



**“2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein”**  
**Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco**  
**Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales**  
**Consejo Directivo**

Comodoro Rivadavia, 05 de abril de 2021

**VISTO:**

La Nota CUDAP N° 715/2021 presentada por la Directora y Co-Directora del Departamento de Turismo de Comodoro Rivadavia, y;

**CONSIDERANDO:**

Que por nota del visto se solicita la aprobación del protocolo de uso de redes sociales del Departamento de Turismo de Comodoro Rivadavia.

Que dicho protocolo tiene como objetivo central establecer los lineamientos necesarios para el uso responsable de las redes sociales institucionales, pertenecientes al Departamento de Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

Que por nota del visto se solicita reconocer a la Lic. Natalia Delgado y a la estudiante Téc. Camila Carrizo, la redacción de dicho documento.

Que no existen objeciones al respecto.

Que el tema fue tratado y aprobado por unanimidad de los presentes en la Iª Sesión Ordinaria de este Cuerpo, realizada los días 29 y 30 de marzo ppdo.

**POR ELLO:**

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**RESUELVE**

Art.1º) Aprobar el “Protocolo de uso de redes Sociales del Departamento de Turismo de Comodoro Rivadavia” que se anexa a la presente resolución.

Art. 2º) Reconocer la labor de la Lic. Natalia Delgado y de la estudiante Téc. Camila Carrizo en la redacción de dicho protocolo.

Art. 3º) Regístrese, comuníquese a quien corresponda y cumplido ARCHÍVESE.

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

Mg. María Laura Olivares  
Secretaria

Mg. Patricia Viviana Pichl  
Presidente

...//



...//2.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

## **ANEXO**

### **Protocolo de uso de redes sociales**

#### **Departamento de Turismo de Comodoro Rivadavia**

##### **Objetivo**

Establecer los lineamientos necesarios para el uso responsable de las redes sociales institucionales, pertenecientes al Departamento de Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

##### **Principios**

Los principios del protocolo son los siguientes:

##### **Transparencia**

La gestión de las redes sociales debe ser clara y comprensible para la comunidad.

##### **Calidad**

La información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos deben someterse a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.

##### **Participación**

Debe ser respetuosa, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diversos puntos de vista y aportando comentarios constructivos, animando a la participación.

##### **Colaboración**

Los miembros de la carrera y los administradores de las redes sociales deben compartir sus recursos e información y colaborar siempre que se lo requiera.

...//



...//3.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

**Consideraciones generales**

1) De la administración

- a. Las redes sociales pertenecerán al Departamento de Turismo y serán administradas por dos docentes responsables y dos alumnos. En casos en los que los administradores no puedan ejercer su función, las autoridades del Departamento de Turismo serán las responsables de administrar las redes sociales provisoriamente.
- b. El Departamento de Turismo es responsable de la convocatoria y selección de los dos docentes responsables y los dos estudiantes.
- c. La gestión de los administradores será por tiempo determinado (por ciclo lectivo), con el fin de dar oportunidad a otros interesados en participar.
- d. Los administradores deben ser conocidos por los miembros de la carrera, con el fin de evitar confusiones.
- e. El departamento es el responsable de informar cualquier cambio en la designación de los que administran las redes sociales.

2) De la convocatoria

- a. El departamento difundirá un formulario de inscripción, previa convocatoria, donde informe las condiciones para postularse como administrador de redes.

3) De los roles

- a. Los roles de administración serán:
  - i. Docente.
  - ii. Alumno.

4) Del contenido

- a. Se deberán publicar novedades relacionadas con el Departamento de turismo y el dictado de clases:
  - i. Calendario académico
  - ii. Imprevistos de las cátedras
  - iii. Reuniones de Departamento y Claustro Alumnos.
- b. Se deberán publicar novedades relacionadas a eventos presenciales y no presenciales de la carrera y al ámbito universitario:

...//



...//4.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

- i. Entrega de certificaciones de actividades de extensión.
  - ii. La Uni te recibe
  - iii. Convocatorias a webinars, conversatorios, seminarios, congresos y jornadas de interés.
  - iv. Firma de convenios.
  - v. Acto de colación de alumnos de la carrera.
  - vi. Otros eventos de relevancia.
- c. Se deberán publicar novedades relacionadas a eventos que involucren a otras instituciones:
- i. Congresos, seminarios y la participación en los mismos.
  - ii. Expo Turismo Comodoro.
  - iii. Capacitaciones.
  - iv. Otros eventos de relevancia.
- d. Los alumnos y docentes pueden sugerir contenido a través de mensajes privados al administrador.
- e. Sin excepción, el contenido a publicar estará relacionado con actividades académicas.
- f. En este sistema de redes no se incluirán opiniones personales de índole religiosa y/o política partidaria.
- g. Serán espacios de contenidos institucionales, exclusivamente.
- 5) De la denominación
- a. La denominación de las cuentas de cada red social deberá ser “Departamento de Turismo CRD” y no deberá ser modificada sin previo consenso.
  - b. Deberá ser difundida entre todos los alumnos y docentes a inicios del ciclo lectivo.

