



***POLITICAS PARA EL USO DE REDES SOCIALES
INSTITUCIONAL.***

INDICE

Índice.....	2
Introducción.....	3
Objetivos.....	4
Definiciones.....	5
a) Redes sociales.....	5
b) Facebook.....	5
c) Youtube.....	5
d) Buzón de contacto.....	5
Políticas generales.....	6
Políticas específicas de uso de redes sociales.....	7
a) Política sobre el uso de FACEBOOK.....	7-8-9
b) Política sobre el uso de YouTube.....	9-10
c) Política sobre el uso del Buzón de Contacto.....	10-11

INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador, INDES, a través de la Unidad de Prensa y Comunicaciones, ha creado sitios en internet que permiten a las personas contactar con la Institución, en los cuales se le brindará información actualizada del que hacer del Instituto, lo que facilita una oportunidad de acercamiento de parte del Instituto hacia la población perteneciente a la comunidad conectada a internet mediante medios alternativos como lo son las redes sociales.

Las redes sociales forman parte de la comunicación en la cual se maneja reciprocidad del mensaje, importando lo que nuestro público quiere expresar, lo que piensa y opina, y de esta manera, permita el posicionamiento positivamente ante él, como una institución responsable y transparente.

La revolución de las redes sociales en nuestro país es un hecho, por lo que debemos aprovecharlas como un espacio de participación ciudadana, para el acceso a la información constante y transparente, para desarrollar negocios, solucionar problemas, facilitar la comunicación y el acercamiento entre el gobierno y la ciudadanía e incluso para desplegar una mayor oferta de servicios en línea.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Lograr la creación de espacios de participación ciudadana y acercamiento de parte del Instituto Nacional de los Deportes, INDES hacia la población perteneciente a la comunidad conectada a internet mediante medios alternativos como lo son las redes sociales; a fin de conocer lo que piensan, sus necesidades y sus expectativas, a través del intercambio de opiniones, escuchar sus demandas sociales y construir acciones de solución.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Elaborar una estrategia de participación ciudadana utilizando las redes sociales como medio.
2. Crear lineamientos de la calidad de los productos de las redes sociales tanto en su proceso de publicación como de su contenido. Protegiendo así la imagen de la institución
3. Interactuar con las comunidades en línea, para construir un espacio de expresión y dialogo que fortalezca la vinculación con ellas.

DEFINICIONES

REDES SOCIALES

Son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos. (http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)

FACEBOOK

Es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg y fundado por Eduardo Saverin, Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Mark Zuckerberg. Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>)

YOUTUBE

Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir vídeos. YouTube usa un reproductor en línea basado en Adobe Flash para servir su contenido. (<http://es.wikipedia.org/wiki/YouTube>)

BUZON DE CONTACTO

Es un sitio web que permite al usuario realizar comentarios, dudas, sugerencias, preguntas, a través de un correo electrónico

1. Políticas Generales.

1.1 Pautas Generales

La web 2.0 es una herramienta que le permite al usuario interactuar con los diferentes servicios de información, facilitándoles la posibilidad del intercambio de datos.

Las redes sociales se consideran parte de estas aplicaciones, entre ellas se encuentra: Facebook, igualmente los servicios de publicación de videos como YouTube, e interactuar con los usuarios a través de Buzón de sugerencia.

El Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador se ha vinculado con estas herramientas interactivas publicando contenidos de interés para la comunidad.

Teniendo en cuenta que se debe velar por la transparencia, la identidad e imagen institucional, además del uso adecuado de la información a través de la web, se establece que:

- a. Todas las herramientas propias de la Web 2.0 que representen el nombre del Instituto Nacional de los deportes de El Salvador, deben ser creadas por la Unidad de Prensa y Comunicaciones del mismo.
- b. Toda dependencia que desee publicar información a través de éstas herramientas debe contar con la autorización de la Unidad de Prensa y Comunicaciones.
- c. La información publicada a través de estas herramientas será monitoreada por la Unidad de Prensa y comunicaciones.
- d. Los videos y fotografías deben ser enviados a la Unidad de Prensa y comunicaciones con mínimo de dos semanas de anticipación para realizar su publicación.
- e. Toda publicación de eventos institucionales mostrada a través de estas herramientas tendrá una temporalidad y caducidad definida.

2. Políticas Específicas de Uso de las Redes Sociales

2.1 Uso de Facebook

2.1.1 **Tipo de Usuario:** al momento de registrarse, Facebook ofrece perfiles, páginas y grupos. **Páginas:** Las páginas serán utilizadas para publicitar los eventos que giran al entorno de la institución.

