

Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción

LINEAMIENTOS PARA EL USO DE REDES SOCIALES

Los presentes lineamientos tienen un carácter de cumplimiento general y están dirigidos a las personas que son responsables de redes sociales institucionales en la Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción.

Su objetivo es el de establecer criterios para la apertura, administración y cierre de las redes sociales consideradas institucionales, a fin de que su manejo esté basado en los principios y valores que guían a la ENALLT y a la UNAM.

De la apertura de cuentas

1. Las cuentas en redes sociales de la ENALLT se encuentran centralizadas, y son las únicas consideradas como representativas de toda la Institución.
2. La ENALLT tiene cuentas en las siguientes redes sociales:
 - a. Facebook.
 - b. Instagram.
 - c. Youtube.
 - d. X (antes Twitter).
 - e. TikTok.

En caso de que se requiera la apertura de una cuenta en una red social diferente, se deberá presentar por escrito a la persona titular de la Dirección de la ENALLT la solicitud y justificación de su apertura.

3. Las diferentes áreas de la ENALLT pueden contar con sus propias cuentas en redes sociales, para difundir eventos relacionados con su actividad académica y/o cultural.
4. Para que una cuenta en redes sociales pueda ser considerada como un canal oficial de la ENALLT, es necesario:
 - a. Notificar al Departamento de Cómputo con copia de conocimiento a la persona titular de la Dirección de la Escuela y a la persona titular de la Secretaría General, la existencia o creación de esta, mediante el formato indicado en el Anexo I "*Registro de redes sociales*".
 - b. El correo asociado a las cuentas de redes sociales generadas deberá ser una cuenta con dominio *@enallt.unam.mx* en caso contrario, la cuenta no podrá ser dada de alta. De ser necesario, se solicitará al Departamento de Cómputo de la ENALLT la creación de la cuenta de correo correspondiente.

5. Deberá evitarse la apertura de cuentas relacionadas con eventos de breve duración (como Seminarios, congresos, coloquios, encuentros, etc.). En ese caso, la dinámica de difusión será dirigida por la cuenta institucional principal y/o por la cuenta del área responsable del evento en cuestión.
6. En caso de dar de baja la cuenta, la persona responsable deberá notificarlo al Departamento de Cómputo con copia de conocimiento a la persona titular de la Dirección de la Escuela y a la persona titular de la Secretaría General dentro del término de 5 días naturales posteriores a dicha baja.

De los responsables de las cuentas

7. La persona a cargo del área solicitante será responsable de todas las cuentas de redes sociales de su área.
8. Cada responsable designado deberá monitorear el manejo de la información y/o contenidos que publiquen en la cuenta a su cargo, para su difusión y se

responsabiliza a evitar incurrir en faltas de propiedad intelectual y/o derechos de autor.

9. En caso de ser necesario, la persona responsable de la red social podrá designar a un administrador o *community manager* de redes sociales para el manejo y gestión de estas, pero ello no será en detrimento de su responsabilidad como Responsable de la red social.
10. El Responsable de la red social y el administrador o *community manager* deberán aceptar y firmar el formato de “*Resguardo de presencia digital en sitios de redes sociales*” (ver Anexo II).
11. En caso de algún cambio de los responsables y/o administrador, se deberá notificar por escrito al Departamento de Cómputo con copia de conocimiento a la persona titular de la Dirección de la Escuela y a la persona titular de la Secretaría General, y firmar el “*Resguardo de presencia digital en sitios de redes sociales*” correspondiente.
12. En el supuesto previsto en el numeral anterior, el responsable de redes sociales que deja el cargo, tiene la obligación de hacer la entrega de la contraseña de la red social correspondiente y desvincular las cuentas de todos sus dispositivos.

De las publicaciones

13. Es importante redactar una presentación simple para ser colocada en la descripción de la cuenta.
14. Con el fin de evitar posibles violaciones a convenios y contratos celebrados entre la UNAM y terceros, es necesario revisar que la información a publicar no sea de carácter confidencial y/o reservada.
15. Los contenidos a publicar en las redes sociales institucionales de la ENALLT deben atender los siguientes criterios:
 - a. Generar contenidos académicos, científicos y/o culturales de calidad, actuales y verídicos, siempre desde una perspectiva institucional.
 - b. Evitar la publicación de material incompleto.
 - c. Cuidar la reputación a través del manejo adecuado de la información.
 - d. Tener un especial cuidado con la ortografía y redacción de las publicaciones.
 - e. La información publicada deberá estar validada por la persona responsable del área.
 - f. Dirigirse al público siempre de manera respetuosa, sin caer en provocaciones y usando un tono impersonal.
 - g. Identificar temas que requieran un manejo especial, dado que puede generar controversia con algún grupo de la sociedad debido a que su temática vulnere principios éticos, políticos, religiosos, personales, entre otros, y considerar en su caso la pertinencia de su publicación.

