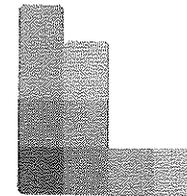


Manual de uso y aplicaciones

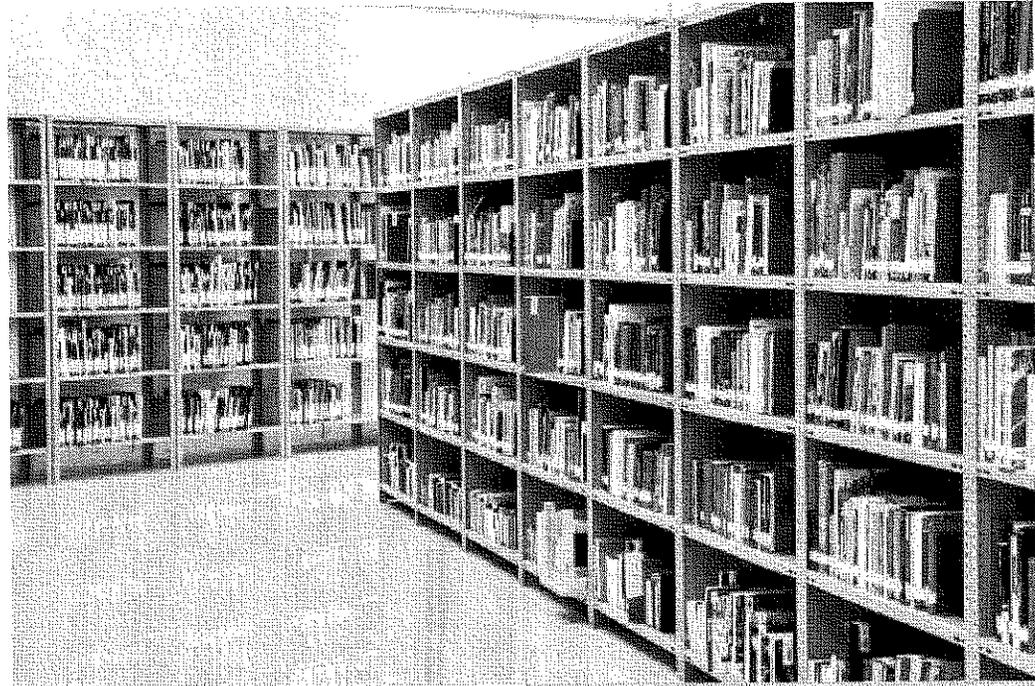
para redes sociales de FAD en Línea



FAD
en Línea



INTRODUCCIÓN



Este manual de identidad indica el uso correcto y aplicación en redes sociales de FAD en Línea, a fin de mantener su integridad y coherencia en todo soporte digital en el que sea utilizado.

CONTENIDO

01. FAD en Línea

FAD en Línea	1
Valores	2
Audiencia	3

02. Identidad

Identidad de FAD en Línea	4
---------------------------------	---

03. Público meta

5

04. Redes Sociales

Voz y personalidad de FAD en Línea	8
Normas generales para la administración y desarrollo de contenido	9
Imagen e identidad gráfica	10
Lenguaje y registro lingüístico	11
Principios de interacción	12
Contenidos	13
Facebook	16
Twitter	20
Instagram	23
Youtube	25

05. Aplicaciones

Plantillas de apoyo	27
Monitoreo, medición de resultados y gestión de redes sociales	30
Revisión del plan de redes sociales de FAD en Línea	35

FAD EN LÍNEA

¿QUÉ ES FAD EN LÍNEA?

FAD en Línea es un proyecto que apoya el enriquecimiento y actualización del proceso enseñanza-aprendizaje a través del uso de tecnologías de la información y comunicación.

De forma simultánea enriquece la formación académica de los estudiantes y actualiza a los docentes en diversas áreas relacionadas con la educación a distancia.



VALORES

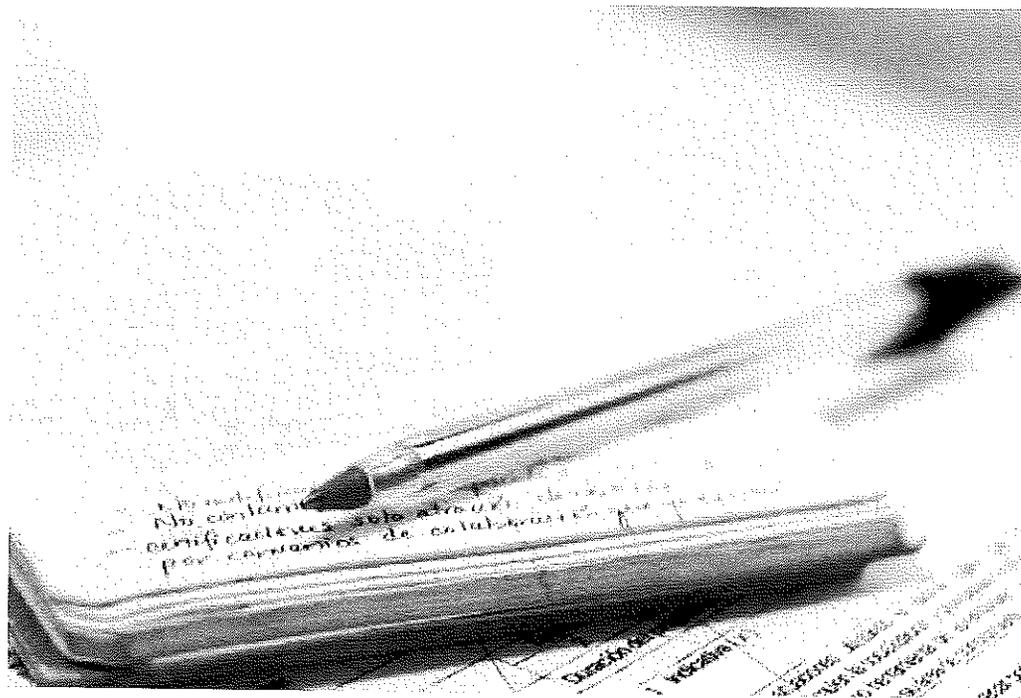
Los valores que caracterizan a FAD en Línea son los siguientes:

SENSIBILIDAD: En la toma de decisiones respecto al contenido y la implementación de recursos para cada una de las plataformas que componen el proyecto.

RESPONSABILIDAD: Con nuestros alumnos y docentes, al ofrecerles una oferta educativa en línea diversa, incluyente y actual.

PRUDENCIA: En el uso de nuestras plataformas y con el contenido generado en ellas.

RESPECTO: Por nuestra historia, nuestros ideales y nuestro país.



AUDIENCIA

¿CUÁL ES NUESTRO PROPÓSITO COMO PROYECTO?

Integrar la actividad académica de la facultad a los programas institucionales de innovación educativa de la UNAM en materia de acceso abierto, así como a las diversas iniciativas para la consulta y distribución de contenidos académicos y científicos empleando medios electrónicos.

¿QUÉ VAMOS A OFRECER A NUESTRA AUDIENCIA?

El uso de tecnologías de la información para mejorar la educación universitaria dentro de la Facultad de Artes y Diseño: la creación de aulas virtuales como apoyo a la docencia presencial, la promoción de cursos de formación docente en línea y el desarrollo de asignaturas a distancia para facilitar el estudio de nuestros alumnos.



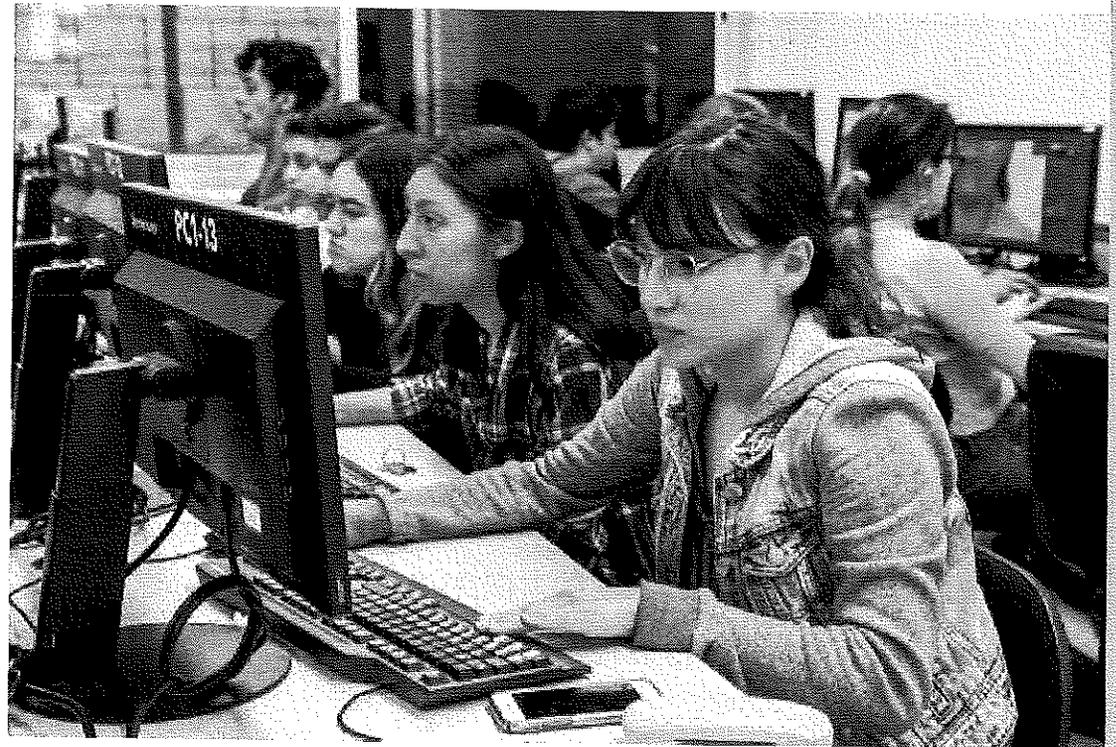
IDENTIDAD

¿CUÁL ES LA IDENTIDAD DE FAD EN LÍNEA?

Somos un equipo enfocado en utilizar las tecnologías de la información para la educación.

Nos mantenemos actualizados para capacitar a todos los docentes que tienen interés en la educación a distancia y ofrecer soporte a las dudas de alumnos en aulas virtuales.

Tenemos una metodología general para la producción de contenidos, que nos ayudan a agilizar procedimientos y cumplir con el proceso enseñanza-aprendizaje.

