

Funcionamiento de las redes sociales de la Coordinación de Comunicación Social FA



ÍNDICE

I. Introducción

I.I ¿Qué son las Redes Sociales y por qué son importantes para la FA?

I.II ¿Por qué usar Redes Sociales?

II. Redes sociales que maneja la Coordinación de Comunicación Social FA

Facebook FA

Instagram FA

Twitter FA

II.I ¿Cómo funcionan las redes sociales de la CCS FA?

I. INTRODUCCIÓN

I.I ¿Qué son las Redes Sociales y por qué son importantes para la FA?

Las redes sociales son herramientas digitales que ayudan en la difusión de información de interés para la comunidad universitaria FA y permiten establecer, en algunos casos, una interacción y acercamiento con grupos que tienen intereses en común. Además, son el medio que promueve los eventos académicos y culturales, que contribuyen a fortalecer el quehacer e imagen universitarios.

I.II ¿Por qué usar Redes Sociales?

Desarrollo de comunidad

Permiten conectar y vincular a la comunidad de la FA, así como crear conexiones con otras comunidades. A las personas les gusta ser parte de algo que les parezca interesante, ver contenidos que les entretenga o les eduque.

A través de ellas podemos ofrecer una mayor panorama de lo que es la FA, así todas las personas pueden llegar a conocer cómo trabaja, sus áreas y espacios digitales así como físicos.

Visibilizan a la FA

Tener presencia digital a través de las redes sociales con un buen rendimiento nos posiciona internacionalmente, mientras más constantes sean las redes sociales es más probable que la FA se posicione en las búsquedas de Google.

Al tener mayor visibilidad de nuestros contenidos, aumenta también la posibilidad de expandir el alcance de nuestros medios.

Redes sociales que maneja la Coordinación de Comunicación Social FA

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Youtube

¿Cómo funcionan las redes sociales de la CCS FA?

Lineamientos operativos y recomendaciones

Facebook FA

Es la red social con el mayor número de usuarios, permite hacer publicaciones breves y concisas y a su vez también posibilita transmitir información extensa y detallada. Es una red social altamente informativa que no exige una relación visual entre cada publicación, ya que se leen por separado.

Contenido

- Todos los comunicados, eventos culturales, convocatorias, cursos, diplomados, talleres, noticias y contenido, previamente seleccionado, que genere la UNAM.
- Todos los comunicados, eventos culturales, convocatorias, cursos, diplomados, talleres, noticias y contenido que generen las diferentes coordinaciones de la FA.
- Campañas generadas por la CCS.
- Contenido que haya sido convocado por la CCS.

Publicación



Nota: Todo el contenido gráfico no debe contemplar ninguna clase de link dentro, ya que no es posible acceder a ellos a través de imágenes y tampoco es factible copiarlos desde ahí. Puede contemplarse la opción de insertar un código QR, o insertar la cantidad de links necesarios directamente en el copy.

Historias de Facebook

Permiten compartir fotos y videos con nuestros seguidores y sólo están disponibles 24 horas, después de ese plazo, se pueden conservar en el archivo de historias.

