



# IBERUS

## GUÍA DE USOS Y ESTILO EN LAS REDES SOCIALES DE IBERUS

[www.iberushealth.org](http://www.iberushealth.org)

Proyecto (CER-20211003) reconocido como **Red de Excelencia CERVERA**

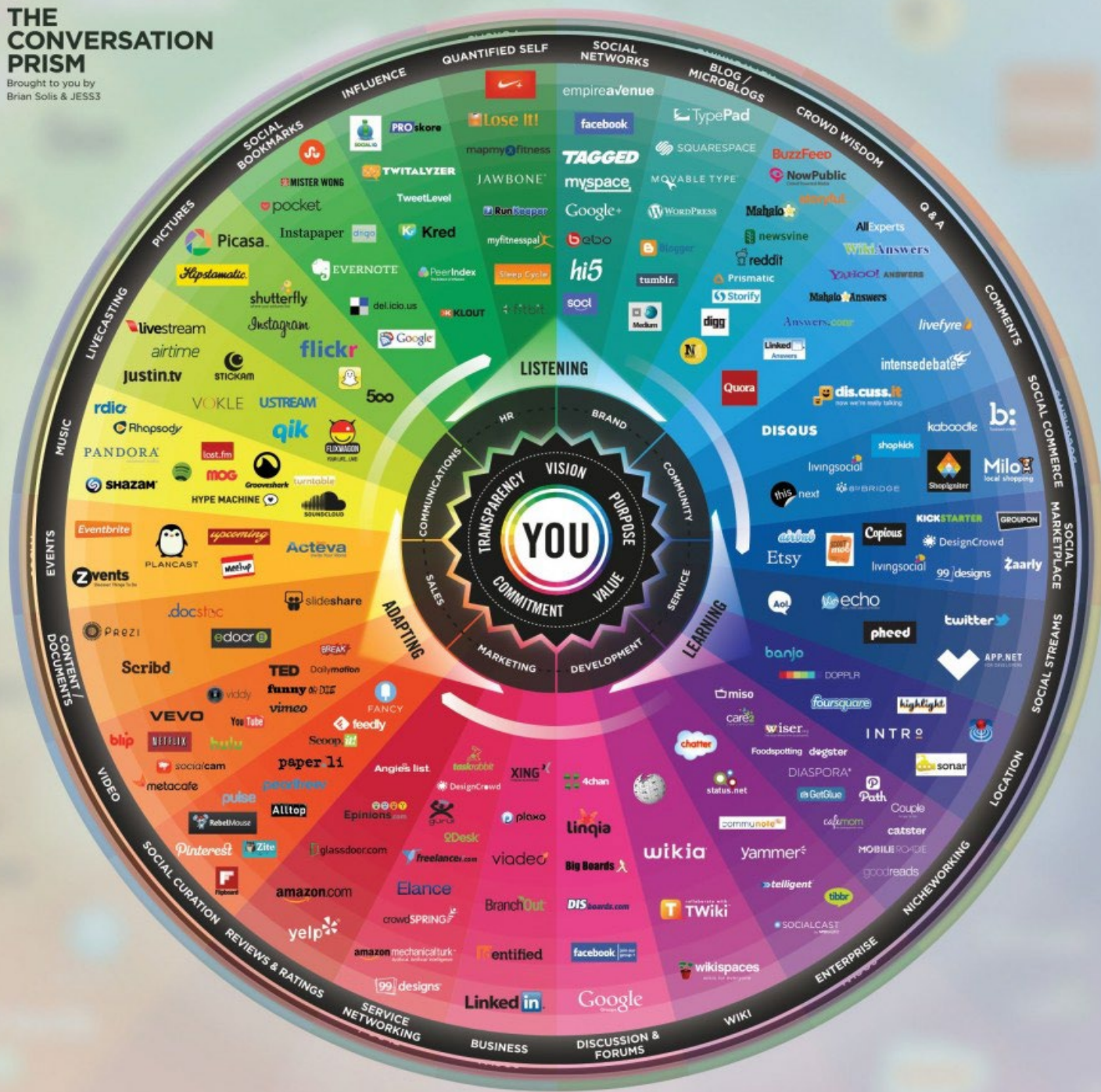


# Índice

- 1.- ¿Qué son las Redes Sociales?
- 2.- Principios que inspiran la presencia de IBERUS en las Redes Sociales
- 3.- Pautas Generales en las redes Sociales IBERUS
- 4.- Procedimiento de creación de contenidos en Redes Sociales
- 5.- Criterios generales comunes a todas las Redes Sociales
- 6.- Redes Sociales:
  - 6.1 - Facebook
  - 6.2 - Twitter
  - 6.3 - LinkedIn
  - 6.4 – Canal Youtube

## THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by Brian Solis & JESS3



# 1.- ¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

Las redes sociales son actividades, prácticas y comportamientos que tienen lugar entre comunidades de personas usuarias que se juntan a través de Internet y comparten información, conocimiento y opiniones; utilizando para ello medios conversacionales. Estos medios son aplicaciones web que hacen posible crear y transmitir fácilmente contenidos de diversa índole (texto, fotografías, vídeos o audios). Esta interacción se ha denominado web 2.0, por contraposición a aquella Internet estática de los años 90. Las redes sociales constituyen una nueva forma de interactuar con la comunidad universitaria y la sociedad en su conjunto, de igual a igual, que se añade a los medios de comunicación tradicionales, que permite publicar, sin intermediación, comunicaciones, presentaciones, ayudas, etc. y obtener retroalimentación inmediata.

La Guía de usos y estilo en las redes sociales de IBERUS establece unas pautas comunes para la presencia homogénea del proyecto en las redes sociales. La Guía enumera las diferentes herramientas de redes sociales, los diversos usos y los objetivos de la presencia en cada una, las recomendaciones para una presencia adecuada y fructífera, así como los criterios de estilo comunicativo más adecuados para cada herramienta.



## 2.- PRINCIPIOS QUE INSPIRAN LA PRESENCIA DE IBERUS EN LAS REDES SOCIALES

A la hora de interactuar con la sociedad en su conjunto, hay que hacerlo siempre en un tono acorde con los valores compartidos en el proyecto y a los y las profesionales que lo integran:

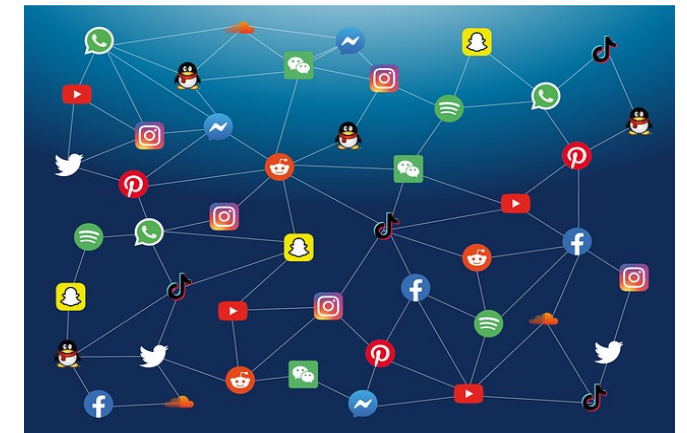
Los principios que inspiran este protocolo son:

- **Transparencia:** es la norma básica de la comunicación y de la propia UCM, mostrar las cosas de la forma más clara y comprensible para toda la comunidad.
- **Calidad:** no solo en las enseñanzas que se imparten sino también en los mensajes que se envían.
- **Participación:** siempre se promoverá la participación de todos los integrantes de la UCM y de la sociedad general que así quiera hacerlo.
- **Conocimiento abierto:** propiciado mediante el uso de herramientas y mecanismos que permitan un acceso universal al conocimiento.

## 3.- PAUTAS GENERALES EN LAS REDES SOCIALES IBERUS

La finalidad de establecer unas pautas generales para toda la comunidad de la UCM en las redes sociales tiene como objetivos:

- Establecer nuevas formas de comunicación.
- Fortalecer la imagen de IBERUS ante toda su comunidad y la sociedad.
- Transparencia.
- Acercarse a los públicos objetivos.
- Compartir contenidos.
- Detectar oportunidades y necesidades.
- Apreciar deficiencias y solucionar problemas.
- Ofrecer información directa.
- Instantaneidad.
- Monitorizar temas de interés.



