



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Av. Teheran Edif. Servicios Centrales, Piso 3, Ofic. Rectorado. Urb. Montalbán, Zona Postal 1020,
RIF: J-00012255-5 NIT: 0219804806

Decreto Rectoral sobre las Políticas y Normas Generales para la gestión de redes sociales institucionales de la Universidad Católica Andrés Bello

N°

2.87

El Rector de la Universidad Católica Andrés Bello, en uso de las atribuciones que le confiere el artículo 23 y el ordinal 3 del artículo 25 del Estatuto Orgánico de la institución, considerando que:

a. Las redes sociales y su uso eficiente facilitan la difusión de informaciones, decisiones, logros y todo contenido relevante que se genera en la institución y que es susceptible de ser conocido por su comunidad y por la opinión pública general.

b. El uso inadecuado de las redes sociales institucionales puede tener implicaciones relacionadas con la desinformación y/o insatisfacción de los distintos interesados, lo que llegaría a provocar afectaciones éticas y reputacionales, y generar daños a las marcas institucionales si no se supervisa el cumplimiento de los lineamientos institucionales pertinentes.

c. El empleo eficiente de las redes sociales exige el reconocimiento de las audiencias, el tipo de red pertinente y el manejo óptimo de las capacidades de producción de contenido y gestión, siendo que no necesariamente la tenencia de una mayor cantidad de perfiles y su administración descentralizada garantiza un mayor impacto de las comunicaciones.

d. Compartir criterios generales que orienten la producción y gestión de los contenidos, así como un estilo homogéneo en cuanto a lenguaje, forma y manejo de los mensajes, contribuye con la consolidación de la identidad de la institución y con la percepción positiva por parte de sus audiencias, sin que ello signifique censura o pérdida de la especificidad de los contenidos difundidos desde cada dependencia.

Dicta el siguiente:

DECRETO RECTORAL SOBRE LAS POLÍTICAS Y NORMAS GENERALES PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 1°.- Las redes sociales que se identifican como propias de alguna dependencia de la universidad y que difunden información en su nombre poseen un carácter institucional, lo que significa que constituyen canales de comunicación bajo el gobierno de la institución, en el marco de las políticas y normas definidas en este Decreto, siendo que su gestión ha sido delegada a algún funcionario de la institución miembro de alguna de sus dependencias.

En el caso de las agrupaciones estudiantiles, la Universidad no intervendrá en los contenidos creados por cada una; no obstante, estos grupos deberán actuar conforme a las elementales normas de estilo y ética en redes sociales.

Artículo 2°.- Las personas, grupos u organizaciones independientes de la institución que hagan uso de su nombre o desarrollen actividades vinculadas con la misma serán responsables de los contenidos que difundan atendiendo a políticas propias, sin embargo deberán observar los principios generales dispuestos por la Universidad.

Artículo 3°.- La gestión de las redes sociales institucionales, cualquiera sea la dependencia a la que se haya delegado la responsabilidad de su administración, deberá cumplir con el conjunto de políticas y normas dispuestas en este Decreto, así como con el conjunto de orientaciones complementarias ofrecidas por la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

En el caso de las extensiones o núcleos, la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción actuará con el apoyo de las unidades responsables de las comunicaciones en las mismas.

Artículo 4°.- La Universidad, a través de su Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción, y en acuerdo con las dependencias respectivas, decidirá sobre la red social más pertinente considerando los objetivos y audiencias en cada caso. Sólo podrán ser creadas las redes institucionales que tengan la aprobación de esta instancia, la cual será responsable de mantener el inventario de las redes



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Av. Teheran Edif. Servicios Centrales, Piso 3, Ofic. Rectorado. Urb. Montalban ,Zona Postal 1020,
RIF: J-00012255-5 NIT: 0219804806

Decreto Rectoral sobre las Políticas y Normas Generales para la gestión de redes sociales institucionales de la Universidad Católica Andrés Bello

N°

2.87

sociales institucionales, teniendo la información actualizada sobre usuarios y contraseñas.

Artículo 5°.- Las redes sociales institucionales podrán responder a tres tipos fundamentales, atendiendo a su modelo de gestión:

a) Redes institucionales principales: tienen como propósito difundir información institucional de alcance general y son gestionadas directamente a través de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

b) Redes de alcance intermedio: tienen como propósito difundir información relacionada con algún tema específico, siendo que los contenidos son generados en diversas dependencias de la institución. Estas redes podrán ser gestionadas de forma directa a través de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción o mediante la delegación de esta responsabilidad a una dependencia que por su naturaleza pueda recibir, aglutinar y gestionar los contenidos de diversas instancias relacionadas por sus funciones.

c) Redes de alcance específico: tienen como propósito difundir información relacionada con las funciones de una dependencia o marca determinada y que exige la tenencia de redes que complementen a las de alcance general o intermedio, y su gestión es delegada a un funcionario miembro de dicha dependencia.