- h. Evitar personajes o temas polémicos que pueden propiciar discusiones fuera del ámbito académico o cultural.
 - i. Evitar en los mensajes cualquier alusión discriminatoria, agresiva o que vulnere los principios universitarios.
 - j. Mantener la calidad de los materiales audiovisuales utilizados.
 - k. Podrán publicarse vínculos o información sobre instancias ajenas a la entidad, siempre y cuando se cite la fuente original y la información se vincule directamente con los fines, objetivos y programas institucionales.
16. La publicación de mensajes, reenvíos y respuestas se deben atender dentro del horario laboral de la UNAM.
 17. Las cuentas no deberán quedar desatendidas durante los periodos de asueto, por lo tanto, se deberán tomar las consideraciones necesarias para seguir con la actividad.
 18. En caso de que se reciban quejas recurrentes de un servicio brindado por la entidad, el encargado de redes sociales deberá notificarlo al área responsable del servicio, para que se brinde una solución lo antes posible. Asimismo, si en estos comentarios se identifica un área de oportunidad, se deberá notificar al responsable del servicio, para que determine su viabilidad.
 19. Las redes sociales secundarias de la Escuela estarán obligadas a replicar los comunicados institucionales que emitan las redes sociales oficiales de la Escuela.

De la seguridad de las cuentas

20. Es importante que el área responsable tenga conocimiento de las herramientas que se utilizan, así como del manejo de las contraseñas asociadas.
21. Toda cuenta debe contar con una contraseña robusta para evitar que sea vulnerada.
22. El responsable del área encargada de la administración de las cuentas de redes sociales deberá tener un registro y seguimiento de todas las personas que tienen acceso a éstas, así como de aquellas a las que les sea revocado el acceso. Se deberá realizar una revisión/actualización trimestral o si existe alguna rotación por parte del personal involucrado.
23. El Departamento de Cómputo de la ENALLT mantendrá en resguardo las contraseñas de todas las cuentas de redes sociales de la Escuela, sin que esto implique que el personal de este departamento ingrese a éstas.
24. Para todas las cuentas, el número de teléfono para la recuperación de la cuenta será el asignado al titular de la Oficina Jurídica de la Escuela.
25. Identificar posibles accesos y publicaciones no autorizadas tanto en las cuentas como en las aplicaciones que se utilizan, con la finalidad de emprender acciones de forma inmediata.

26. No vincular cuentas personales con las institucionales.
27. Evitar responder a los seguidores de la red social desde una cuenta personal.
28. No dejar sesiones abiertas en ningún dispositivo o equipo de cómputo, ya sea personal o propiedad de la ENALLT.
29. Si se pierde el acceso a la cuenta, se deberá notificar al Departamento de Cómputo, con copia de conocimiento a la persona titular de la Dirección de la Escuela y a la persona titular de la Secretaría General.
30. Se recomienda cambiar la contraseña cada 6 meses y cuando se realicen cambios en el personal involucrado en el manejo de las redes sociales, es obligación del responsable de la red social el uso y resguardo adecuado de las contraseñas.
31. Si el dispositivo con el que se accede a las cuentas de redes sociales se va a cambiar o transferir a otra persona, se recomienda borrar el caché y contraseñas almacenadas en el(los) navegador(es).

De los derechos de autor

32. Es necesario cuidar los derechos de autor y reproducción de los mensajes.
33. Dar el crédito correspondiente del material audiovisual que se utilice.
34. Especialmente en la generación de publicaciones, es importante apearse y apoyarse en la Legislación Universitaria y normatividad aplicable de la UNAM, así como a las leyes nacionales en materia de derechos de autor y transparencia.
35. Por tratarse de información que se publica en un medio digitalizado, se deberá tomar en consideración lo previsto en las disposiciones generales para la actividad editorial de nuestra Universidad.
36. No deben publicarse o reproducirse contenidos y/o materiales audiovisuales que no estén autorizados o sean de dudosa procedencia.

Casos de crisis en redes sociales.