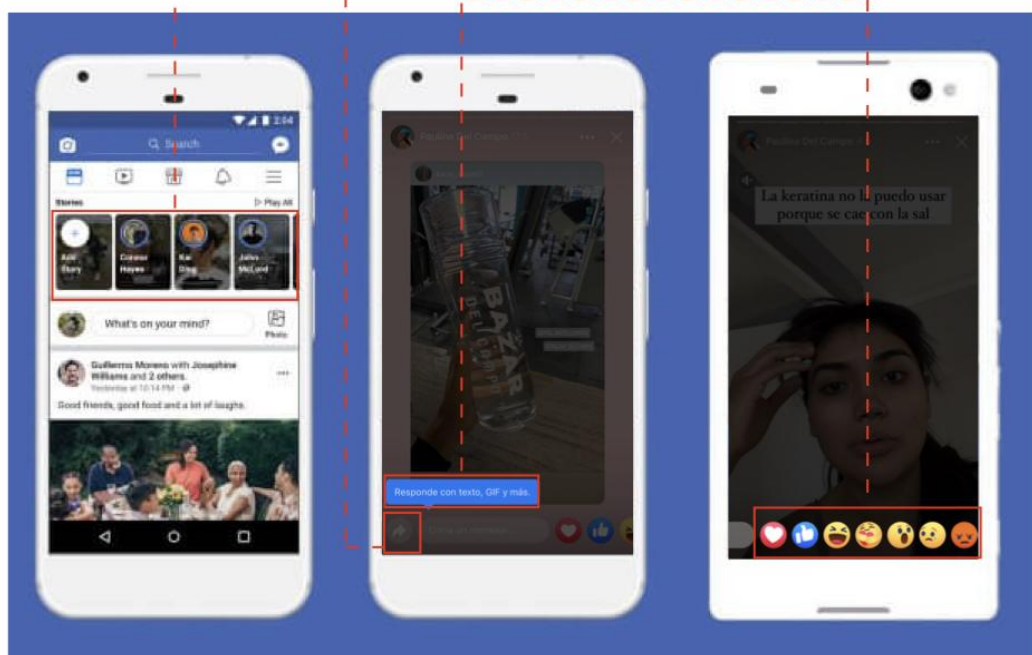
- Solo los administradores o editores tienen acceso a este archivo.
- Se puede compartir contenido en una historia desde Facebook o Messenger. También se pueden compartir historias de grupos, eventos o páginas.

En este apartado Facebook anunciará a nuestros seguidores cada que agregamos contenido en la sección de historias.

Visible for 24 hours

Todas las historias pueden ser compartidas a través de mensaje directo por nuestros seguidores.

Todas las historias pueden ser respondidas con texto, imágenes o gif. También pueden obtener reacciones como un post.



- Si una historia de Instagram se vincula para que automáticamente se replique en Facebook desde una cuenta con más de 10,000 seguidores tiene también la posibilidad de aparecer con links. Esta configuración debe hacerse previamente.

Video

Requiere de utilizar recursos de movimiento y sonido emocionantes para generar y mantener la interacción con el público.

Especificaciones:

Se admiten casi todos los tipos de archivos de video, se recomienda usar "MP4", con una resolución de 1.080 p o inferior.

Archivos de hasta 10GB, tomando en cuenta que el tiempo de subida puede extenderse para archivos grandes y conexiones a internet lentas.

La duración no debe superar los 240 min. Cuanto mayor sea el tamaño del archivo, puede afectar tanto la calidad del video como el tiempo que tarda en subirse.

Se recomienda la compresión de audio AAC estéreo con 128 kbps o superior.

Eventos Online

Preferentemente se divide una programación extensa en segmentos concisos con pausas para tomar descansos.

Se evita planificar una programación de más de una o dos horas; la clave está en la brevedad.

Se plantean de la narración a la acción: el público no es sólo espectador, se interactúa con él.

Se ofrecen formatos variados: presentaciones, entrevistas, paneles, talleres y videos cortos para aligerar cada actividad.

