



## PROTOCOSOS GENERALES

Protocolos generales para el manejo de redes sociales del CRAI-USTA



Universidad Santo Tomás  
**Protocolos generales para la gestión de publicaciones  
en redes sociales del CRAI-USTA**  
agosto 2020

Elaborado por:

Fray Vicente BECERRA REYES, O. P.  
Director General CRAI-USTA  
María del Pilar Florian Escobar  
Directora Técnica CRAI-USTA

Diana Mayerly Pérez Tafur  
Coordinadora CRAI-USTA Sede Campus  
Cindy Giseth Arevalo Buitrago  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central  
Claudia Lizeth Loreuzana Ramirez  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central  
Geraldine Tataiana Numpaque Torres  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Angélico  
Lina Marcela Cardenas Franco  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central



<https://crai.usta.edu.co/>

## PROTOCOLOS GENERALES PARA TODAS LAS REDES SOCIALES

- El objetivo general de las redes sociales que administra el CRAI-USTA, es divulgar información de carácter institucional, además de los servicios, recursos y actividades que realiza el CRAI-USTA.
- Todas las imágenes, videos y piezas publicitarias tendrán que contar con la previa autorización de la dirección técnica del CRAI-USTA y deberán ser entregadas mínimo con dos días de anticipación.
- No se pueden realizar cambios a las claves de acceso de las redes sociales, de ser necesario, los cambios deberán ir avalados por la dirección técnica del CRAI-USTA.



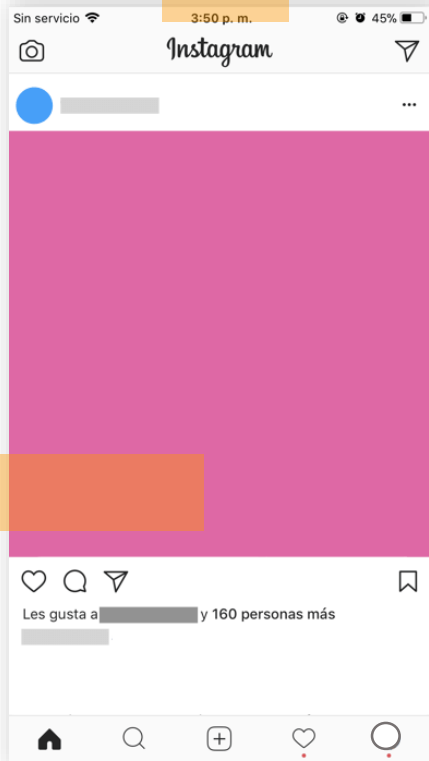
## EL ADMINISTRADOR DEBERÁ:

- Abstenerse de realizar comentarios o de participar en eventos o movimientos en los que se pueda ver comprometida la reputación de la Institución.
- Abstenerse de realizar 'Me gusta' o 'Compartir' sobre publicaciones personales donde se pueda ver afectada la objetividad y neutralidad del CRAI-USTA.
- Seguir el cronograma establecido para las publicaciones, este deberá estar actualizado con los eventos programados.
- Tener una redacción clara y concisa para los contenidos de las publicaciones, usando un lenguaje apropiado; además de tener especial cuidado con la ortografía ya que estos son factores que inciden en la percepción de alta calidad que imparte la institución.
- Los links que se publiquen de vídeos y páginas deberán ser cortos, utilizando la herramienta (Bitly).
- Integrar en la publicación un video o fotografía llamativa para una mejor conexión con los usuarios.
- Hacer seguimiento de las cuentas y nombrar en las publicaciones a la Universidad Santo Tomás de Colombia, a sus seccionales, dependencias y altos funcionarios, también a las cuentas de los invitados a los eventos y proveedores.

## INSTAGRAM

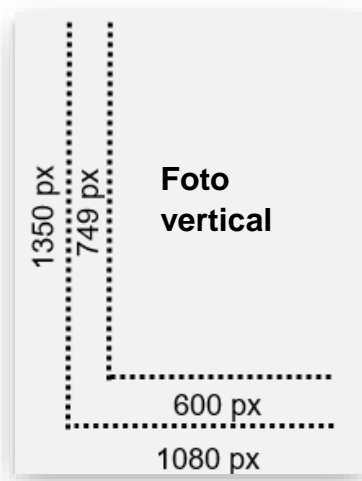
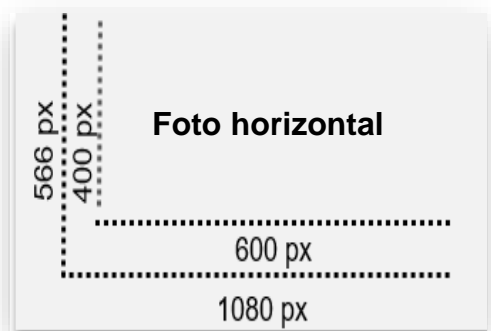


