

**POLÍTICAS DE USO DE LAS REDES SOCIALES  
EN LAS UNIDADES TECNOLÓGICAS DE  
SANTANDER**



Unidades  
Tecnológicas  
de Santander

## Presentación

La estrategia Gobierno en Línea en sus documentos de apoyo jerarquiza y recoge en forma de lineamientos (de obligatorio cumplimiento) y recomendaciones prácticas (puestas a consideración, pero que son útiles al momento de generar una presencia efectiva en los medios sociales) que se deben observar al momento de implementar la estrategia de Web 2.0 de las entidades públicas para tener una adecuada presencia en las redes sociales, e incrementar la participación de los usuarios.

Los lineamientos y las recomendaciones de la estrategia están asociados a las políticas que deben tenerse en cuenta para garantizar que la presencia en medios sociales se encuentre alineada a los fines y objetivos de la entidad; a los procesos que corresponden a aquellos relacionados a la adecuada gestión de los medios desde el punto de vista operacional de la entidad; y al comportamiento que guía las acciones apropiadas para la presencia de las entidades públicas en ellos.

En la práctica, todos los lineamientos y recomendaciones cuentan con la misma importancia, y se motiva a todas las entidades a implementar la totalidad de ellos según el análisis realizado en el marco de la investigación sobre el “Uso de Medios Sociales en el Estado Colombiano”<sup>1</sup> que permitió observar la situación actual de la presencia en redes sociales, las actividades que se han debido realizar en función del levantamiento de información y la organización metodológica del trabajo.

A continuación, se enumeran los lineamientos de estrategia:

- Establecer una guía estratégica para el uso de medios sociales.
- Establecer una política para el uso de medios sociales.
- Definir términos y condiciones de uso para la presencia Web 2.0.
- Divulgar a los servidores públicos las recomendaciones sobre el uso de medios sociales.

Este documento recoge directrices y sugerencias que se deben tener en cuenta en las Unidades Tecnológicas de Santander, sobre el uso de las redes sociales en cumplimiento del Decreto 2573 DE 2014<sup>2</sup> que establece la obligación de implementar para todas las entidades de la Administración Pública la Estrategia de Gobierno en línea a través del Manual para su implementación<sup>3</sup>, el Decreto 2573 de 2014 definió los lineamientos, instrumentos y plazos de la estrategia de Gobierno en Línea para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de contribuir con la construcción de un Estado abierto, más eficiente, más transparente y más participativo y que preste mejores servicios con la

---

<sup>1</sup> Disponible en Línea en: [http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa-files/da4567033d075590cd3050598756222c/GEL\\_IPE\\_RedesSociales\\_DiagnosticoV1\\_0.pdf](http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa-files/da4567033d075590cd3050598756222c/GEL_IPE_RedesSociales_DiagnosticoV1_0.pdf)

<sup>2</sup> Disponible en Línea en: [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-14673\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-14673_documento.pdf)

<sup>3</sup> Manual Estrategia Gobierno en Línea: [http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-7941\\_manualGEL.pdf](http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-7941_manualGEL.pdf)

colaboración de toda la sociedad. Los fundamentos de la Estrategia serán desarrollados a través de cuatro (4) componentes que facilitarán la masificación de la oferta y la demanda del Gobierno en Línea. Dichos componentes están enfocados en los ciudadanos y/o usuarios, quienes determinan la calidad de la información y servicios que el Estado presta y habilita

### **Generalidades**

La Web 2.0<sup>4</sup> ofrece herramientas que le permiten al usuario interactuar con diferentes servicios de información, facilitándole la posibilidad del intercambio de datos.

Las redes sociales se consideran parte de estas aplicaciones, entre ellas se encuentra Facebook, Google+, LinkedIn, Myspace, entre otros. Igualmente, los servicios de Microblogging y los de publicación de fotografías y videos como Twitter, Plurk, Jaiku, Tumblr, Youtube, Flickr, Instagram, Picassa entre otros.

Las Unidades Tecnológicas de Santander se han vinculado con algunas de estas herramientas interactivas publicando contenidos de interés para la comunidad a través de ellas.