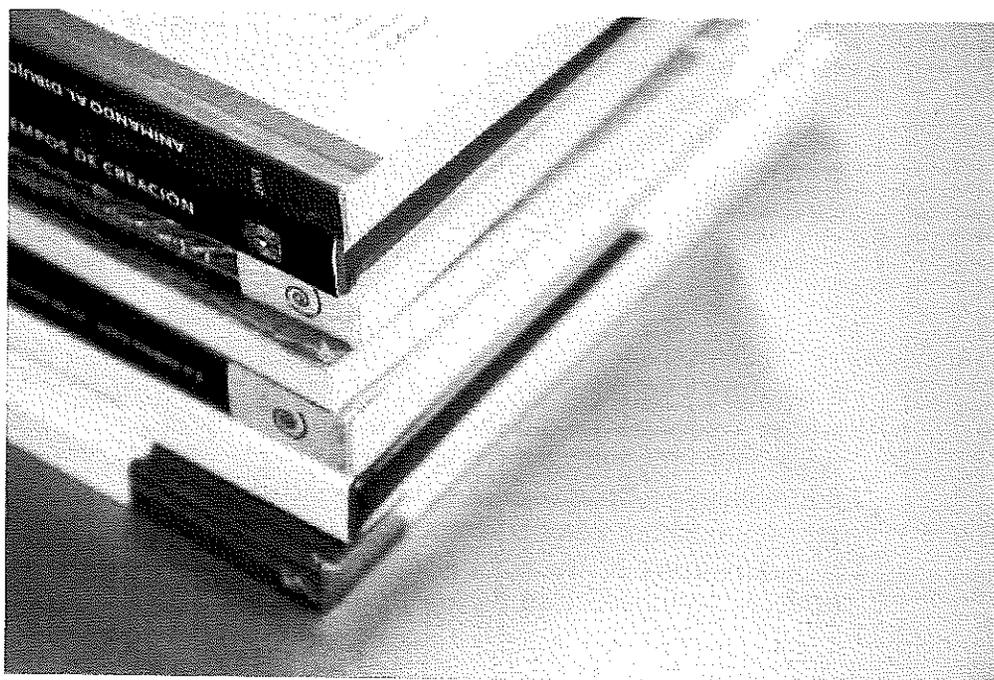


PÚBLICO META

Con el fin de establecer una conexión eficiente con nuestro público meta, decidimos crear una serie de **objetivos clave**:

1. Crear ideas innovadoras para cada una de nuestras plataformas.
2. Mantenernos actualizados sobre tópicos vinculados con la educación en línea en nuestro país y en el extranjero.
3. Fomentar los procesos creativos en cada una de nuestras plataformas.
4. Ofrecer oportunidades de desarrollo académico y especialización profesional hacia nuestro público meta.





PÚBLICO META OBJETIVO:

Jóvenes de 18 a 30 años interesados en la educación a distancia y la capacitación constante en temas relacionados con la pintura, la escultura, la *performance*, la estampa, el diseño escenográfico, la fotografía, la animación, la instalación, el arte sonoro, el videoarte, el arte corporal, la museografía, la curaduría, el cine o disciplinas afines.

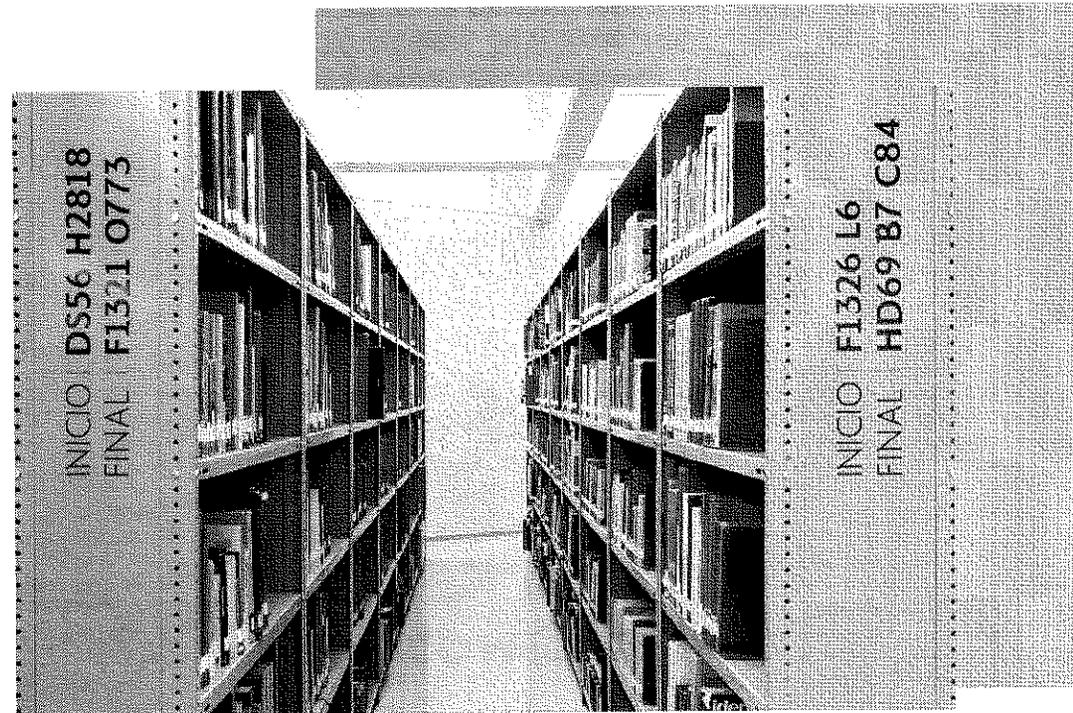
PÚBLICO META CONSECUENTE:

Adultos de 31 años en adelante interesados en capacitarse y actualizarse acerca de temas relacionados con la pintura, la escultura, la *performance*, la estampa, el diseño escenográfico, la fotografía, la animación, la instalación, el arte sonoro, el videoarte, el arte corporal, la museografía, la curaduría, el cine o disciplinas afines.

PÚBLICO META CONSECUENTE:

Estudiantes de la FAD y otras escuelas de arte, interesados en la educación a distancia y la capacitación constante en temas relacionados con la pintura, la escultura, la *performance*, la estampa, el diseño escenográfico, la fotografía, la animación, la instalación, el arte sonoro, el videoarte, el arte corporal, la museografía, la curaduría, el cine o disciplinas afines.

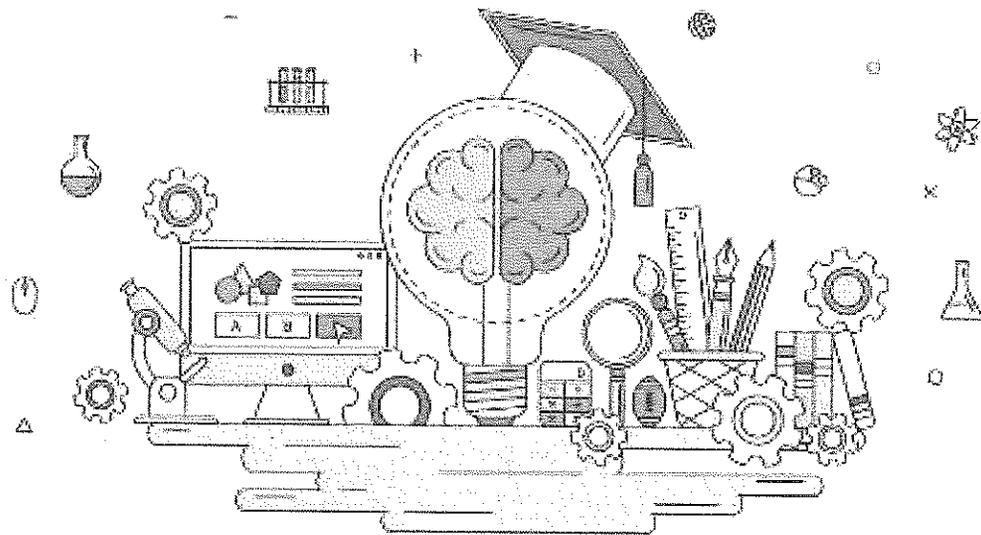
Profesores de la FAD y otras escuelas de arte, interesados en la educación a distancia, la actualización y capacitación constante, y temas relacionados con la pintura, la escultura, la *performance*, la estampa, el diseño escenográfico, la fotografía, la animación, la instalación, el arte sonoro, el videoarte, el arte corporal, la museografía, la curaduría, el cine o disciplinas afines.



REDES SOCIALES

VOZ Y PERSONALIDAD DE FAD EN LÍNEA

Somos un equipo joven y con personalidad lozana. En nuestras redes sociales nos dirigimos a nuestros lectores de forma amena y directa: hablamos de "tú", les invitamos a integrarse a este nuevo formato y les proporcionamos información concisa sobre la educación a distancia y las actividades de FAD en línea.



NORMAS GENERALES PARA LA ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO DE CONTENIDO

El Plan de Medios Sociales de FAD en Línea establece algunas pautas comunes para la presencia homogénea de FAD en Línea en los medios sociales. Todas nuestras acciones en los canales de comunicación social estarán dotadas de una unidad de mensaje en relación a nuestra estrategia como proyecto.

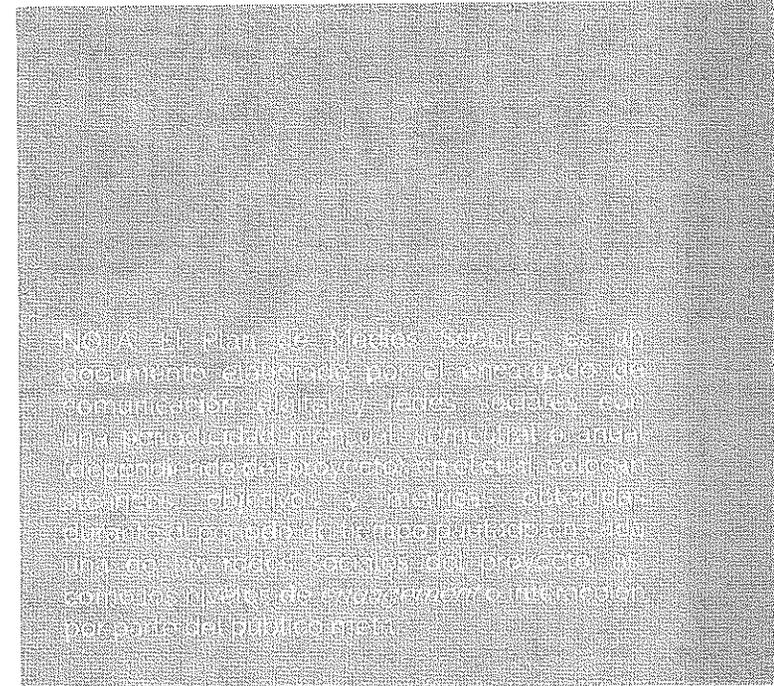
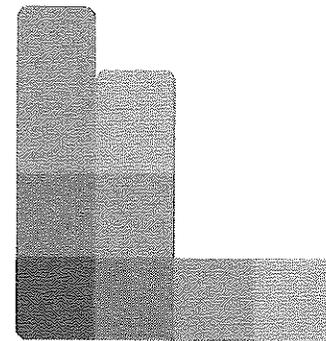


IMAGEN E IDENTIDAD GRÁFICA

La imagen e identidad gráfica de FAD en Línea (consultar el Manual de identidad FAD en Línea), debe respetarse para que sea reconocida por los usuarios y se identifique que se trata de un proyecto oficial de la Facultad de Artes y Diseño de la UNAM.