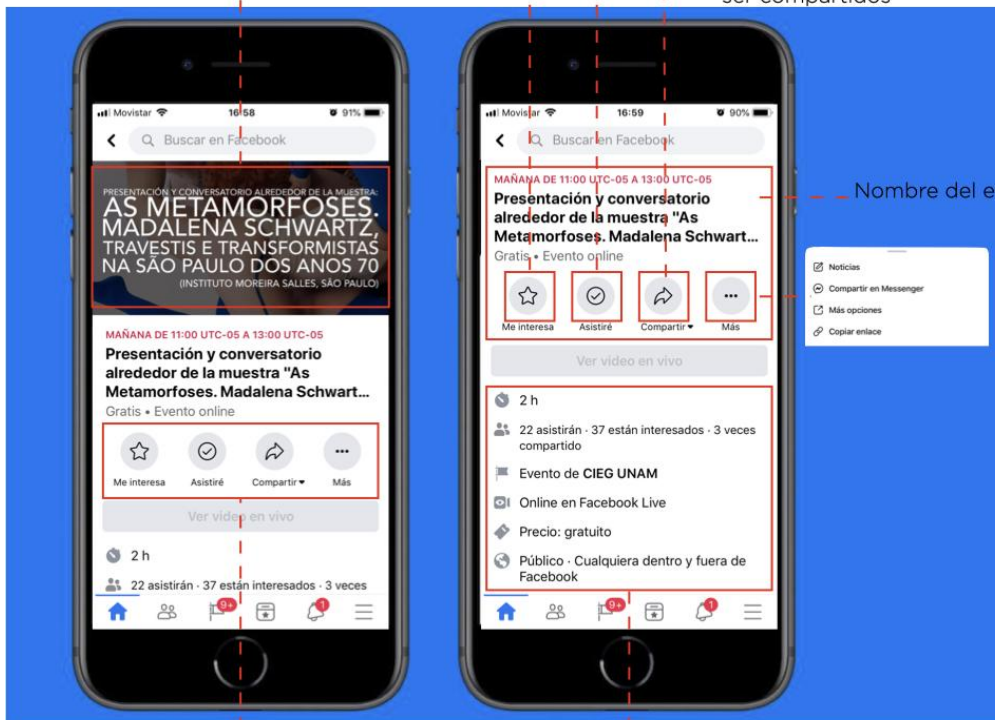
Cada participante previamente se prepara para asegurar fluidez, entusiasmo y carisma durante las presentaciones. Se les motiva a que formulen sus ideas principales al comienzo y resuman las conclusiones al final.

Portada del evento (ver apartado de formatos)

Botón que mantiene informado usuario sobre el evento

Al confirmar asistencia Facebook al usuario actualizaciones y activa recordatorios

Todos los eventos pueden ser compartidos



Nombre del evento

Acciones

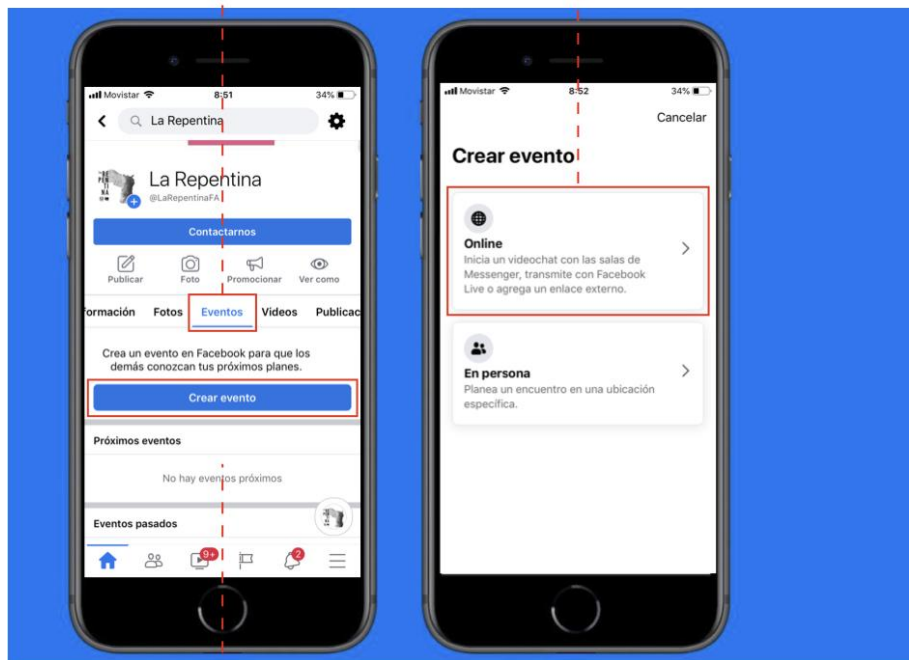
Información general del evento

Cómo crear Eventos Online

Cuando existe una solicitud de difundir un evento virtual en vivo es esencial que se realicen previamente los eventos, según sea el caso, puede ser en Facebook, Youtube o ambos.

Sección de eventos, dentro de la página que se administra.