Teniendo en cuenta que se debe velar por el uso adecuado y la transparencia de la información publicada en la web además de la correcta utilización de la identidad e imagen institucional, se establece que:

1. Todas las herramientas propias de la Web 2.0 que representen el nombre de Las Unidades Tecnológicas de Santander deben ser gestionadas por el Community Manager<sup>5</sup> y/o persona asignada de la Oficina de Comunicaciones.
2. Toda dependencia que desee publicar información a través de redes sociales debe contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones.
3. La dependencia que desee tener presencia en varias redes sociales debe mantener uniformidad y concordancia con el nombre y la imagen utilizada, debe cumplir con las presentes políticas y comprometerse a hacer uso continuo de las redes creadas.
4. Todas las herramientas propias de la Web 2.0 utilizadas, deben cumplir con los parámetros de diseño e imagen contenidos en el Manual de Identidad

---

<sup>4</sup> “La Web 2.0 es un conjunto de tendencias económicas, sociales y tecnológicas que colectivamente forman la base para la siguiente generación de la Internet—Un medio más maduro y definido, caracterizado por la participación del usuario, la apertura y los efectos de red”. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones Web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de videos, las wikis, blogs, *mashups* y folcsonomías.

<sup>5</sup> Un **Community Manager** o **Social Media Manager** es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet.

institucional<sup>6</sup> con el apoyo y coordinación de la Oficina de Comunicaciones.

5. La información contenida en mensajes, videos o fotografías publicadas a través de las redes sociales, será responsabilidad de los administradores o de quien la envía para ser difundida en las Unidades Tecnológicas de Santander.
6. La información publicada en las redes sociales será monitoreada por la Oficina de Comunicaciones a través del Community Manager.
7. Toda publicación de eventos institucionales mostrada a través de estas herramientas tendrá una temporalidad y caducidad definida.
8. Las redes sociales que cumplan con las presentes políticas se incluirán en el directorio de Redes Sociales Oficiales de las Unidades Tecnológicas de Santander.
9. Las personas que cuenten con un espacio en las redes sociales para un servicio o dependencia de las Unidades Tecnológicas de Santander deben hacer los procesos de institucionalización correspondientes, para incluirlo al directorio de redes sociales. La solicitud debe hacerse a la Oficina de Comunicaciones por medio del correo electrónico [uts@correo.uts.edu.co](mailto:uts@correo.uts.edu.co)
10. Las siguientes políticas específicas de uso, son aplicables en cualquier red social, servicio de Microblogging o servicio de publicación de fotografías y videos que sea utilizado en representación de las Unidades Tecnológicas de Santander o alguna dependencia de la misma.

## CONDICIONES DE USO ESPECÍFICAS

### Uso de Facebook

**Tipo de Usuario:** al momento de registrarse, Facebook ofrece perfiles y páginas, la utilidad de cada uno depende de si el usuario corresponde a una persona o si representa una institución o empresa.

Como institución, las Unidades Tecnológicas de Santander, sus facultades, programas académicos y áreas administrativas, deben utilizar **Páginas**.

El uso de perfiles será exclusivamente para personas. No se autoriza que una dependencia o servicio publique información o interactúe con usuarios por medio de un perfil.

---

<sup>6</sup> Manual de Identidad Institucional. Disponible en Línea en:

[http://www.uts.edu.co/portal/app/ckfinder/userfiles/files/NUEVO%20MANUAL\(1\).pdf](http://www.uts.edu.co/portal/app/ckfinder/userfiles/files/NUEVO%20MANUAL(1).pdf)

## **Gestión de Cuentas**

Las cuentas correspondientes a Páginas en las Unidades Tecnológicas de Santander serán asignadas por la Oficina de Comunicaciones, no podrán crearse páginas independientes y estas serán monitoreadas a través del Community manager Institucional.

La denominación del sitio contendrá el nombre de la dependencia o programa académico y si se desea la sigla UTS, en ningún caso podrá llamarse UTS o Unidades Tecnológicas de Santander, ésta denominación corresponde únicamente a la página Institucional.

La página será asignada al jefe de la dependencia, coordinador del programa o sede regional, quien será el responsable de la información publicada y deberá cumplir con lo dispuesto en las políticas de redes sociales institucionales.

El responsable de la información, tendrá cuenta de Administrador y podrá editar la página desde su cuenta personal con la garantía tener disponibles las opciones de edición. Será denominado: Autor de Contenido.

## **Contenidos**

- Se requiere realizar mínimo una publicación en la mañana y otra en la tarde, dependiendo del tipo de actividad que tenga la página.
- El mensaje debe realizarse de manera cálida, amable y cordial.
- Se deben publicar en las páginas, los enlaces de las nuevas publicaciones del sitio Web asociado (página web institucional y blog de la dependencia/coordinación/sede regional).
- Cuando se publiquen videos y fotos se debe incluir una descripción.
- Se debe cuidar la redacción y ortografía de la información que se publique.