La imagen o logo utilizado en los medios sociales en los que FAD en Línea esté presente será común y, preferentemente, se tratará del logotipo oficial de FAD en Línea, siguiendo las pautas de comunicación institucional de la Universidad. El nombre con el que daremos de alta al proyecto en los medios sociales será siempre "FAD en Línea" para representar de manera unificada a la institución.

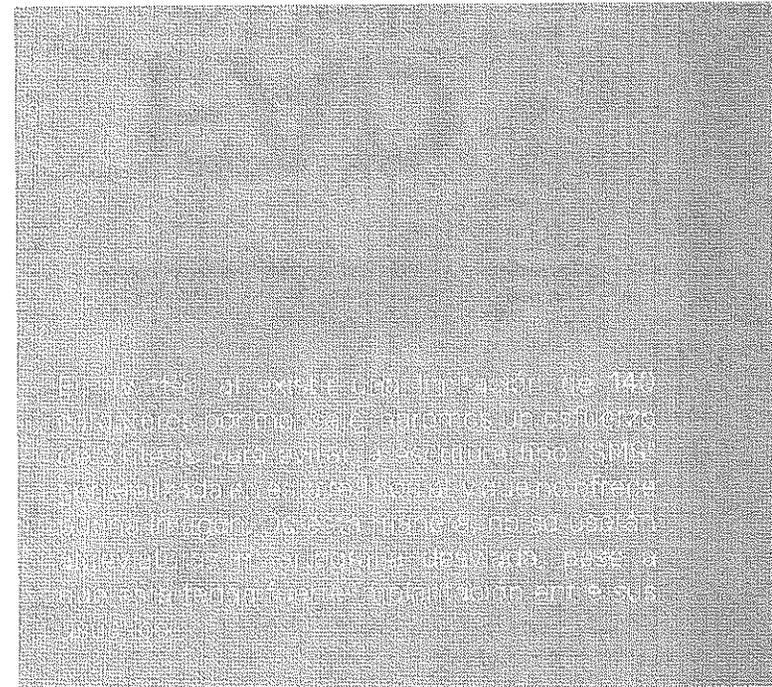


FAD
en Línea

LENGUAJE Y REGISTRO LINGÜÍSTICO

Para todas las publicaciones realizadas en medios sociales de FAD en Línea se exigirá una buena redacción, clara y concisa, sin cometer faltas de ortografía. Hay que tener en cuenta que una redacción descuidada e incorrecta puede perjudicar gravemente la imagen de la Universidad.

El lenguaje utilizado en medios sociales ha de resultar cordial y cercano, prefiriéndose la forma "tú" frente al "usted, pero sin caer en un lenguaje vulgar ni abusar de las abreviaturas, mayúsculas o signos de admiración.



PRINCIPIOS PARA LA INTERACCIÓN

Los principios que regirán la interacción con la comunidad universitaria serán los valores incluidos en el Plan Estratégico de FAD en Línea 2019-2020:

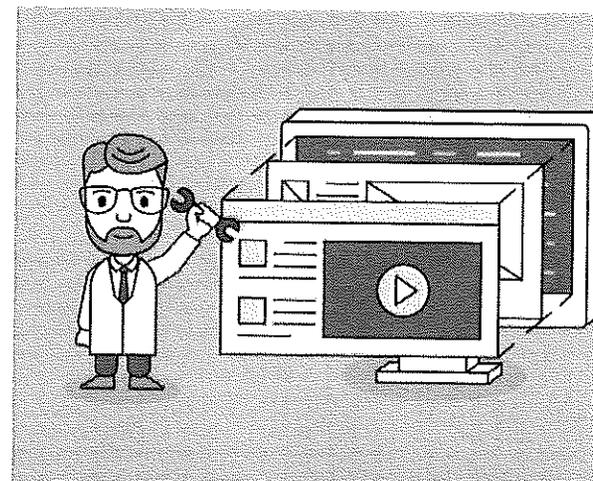
Servicio público: FAD en Línea es un servicio orientado a la satisfacción de las necesidades de información, estudio e investigación de su comunidad universitaria. La comunicación a través de los medios sociales debe ser tan eficaz como lo es la presencial, y dar mejores resultados sin requerir más recursos. FAD en Línea participará en iniciativas de miembros de la comunidad UNAM como si fueran propias, además de fomentar la participación del resto de la ciudadanía.

Calidad: FAD en Línea ha incorporado el modelo de gestión de calidad, la mejora continua, la innovación y el aprendizaje, que se aplicará a la evaluación de la actividad en los medios sociales

Profesionalidad: FAD en Línea cuenta con un equipo de personas altamente capacitadas y motivadas para prestar un servicio de calidad. Conviene mostrar en todo momento la predisposición para escuchar y para ayudar a la comunidad universitaria en todo lo que sea posible, así como para ofrecer soluciones a todas sus dudas.

Innovación/ Acceso abierto: FAD en Línea adapta sus servicios a las nuevas necesidades sociales y los cambios tecnológicos con espíritu creativo e innovador. Promoveremos en las redes sociales el cambio de paradigma educativo hacia el aprendizaje móvil y la gestión de derechos de autor con licencias registradas, que permitan que toda la comunidad universitaria pueda aprovechar mejor la información. Además se mostrará el compromiso medioambiental promoviendo prácticas sostenibles.

Para finalizar, señalar que la transparencia es la norma básica en los medios sociales, por lo que mostraremos a FAD en Línea como es y conversaremos con naturalidad.



CONTENIDOS

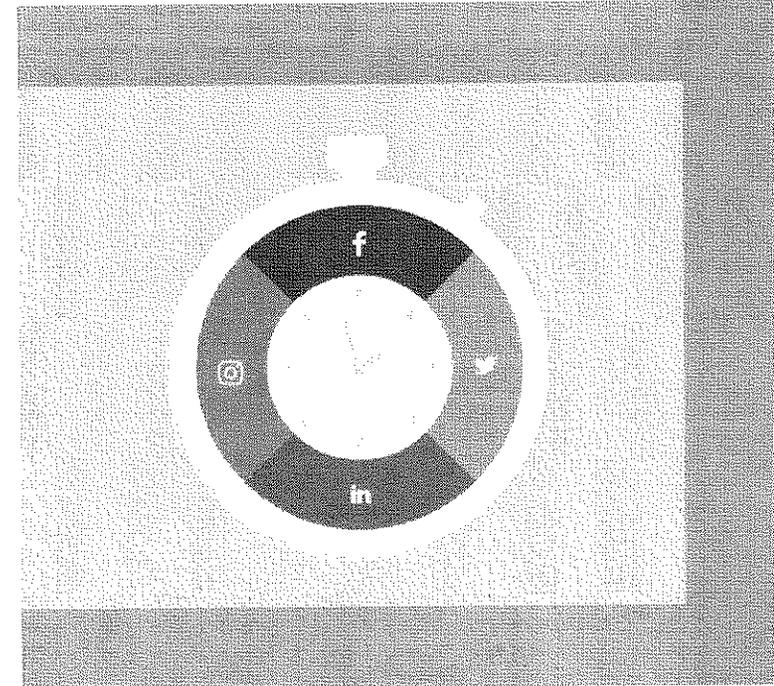
La publicación en medios sociales de FAD en Línea requiere una tarea previa de curación de contenidos que puedan ser relevantes para la comunidad universitaria que nos sigue. El proceso de selección crítica de contenidos requiere de las siguientes fases:

1. Definición de búsquedas y filtros para hallar contenido interesante.
2. para la comunidad universitaria UNAM, relacionado con el papel que tenemos encomendado como centro de recursos para el aprendizaje y la investigación.
3. Búsqueda de contenido adicional o que ponga en contexto y
4. enriquezca el contenido seleccionado.
5. Búsqueda de fuentes de contenido fiable y de interés.
6. Verificación de las fuentes originales de contenido.
7. Filtrado del contenido recolectado.
8. Exploración de otros círculos de curadores relacionados con la
9. información para realizar benchmarking.

Algunas fuentes básicas para obtener contenidos interesantes serán: contenidos de elaboración propia (puntos de interés virtuales, guías o exposiciones); contenidos externos como blogs académicos, científicos o literarios; prensa nacional e internacional; publicaciones periódicas de carácter científico, entre otros.

La información que se suministre tiene que ser veraz y estar respaldada por FAD en Línea o la unidad correspondiente enlazando siempre con la página o páginas donde se amplía esa información.

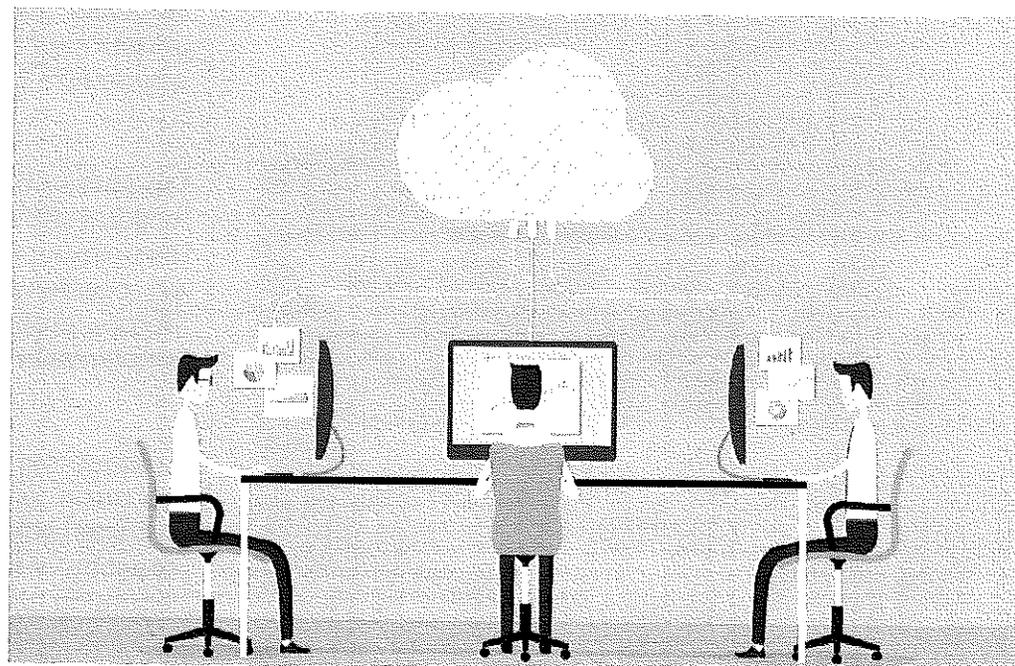
La información será distribuida y redistribuida por diferentes medios sociales para aumentar el tráfico de visitas pero sin duplicar innecesariamente la información, diversificando contenidos según la herramienta que se utilice y el público al que se dirija.



