

INSTRUCCIÓN DEL VICERRECTORADO DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y FUNDACIONES DE LA UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE, DE 13 DE OCTUBRE DE 2021, POR LA QUE SE ESTABLECE EL PROTOCOLO PARA LA CREACIÓN DE CUENTAS INSTITUCIONALES EN REDES SOCIALES

I. CONSIDERACIONES GENERALES

En el marco de la dirección de la política de comunicación y gestión de la imagen institucional de la Universidad Pablo de Olavide, atribuida a este Vicerrectorado por la Resolución de 3 de diciembre de 2020, de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, por la que se determina la estructura del Consejo de Dirección y Delegaciones del Rector, y se delega el ejercicio de competencias, se concibe el uso de cuentas institucionales en redes sociales como una eficaz herramienta de comunicación que contribuye a la difusión de los proyectos y las actividades que se desarrollan en la Universidad Pablo de Olavide.

A su vez, la proliferación de perfiles institucionales genera un escenario en el que operan múltiples emisores asociados a la Universidad Pablo de Olavide, con el riesgo de provocar una dispersión del mensaje y una merma en las estrategias comunicativas marcadas desde la Institución. Además, incluir información en cuentas institucionales implica asumir la responsabilidad por su contenido, así como el deber de contribuir en la proyección de una imagen unitaria de la Universidad, que responda a los principios de compromiso, vanguardia, cercanía, inclusión, participación y transparencia incluidos en su propio Plan de Comunicación.

Es por ello que, con el objetivo de facilitar la apertura de cuentas de naturaleza institucional en redes sociales como medio para difundir y publicitar las acciones y actividades universitarias, estableciendo unas pautas mínimas de intervención, se crea el presente Protocolo para la creación de cuentas institucionales en redes sociales.

II. PROCEDIMIENTO DE SOLICITUD

1. Podrán hacer uso de una cuenta institucional en las redes sociales, representando a la Universidad Pablo de Olavide, sus centros y departamentos, unidades, servicios y demás órganos universitarios, así como títulos de postgrado (oficiales y Títulos Propios), que cuenten con la **autorización del Vicerrectorado competente en comunicación y gestión de la imagen institucional de la Universidad**.
2. Para ello, es preciso **enviar un correo electrónico a la Unidad Técnica de Comunicación** de la Universidad Pablo de Olavide, a la dirección: prensa@upo.es, aportando la siguiente información:

- Nombre del órgano, servicio o título que asume la cuenta.
 - Nombre y apellidos, cargo académico o institucional, correo electrónico y teléfono de la persona responsable de la gestión de la cuenta.
 - Breve Memoria Justificativa que incluya las necesidades que motivan la presencia en redes sociales, objetivos y descripción de los contenidos a publicar.
 - Propuesta de denominación de la cuenta en la que se desea tener presencia.
 - Correo institucional con el que se gestionará la cuenta.
3. Una vez admitida la solicitud, la persona solicitante deberá firmar una **Declaración de Responsabilidad** (Anexo I), proporcionado por la Unidad Técnica de Comunicación. En el mismo, se establecerán las indicaciones sobre contenidos y pautas de publicación.
4. Desde la Unidad Técnica de Comunicación se dará traslado de toda la documentación al Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Fundaciones para proceder a la oportuna autorización. Autorizada la apertura de la cuenta, la Unidad Técnica de Comunicación asesorará sobre el uso adecuado de la imagen institucional de la Universidad.

III. APERTURA DE LA CUENTA

5. La presencia en redes sociales de la Universidad se gestionará desde cuentas de correo electrónico corporativas o institucionales, en ningún caso personales. La dirección de correo debe corresponder a una persona con vinculación permanente a la Universidad Pablo de Olavide.