## **Gestión de comentarios:**

- El administrador o representante de la dependencia/coordinación/sede regional es el encargado de moderar publicaciones y comentarios.
- El administrador debe permitir la publicación de contenidos en el muro.
- El administrador debe resolver dudas, responder mensajes directos y comentarios.
- Se debe responder al comentario lo antes posible.
- Se recomienda agradecer al usuario su participación.
- Cuando los comentarios tienen contenidos de críticas o mensajes inapropiados, se debe responder educadamente y en lo posible direccionar al usuario a fuentes de mayor información.
- Se debe ocultar o eliminar si es necesario, las publicaciones con contenidos inapropiados (spam).
- Siempre debe responderse en nombre de la Institución, las respuestas

no son a título personal.

#### **Creación de una red de admiradores:**

- La nueva página será anunciada por medio de una publicación en la página oficial de Facebook de las Unidades Tecnológicas de Santander, además será recomendada a los seguidores en las Redes Sociales Institucionales.
- Se recomienda informar por medio del correo a las personas vinculadas con la dependencia o programa académico para que se hagan fans o seguidores de la página.

#### **Integración de la página**

Se recomienda enlazar la página de Facebook con el sitio web o blog de la dependencia, programa, facultad o sede regional por medio de un link y del ícono representativo de cada red social.

#### **Uso de Twitter**

##### **Gestión de Cuentas**

Las cuentas de Twitter correspondientes a dependencias, programa, facultad o sede regional de las Unidades Tecnológicas de Santander, las autoriza la Oficina de Comunicaciones y será monitoreada por el Community Manager Institucional.

Las personas interesadas en manejar una cuenta de Twitter para una dependencia programa, facultad o sede regional de la institución deben hacer la solicitud a la Oficina de Comunicaciones, la cual estudiará la pertinencia del perfil y en caso de ser consideradas:

- Las cuentas se crean únicamente a través del uso de correos institucionales.
- La denominación de las cuentas deben tener como base el nombre de usuario de las Unidades Tecnológicas de Santander: La cuenta debe incluir las siglas UTS en mayúscula al principio o al final de las palabras representativas del perfil, ejemplo: @nombredependenciaUTS o @UTSnombredependencia
- Se asignará una persona responsable quien deberá conocer y cumplir con las presentes políticas de manejo, esta persona se denomina: Administrador

#### **Contenidos**

**Tweet:** Se debe cuidar la forma de la redacción y ortografía de la información que se muestre, teniendo en cuenta que la publicación implica el uso de elementos específicos y tiene un límite de 140 caracteres. Un tweet puede estar formado por:

Texto + Enlace acordado + #Etiqueta + @Mención

**Enlaces:** El enlace debe ser corto, para esto se recomienda el servicio de <http://goo.gl/>

**Etiquetas (Hashtags):** Se recomienda usar etiquetas cuando se busca mostrar información relacionada con un mismo tema, estas permiten a los usuarios buscar y filtrar contenido. Una etiqueta se escribe anteponiendo # (numeral) a la palabra. Para saber si una etiqueta está en uso o para ver la información sobre una etiqueta creada se utiliza el buscador: <http://search.Twitter.com> en la parte superior derecha.

**Menciones:** Se utilizan cuando se quiere relacionar a un usuario con el tweet, con la mención los demás usuarios pueden ser direccionados al perfil del mencionado, además promueve el debate y la interacción. Una mención se deberá escribir anteponiendo @ al nombre del usuario.

**Retweets (RT):** Los retweets son tweets de otros usuarios que se vuelven a publicar. Por norma general, deberán escribirse así:

RT + @Nombredelperfilretwiteado + Texto + Enlace acortado + #Etiqueta

#### **Contenidos de los Retweets:**

- Deben ser contenidos publicados por usuarios de reconocido prestigio.
- Deben contener información de fuentes oficiales.
- Se recomienda publicar de forma continua pero no excesiva: entre 1 y 10 Tweets diarios. En el caso de estar transmitiendo un evento en directo se pueden publicar los tweets necesarios que permitan que el usuario siga los puntos clave del evento.
- Se debe utilizar un tono de mensaje cálido, amable y cordial.
- Se deben publicar los enlaces de las nuevas entradas del sitio Web Institucional asociado al perfil.
- Cuando se publiquen videos y fotos se debe incluir una descripción.