Antes de publicar la información en cualquiera de los medios sociales de FAD en Línea es preciso comprobar que no se haya hecho previamente y no se hayan programado mensajes similares en las herramientas de gestión automatizada de las redes sociales.

Si se comete el error y se descubre a posteriori, se subsanará eliminando el mensaje publicado a la mayor brevedad posible, y siempre que no haya generado reacciones por parte de los seguidores (comentarios, me gusta, o retweets).

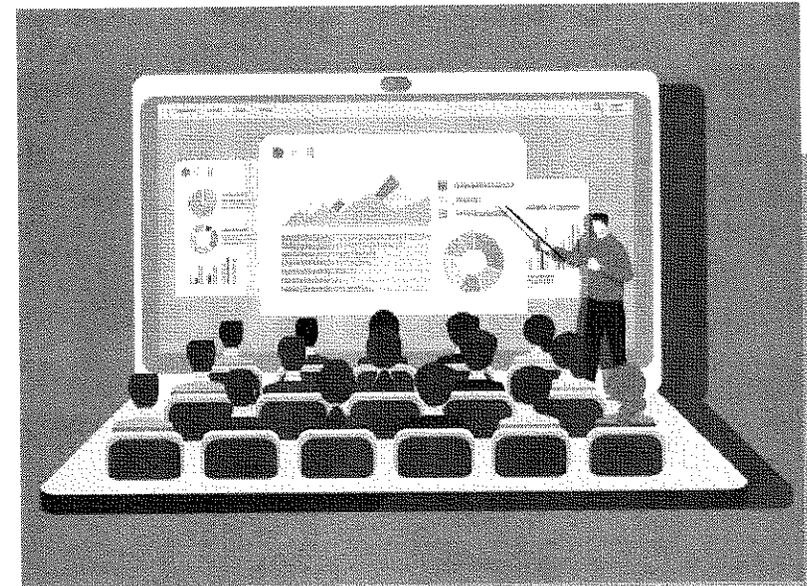
Por último, advertir contra una actitud excesivamente comercial a través de contenidos poco relevantes o una presencia publicitaria inmoderada de nuestros servicios, ya que estas son las principales razones por la que los usuarios dejan de seguir a corporaciones en redes sociales.



La actividad de FAD en Línea en los medios sociales será continua, evitando periodos de inactividad largos. Los medios sociales funcionan 365 días, 24 horas al día, y la participación de los usuarios es constante, por lo que FAD en Línea debe asumir el ritmo de funcionamiento propio de dichos medios, más allá de los horarios de apertura de nuestras instalaciones físicas.

En días festivos y periodos de cese de actividad en la universidad, se utilizarán las aplicaciones que permiten programar contenido de manera escalonada, garantizando así la continuidad del servicio. En el extremo contrario está el exceso de publicación, que también se ha de evitar por la merma de la calidad de los contenidos que implica y por el efecto de saturación que produciría en los seguidores de FAD en Línea.

Incentivar la participación para crear una comunidad viva y dinámica está en el corazón de los medios sociales. Para ello es importante saber comunicar y generar una conversación con los usuarios de forma activa, para lo que es importante localizar a posibles líderes dentro de la comunidad que nos ayudarán a enriquecer los contenidos y las conversaciones.



FACEBOOK

Facebook, la red social líder en la actualidad, es una plataforma para comunicar y compartir con otras personas información, fotos, videos y enlaces de interés.

En Facebook debemos distinguir claramente las cuatro modalidades que existen para estar presentes en esta red: perfil, grupo, página y aplicación.

Las páginas son el espacio que Facebook facilita a las entidades (organización, negocio, administraciones públicas), cuya creación y administración es gratuita.

Las páginas de Facebook son visibles para todo el mundo, incluso para aquellas personas que no dispongan de perfil abierto en esta red.

Por todo ello, FAD en Línea está presente en la red social a través de una página única que representa a todos los servicios ofrecidos a nuestro público objetivo.



GESTIÓN DE PERMISOS Y CONFIGURACIÓN DE LA PÁGINA

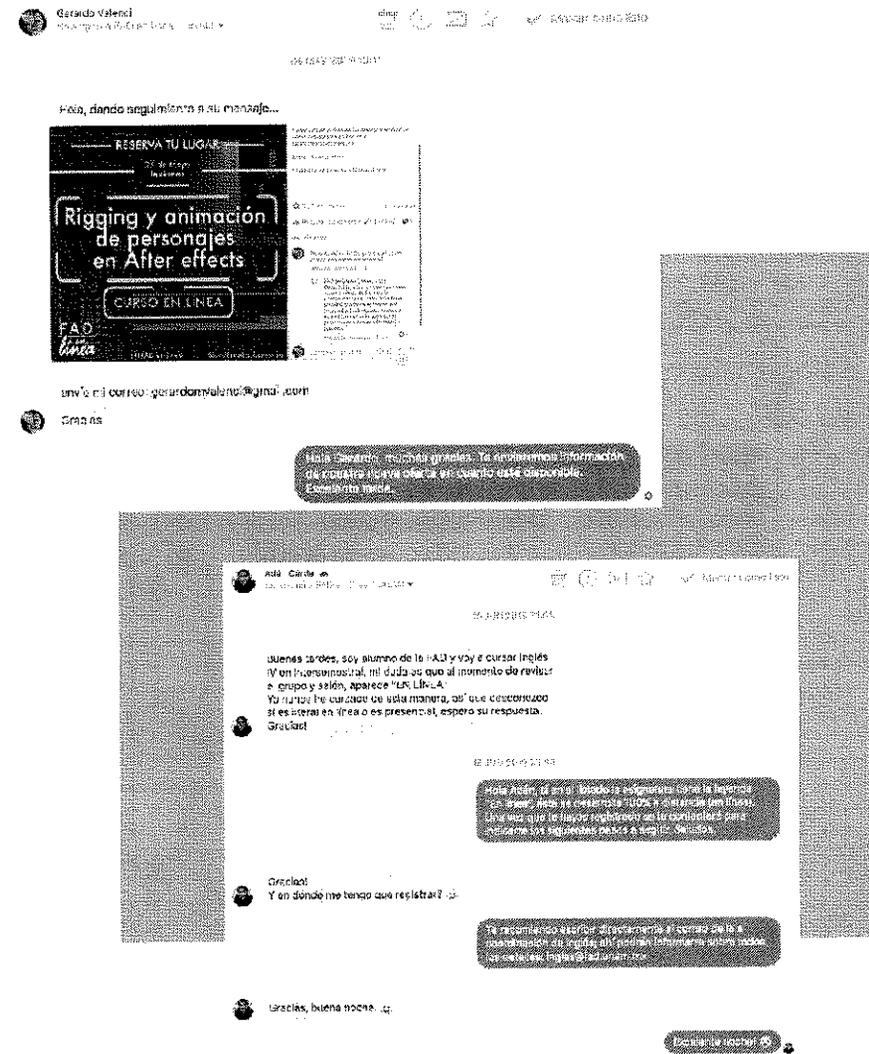
En la configuración de la página de FAD en Línea se seleccionará la opción de "sitio web de educación".

En la gestión de permisos, en la opción de autorización a los visitantes y seguidores para publicar, se seleccionará las opciones de que cualquier persona puede publicar en la biografía de FAD en Línea y todos pueden agregar fotos y videos a la biografía de FAD en Línea. Estas opciones son las preferidas, ya que FAD en Línea está presente en diversos canales digitales para fomentar el debate e interactuar directamente con nuestros usuarios.

En el bloqueo de groserías optaremos por un filtro moderado, completándolo con una lista de términos prohibidos en que se hacen constar todas las palabras malsonantes comúnmente utilizadas en castellano o cualquier otro idioma, incluyendo variaciones ortográficas.

Como norma general, se suprimirán TODOS los comentarios que publiquen los seguidores que tengan: contenido racista o xenófobo, sexista, que incluyan insultos o amenazas, o los identificados como SPAM, entendiendo como tal cualquier tipo de publicidad, salvo que se considere adecuada para el proyecto.

NOTA: Aquí puedes observar algunas estrategias de lenguaje y registro lingüístico utilizado dentro de la plataforma.



GESTORES DE LA PÁGINA DE FACEBOOK

Los gestores de páginas pueden desempeñar cinco funciones que requieren diferentes capacidades. Sólo los administradores principales pueden cambiar el tipo de administrador de cada persona.

En FAD en Línea las personas que desempeñarán estos roles son las siguientes:

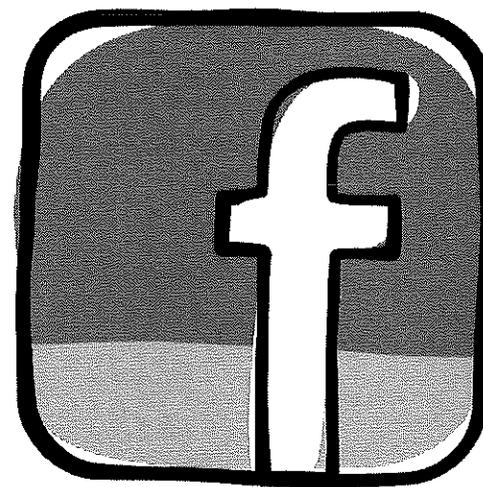
Administrador principal: Jefe de servicio de entornos virtuales y comunicación con los usuarios.

Autor de contenido: Responsable de la creación de contenidos para el espacio y coordinación de usuarios.

Analista de las estadísticas: Persona encargada del manejo y gestión de estadísticas provenientes del análisis de números, seguidores, alcances en posteos, tipos de publicaciones, engagement, etcétera.

En la publicación de contenidos en Facebook se intentará siempre proporcionar información de valor añadido y útil para la comunidad universitaria, sea compartiendo servicios, ya sea mediante recursos externos o actividades interesantes.

Los textos deben ser cortos a causa de las características de visualización de la red social. Los enlaces compartidos irán acompañados de una imagen, fotos, álbumes y videos, son formas adecuadas de mostrar contenido y permiten que el mensaje llegue directamente a los seguidores.



Los enlaces compartidos se pegarán en el cuadro dedicado a publicación y, una vez que Facebook haya localizado la página web y aparecido el subcuadro con la información compartida y la imagen en miniatura en la parte inferior, se quitará la URL, ya que la dirección ya ha sido registrada por Facebook y el enlace aparecerá acortado, resultando más atractivo estéticamente.

La frecuencia de las publicaciones establecida como ideal es dos al día, escalonadas en mañana y tarde, en la franja de mayor conectividad de cada segmento, respetándose la regularidad que permite a los seguidores saber cuándo habrá nuevo contenido disponible.

Para lograr la participación de los seguidores, las publicaciones pueden contener preguntas en las que se invite a la participación, fomentando el debate y conociendo la opinión de nuestros usuarios sobre los contenidos compartidos.