Todas las redes sociales, independientemente de su tipo, deberán cumplir con las políticas y normas establecidas por la institución. La Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción decidirá, en conjunto con los representantes de las diferentes dependencias, el tipo de red pertinente en cada caso para garantizar un mayor impacto y la mayor eficiencia posible en cuanto a la gestión, producción suficiente de contenidos y programas de difusión.

Capítulo II De las responsabilidades asociadas a la gestión de las redes sociales

Artículo 6°.- Cada dependencia de la universidad se constituye como la fuente original de información. Su

Director deberá designar los responsables de la identificación, tratamiento y preparación del contenido relevante a ser difundido por las redes sociales.

Las responsabilidades de producción de contenidos y gestión de las redes podrán ser asignadas a cualquiera de los colaboradores de la unidad, siendo que la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción será garante de su capacitación.

El Director será co-responsable de los aspectos relacionados con la edición de los contenidos. En todos los casos se deberá cumplir con las normas gráficas y de estilo definidas por la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

Artículo 7°.- En algunos casos se podrá contar con responsables de la producción de contenidos y de la gestión de las redes, atendiendo a los modelos definidos en este Decreto, los cuales se encargarán de la generación, planificación y gestión de las informaciones y mensajes difundidos por las redes.

La cantidad necesaria de colaboradores y sus perfiles serán definidos por la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción con el apoyo de la Dirección General de Recursos Humanos y la aprobación del Vicerrectorado Administrativo, atendiendo al modelo correspondiente.

Artículo 8°.- La Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción tendrá las siguientes responsabilidades:

a) Difundir los contenidos enviados por las diferentes dependencias en el caso de que, atendiendo al modelo definido, asuma la responsabilidad directa de ello. Para este propósito deberá cumplir con los parámetros de calidad acordados entre las partes.

b) Revisar el cumplimiento del conjunto de políticas, normas y procedimientos definidos para la gestión de redes. Para este propósito será responsable del desarrollo del Manual de Uso y Estilo de Redes Sociales de la UCAB, que aclare las responsabilidades y actividades a ser desarrolladas



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Av. Teheran Edif. Servicios Centrales, Piso 3, Ofic. Rectorado. Urb. Montalban ,Zona Postal 1020,
RIF: J-00012255-5 NIT: 0219804806

Decreto Rectoral sobre las Políticas y Normas Generales para la gestión de redes sociales institucionales de la Universidad Católica Andrés Bello

N°

2.87

para la gestión de redes atendiendo a sus tipos y modelos de gestión.

c) Definir las políticas y criterios generales para el manejo de crisis comunicacionales a través de las redes sociales y capacitar a los responsables de estos procesos.

d) Supervisar permanentemente el cumplimiento de los aspectos de uso y estilo, así como el impacto de los contenidos a partir de un sistema de indicadores definido para este propósito.

e) Custodiar y actualizar permanentemente la información asociada con el inventario de redes con datos de acceso.

f) Aprobar la creación de nuevas redes institucionales.

g) Planificar procesos comunicacionales, de manera conjunta con cada área, a partir del análisis y la evaluación de los informes estadísticos que con frecuencia mensual deberán generar las distintas dependencias sobre sus perfiles en redes).

h) Desarrollar procesos de capacitación dirigidos a los diferentes responsables de la producción de contenidos y la gestión de redes en la institución para garantizar la mejora de las capacidades para una mayor calidad e impacto.

i) Las demás que les sean asignadas por el Rector.

Artículo 9°.- Los responsables de los procesos de producción de contenidos y gestión de las redes sociales, independientemente de que se dediquen exclusivamente a esta tarea o la compartan con otras, tendrán las siguientes funciones:

a) Planificar y programar los contenidos a ser difundidos según la red social a utilizar, así como gestionar las redes bajo su responsabilidad atendiendo a las políticas y normas definidas por la institución.

b) Dar el crédito a las fuentes utilizadas, mencionar las áreas involucradas o interesadas y etiquetar los temas que identifiquen a las dependencias cuando corresponda.

c) Enviar a la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción, con la frecuencia definida, los planes de comunicaciones y contenidos, con el fin de lograr el soporte de esta unidad y la difusión complementaria por las redes institucionales principales.

d) Elaborar informes mensuales sobre el desempeño de cada red, atendiendo a los parámetros definidos por la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

e) Desarrollar y gestionar planes para el manejo de crisis comunicacionales asociadas a las redes sociales bajo su responsabilidad, con el acompañamiento y la asesoría de la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción.

f) Mantener informado al Director de la unidad sobre todos los aspectos asociados a la gestión de las redes bajo su responsabilidad, incluyendo su desempeño.

Capítulo III Disposición transitoria

Este Decreto aplicará en el caso de la Extensión UCAB-Guayana una vez que la Dirección General de Comunicación, Mercadeo y Promoción desarrolle y ejecute un plan de acción que supondrá el diagnóstico de las redes que operan en esa sede y la implementación de las opciones de fusión, inhabilitación o mantenimiento de los perfiles existentes.

Dado, firmado y sellado en el Caracas, en la sede del Rectorado, a los 26 días del mes de enero de 2022.

Francisco J. Virtuoso s.j.
Rector