**Redes Sociales**

- 1) Las redes por utilizar serán Facebook, Instagram, YouTube y Twitter.
- 2) De los criterios generales de publicación

...//



...//5.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

- a) Los criterios de publicación establecidos por el Departamento serán difundidos entre las cátedras para que puedan generar contenido acorde.
- b) Los administradores decidirán los contenidos de las publicaciones que son relevantes para ser comunicadas por el Departamento. Si el contenido de la publicación lo requiere, la decisión de su publicación será consensuada entre los administradores y el Departamento.
- c) Los responsables de administrar las redes sociales deberán adaptar el contenido a las necesidades específicas de cada red social.
- d) Independientemente de la red social, cada publicación realizada debe tener en cuenta los siguientes aspectos:
- i) El lenguaje utilizado deberá ser directo, simple e informal.
  - ii) Textos breves y claros acompañados, siempre que sea posible, de una imagen que represente el mensaje.
  - iii) La descripción de los perfiles de todas las redes sociales debe estar acompañado del enlace de la página web oficial de la U.N.P.S.J.B.
  - iv) Cuando sea necesario, se deben incluir enlaces que redireccionan a la página web oficial, redes sociales, artículos de interés, cuestionarios, formularios de inscripción, etc. Si la URL es extensa para ser utilizada en redes con pocos caracteres, se sugiere el uso de aplicaciones que puedan recortarla.
  - v) Los comentarios en publicaciones deben ser realizados bajo el nombre del Departamento de Turismo
  - vi) Los comentarios deben ser apropiados y estar relacionados con el tema que se esté tratando, priorizando el respeto y evitando las opiniones.
  - vii) Respetar privacidad e intimidad de las personas
  - viii) No publicar contenido protegido por los derechos de autor
  - ix) En caso de publicar contenido visual y/o audiovisual perteneciente a terceros, no se debe omitir su autoría.

...//



...//6.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

- x) Se debe citar la fuente de dónde procede la información, verificando previamente su fiabilidad.
- xi) El tiempo máximo de respuesta para mensajes privados y/o comentarios no debe exceder las 24 horas.
- xii) No publicar contenido que comercialice productos de instituciones ajenas a la U.N.P.S.J.B.
- xiii) No utilizar las cuentas para participar de sorteos y/o cualquier otro evento no relacionado al ámbito académico.

3) Facebook

- a. El texto de las publicaciones no debe exceder las 10 (diez) líneas. Si lo que se debe comunicar es extenso, se sugiere crear una nota o compartir el vínculo que redirija a la información completa.
- b. Las imágenes, videos y/ o fotografías compartidas deben tener resolución óptima.
- c. Hacer un seguimiento de las métricas y los indicadores con el fin de conocer el nivel de respuesta por parte de los usuarios: número de visitas, alcance de la publicación, reacciones y comentarios.
- d. Se sugiere publicar, como mínimo, dos entradas por día
- e. Todos los comentarios y mensajes privados deben ser respondidos de forma clara y sencilla, en un plazo de 24 horas.
- f. Publicar en horas clave, donde se registra la mayor cantidad de conexiones: 11:00- 13:00; 16:00- 18:00; 20:00- 22:00
- g. Las normas generales de Facebook deben ser respetadas.

4) Instagram

- a. El texto de las publicaciones no debe exceder las 10 líneas
- b. Las fotografías y videos compartidos deben mencionar la autoría.
- c. El perfil debe contener una breve biografía indicando los datos relevantes de la institución, acompañado de la frase "Cuenta Oficial"
- d. Se pueden utilizar hashtags que ayuden a la promoción de actividades y/o refuercen el mensaje del contenido.