Algunos contenidos fijos serán:

- **Nuevos servicios** que FAD en Línea de la sede central ponga en funcionamiento o servicios poco conocidos que requieran de mayor publicidad.
- **Recursos externos** que promuevan nuevas formas de organización del estudio y la investigación: aplicaciones, herramientas o portales.
- **Entradas vinculadas** a la cuenta oficial de Twitter de FAD en Línea.
- **Actividades culturales:** exposiciones online, eventos culturales de especial relevancia.
- **Herramientas para el estudio online** y organización de grupos de estudio a distancia.



TWITTER

Twitter es una plataforma de micromensajería o microblogging que permite enviar mensajes con textos cortos (hasta 140 caracteres) y conversar con los usuarios.

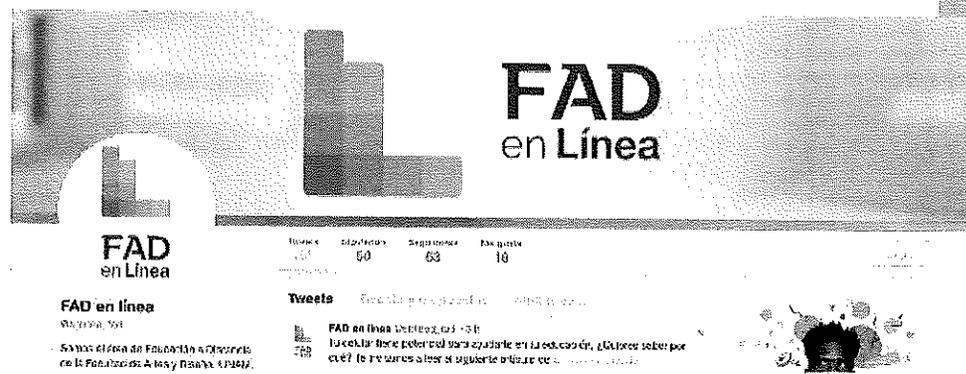
Se trata de la herramienta idónea para informar acerca de nuevos servicios, fondos destacados, informaciones diversas (cambios de horario o de plazo de préstamo, problemas informáticos) y para retransmitir eventos. Pero también es una herramienta para dialogar, colaborar e interactuar con la comunidad universitaria por lo que es fundamental responder a todos los mensajes directos que nos envíen.

CONSEJOS DE USO E INTERACCIÓN EN LA PLATAFORMA

A todos los usuarios que comiencen a seguir a FAD en Línea en Twitter se les enviará el siguiente mensaje directo de bienvenida: "@Nombre del usuario Muchas gracias por seguirnos. Esperamos serte de utilidad y ofrecerte recursos y noticias interesantes. Un saludo".

A los usuarios que retuiteen nuestros mensajes, se les enviará un breve mensaje de agradecimiento: "@Nombre del usuario, gracias por el retweet. Un saludo".

Para participar en el diálogo y enriquecernos con las conversaciones de otros usuarios en Twitter, FAD en Línea seguirá perfiles de otras universidades, servicios y medios de información, publicaciones culturales y científicas.



PUBLICACIÓN DE LOS TUIITS

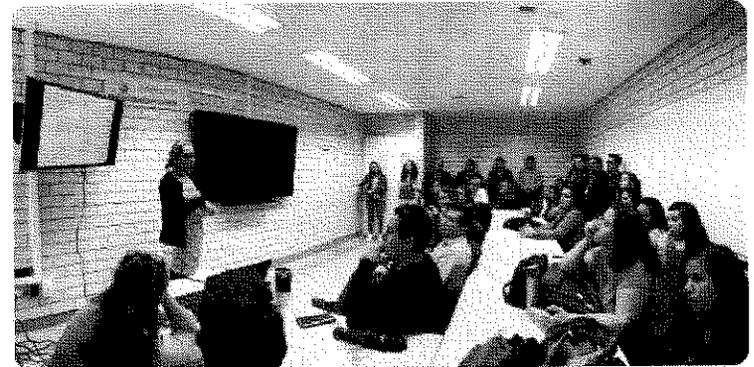
La actividad en Twitter es muy intensa, por lo que se requiere mantener un ritmo de publicación superior al establecido para Facebook. El número medio de mensajes diarios que FAD en Línea realizará será de 6. Para lograr una mayor agilidad y eficiencia en la actualización de este medio social, la página de Facebook y el perfil en Twitter están conectados, permitiendo que todas las publicaciones que se realicen en Facebook aparezcan simultáneamente en la red de microblogging.

Por otra parte, realizaremos retweets (RT) de contenidos publicados por otros usuarios de Twitter a los que seguimos, que puedan resultar interesantes para nuestra comunidad de seguidores. En la medida de lo posible, enviaremos un tuit de bienvenida a los nuevos seguidores y un mensaje de agradecimiento cuando retuiteen nuestro contenido.



FAD en línea @enlinea_fad · 24 jul.

Seguimos en el 5to Encuentro Universitario de Mejores Prácticas de Uso de TIC en la Educación. Ahora, la Mtra. Mara González Guinea expone acerca del uso de herramientas tecnológicas que utilizamos en FAD en línea. El evento se realiza en UNAM Escuela Nacional de Trabajo Social.



1



2

HERRAMIENTAS ESPECÍFICAS DE GESTIÓN PARA TWITTER

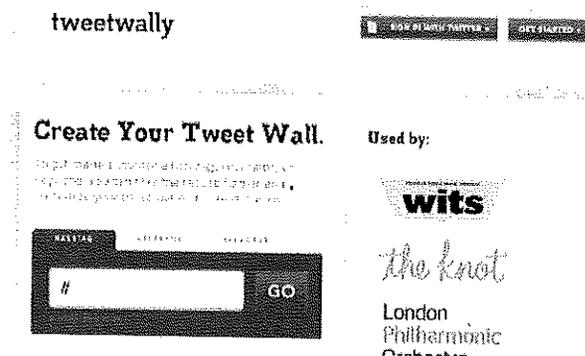
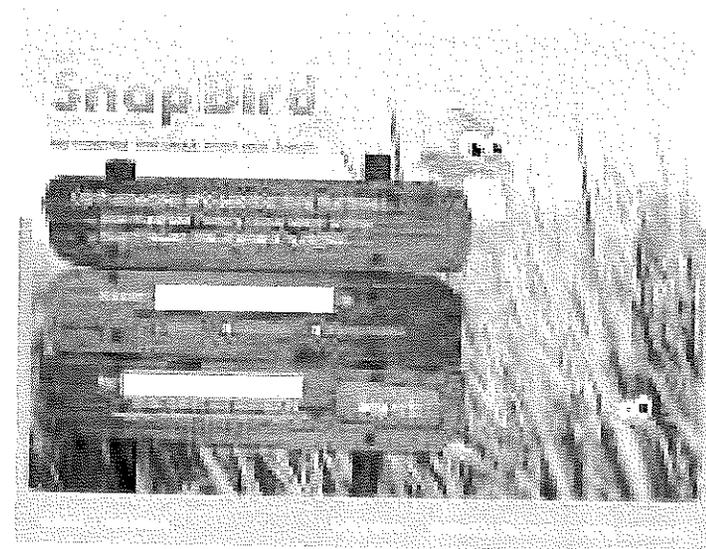
1. **Bit.ly** : Es la aplicación más usada para acortar los links que se publican en Twitter. Es preciso que todos los links que se compartan sean previamente acortados, debido al límite de 140 caracteres de los mensajes en la red de microblogging. Existen botones para instalar en el navegador que nos facilitan la tarea de acortar.

2. **SnapBird**: Aplicación gratuita que permite buscar por palabra clave un tuit en el perfil de nuestra cuenta, así como entre los favoritos, mensajes de directos, y menciones recibidos. También permite localizar tuits de otras personas en tu timeline. Snapbird busca en el historial de Twitter desde la fecha en que se comenzó a usar la red social. Además de ayudar a encontrar menciones de un tema en particular, la plataforma también puede ser utilizada para localizar un tuit que no se recuerde con exactitud, de esos que se leen pero se olvidan marcar como favoritos o enviarlos por correo.

3. **Twilk**: Crea un fondo o background en el perfil de Twitter acorde con las imágenes de perfil de tus seguidores.

4. **Tweetwally**: Aplicación que permite hacer el seguimiento del uso del hashtag del evento, proyectando en una pantalla los tuits de cualquier usuario que esté empleando dicho hashtag. Se puede configurar para filtrar por usuario o palabra clave y mostrar solo los tuits que queramos.

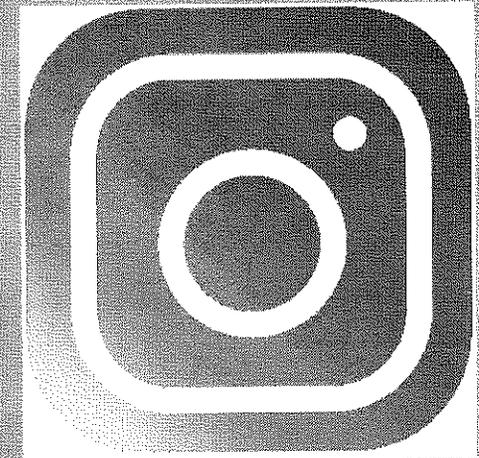
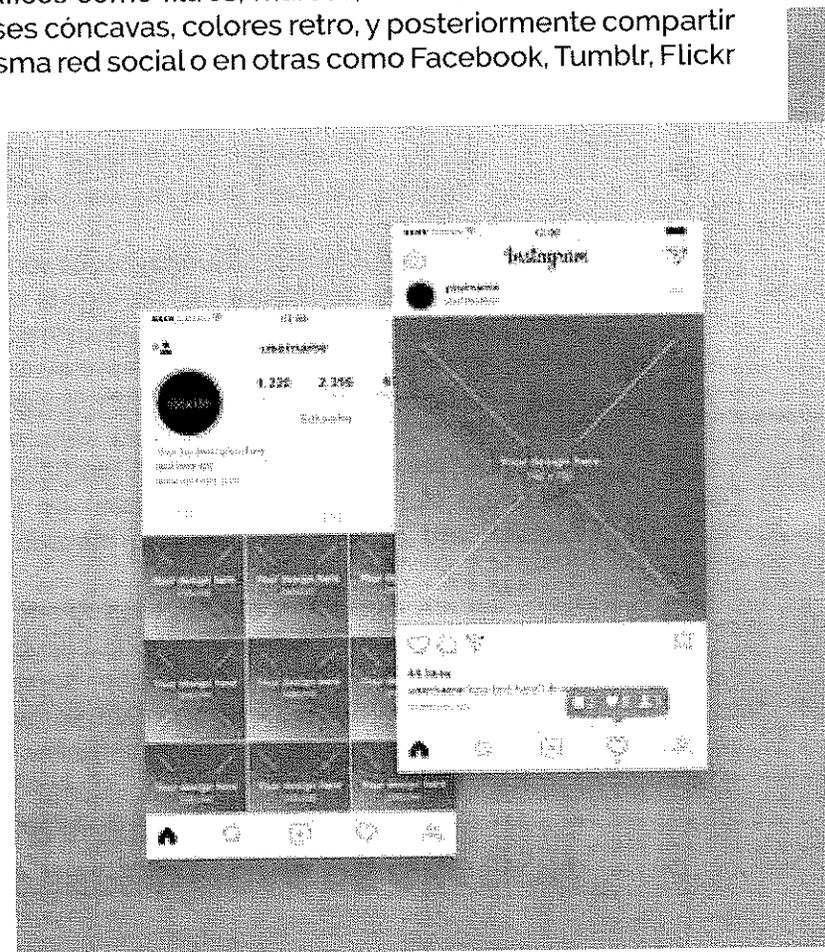
NOTA: Todas las herramientas mencionadas que requieren dar de alta el servicio han sido configuradas con el correo electrónico de FAD en Línea.



