o intolerancia.
9. Violar derechos de autor.

**Atención de crisis en las redes sociales:**
Los temas relacionados con el tratamiento de situaciones de crisis en la Fundación Universitaria María Cano, en sus sedes Medellín, Cali, Neiva, Popayán y el campus Mariacanovirtual, deben estar directamente ligados a los lineamientos establecidos en la Resolución Rectoral N. 1003 del 24 de mayo de 2023 “Por la cual se adopta el protocolo para la atención y manejo comunicacional de crisis de la Fundación Universitaria María Cano”.

**Objetivos de las redes sociales de la María Cano:**
**Facebook:**




Presentar y difundir todo tipo de contenido de interés general, vida universitaria, noticias con enlace al portal institucional, convocatorias, eventos académicos y administrativos, campañas para el posicionamiento de programas académicos, grados, actividades lúdicas y recreativas, cultura ciudadana, contenidos de profesores y evaluación de servicio al usuario.

**Instagram:**

Difundir información principalmente visual de la vida universitaria en las diferentes sedes de la Institución. Utilización de piezas gráficas como fotos, imágenes con títulos, gráficos, diagramaciones o historias que pueden apoyar la socialización de datos y campañas específicas.

**X:**

Comunicación y cobertura de eventos específicos y opiniones sobre temas de interés nacional. Compartir contenidos de todo tipo, principalmente novedades del ámbito académico y noticias relevantes.

**LinkedIn:**

Compartir toda la información relacionada al mundo académico en un tono de comunicación más formal y específico de la materia; presentación de noticias académica relevantes con voceros y temas de interés investigativo en donde se identifique a la María Cano como vocera oficial. Finalmente, la red puede ser utilizada para la búsqueda de talentos especializados.

**Youtube:**

Compartir y conectar con una audiencia a través de videos, compartir historias, habilidades, y opiniones al tiempo que se conecta a la comunidad universitaria de una forma audiovisual. Aporta en las estrategias educativas a través del video, permite promocionar campañas publicitarias, mostrar productos o servicios, contar historias de marca y establecer una conexión emocional con los seguidores.

**TikTok:**

Inspirar creatividad y hacer que la comunidad disfrute de un proceso comunicativo diferente y espontáneo. Permite a los usuarios crear, compartir y descubrir videos cortos para realizar campañas enfocadas a temas académicos o de socialización del accionar de la María Cano.

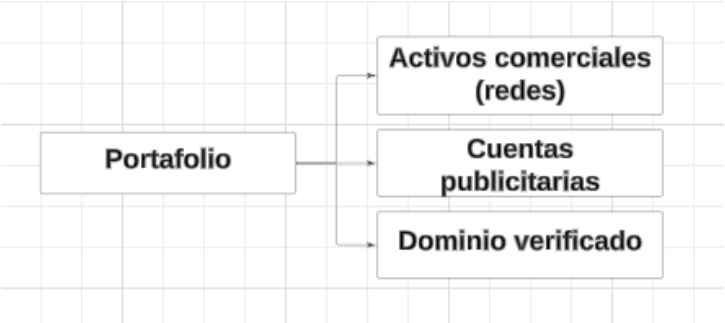
**Recomendaciones generales para el buen uso de las redes sociales:**

1. Usar URLs cortas creadas desde Bitly o Google shorten de manera que se pueda enlazar el trabajo con el portal www.fumc.edu.co
2. Citar siempre las fuentes que sean generadoras de los contenidos.
3. tener como estrategia sombrilla el hashtag #MásMaríaCano como legitimador de la experiencia de ser parte de la Institución.
4. Citar la sede a la que la información tributa o pertenece.

5. Integrar en la publicación fotografías o videos propios de la María Cano, tal como se establece en la política institucional de comunicaciones.
6. Llevar una estadística de las publicaciones realizadas cada día, que sea administrada por la Oficina de Comunicaciones.
7. Evitar temas que generen controversia, las redes sociales de la María Cano buscarán unir a la comunidad por medio del respeto, el diálogo y los buenos tratos.
8. Generar contenidos de calidad, por lo que se debe velar por una correcta redacción y diseño, así como por el uso de fotografías y videos de excelente resolución.

**Seguridad en las redes sociales:**

1. En la María Cano, se trabajas bajo los lineamientos de las políticas comunitarias de cada ecosistema, con el objetivo de evitar posibles bloqueos, hackeos o robos de identidad. Esto nos permite ser verificados y brindar seguridad a las personas.




2. Adaptación constante a la actualización de las políticas y normas de las redes sociales.
3. Protección de las redes sociales bajo verificación en dos pasos, códigos de respaldo y control de permisos de administración y manejo de los portafolios.
4. Monitoreos de inicio de sección bajo los dispositivos estrictamente permitidos desde el área de comunicaciones.
5. Gestión segura de aplicaciones de terceros que se requieran para mejorar la experiencia en las redes (plugins, crm, api).
6. Contar con administradores de cuentas oficiales.
7. Demostrar autenticidad ante soporte de las diferentes redes sociales.

**OFICINA DE COMUNICACIONES**