2.1.2 **Gestión de Cuentas:**

- a) Las cuentas correspondientes a páginas o grupos de dependencias del INDES las autorizará y configurara la Unidad de Prensa y Comunicaciones.
- b) Las Regionales de INDES interesadas en manejar un espacio en Facebook deberán hacer la solicitud a la Unidad de Prensa y Comunicaciones mediante el correo prensa@indes.gob.sv
- c) Las páginas se crearan directamente, sin vincular ningún perfil personal.
- d) La denominación del espacio debe contener el nombre de la regional o servicio y podrá optar por incluir el departamento correspondiente ejemplo INDESSANSALVADOR, en ningún caso podrá llamarse INDES o Instituto Nacional de los Deportes de el Salvador ya que estos corresponden a la pagina oficial.
- e) Se asignará una persona responsable de la página que debe conocer y cumplir con las presentes políticas de manejo, además debe tener la autorización previa del Titular de la Institución, a quien conoceremos como administrador, y quien será el responsable de la información publicada.
- f) El administrador, tendrá cuenta de administrador y podrá editar la página desde su cuenta personal de Facebook con la garantía de poder gestionar todas las opciones de edición.

2.1.3 Contenidos:

- a) Se recomienda publicar por lo menos una entrada diaria en la cuenta, dependiendo del tipo de actividad que la página posea.
- b) Se deben publicar en las páginas o grupos, los enlaces de las nuevas entradas del blog asociado al sitio.
 - Se deben publicar videos, fotos y presentaciones.
 - Se debe cuidar la redacción y ortografía de la información que se publique.

2.1.4 Gestión de comentarios.

- a. El administrador o representante de la regional es el encargado de clasificar las publicaciones y comentarios.
- b. El administrador debe permitir la publicación de contenidos en el muro.
- c. El administrador debe resolver dudas, responder mensajes directos y comentarios.
- d. Se debe responder al comentario lo antes posible dentro del mismo espacio donde se haya producido.
- e. Se recomienda agradecer al usuario su participación.
- f. Cuando los comentarios tienen contenidos de críticas o mensajes inapropiados, se debe responder educadamente y en lo posible direccionar al usuario a fuentes de mayor información.
- g. Se debe eliminar, si es necesario, las publicaciones con contenidos inapropiados (spam).
- h. Es importante responder en nombre de la institución a la cual se representa y evitar respuestas en nombre del administrador.

- i. La FanPage debe ser anunciada por medio de una publicación en la página oficial de Facebook de INDES.
- j. Se recomienda informar por medio del correo a las personas vinculadas con la dependencia o servicio para que se hagan fans de la página.
- k. Se recomienda enlazar la página o grupo de Facebook con la página institucional mediante un link con el icono representativo de la red social.
- l. Se debe cumplir con los parámetros de diseño e imagen institucional establecidos por la Unidad de Prensa y Comunicaciones.

2.2 USO DE YOUTUBE

2.2.1 *Gestión de Cuentas:*

- a) Se maneja un canal de YouTube administrado por la Unidad de Prensa y Comunicaciones.

2.2.2 *Contenidos:*

- a) Las personas interesadas en publicar un video para un servicio o dependencia de la institución deben enviarlo a la Unidad de Prensa y Comunicaciones, por medio del correo electrónico prensa@indes.gob.sv o hacerlo llegar a la oficina más cercana.
- b) El video debe tener un titulo y una descripción básica.
- c) La unidad de Prensa y Comunicaciones será la encargada de administrar su publicación, categorizar, revisar y publicar.

2.2.3 *Gestión de Comentarios:*

- a) Se opta por concentrar los comentarios y discusiones en Facebook, y usar YouTube sólo como medio de difusión de videos.

- b) Para que cumpla con la función de repositorio, es recomendable activar la pestaña Nadie puede enviar comentarios sin aprobación.

2.2.4 Integración

- a) El canal en YouTube debe ser enlazado con el portal principal mediante un ícono del mismo.
- b) Cualquier dependencia o servicio que haya incluido en el canal uno o varios videos, tendrá un enlace al canal en su sitio web.
- c) La difusión de los videos publicados en el canal de YouTube debe ser a través de Facebook. Se debe cumplir con los parámetros de diseño e imagen institucional establecidos por la Unidad de Prensa y Comunicaciones.

2.3 USO DE BUZON DE CONTACTO

2.3.1 Gestión de cuentas:

- a) Se maneja un buzón de contacto o sugerencia administrado por la Unidad de Prensa y Comunicaciones.

2.3.2 Contenidos:

- a) Las personas interesadas en hacer llegar una queja, comentario, sugerencia deben hacerlo a través de un e-mail al correo info@indes.gob.sv.
- b) Se asignará una persona responsable del uso y manejo del buzón de contacto, dicha persona debe conocer y cumplir las políticas de manejo.

- c) El administrador adquiere el compromiso de dar respuesta u orientación a todos los correos recibidos
- d) El administrador tendrá el compromiso de revisar la cuenta de correo electrónico al menos una vez por día.

2.3.3 Gestión de Comentarios:

- a) Es importante responder en nombre de la institución a la cual se representa y evitar respuestas en nombre del administrador.
- b) El administrador debe resolver dudas, responder a los e-mails
- c) El administrador tiene la obligación de brindar una respuesta a los correos recibidos en un lapso de 2 días hábiles.
- d) El administrador por ningún motivo empleara, lenguaje ofensivo o denigrante al momento de dar respuesta a los correos recibidos.