tweetwally

INSTAGRAM

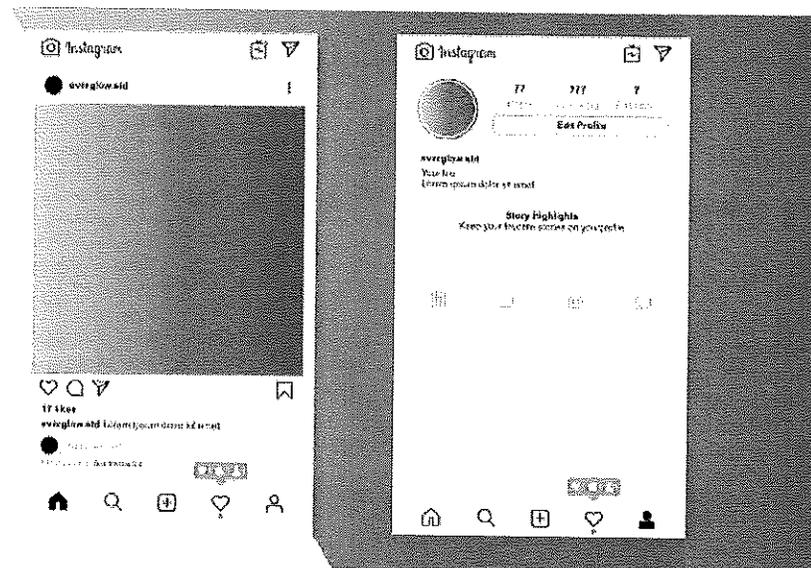
Instagram es una red social y aplicación. Su función es subir fotos y videos. Está disponible para dispositivos Android e iOS. Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro, y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter.



En la actualidad FAD en Línea no cuenta con esta red social habilitada, sin embargo es necesario contemplar algunos aspectos requeridos para el momento en el que esto suceda.

Estas son algunas recomendaciones de uso para esta red social:

La curaduría y selección de imágenes que serán posteadas en el feed de Instagram para la cuenta de FAD en Línea, deben seguir las normas y políticas de comunicación general para las redes sociales del proyecto, es decir, que tienen que contener imágenes creadas o seleccionadas, las cuales muestren contenido interesante para la comunidad universitaria, relacionado con el papel que tenemos encomendado como centro de recursos para el aprendizaje en línea y la investigación.



YOUTUBE

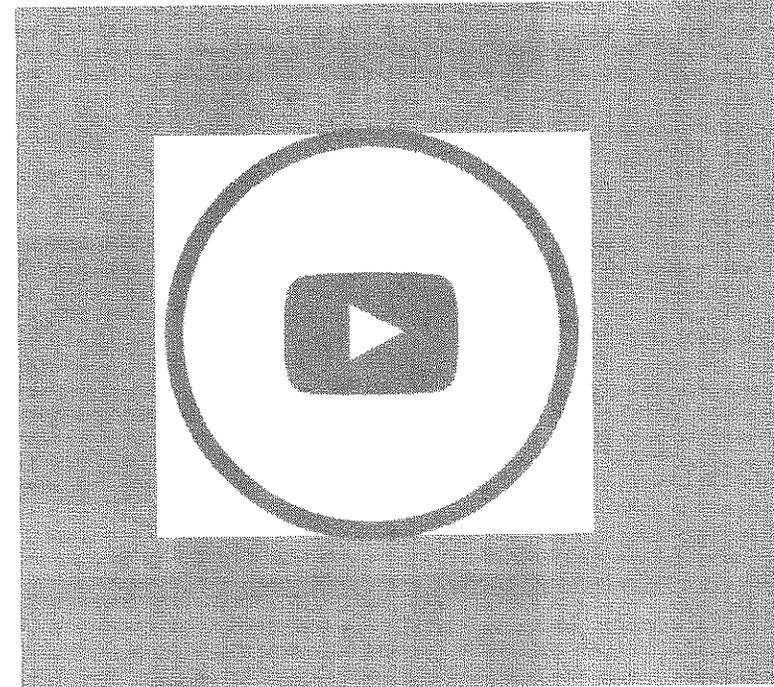
YouTube es el sitio web más popular en el que los usuarios pueden subir y compartir videos online. Teniendo en cuenta la importancia cada vez mayor que el formato audiovisual tiene en nuestra sociedad y en la educación a distancia, es evidente que YouTube tiene un gran potencial para la difusión de contenidos y para llegar a los usuarios de FAD en Línea con un formato que les resulta atractivo.

Para ello se ha creado un canal YouTube, que es el espacio que el servicio ofrece a los usuarios registrados, donde se recopilan todos los videos subidos y ofrece información básica sobre nosotros, (antigüedad del canal, comentarios, amigos, país, etcétera.). YouTube permite personalizar nuestro canal, identificándonos y accediendo a la opción "Mi canal", situada arriba a la derecha.

Las opciones son:

Configuración: Introduciremos los datos básicos sobre nosotros. Al igual que ocurre con un video, se nos facilita la posibilidad de rellenar una breve descripción. También nos preguntará sobre qué clase de uso queremos darle al canal. La predeterminada es (YouTube), pero además existen los usos de "Director", "Músico", "Humorista", "Gurú" o "Reportero".

Temas y colores: Aquí modificaremos el aspecto visual del perfil, incluyendo la posibilidad de cambiar la imagen de fondo.



Para la correcta organización de los videos en el canal se dispone de listas de reproducción monográficas en las que se recogen todos los videos sobre un mismo tema. La creación de estas listas de reproducción se someterá a la opinión del encargado de redes sociales y comunicación con los usuarios.

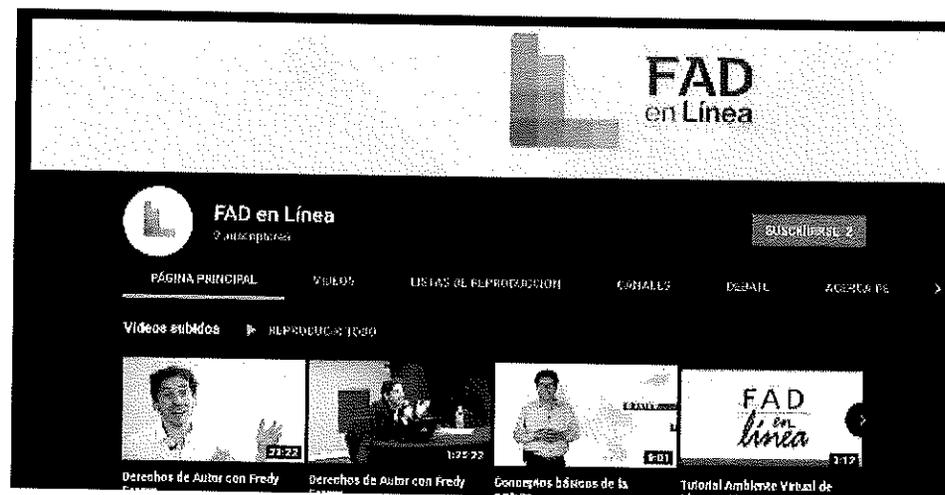
EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES CULTURALES: Reúne los videos sobre actividades culturales y de divulgación.

DE INTERÉS PROFESIONAL: (Educación en línea y documentación): Conferencias, ponencias y similares que puedan resultar interesantes para colegas de profesión.

SOBRE NOSOTROS: Reúne aquellos videos que hablan de la historia y evolución de FAD en Línea.

Para cargar un video puede hacerse a través de una URL, si el video ya está en Internet, o cargando el archivo si el video está en local. Otra opción es generar una retransmisión en directo a través del canal, aprovechando la tecnología de Google Hangouts. Esta es la opción adecuada para la celebración de Webinars⁴.

El último paso para cargar un video es facilitar su información básica: el título, la descripción y tags (etiquetas o palabras claves). Este último apartado es fundamental, ya que los buscadores indexarán en función de esta información, lo que repercutirá en la visibilidad de nuestros videos y en su número de visitas. A la hora de etiquetar tenemos que elegir como tags las palabras que mejor definan el "tema" de nuestro video y lo que lo hace diferente al resto.

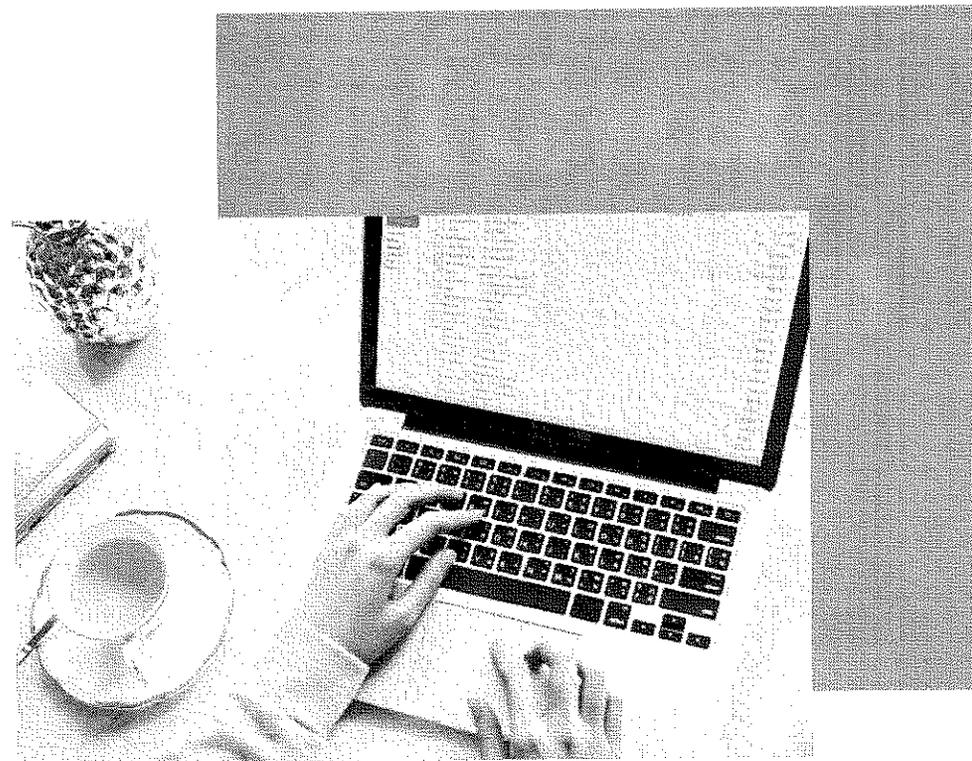


APLICACIONES

PLANTILLAS DE APOYO

Hemos una serie de plantillas para generación de contenido en redes sociales, tales como Facebook e Instagram, con la intención de homogeneizar visualmente las publicaciones.