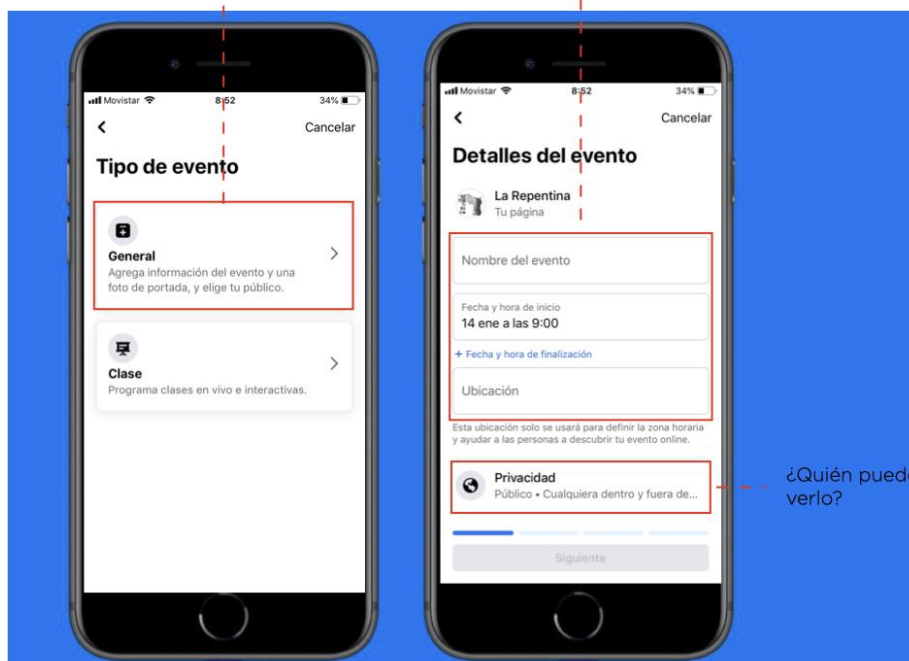
Seleccionar Online.



Pulsar, crear evento.

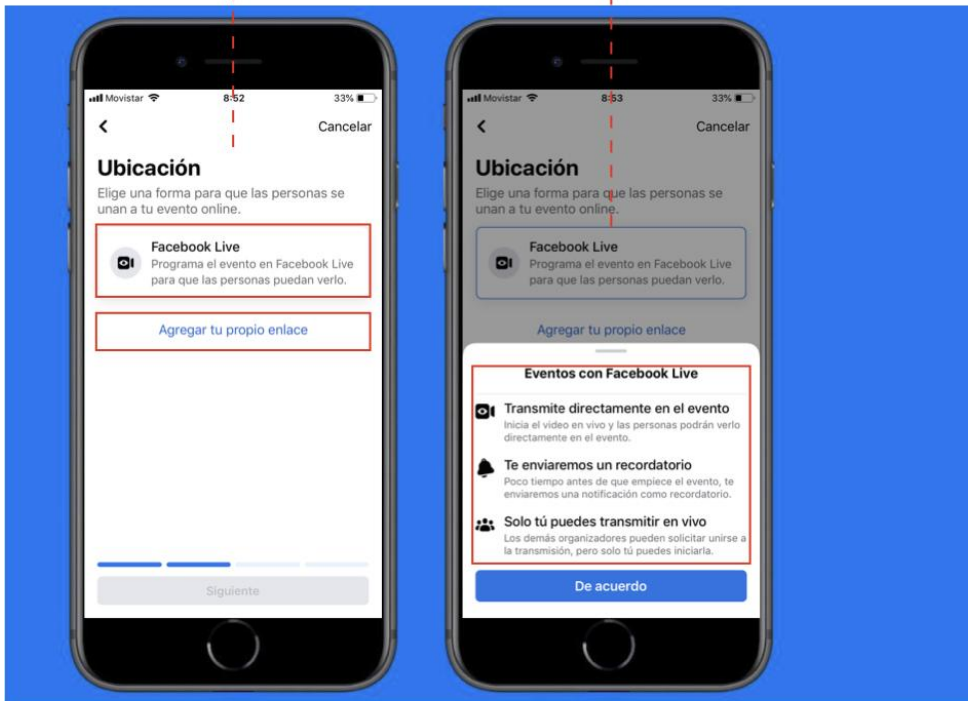
Seccionar General.

Llenar con las especificaciones del evento.