#### **Gestión de comentarios:**

- El administrador es el encargado de gestionar publicaciones, por lo tanto, es el responsable de la calidad información que se muestre.
- El administrador debe resolver dudas, responder mensajes directos y menciones a los usuarios lo antes posible.
- Se recomienda agradecer al usuario por su participación.
- Cuando los comentarios tienen contenidos de críticas o mensajes inapropiados se debe responder educadamente y en lo posible direccionar al usuario a fuentes de mayor información.

#### **Creación de una red: Seguidores y Seguidos**

- Es necesario que las dependencias que creen perfiles en esta red sigan activamente las demás relacionadas con las Unidades Tecnológicas de Santander.
- Se deben seguir organizaciones relevantes: personas y organizaciones

relacionadas con las Unidades Tecnológicas de Santander y su servicio.

- Se recomienda incluir en la publicidad y firma de correos electrónicos institucionales, la invitación a que sigan la dependencia o programa en Twitter.

### **Integración de la página**

Se recomienda enlazar la página de Twitter con el sitio web o blog de la dependencia, programa, facultad o sede regional por medio de un link y del ícono representativo de esta red social.

## **USO DE YOUTUBE**

### **Gestión de Cuentas**

Se maneja un único canal de YouTube Institucional administrado por la Oficina de Comunicaciones de las Unidades Tecnológicas de Santander.

### **Contenidos**

La publicación de los videos en el canal se debe realizar, teniendo en cuenta:

- El video debe tener un título y una descripción básica.
- La Oficina de Comunicaciones se encarga de administrar su publicación en el canal institucional.

### **Gestión de comentarios**

Se opta por concentrar la resolución de inquietudes en Facebook y Twitter, el uso de YouTube sólo se utilizará como medio de difusión de vídeos por lo tanto no se responden los comentarios.

### **Integración**

El canal en YouTube de Las Unidades Tecnológicas de Santander se debe enlazar desde el portal principal y desde los canales autorizados.

Por medio de los canales autorizados se hará la difusión de los videos publicados en el canal de las Unidades Tecnológicas de Santander.

## **USO DE INSTAGRAM**

### **Gestión de Cuentas:**

Se maneja una cuenta Institucional administrada por el Community Manager de la Oficina de Comunicaciones de las Unidades Tecnológicas de Santander.

La asignación de cuentas en Instagram para las dependencias, programas, facultades o sedes regionales de las Unidades Tecnológicas de Santander, será definida a partir de una temática clara para ser autorizadas y monitoreadas por la Oficina de



Comunicaciones, la cual estudiará la pertinencia del perfil y en caso de ser consideradas:

### **Contenidos**

- Las personas interesadas en publicar fotografías de eventos institucionales, o lugares, que hagan parte de la dependencia, programa, facultad o sede regional de la institución en la cuenta de Instagram Institucional deben enviarlo a la Oficina de Comunicaciones por medio del correo electrónico: [uts@correo.uts.edu.co](mailto:uts@correo.uts.edu.co)
- Las dependencias que cuenten con una cuenta de Instagram deben publicar imágenes relacionadas con la temática establecida para la misma.
- Las imágenes publicadas deben ser propias y contar con las cesiones de derechos de autor y de imagen respectivas.
- Las imágenes deben tener una descripción básica.

### **Gestión de comentarios**

Se opta por concentrar los comentarios y discusiones en Facebook y Twitter y usar Instagram sólo como medio de difusión de fotografías.

### **Integración**

La cuenta de Instagram de las Unidades Tecnológicas de Santander se debe enlazar con el portal principal.

Cualquier dependencia, programa, facultad o sede regional que haya incluido fotografías en una cuenta autorizada, tendrán un enlace a la cuenta del sitio web institucional.

Por medio de Facebook y Twitter se hará la difusión de las fotografías publicados en la cuenta oficial en Instagram de las Unidades Tecnológicas de Santander.

### **USO DE WHATSAPP**

**Tipo de Usuario:** al momento de registrarse, Whatsapp no requiere de correo electrónico, sino de un smarphone que corresponde a un número personal, no institucional.

### **Gestión de Grupos**

La Oficina de Comunicaciones creó el grupo UTS atención al usuario, en el cual fueron agregados como participantes el personal de las diferentes oficinas, departamentos y dependencias que a diario realizan labores de atención al usuario.

#### **Contenidos**

- Los mensajes deben realizarse de manera cálida, amable y cordial.
- El grupo es una herramienta que permite resolver las inquietudes que

manifiesten los usuarios.

- Eventualmente se publican fotos o videos y estos deben ser material que motiven al buen servicio.
- Se deben dar respuestas oportunas a las inquietudes de los diferentes compañeros de trabajo.