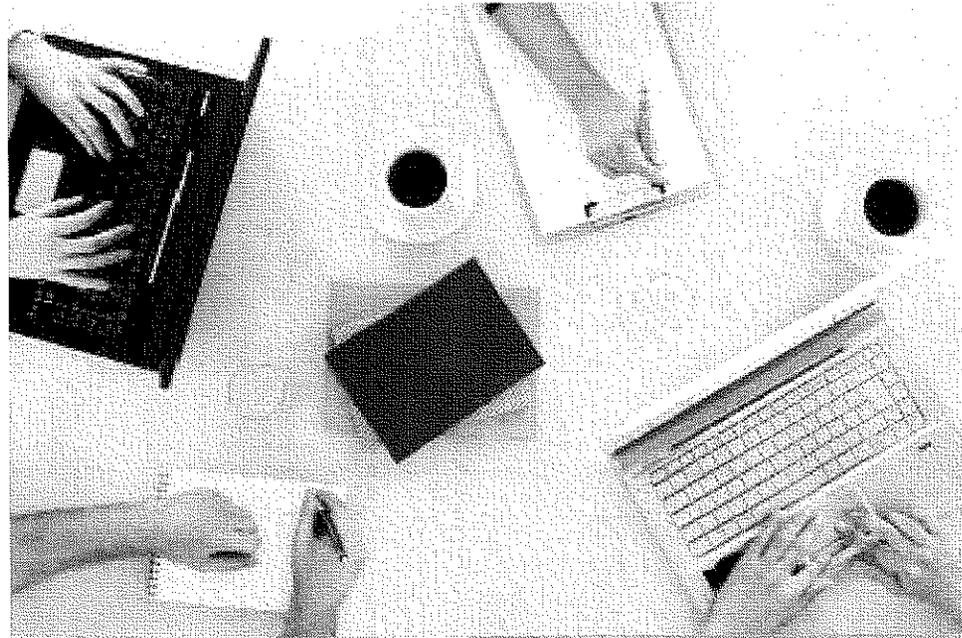
Esto crea visibilidad y distinción para el proyecto; está permitido modificar, adaptar y cambiar el texto de cada publicación dependiendo de las necesidades del proyecto.



NOTA: Coloca el texto de manera que no rompa con las imágenes proyectadas en la fotografía, que pueda ser legible para los usuarios, no olvides colocar el imagotipo bajo los términos establecidos en el Manual de Identidad de FAD en Línea.



NOTA: Selecciona imágenes relacionadas con el propósito de FAD en Línea, o bien bajo las directrices estipuladas por la Universidad Nacional Autónoma de México.



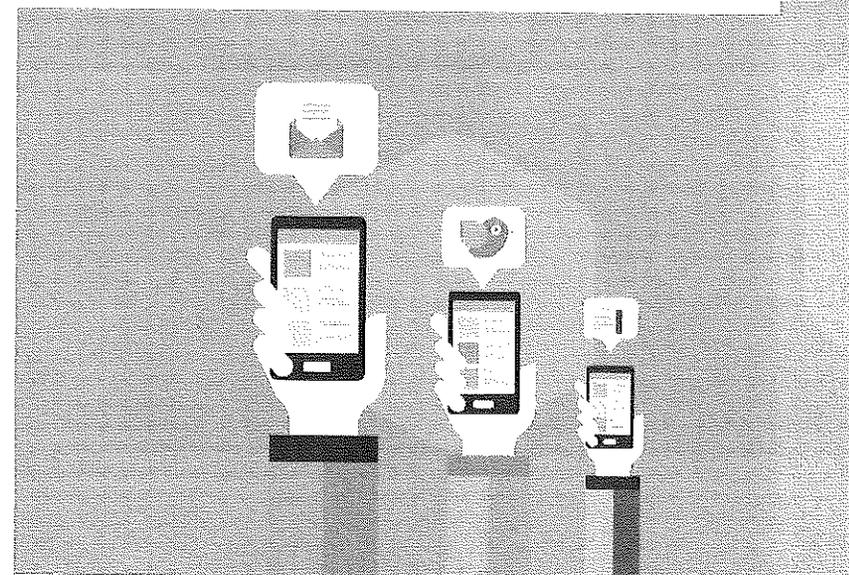
MONITOREO, MEDICIÓN DE RESULTADOS Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Cuando se implementa un Plan de Medios Sociales, los retornos no son inmediatos y las variables a considerar no son todos cuantificables. Las redes sociales ponen en el centro de las relaciones a las personas y las materializaciones no son directas.

En medios sociales se utiliza el denominado IOR (Impact of Relationship) que pasa por medir el impacto de las relaciones con las personas a través de variables como la participación, la autoridad, la influencia y otras variables más fácilmente y cuantificables como las planteadas en otro tipo de análisis web (tráfico, tiempo en la web, entradas y salidas).

La opinión que se pueda extraer de nuestra actividad en la red, la imagen que proyectamos, es lo que se conoce como reputación online.

Para conseguir una fuerte identidad digital corporativa de FAD en Línea y que su reputación online sea positiva es preciso cuidarla y gestionarla de manera adecuada.



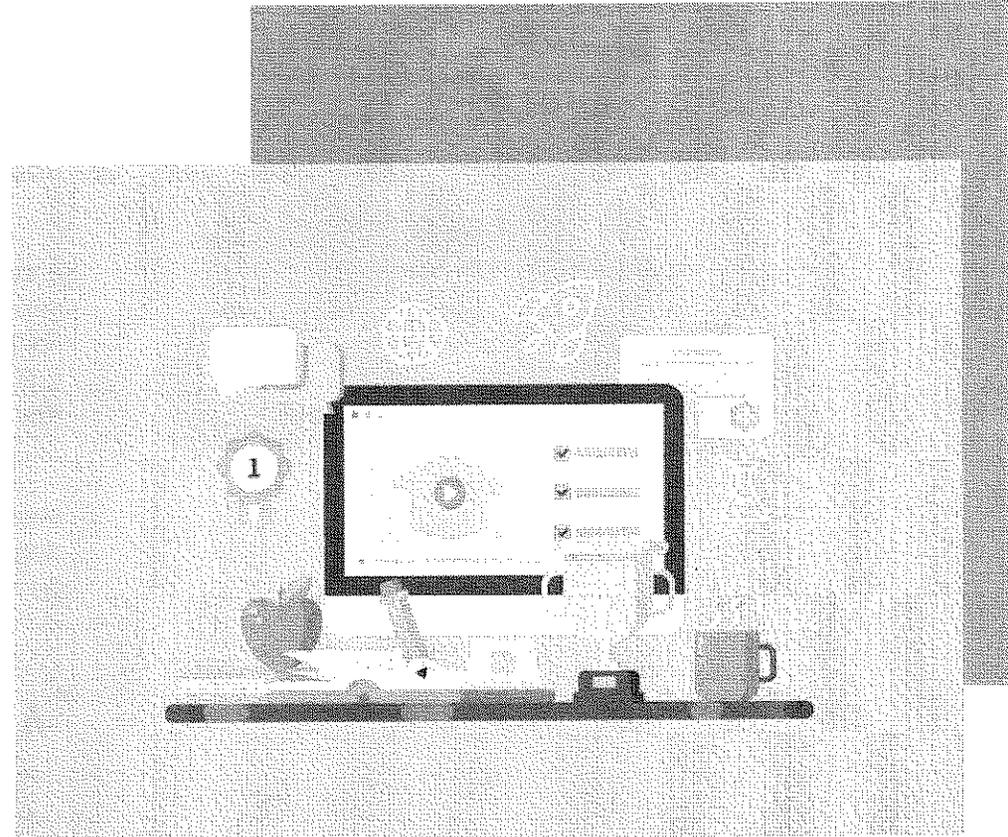
MONITOREO

Monitorear es rastrear la web en busca de qué se dice de la organización a la que representamos, quién lo dice y dónde lo está diciendo. Para evaluar exhaustivamente la reputación de FAD en Línea se deben utilizar varias herramientas de rastreo para conocer qué se dice en diferentes medios sociales: foros, blogs, Facebook, Twitter.

El procedimiento para monitorear FAD en Línea, que nos permite controlar y conocer nuestra reputación online incluye las siguientes herramientas:

Google Alerts: Es un servicio que proporciona información sobre lo que otras instituciones públicas y nuestra universidad dice u opina sobre FAD en Línea. Escuchar la opinión en los medios sociales tanto de la actividad propia desarrollada en los mismos, mejora la atención a los usuarios y el valor de la marca.

La creación de alertas con palabras clave sobre la actividad de las relacionadas con educación a distancia, líderes en nuestro entorno servirá para aprender y realizar benchmarking. De esta manera se obtendrán nuevas ideas y se aprenderán maneras de ayudar a nuestros seguidores y de hacer crecer nuestra comunidad.

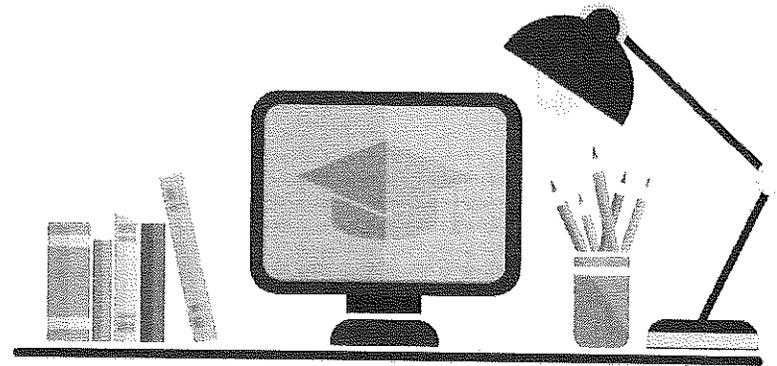


Las opciones de configuración de las alertas son:

- **Tipo de resultado:** Podemos filtrar por tipo de página: Noticias, blogs, videos, foros de debate, o todo el contenido.
- **Frecuencia de envío de los mensajes:** Diariamente, semanalmente o cuando se produzca la referencia. Con el objeto de lograr una mejor organización del trabajo y evitar la acumulación de resultados, se ha configurado una recepción diaria del informe.
- **Cantidad:** Solo los mejores resultados o todos los resultados.
- **Lugar de envío:** La dirección de correo en la que se reciben las alertas es el correo electrónico vinculado y creado para cada cuenta.
- **Gestión:** Los resultados recibidos serán revisados por personal auxiliar de servicios a los usuarios y el encargado de redes sociales, recogiendo en Google docs todas aquellos que hagan referencia a cualquiera de los servicios o secciones de FAD en Línea.