## 4.- PROCEDIMIENTO DE CREACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES

Los contenidos a publicar en las redes sociales deberán ser relevantes para la institución u organismo que los emite y su comunidad.

Algunas sugerencias de contenidos podrían ser:

- Publicación de noticias relevantes que tengan como fuente las actividades realizadas en el proyecto IBERUS
- Publicación de agenda (actos, conferencias, presentaciones...)
- Publicación de convocatorias (ayudas, cursos, plazos de inscripción...).
- Publicación de nuevos vídeos, fotos, retransmisiones en directo, presentaciones, conferencias, etc.
- Animar a la conversación y fomentar el diálogo promoviendo comentarios entre la comunidad. Esta acción favorece la cercanía y hace crecer la relevancia de las redes sociales.

## 5.- CRITERIOS GENERALES COMUNES A TODAS LAS REDES SOCIALES

A continuación enumeramos algunos criterios generales que son comunes a cualquiera de las redes sociales que utilicemos:

- Correcta construcción de los enunciados, tratando de ser claros y directos para evitar malentendidos.
- Correcto uso de los signos de puntuación, interrogación y exclamación, evitando, preferiblemente los anglicismos.
- Citar correctamente entrecomillando frases o titulares escritos por otros.
- Evitar el uso de escritura total en mayúsculas, ya que en las redes sociales adquieren un significado de “hablar a gritos”.
- Evitar actitudes que puedan resultar molestas u ofensivas desde el punto de vista de la raza, religión, política o sexualidad. Evitar hacer un uso del lenguaje sexista.
- Agradecer menciones y comentarios con el fin de establecer interacción.
- Se aconseja poner enlaces a las redes sociales activas en las páginas webs o blogs pertenecientes al organismo titular de la cuenta para favorecer las visitas.



# 6.- REDES SOCIALES



## 6.1 Facebook

- Es conveniente utilizar todos los campos que posibilita la plataforma. El antetítulo o breve descripción, el titular y el cuerpo de texto. También es conveniente el uso de fotografías y o vídeos para ilustrar el contenido.

Es más importante publicar contenido de calidad y que interese a la comunidad que hacerlo en cantidad y sin criterio informativo.

### Recomendaciones

- Es obligatorio seguir las normas de uso generales de Facebook.
- Es recomendable hacer una monitorización de los resultados que ofrece la propia plataforma con el fin de mejorar los resultados.
- Es recomendable que las páginas mantengan el muro abierto y que no se limite la libertad de los usuarios de publicar contenidos, teniendo en cuenta siempre que estos se pueden eliminar en un momento dado.
- Es recomendable activar los mensajes para facilitar el intercambio de informaciones entre los usuarios y la red.
- Siempre que se publique en la página se ha de hacer en nombre del proyecto o del Centro tecnológico que publique y no del administrador.
- Facebook permite hacer menciones a otras páginas y perfiles. Por tanto, siempre que las fuentes de información, interesados o implicados, estén en la red, se debe incluir una etiqueta con el fin de ayudar a establecer sinergias.
- Es conveniente compartir contenidos de otros usuarios y páginas siempre que sean informaciones relevantes.
- Es recomendable no permitir etiquetas en fotografías que no tengan interés para la organización o que puedan perjudicar su imagen.

### Gestión de comentarios

- Hay que prestar atención a los comentarios que los usuarios hagan sobre las publicaciones.
- Se debe responder a los comentarios, a la mayor brevedad, dentro del mismo espacio donde se haya hecho la consulta.
- Si el comentario es inapropiado o impertinente, hay que buscar la manera adecuada de responder. Si es vejatorio existe la posibilidad de ocultarlo e incluso eliminarlo. • No hay que confundir los comentarios inapropiados o impertinentes con las quejas.
- Es aconsejable agradecer al usuario la participación y añadir la respuesta oportuna, clara y que le redirija al enlace donde pueda encontrar dicha información.
- Es importante responder de forma corporativa.