- Las encuestas de Instagram solo permiten tener dos respuestas a escoger y tendrá como límite 24 horas.
- Los 'hashtag' deberán ser cortos, claros y concisos se recomienda usar #CRAI\_USTA.
- Generar contenido de calidad y destacar los temas con los que se identifica el CRAI-USTA, para lograr una red social con personalidad y construcción de conocimiento.
- Instagram TV, permite subir vídeos de máximo 1 hora si se usa la versión web de Instagram, y de máximo 15 minutos si se elige la aplicación móvil. Colocar título y descripción que complementen el vídeo.
- Citar siempre las fuentes externas
- Si se incluyen videos en las publicaciones, la duración no debe exceder los 30 segundos e inclusive los 15 minutos

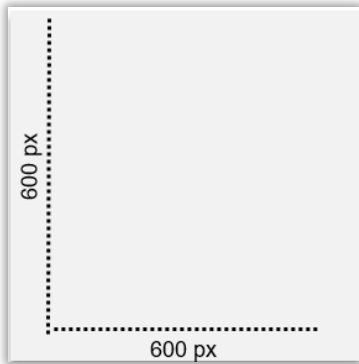


# TAMAÑO

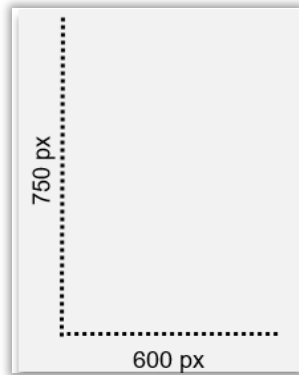
Todas las redes sociales cuentan con un tamaño específico para la publicación de fotos, videos e historias



## MEDIDA DE VIDEOS PARA INSTAGRAM



Video cuadrado



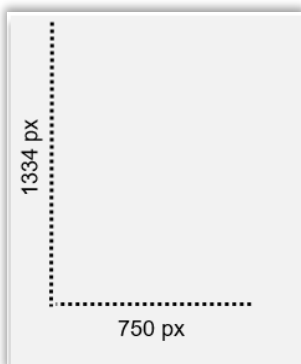
Video vertical



Video horizontal

Para los videos, la resolución es de 640 x 640 píxeles y la duración entre 3 y 60 minutos.

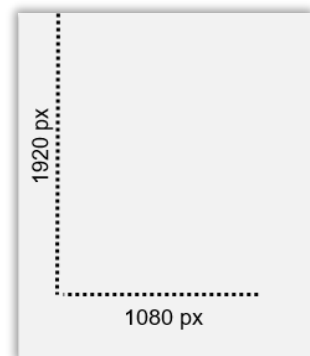
## MEDIDA DE HISTORIAS PARA INSTAGRAM



Video Instagram stories

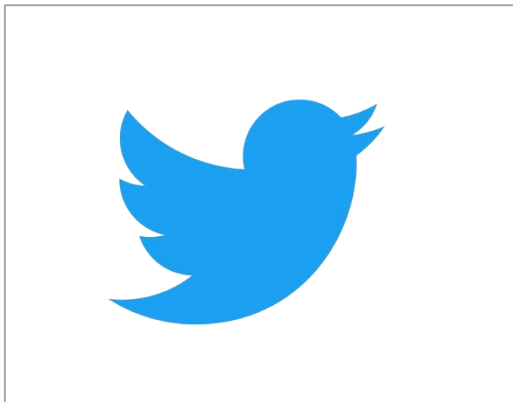


Foto Instagram stories



Historias

# TWITTER



Se trabajará en conjunto con los funcionarios encargados de las otras redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube), para recopilar e informar los mismos contenidos.

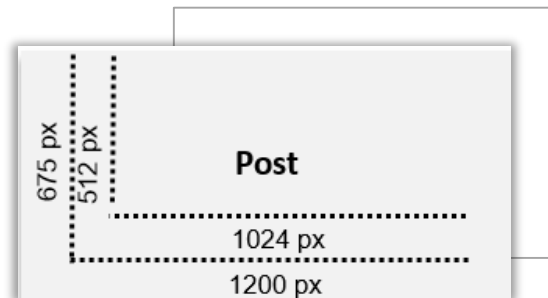
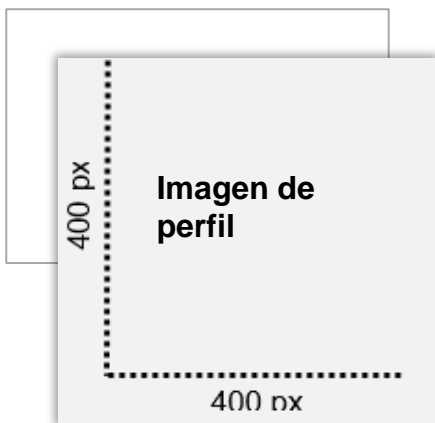
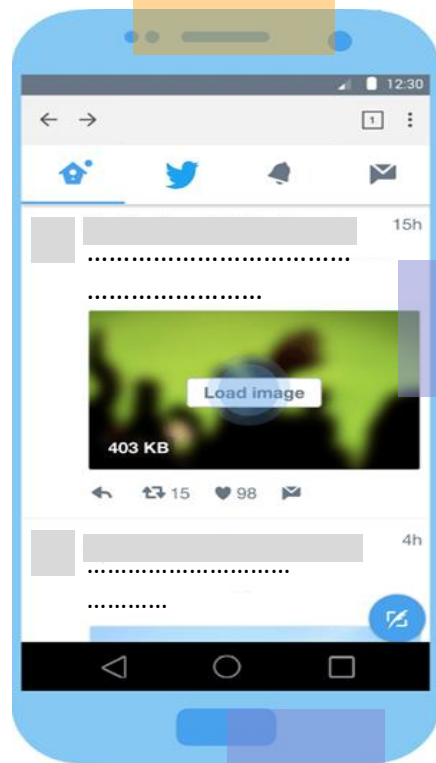
Twitter, deberán tener un tiempo mínimo de 1 hora de publicación, esto para no afectar la visualización de la siguiente publicación.

