



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA  
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



# PROTOCOLOS GENERALES

para las redes sociales del CRAI-USTA



**CRAI** **U** **S** **T** **A**

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación

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 Arévalo Buitrago  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central  
Claudia Lizeth Loreuzana Ramírez  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central  
Geraldine Tatiana Numpaque Torres  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Angélico  
Lina Marcela Cárdenas Franco  
Auxiliar CRAI-USTA Sede Central

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



# PROTOCOLOS GENERALES PARA 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 cortas, 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.

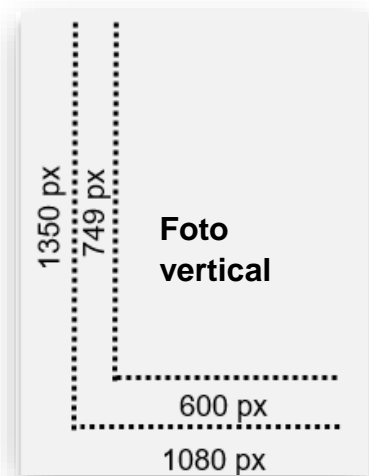
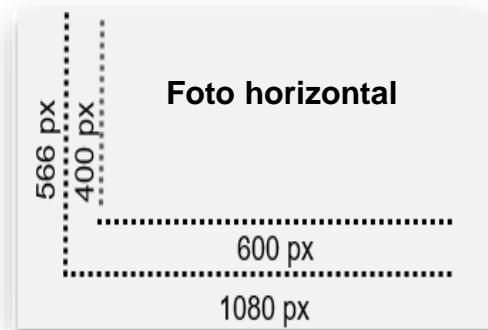
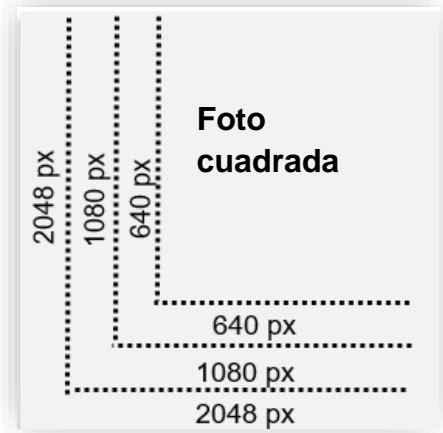
Generar contenido de calidad y destacar los temas con los que se identifica el CRAI-USTA, para lograr una red social con personalidad y construcción de conocimiento.

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.

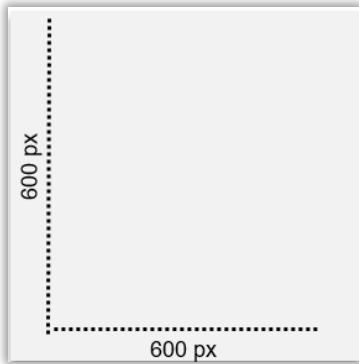
Citar siempre las fuentes externas

Si se incluyen videos en las publicaciones, la duración no debe exceder los 30 segundos e inclusive los 15 minutos

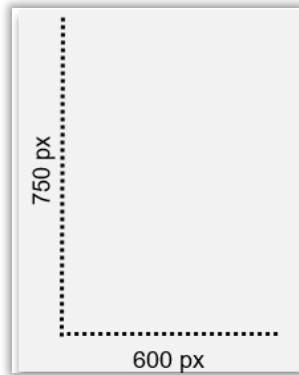
Todas las redes sociales cuentan con un tamaño específico para la publicación de fotos, videos e historias