# 6.- REDES SOCIALES

## 6.2.- Twitter



- Se recomienda la actualización periódica siempre que tengamos información relevante que compartir.

Los contenidos podrán ser:

- Noticias relevantes que tengan como fuente el propio proyecto o actividades o conocimiento generado por los centros relacionados con el proyecto.
- Agenda de actos, conferencias, presentaciones...
- Publicación de convocatorias (ayudas, cursos...).
- Nuevos vídeos, fotos, retransmisiones en directo, presentaciones, etc.
- Animar a la conversación y fomentar el diálogo promoviendo comentarios. (Es uno de los puntos más importantes a la hora de conseguir seguidores).
- Retuitear publicaciones de interés de los seguidores.
- Esta red social permite retransmitir en directo actos importantes que sean de interés para el público objetivo del proyecto.

### Recomendaciones

- Seguir las normas de uso generales de Twitter.
- El uso de las menciones con el fin de crear sinergias con otros usuarios y dar mayor difusión a las publicaciones, sustituyendo el nombre oficial, si es una institución, empresa u organismo, o su nombre personal, por el nombre de usuario que tiene en Twitter.
- El uso de etiquetas o hashtags que se utilizan para categorizar temas específicos de manera que facilitan la búsqueda en Twitter. Al hacer click sobre una etiqueta se accederá a todos los tuits que la incluyan.
- En el caso de acontecimientos especiales, es conveniente la utilización de un único hashtag con el fin de canalizar toda la información, para ello lo idóneo es llegar a un consenso con todas las partes implicadas para utilizar la misma etiqueta y agrupar de esa forma todo el contenido.
- Las etiquetas deben formar parte del tuit, pero también pueden incluirse al principio o al final. • La creación de las listas basadas en intereses comunes, para poder agrupar seguidores o cuentas de interés.

### Gestión de comentarios

- Hay que prestar atención a los comentarios que los usuarios hagan sobre las publicaciones.
- Se debe responder a los comentarios, a la mayor brevedad, dentro del mismo espacio donde se haya hecho la consulta.
- Es aconsejable agradecer al usuario la participación y añadir la respuesta oportuna, clara y que le redirija al enlace donde puede encontrar dicha información.
- Si el comentario es inapropiado o impertinente, hay que buscar la manera adecuada de responder. Si es vejatorio existe la posibilidad de eliminarlo.
- Existe la posibilidad de bloquear a usuarios, siempre y cuando el contenido que emitan sea inapropiado, impertinente o vejatorio repetidamente.

# REDES SOCIALES



## 6.3 LinkedIn

- LinkedIn es una red social orientada a contenidos y relaciones profesionales. Su función es poner en contacto a profesionales, empresas e instituciones.
- Permite conectar con profesionales de tu sector.
- Permite ganar visibilidad en las redes sociales.
- Permite atraer tráfico de mucha calidad a la web del proyecto.
- Permite ganar visibilidad y presencia, y conseguir empresas para a las que realizar transferencia.
- El portal permite crear grupos de interés alrededor de iniciativas o proyectos concretos, hacer o responder preguntas.

### Recomendaciones

- Crea contactos de primer grado.
- Los grupos de LinkedIn son uno de los mayores activos que posee esta red social. Pueden servir como fuente de información sobre las novedades y actualidad del sector.
- Una opción interesante es conseguir llegar a ser líderes de opinión y referentes en la tecnología CERVERA



## 6.4 Canal YouTube

- Se recomienda la actualización mensual del canal, con al menos una publicación.
- La generación de los contenidos debe estar relacionada con la bioelectrónica, biomecánica, imagen médica, informática, automatización, nanotecnología y robótica.
- Publicar vídeos informativos y útiles. Es la única manera de atraer y satisfacer a los usuarios que llegan hasta nosotros.
- Emitir contenidos y formatos de calidad.

### Recomendaciones

- Garantizar que los vídeos tienen títulos, descripción y etiquetas correctas y detalladas con el fin de obtener la mayor visibilidad.
- Incluir siempre las etiquetas “IBERUS”, “Red de excelencia CERVERA”
- Mantener la organización de los vídeos según las distintas clasificaciones.
- Permitir comentarios y dinamizarlos.