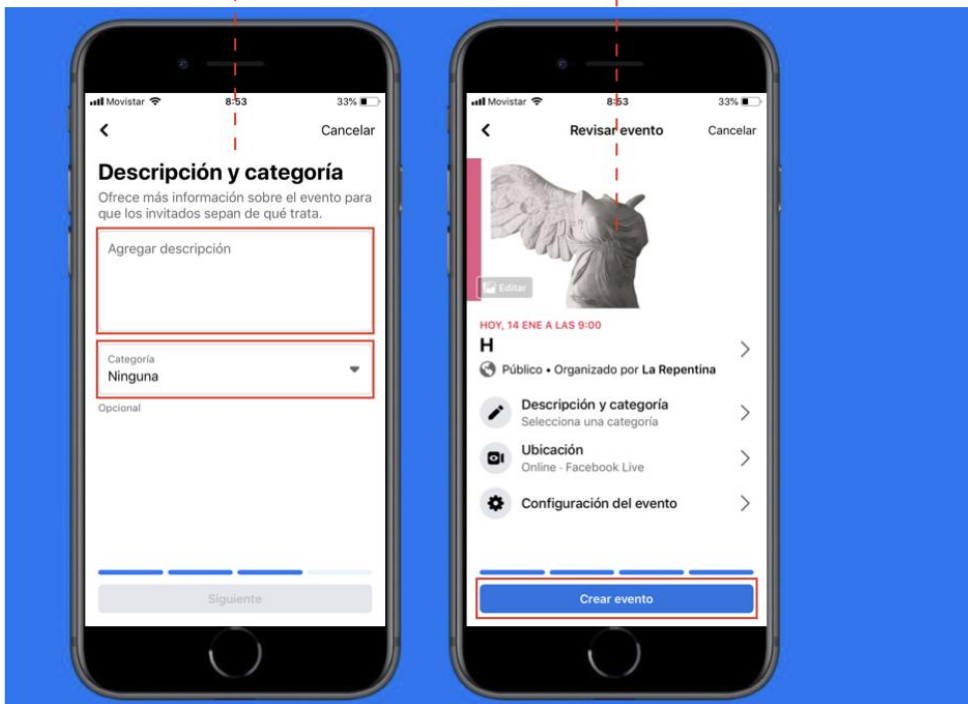
Identifica tu mejor opción.

Tus opciones con Facebook Live



Describe de una manera breve el evento. Y selecciona una categoría.

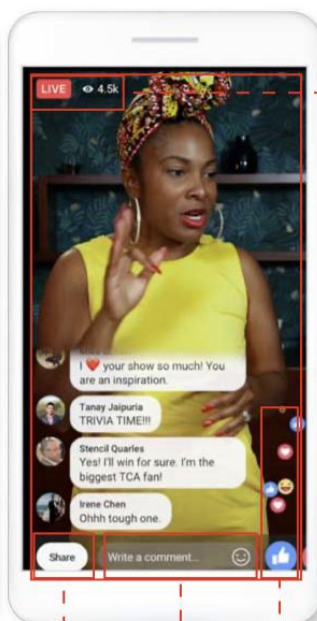
Verifica la información ingresada, crea el evento.



Facebook Live

Para transmitir en vivo una conversación, un espectáculo, una sesión de preguntas y respuestas, o un evento virtual. Cuando se transmite en vivo, la comunidad tiene la oportunidad de unirse a la conversación y hacer preguntas, comentar, reaccionar o simplemente estar presente en tiempo real.

Botón para iniciar un En Vivo



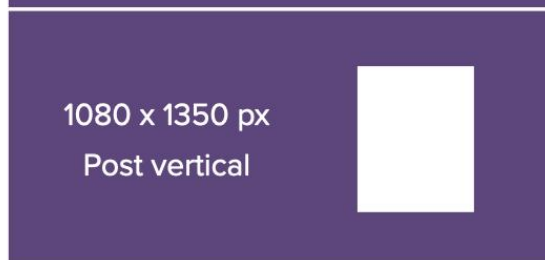
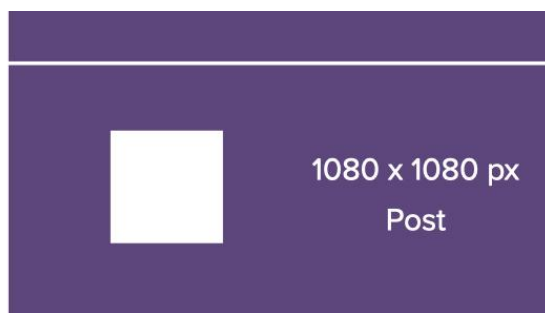
Cada En Vivo muestra el número de espectadores