37. En caso de identificar una situación urgente, que impacte a la Entidad de forma negativa, es necesario que la persona responsable de la red social lo comunique de manera inmediata al Departamento de Cómputo, al Área de Comunicación Social y a la Oficina Jurídica, con copia de conocimiento a la persona titular de la Dirección de la Escuela y a la persona titular de la Secretaría General. Además, se recomienda:
 - a. No ignorar la situación.
 - b. Cuidar la respuesta y la interacción que se genera, sobre todo en caso de crítica, queja, cuestionamiento o provocación.
 - c. Evitar caer en provocaciones con perfiles que buscan notoriedad a partir de situaciones negativas.

- d. No intervenir directamente en las crisis a través de otras cuentas, personales o institucionales.
- e. Eliminar o reportar (*bloquear*) en la red social inmediatamente a quien genere mensajes insistentes (*spam*), y avisar por mensaje directo el motivo por el cual se eliminan o bloquean de la red social.
- f. Ampliar el horario del monitoreo de las redes sociales ante situaciones especiales.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Los presentes Lineamientos, entrarán en vigor el día siguiente de la aprobación por el Consejo Técnico de la Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción.

SEGUNDO.- Cualquier otra cuestión no prevista en los presentes lineamientos, será resuelta por el Consejo Técnico de la ENALLT.

TERCERO.- Los presentes Lineamientos para el uso de redes sociales derogan cualquier lineamiento para redes sociales anterior.

Aprobado por el H. Consejo Técnico de la ENALLT en su 13ª sesión ordinaria celebrada el día 7 de agosto de 2024.

ANEXO I

REGISTRO DE NUEVAS REDES SOCIALES

El área que desee solicitar la creación de una subcuenta institucional en redes sociales en la Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción, deberá llenar y enviar por correo electrónico el formato de registro que se detalla a continuación:

FECHA DE SOLICITUD: _____ de _____ de 20__

ALTA

BAJA

TIPO DE RED SOCIAL	CUENTA/SUBCUENTA(especificar)
X (antes Twitter)	
Facebook	
You tube	
Instagram	
TikTok	

OBJETIVO

RESPONSABLE

(Nombre)

ANEXO II

Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción.

Recepción de cuenta de redes sociales:

Yo _____, me comprometo a gestionar y dar un seguimiento responsable de la presencia digital de _____ por medio de su cuenta en la red social _____.

Para tal efecto recibo los siguientes documentos adjuntos para su resguardo:

- Lineamientos institucionales de Redes Sociales.
- Objetivos de la presencia digital.
- Manual de publicaciones.
- Cuenta de correo electrónico institucional asociada a los perfiles en SRS.
- Cuentas y contraseñas respectivas de la instancia para su manejo en redes sociales.
- Cuentas y contraseñas de las herramientas para la gestión y apoyo de redes sociales.
- Esquema de 'contraseña segura'.
- Otro _____

Manifiesto mi compromiso para el resguardo y buen uso de la información que se me confiere, así como de la entrega pertinente de todos los datos que se me han confiado al finalizar mi colaboración con esta instancia universitaria.

Administrador de redes sociales
(Community Manager)

Responsable del Área de Comunicación
(ENALLT)

A _____ de _____ de 20____

ANEXO II

Instancia UNAM:

Escuela Nacional de Lenguas, Lingüística y Traducción.

Recepción de cuenta de redes sociales:

Yo _____, hago entrega de los documentos de seguimiento y desarrollo de la presencia digital de _____, por medio de la cuenta en la red social _____, haciendo patente mi trabajo y esfuerzo por llevar de la mejor manera la gestión de la imagen y reputación digital de la ENALLT a través de la gestión de esta cuenta de redes sociales.

Para tal efecto hago entrega de los siguientes documentos adjuntos para su resguardo:

- Lineamientos institucionales de Redes Sociales.
- Último reporte del estatus de cada una de las cuentas de redes sociales que estuvieron a mi cargo.
- Contraseñas actuales de cada una de las cuentas de redes sociales que estuvieron a mi cargo.
- Cuentas y contraseñas de las herramientas para la gestión y apoyo de redes sociales.
- Otro(s) _____

Manifiesto que he cumplido con mi compromiso de resguardar y hacer buen uso de la información que se me ha conferido, y del mismo modo, hago entrega pertinente de todos los datos que se me han confiado al finalizar mi colaboración con esta instancia de la UNAM.

**Administrador de redes sociales
(Community Manager)**

**Responsable del Área de Comunicación
(ENALLT)**

A _____ de _____ de 20____