KLOUT

Klout es la herramienta más reputada para medir la influencia en medios sociales. Podríamos decir que Klout quiere ser en lo social lo que el PageRank en el posicionamiento web. Klout analiza los resultados obtenidos con los contenidos, valorando si la actividad en medios sociales está consiguiendo la influencia que buscamos en nuestros seguidores. El análisis que realiza se centra en cuantificar en qué medida los mensajes que salen de nuestra biblioteca generan una reacción en los seguidores, con cuántos de los seguidores interactuamos, conversamos, y si los mensajes que lanzamos son difundidos y generan tráfico al contenido.



Klout analiza perfiles de Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram, flickr o tumblr, entre otras. Klout nos permite enlazar nuestras cuentas en los distintos medios sociales para construir el índice de influencia de nuestra empresa o marca. Entre todas ellas se construye un índice de cero a cien en función de distintas variables:

Alcance: Nos indica cuántas personas reaccionan ante un mensaje que hemos enviado, ya sea por responder a nuestro mensaje o volver a compartirlo. Se trata de medir en cuánta gente influimos.

Difusión: Porque las redes sociales son muy dadas a compartir los mensajes, pero luego no se traduce en una acción concreta. Si conseguimos que enlacen al contenido que hemos enviado, tendremos más influencia.

Importancia de nuestros seguidores: La calidad e influencia de las personas que nos siguen también está relacionada con la difusión que tendrán nuestros mensajes o al número de personas que llegarán. A mejor ranking de Klout de nuestros seguidores, mejor será el nuestro.

HOOTSUITE

HootSuite ayuda a las organizaciones a utilizar la web social para lanzar campañas de marketing, identificar y hacer crecer su audiencia y programar mensajes para ser publicados a través de múltiples canales. Utilizando un único panel de control, Hootsuite organiza los flujos de información en columnas para que puedan ser revisados de un golpe de vista. A Hootsuite se accede a través del navegador web, existiendo también aplicación para dispositivos móviles iOS y Android.

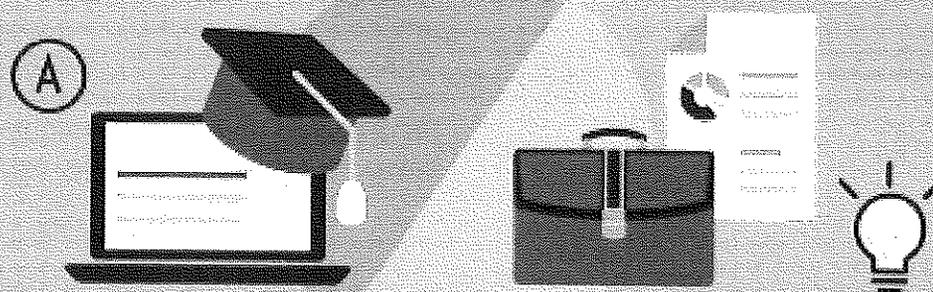


También es posible obtener informes sobre el número de clics que reciben los enlaces compartidos a través de Hootsuite, en cualquiera de los perfiles gestionados. El estudio de estos datos nos permite conocer el impacto de los contenidos difundidos y el interés suscitado en nuestros seguidores, para redefinir u orientar la línea de publicación de FAD en Línea. Las notificaciones del servicio y el acceso al mismo se realizan con el correo vinculado a las diversas cuentas. Los perfiles configurados en Hootsuite para su gestión son: página de Facebook y Twitter.

Para mejorar la eficacia y lograr un mayor aprovechamiento del tiempo de trabajo, es recomendable instalar Hootlet en el navegador, que es la extensión para Google Chrome y Firefox de Hootsuite. Esta extensión nos permite programar mensajes con contenidos localizados mientras navegamos por internet en cualquiera de los perfiles configurados en Hootsuite, sin necesidad de visitar el panel de control.

Para evaluar el éxito de FAD en Línea en los distintos medios sociales, se proponen una serie de indicadores que se recogen en distintas herramientas de control de la calidad del servicio FAD en Línea:

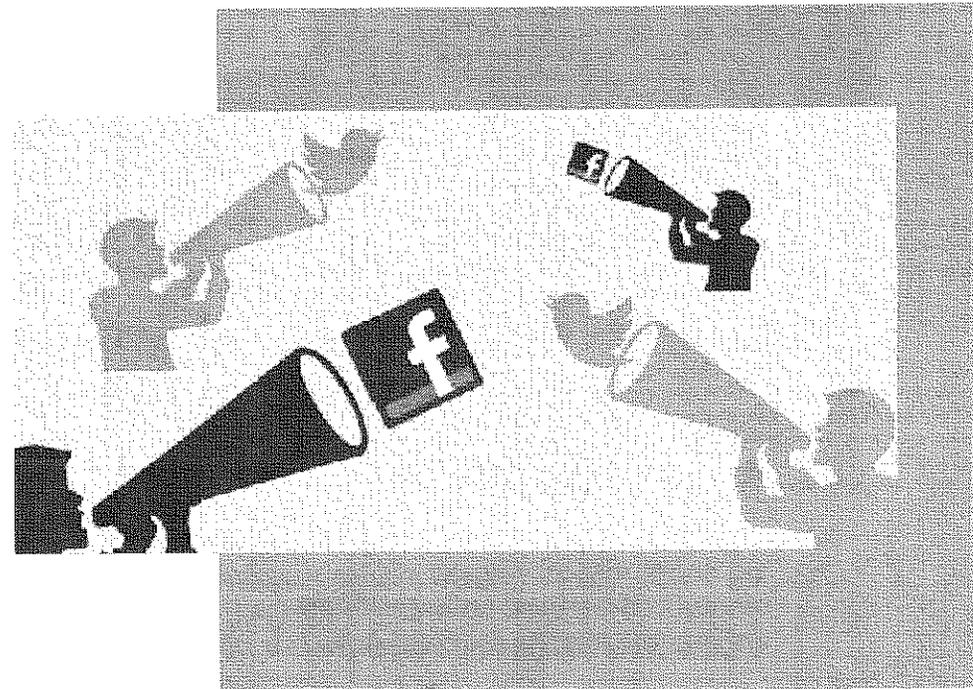
- Número de seguidores en redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube).
- Descarga y reproducción de materiales formativos en abierto: forma parte del indicador del cuadro de mando Med-SocR3 las reproducciones de los vídeos en Youtube.
- Número de interacciones positivas en medios sociales.
- Tiempo medio de actualización de los medios sociales y web de FAD en Línea.



Además de estos indicadores, se recogen otros muchos datos estadísticos a través de los distintos servicios de provisión de datos, elaborándose unas estadísticas mensuales del servicio. Estas estadísticas permiten conocer la evolución e impacto, permitiendo adaptar los contenidos ofrecidos a aquellos que generan un mayor impacto en nuestros seguidores. Así por ejemplo las entradas más leídas de los blogs, las visitas que se producen a la web de FAD en Línea través de los medios sociales, el número de clics en los enlaces, son analizados para ofrecer un servicio ajustado a la demanda de nuestros usuarios.

REVISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS SOCIALES PARA FAD EN LÍNEA

El uso de las redes sociales especializadas y generalistas evoluciona de manera muy rápida y los servicios y aplicaciones mencionadas están en cambio permanente. Por ello, este manual estará en constante revisión y los cambios en el uso determinarán la presencia de FAD en Línea en una u otra red en el futuro.



CRÉDITOS

Facultad de Artes y Diseño

DIRECTOR

Gerardo García Luna Martínez

SECRETARIO ACADÉMICO

Pedro Ortiz Antoranz

FAD EN LÍNEA

Mario Barro Hernández

José Felipe Ávila Ruíz

Regina C. Guerrero Rodríguez

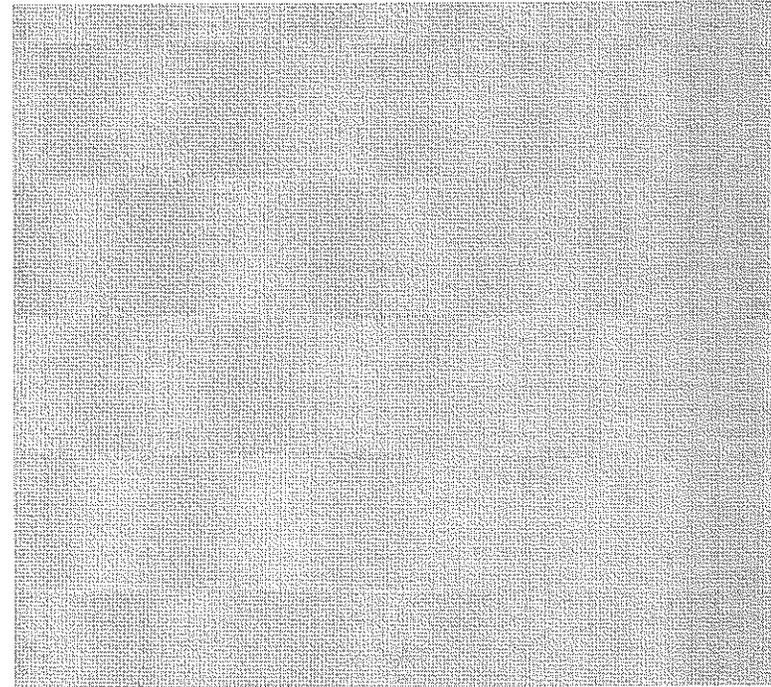
Mayra Lilia Velasco Chacón

SUPERVISIÓN DEL PROYECTO
Regina C. Guerrero Rodríguez

DISEÑO GRÁFICO DEL MANUAL
Chrystian Colín Hernández

CONTENIDO
Chrystian Colín Hernández
Regina C. Guerrero Rodríguez

CORRECCIÓN DE ESTILO
Regina C. Guerrero Rodríguez

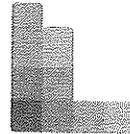
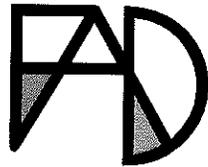


Este Manual cuenta con el visto bueno del Comité de Calidad de FAD en Línea.

Última actualización: 29 de noviembre de 2019.



UNAM
FACULTAD
DE ARTES
Y DISEÑO



FAD
enLínea



50 AÑOS
AUTÓNOMA
UNAM
que mira al futuro

UnAm
La Universidad
de la Nación