Reacciones

Los seguidores pueden hacer comentarios simultáneamente

Los seguidores pueden compartir el En Vivo

Formatos para Facebook



Instagram FA

Contenido

- Todo el contenido, previamente seleccionado, que genere la UNAM.
- Contenido que generen las diferentes coordinaciones de la FA.
- Campañas generadas por la CCS.
- Contenido que haya sido convocado por la CCS.

Post



Fotografía

Me gusta, comentarios,
compartir, guardar.

Copy

Hashtags propuestos para ligar a la comunidad en Instagram:
#LibroFA, #MomentosFA, #CulturaEnFA, #SomosComunidadFA
#OrgullosamenteFA #SomosFA #LaFAinforma #EgresadoFA
#EgresadoDestacadoFA #LaFAconvoca #PróximamenteFA

Feed de Instagram

Las publicaciones en Instagram se muestran en una galería reticular por ello se recomienda una relación entre los diseños de cada publicación, manejar los cambios de color con transiciones suaves y definir con antelación la gama de colores.

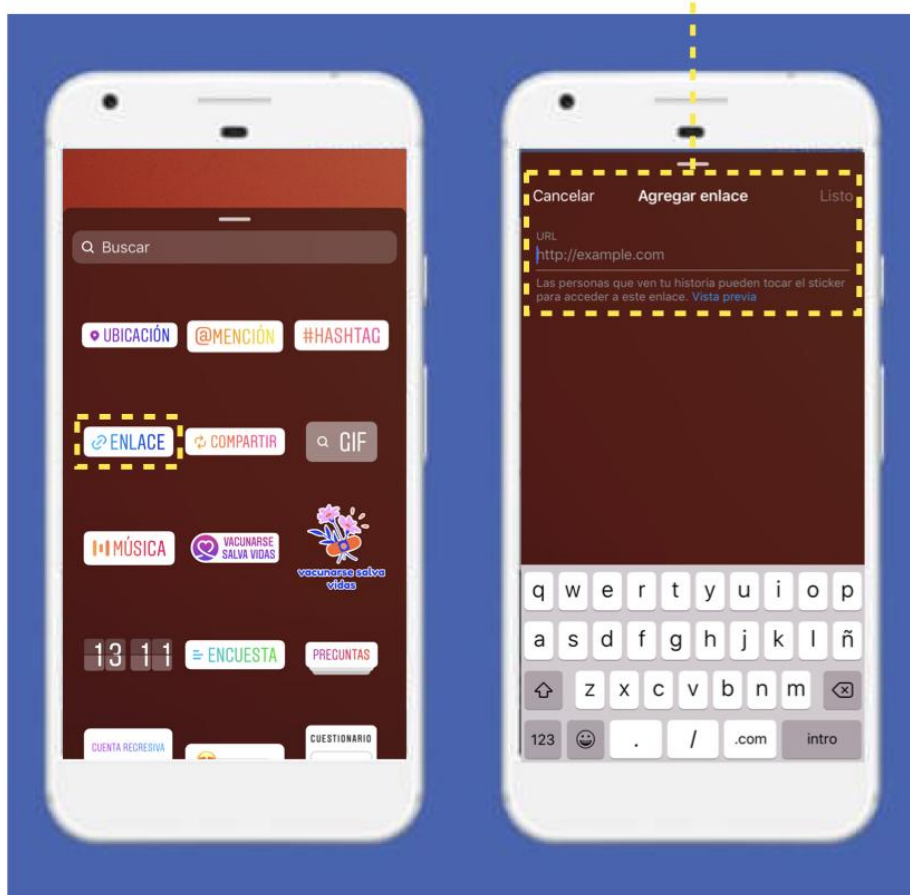


Historia

Se trata de compartir fotos y vídeos con caducidad, subir una imagen o vídeo que se reproduce sólo las veces que se desee y desaparece en un periodo de tiempo que se indique, el límite más común son 24 hrs.