#### **Gestión de comentarios:**

- Los miembros del grupo que tengas inquietudes de atención al usuario.
- Los miembros del grupo están atentos a resolver dudas que permitan orientar un mejor servicio al usuario.
- Se debe responder al comentario lo antes posible.

#### **Integración de la página**

Los grupos de WhatsApp no tienen enlaces con el portal web ni ninguna otra página de redes sociales institucionales.

## **DEFINICIONES**

**Redes Sociales:** Se entiende por redes sociales aquellos servicios web para comunidades de personas que comparten intereses y actividades, o que están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros. Los servicios de redes sociales permiten a los usuarios crear un perfil y funciones adicionales, como la capacidad de crear grupos que comparten intereses comunes o afiliaciones, subir videos, y celebrar debates en los foros, entre otros.

**Twitter:** es un servicio gratuito de microblogging que permite a sus usuarios enviar entradas de texto, denominadas "tweets", de una longitud máxima de 140 caracteres. El envío de estos mensajes se puede realizar tanto por el sitio web de Twitter, como vía SMS desde un teléfono móvil, desde programas de mensajería instantánea y otras aplicaciones.

**Facebook:** es un sitio web gratuito de redes sociales. La idea fundamental de este sitio es crear una comunidad web donde las personas comparten gustos y sentimientos. Cada usuario crea un perfil y puede agregar a cualquier persona que conozca y esté registrada, siempre que acepte su invitación. También ofrece la opción de crear grupos y páginas. En estas se reúnen personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Las páginas, se crean con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria.

**Youtube:** Es un sitio electrónico en el cual los usuarios pueden subir y compartir

vídeos. Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, así como contenidos *amateur*. YouTube mantiene una logística que permite localizar cualquier vídeo por medio de las etiquetas, títulos y descripciones que los usuarios asignan a sus vídeos.

**Whatsaap:** Es una aplicación que se ha vuelto esencial e indispensable para estar enterados de todo, compartir fotos, videos, documentos e incluso realizar llamadas, se califica como red social porque permite la interacción lo cual permite a las organizaciones dar un servicio de atención al cliente por esta vía. La opción de grupo también permite saltar de mensajería instantánea a otro nivel

Perfiles Institucionales en Redes Sociales

Facebook: **@UnidadesTecnológicasdeSantanderUTS**

Twitter: **@UnidadesUTS**

Instagram: **@ViveUTS**

YouTube: **Unidades Tecnológicas de Santander**

**NORMATIVIDAD PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES EN EL ESTADO COLOMBIANO.**

TEMA	NORMAS		ARTÍCULO
GOBIERNO EN LÍNEA	<a href="#">Ley 1753 de 2015</a> . –Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018.		
	<b>Ley 1341 de 2009</b> . —Por la cual se define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.		2,4,17,35
	<b>Decreto 2573 de 2014</b> . — Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea, se reglamenta parcialmente la Ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones.		5,7 y 8
	MANUAL 3.1 para la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea en las entidades del orden nacional de la República de Colombia. 2012		Todo
CREACIÓN Y GESTIÓN DE CUENTAS POR PARTE DE LAS ENTIDADES DEL ESTADO	<b>Ley 1437 de 2011</b> . —Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.		3
	<b>Ley 734 de 2002</b> . –Por la cual se expide el Código Disciplinario Único.		35
MANUAL DE USO DE LAS REDES SOCIALES	Libertad de expresión	<b>Constitución Política de 1991</b>	20
	Honra y buen nombre	<b>Constitución Política de 1991</b>	15, 21
	Intimidad	<b>Constitución Política de 1991</b>	15
	Habeas Data	<b>Constitución Política de 1991</b>	15
	Propiedad Intelectual	<b>Constitución Política de 1991</b>	61
		<b>Ley 1450 de 2011</b> . —Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014	28
		<b>Ley 1403 de 2010</b> . —Por la cual se adiciona la Ley 23 de 1982, sobre Derechos de Autor, se establece una remuneración por comunicación pública a los artistas,intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales o —Ley Fanny Mikey.	Todo
		<b>Ley 44 de 1993</b> . —Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944	Todo
		<b>Ley 23 de 1982</b> . –Sobre derechos de autor.	Todo
		<b>Decisión 486 de 2000</b> . “Régimen Común sobre Propiedad Industrial.	Todo
<b>Ley 734 de 2002</b> . –Por la cual se expide el Código Disciplinario Único.		34, 35	