



Dirección de  
**Comunicación Estratégica**

**UNIVERSIDAD DE LA SERENA**  
CHILE

Guía Creación y Gestión de

# Redes Sociales Responsable



Las **redes sociales** son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos, instituciones o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos, mediante un diálogo público que deja huella en el ecosistema digital.

De allí que crear redes sociales y gestionarlas impone una responsabilidad a la organización que las utiliza, pues lo que en ellas ocurre es parte de la identidad digital de la marca.

**Universidad de La Serena**  
posee cuentas corporativas oficiales en las redes sociales



**Facebook, Instagram, Twitter y Youtube.**

---

Adicionalmente, algunas unidades y personas de la organización han creado comunidades propias para apoyar la comunicación de proyectos, cursos, programas y unidades.

---

Si bien como **DirCom ULS**

**no promovemos el camino propio en redes sociales,**

entendemos que existan oportunidades y circunstancias que ameritan su creación separada de la vía oficial corporativa.

**En estos casos, las recomendaciones generales son las siguientes:**

## A QUIÉNES

Antes de crear una red social, determine el **público objetivo**, es decir, a quiénes espera congregar en esta comunidad de seguidores.

Determinar el quiénes le permitirá **analizar con pertinencia** qué red social utilizar.

Por ejemplo, en el caso de querer captar **la atención de estudiantes de pregrado**, las plataformas **Instagram y Facebook** son más eficientes.



# ADMINISTRACIÓN RESPONSABLE Y NORMAS DE CONVIVENCIA

**Deben designar un administrador o administradores de la cuenta,**

responsables del buen uso de este espacio y del contenido compartido tanto por la unidad como por sus usuarios.

Son también responsables de producir **contenido de interés** para su comunidad de seguidores, salvaguardando su calidad y pertinencia. Para ello, es imprescindible recordar que esta red social, al ser parte del ecosistema digital ULS, **debe respetar la filosofía institucional:** sus políticas, valores e identidad.

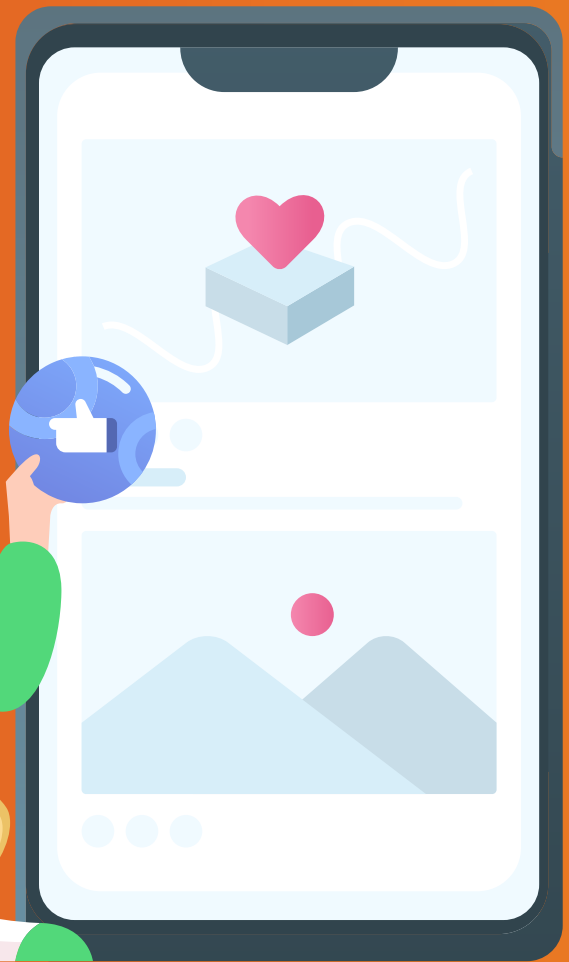
Otro de los ámbitos de responsabilidad del o los administradores es la

**convivencia respetuosa**

en el espacio digital de la red social.

Estas normas deben explicitarse en la descripción de la cuenta y actuar en consecuencia cuando alguno de los miembros de la comunidad, las infringe, explicando las razones para suspender, moderar o borrar expresiones que, por ejemplo, vulneren la dignidad de las personas.

+



# Recomendaciones para administración de **redes sociales** son:

- **Crear un estilo propio en el contenido de su unidad,** que lo diferencie de otras cuentas en redes sociales.
- **Seguir la menor cantidad de cuentas posibles,** en donde las que sean seguidas por la cuenta de su unidad, correspondan a otras unidades de la misma casa de estudios o a otras instituciones que constantemente interactúen con su labor, por ejemplo, la misma unidad, pero de otra casa de estudios.
- No hacer uso de la cuenta de la unidad **como una cuenta personal.**
- Ir **variando en el contenido** de la página.
- **Interactuar con otras instituciones,** por ejemplo, a través de reposteos hechos con etiqueta a su red social.



# CONTENIDOS

La clave es publicar contenido de calidad e interés

para la comunidad que conforma la red social. De esta manera, se genera conversación y viralización.

Algunos de los contenidos tradicionales son:

➤ **Noticias relevantes**  
que tengan como fuente la propia Universidad o los distintos medios de comunicación.

➤ **Agenda de actos, conferencias, presentaciones, etc.**

➤ **Anuncio de convocatorias**  
(becas, ayudas, cursos, plazos de Inscripción, etc.)

Respecto de la forma de los contenidos, lo

**audiovisual y gráfico**

obtiene mejores resultados que el texto escrito. De allí que recomendamos producir en formatos ad-hoc, contenido en

**videos, infografías, afiches y otros.**