Esta función se ha incorporado para compartir un momento de forma más natural y rápida.

Aquí se agrega el link en cuentas específicas.



Así se visualiza el link en cuentas específicas.



Historias destacadas

Es una selección de un grupo de historias guardadas y categorizadas por tema, se muestran antes de la galería de imágenes y se pueden caracterizar con una imagen de portada.

The screenshot shows the Facebook profile page for 'facultad_de_arquitectura_unam'. The profile picture is a circular logo with the text 'FACULTAD DE ARQUITECTURA'. The page statistics show 234 publicaciones, 11.1k seguidores, and 7 seguidos. The bio identifies it as the 'Facultad de Arquitectura UNAM' and provides a link to 'arquitectura.unam.mx/dialogo-2021.html'. Below the bio are three icons for 'Convoca', 'Comunicados', and 'Etc'. The main content area is titled 'PUBLICACIONES' and features three highlighted posts. The first post is titled 'Organismos para la igualdad de género en la UNAM' and contains a diagram with the following elements: 'Personas Orientadoras Comunitarias (POC's)', 'Comunidad FA', 'Unidad de Atención de Denuncias de Violencia de Género FA (UNADVG-FA)', 'Oficina Jurídica de la FA', and 'Dirección de la Facultad de Arquitectura (FA)'. The second post is titled 'Defensoría de los Derechos Universitarios, Igualdad y Atención de la Violencia de Género (DDUIAVG)'.

facultad_de_arquitectura_unam [Editar perfil](#)

234 publicaciones 11.1k seguidores 7 seguidos

Facultad de Arquitectura UNAM
Universidad
Cuenta Oficial Facultad de Arquitectura // UNAM // El contenido de esta página es responsabilidad de la Facultad de Arquitectura UNAM
arquitectura.unam.mx/dialogo-2021.html

Convoca Comunicados Etc

PUBLICACIONES IGTV GUARDADO ETIQUETADAS

Organismos para la igualdad de género en la UNAM

Personas Orientadoras Comunitarias (POC's)

Comunidad FA

Unidad de Atención de Denuncias de Violencia de Género FA (UNADVG-FA)

Oficina Jurídica de la FA

Dirección de la Facultad de Arquitectura (FA)

Defensoría de los Derechos Universitarios, Igualdad y Atención de la Violencia de Género (DDUIAVG)

Formatos

	1080 x 1080 px Post
1080x 1920 px Storie	
	Video en feed No más de 4 GB No más de 60 s
Reel No más de 30 s 1080x 1920 px	

Las publicaciones de Instagram pueden ser **cuadradas, horizontales** (1200 px por 628 px) **o verticales** (1080px por 1350px). Todas las imágenes se recortarán en un cuadrado en el feed.