IV. DENOMINACIÓN DE LA CUENTA Y USO DE AVATAR INSTITUCIONAL

6. En la denominación de la nueva cuenta es necesario utilizar el nombre del órgano universitario que corresponda (centro o departamento, servicio, unidad o, en su caso, denominación del título de postgrado) y a continuación, el acrónimo UPO en mayúsculas. Ejemplo: *FacultadDerechoUPO*. En caso de que la propia denominación del órgano sea también un acrónimo, o sea conocido por sus siglas, éstas deberán ir en minúsculas, seguidas del acrónimo UPO. Ej.: *@sadfUPO*
Cuando se trate de títulos de postgrado, debe quedar claro en la descripción del perfil si se trata de un Máster Oficial o Título Propio de la Universidad.
7. Con carácter general, la imagen para identificar los perfiles en redes sociales será el avatar institucional (foto de perfil de la red social pertinente, conformado en su mitad superior por parte del símbolo de la marca de la UPO, y en su mitad inferior por el nombre del centro, departamento, servicio o unidad que corresponda). Se exceptúan aquellas entidades que dispongan de

logotipo propio, quienes deberán identificar claramente su vinculación con la Universidad, tanto en la descripción, como en otros elementos gráficos de la portada del canal.

V. DESCRIPCIÓN DE LA PRESENTACIÓN

8. En la descripción de la presentación en las redes sociales se deberá indicar de manera breve y clara:
 - El nombre completo del centro, departamento, servicio o unidad, y en su caso título de postgrado.
 - Un enlace a la página web institucional del mismo.
 - Un enlace a la cuenta oficial en redes sociales de la Universidad Pablo de Olavide.

VI. ACTUALIZACIÓN Y CIERRE DE LA CUENTA

9. A efectos de contribuir a la buena imagen de la Universidad, la persona responsable de la cuenta deberá actualizar sus contenidos y proceder a una pronta respuesta a posibles consultas con relación a la materia que gestiona.
10. En caso de cierre de una cuenta, es necesario informar a la Unidad Técnica de Comunicación (prensa@upo.es), con objeto de mantener un directorio actualizado de los perfiles institucionales de la Universidad.
11. En el supuesto de cuentas inactivas, o cuando su contenido dañe la imagen de la Universidad o no se ajuste a los objetivos y competencias del organismo que las gestiona, el Vicerrectorado competente por razón de la materia podrá exigir a la persona responsable, previa audiencia de la misma, su cierre obligatorio.

VII. CUENTAS VIGENTES

12. Lo previsto en esta Instrucción es también aplicable a las cuentas institucionales en redes sociales activas a la fecha de su entrada en vigor. En consecuencia, deberán enviar a la UTC los datos señalados para la solicitud, a los meros efectos de registro, y firmar el Documento de Responsabilidad. Se establece un plazo para ello de cuatro meses, a partir de la entrada en vigor de la presente Instrucción.

La presente Instrucción deroga la Instrucción de la Dirección General de Comunicación, de fecha de 3 de febrero de 2020, acerca del uso de redes sociales de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla; así como todas aquellas instrucciones anteriores cuyo objeto verse sobre la misma materia.

Esta Instrucción entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Tablón Electrónico Oficial de la Universidad Pablo de Olavide, sin perjuicio de su publicación en el Boletín Oficial de la Universidad Pablo de Olavide.

ANEXO I

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

D./D^a....., con DNI:....., en calidad de(indicar cargo institucional o categoría profesional), de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla, como responsable de la cuenta...en la red/redes social/sociales.....

SE COMPROMETE:

- A velar por un uso correcto de la identidad corporativa de la Universidad Pablo de Olavide en las redes sociales.
- A no hacer un uso personal de la cuenta institucional, ni dedicar su contenido a fines comerciales, políticos o cualquier otro contrario a los principios y valores de la Universidad.
- A generar con periodicidad contenido institucional relevante para el organismo titular de la cuenta y su comunidad destinataria. Dicho contenido estará en consonancia con las competencias propias de la entidad u órgano titular de la cuenta.
- A utilizar una contraseña segura y guardar confidencialidad sobre la misma.
- A utilizar un lenguaje correcto, no ofensivo e inclusivo en la comunicación.

SE RESPONSABILIZA:

- Por los contenidos no institucionales que pudiesen transmitirse a través de la cuenta.
- Por la veracidad, legalidad y calidad de la información publicada.
- Por la protección de los datos personales y la garantía de los derechos digitales en el marco de la normativa nacional y europea aplicable.