Se llevarán estadísticas de cada actividad que publico la red social como los me gusta, retweet y comentarios esto con el fin de revisar las publicaciones más destacadas.

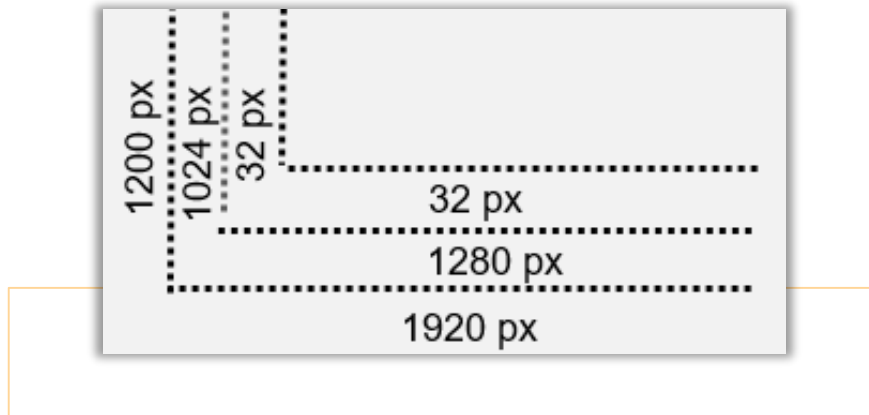


# TAMAÑO

La orientación de las imágenes deberá ser horizontal con el fin de que se visualice mejor el contenido



## MEDIDAS DE VIDEOS PARA TWITTER



Se recomienda que las publicaciones sean de manera horizontal, para una mejor resolución y calidad. El tamaño del archivo debe ser de 512 MB y su duración máxima de 140 segundos en formato MP4 para web y formato MOV para móvil y; la velocidad máxima de fotogramas de 40 fps y proporción de píxeles 1:1... Relaciones de aspecto: entre 1:2,39 – 2,39:1.... Tamaño recomendado a una tasa de bits de 2048 k: 1280 x 720 píxeles.

## FACEBOOK



- El administrador está autorizado a reservarse el derecho de eliminar comentarios con información falsa, o que contenga un lenguaje inapropiado que comprometa la reputación de la Institución.
- Siempre se debe poner el eslogan ¡Vive el nuevo concepto de Biblioteca! Ya que este genera empatía y recordación.
- Compartir contenidos de otros usuarios y páginas siempre que sean informaciones relevantes para el CRAI-USTA.
- Se debe hacer monitoreo de los resultados que ofrece la propia plataforma con el fin de mejorar los resultados.
- Verificar que la privacidad de las publicaciones siempre sea “Público” de esta forma nos aseguramos que las publicaciones llegaran no solo a los usuarios que en el momento nos estén siguiendo, sino a todos los usuarios de Facebook.
- Debe incluir siempre los ‘Hashtag’ que estén en tendencia, mantenerse informado de los # que esté usando la USTA y ponerlos en las publicaciones.
- Si la publicación lo exige se debe incluir la URL corta y una palabra clave como Insíbase, regístrese, más información, conéctate en...
- Facebook no restringe el número de caracteres pero es importante que el post tenga textos cortos, con un tono natural y acorde a la pieza que lo acompaña, poner siempre lugar, fecha, hora y servicio si el evento lo requiere.

## YOUTUBE

- En la descripción se debe incluir todo lo relevante del video, como información del autor, invitado, panelistas, instituciones, libros, horarios (si las actividades se realizan en tiempos específicos) y demás elementos principales.
- Siempre se debe nombrar a la Universidad Santo Tomas y al CRAI-USTA.
- Se deben nombrar las redes sociales del CRAI-USTA con su respectivo enlace, compartir y respetar la imagen institucional.
- Los títulos de los videos deben ser sencillos, concisos y claros, además deben representar el contenido del video.
- Todos los videos subidos a YouTube, deben estar incluidos en una lista de reproducción.



- Se debe incluir todos los metadatos solicitados por la plataforma, como palabras clave, descripción, fecha de grabación y ubicación.
- Para las miniaturas de los videos, se debe escoger la imagen más representativa del video o imágenes prediseñadas por los creadores del contenido.