IGTV No más de 60 min portada: 420 px por 654 px	
---	---

Twitter

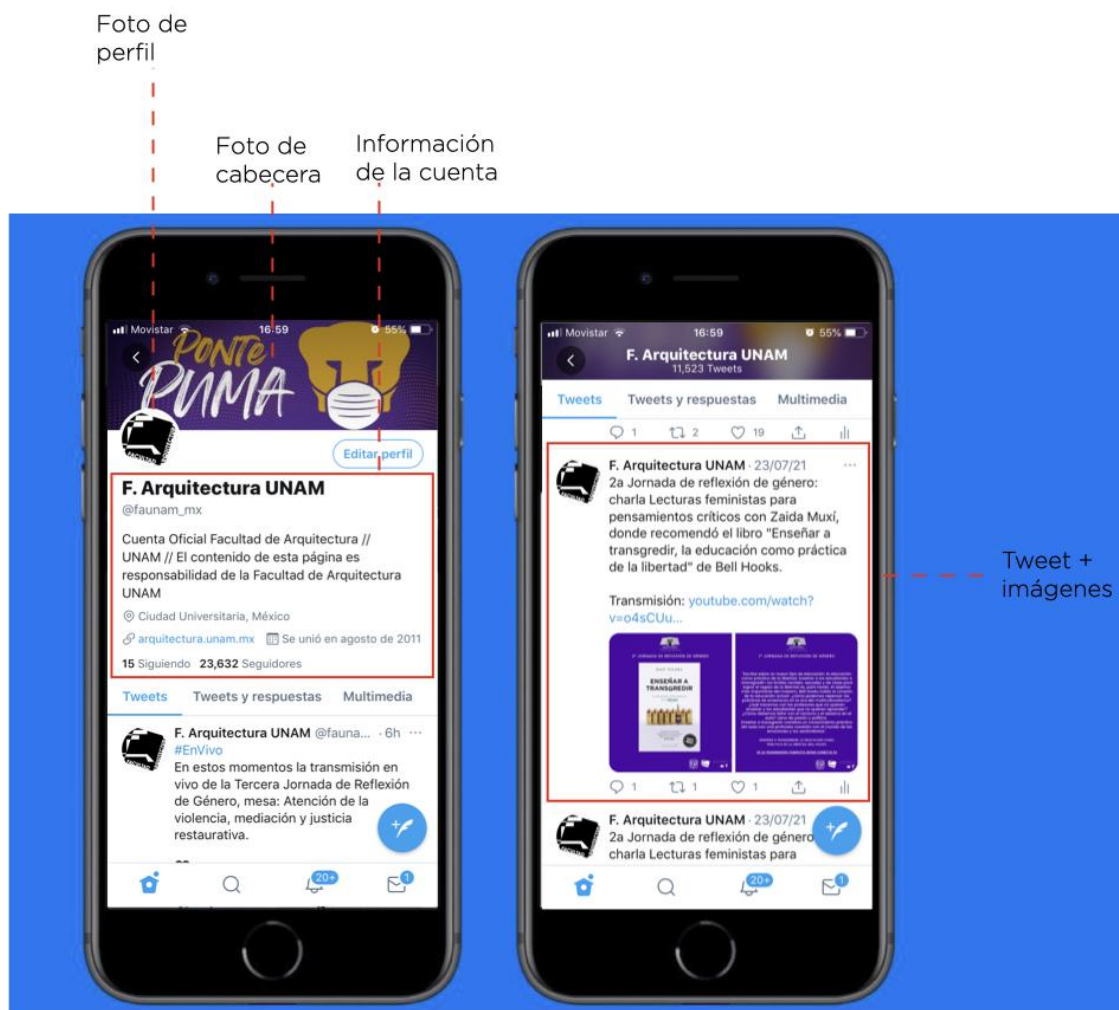
Contenido

- Noticias recibidas desde FA y de la UNAM.
- Publicaciones relevantes de La Repentina.
- Convocatorias internas (FA) y externas (UNAM).

Descripción

Este sitio permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 140 caracteres, llamados tweets.

Sólo permite un tipo de usuario, cada cuenta es considerada un perfil independientemente si se trata de una Institución, el único diferenciador entre algunas cuentas es el uso de la insignia azul, y se refiere a la verificación de la autenticidad de la identidad de individuos y marcas clave en Twitter.







Tweet



Hashtags propuestos para ligar a la comunidad en Twitter:
#LibroFA, #MomentosFA, #CulturaEnFA, #SomosComunidadFA
#OrgullosamenteFA #SomosFA #LaFAinforma #EgresadoFA
#EgresadoDestacadoFA #LaFAconvoca #PróximamenteFA

Formatos

	400 x 400 px Foto perfil
1500 x 500 px Cabecera	
	1024 x 512 Tweet Máximo 4
Gif Máximo 5GB	

Este documento está basado tanto en los lineamientos generales de la UNAM, como en las estrategias que la Coordinación de Comunicación Social ha implementado de una manera enfocada y detallada en las diferentes redes sociales. Desde la Coordinación de Comunicación Social hacemos una invitación al resto del personal académico y docente de la FA a retomar y continuar estos lineamientos, y en caso de tener alguna duda o de requerir algún apoyo, tengan certeza que la Coordinación se encuentra con toda disposición tanto para incrementar la difusión a las actividades (evento, publicaciones, convocatorias, etcétera), como para disipar sus dudas.

Pueden enviar su material a: comunicacion@fa.unam.mx