# MEDIDA DE VIDEOS PARA INSTAGRAM



Video cuadrado



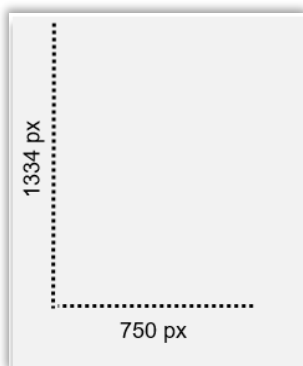
Video vertical



Video horizontal

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

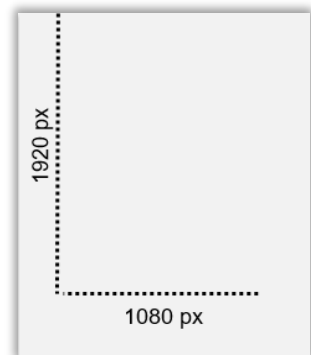
# MEDIDA DE HISTORIAS PARA INSTAGRAM



Video Instagram stories

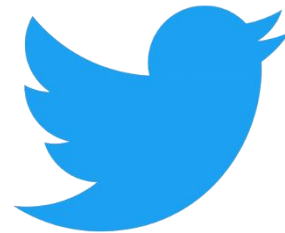


Foto Instagram stories



Historias

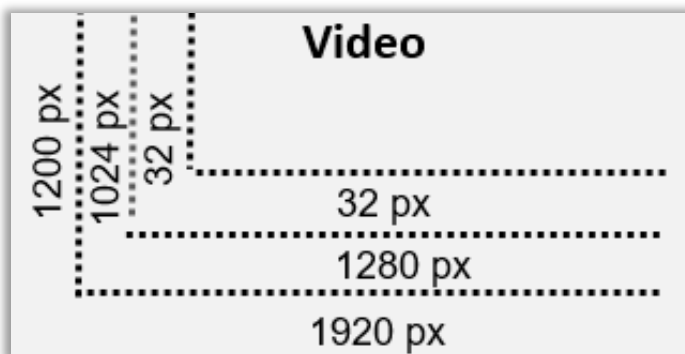
## TWITTER



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.

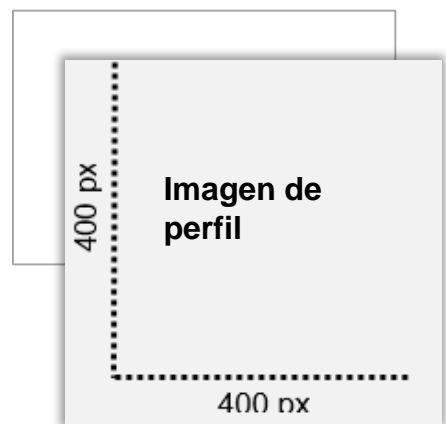
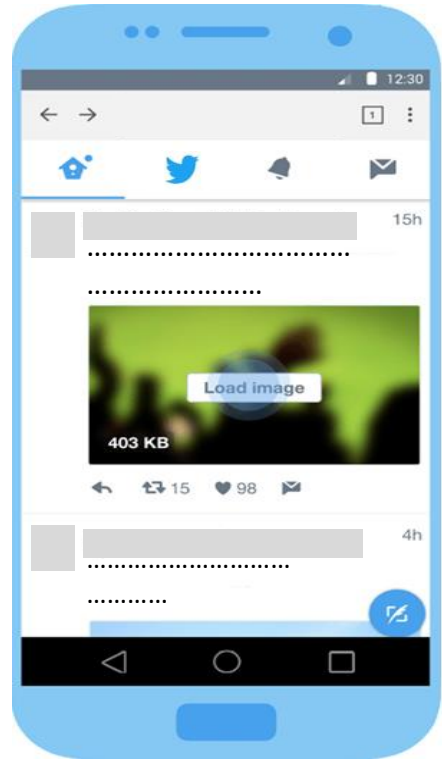
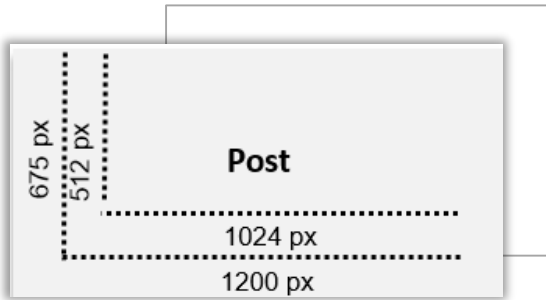


## MEDIDAS DE VIDEOS PARA TWITTER

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.



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



## 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 Inscríbese, 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.