

Departamento de Proyectos Especiales y Difusión

Lineamientos para la *creación* de subredes de Radio UNAM

- Se llamará subred a toda cuenta de red social que derive de una producción o evento que se transmita o realice en Radio UNAM.
- Las personas que tengan la inquietud de manejar una red social para alguna serie o evento, deberán dirigirse a la Subdirección de Planeación. Los solicitantes, dicha Subdirección, el Depto. de Evaluación y Audiencias, y el Depto. de Difusión, definirán juntos la pertinencia y rumbo de dichas redes, dependiendo de la frecuencia de transmisión, las necesidades de comunicación de la serie, etcétera.
- Es importante que quienes deseen abrir una cuenta de red social, consideren que la frecuencia de publicación debe ser continua. No debe sujetarse a unas cuantas horas. Del mismo modo, deben estar conscientes de que deberán contar con alguien para realizar esas tareas. La publicación de contenidos puede programarse mediante el uso de plataformas en línea.
- Una vez creadas las redes, las contraseñas deberán ser compartidas con este departamento, al igual que con Evaluación y Audiencias. En el caso de FB, deberán también ser administradores. Esto permitirá, entre otras cosas, llevar a cabo un seguimiento adecuado de estadísticas y comentarios, tal como se lleva a cabo actualmente con las redes institucionales de Radio UNAM. También evitará que las cuentas queden abandonadas y a la deriva, si por alguna razón, el generador de contenidos deja de serlo.
- Del mismo modo, todo cambio de contraseña o en la administración de las cuentas, debe ser informado puntualmente a dichas áreas, en cada ocasión.
- Cada red deberá contar con toda la información tanto de la serie, así como una referencia clara a Radio UNAM.
- Preferir las redes sociales más populares, como Facebook o Twitter. Manejar esas en primera instancia. Si la producción es rica visualmente, se puede considerar a Instagram, sin que sea un espejo de fotografías que se suben a Facebook.
- Si se abre una cuenta en Twitter, siempre buscar la opción más clara. No rebuscar el nombre, debe ser fácil de escribir y decir al aire.

- Si se escoge Facebook, abrir una fan page y no un perfil personal. Actualmente, FB ya permite crear una fan page desde una cuenta personal y admitir varios administradores. Tener una fan page ligada a una biografía con el mismo nombre, sólo provoca confusión y la posibilidad que se sumen a una cuenta errónea que no se alimentará.
- De acuerdo a las categorías de fan page que otorga Facebook, es importante escoger la más acertada para no caer en contradicciones.
- Dado que una red con pocos seguidores, no transmite cualidades positivas, se recomienda ampliamente que la Subdirección de Extensión Cultural comente a los artistas o compañías que se presenten en la Sala Julián Carrillo, no abrir cuentas de redes sociales sólo para el evento de Radio UNAM. Si ya cuentan con una abierta con anterioridad, se solicita que se comparta con este departamento, a fin de apoyar su labor.

Enero 2015