...//



...117.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

- e. Las historias de contenido visual y/o audiovisual, pueden mostrar lo que acontece en un determinado evento.
- f. Se sugiere que las historias no excedan el tiempo permitido por la plataforma (15 segundos).
- g. Se sugiere publicar, como mínimo, de dos a tres historias por día.
- h. Se sugiere no seguir a usuarios que no pertenezcan al ámbito académico.
- i. Las menciones deben limitarse a los usuarios que tengan relación con lo que se publica.
- j. Hacer un seguimiento de los indicadores con el fin de conocer el nivel de respuesta por parte de los usuarios: número de visitas, alcance de la publicación, reacciones, comentarios, publicaciones con los hashtags utilizados.
- k. Publicar en horas clave, donde se registra la mayor cantidad de conexiones: 11:00- 13:00; 16:00- 18:00; 20:00- 22:00
- l. Las normas generales de Instagram deben ser respetadas

5) Twitter

- a. El perfil debe contener una breve biografía indicando los datos relevantes de la institución, acompañado de la frase “Cuenta Oficial”
- b. Los tuits que se publiquen deben contener palabras y frases completas, sin abreviaciones.
- c. Las fotografías y videos compartidos deben mencionar la autoría.
- d. Los hashtags utilizados deben reforzar el mensaje del tuit, puede destacar acontecimientos o eventos.
- e. Se sugiere no seguir cuentas de usuarios que no pertenezcan al ámbito académico.
- f. Se permite retuitear información que sea pertinente y de interés para la comunidad académica.
- g. Se sugiere publicar, como mínimo, dos tuits al día.
- h. Hacer un seguimiento de los indicadores retweets, favoritos, menciones y comentarios.

...//



...//8.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

i. Publicar en horas clave, donde se registra la mayor cantidad de conexiones:  
11:00- 13:00; 16:00- 18:00; 20:00- 22:00.

j. Las normas generales de Twitter deben ser respetadas.

6) YouTube (YT)

a. El perfil debe contener una breve biografía indicando los datos relevantes de la institución, acompañado de la frase “Cuenta Oficial”.

b. Publicar videos de creación propia o de terceros que fomenten el conocimiento general de las actividades realizadas en la carrera y en la U.N.P.S.J.B.

c. Publicar videos de creación propia o de terceros que presenten la institución, eventos, jornadas, seminarios, capacitaciones, webinars, entre otras actividades realizadas por las carreras de Turismo y/o donde sean partícipes.

d. Publicar videos de creación propia o de terceros con contenidos teóricos relevantes para la formación profesional. Éstos pueden ser pertenecientes a las cátedras de la carrera.

e. Crear y/o compartir tutoriales explicativos de plataformas, programas y /o aplicaciones que sean de uso común de los miembros de la carrera: Siu Guarani, Campus Virtual (Moodle), Redatam, entre otros.

f. Las normas generales de YouTube deben ser respetadas



...//9.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

ANEXO I

REQUISITOS Y OBLIGACIONES DEL ROL DOCENTE Y ALUMNO

DOCENTE

1) De los requisitos para su postulación:

- a. Deberán ser docentes en funciones de la carrera al momento de la postulación.
- b. Poseer amplio conocimiento y /o experiencia en manejo de las redes sociales Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, entre otras.

2) De las obligaciones:

- I. Respetar el protocolo de redes sociales.
- II. Trabajar por objetivos.
- III. Recibir el potencial contenido a publicar.
- IV. Publicar el contenido acorde a la correspondiente plataforma en forma oportuna.
- V. Realizar un monitoreo continuo de las redes sociales.
- VI. Generar y mantener un calendario de publicaciones frecuentes de forma continua y actualizada.
- VII. Trabajar en equipo con compromiso y responsabilidad.
- VIII. Detectar y corregir errores que dificulten el buen manejo de las redes.
- IX. Actuar en situaciones de crisis, gestionando a fin de proteger la reputación online de la carrera.
- X. Sugerir mejoras cuando sea pertinente.
- XI. No deberá crear cuentas en plataformas no autorizadas por el Departamento.
- XII. Deberá informar al Departamento, las modificaciones de contraseñas.
- XIII. Sin excepción, una vez finalizado el periodo de su gestión deberá proveer claves de acceso si fueran actualizadas o modificadas.
- XIV. Realizar un reporte de actividades al finalizar su gestión conforme a los lineamientos provistos por el Departamento.

...//



...//10.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

**ALUMNO**

1) De los requisitos para postularse:

- a. Deberán ser alumnos regulares en la carrera al momento de la postulación.
- b. Preferentemente deberán ser alumnos cursantes del segundo año de la carrera en adelante.
- c. Poseer conocimiento y /o experiencia en manejo de las redes sociales Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, entre otras.

2) De las obligaciones:

- I. Respetar el protocolo de redes sociales.
- II. Trabajar por objetivos.
- III. Realizar las tareas que defina el docente a cargo en tiempo y forma.
- IV. Trabajar en equipo con compromiso y responsabilidad.
- V. Detectar y corregir errores que dificulten el buen manejo de las redes sociales.
- VI. Sugerir mejoras cuando sea pertinente.
- VII. Al final de su gestión, realizar un informe de la experiencia conforme a los lineamientos provistos por el Departamento.

**EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO**

Una vez finalizado el periodo de administración se hará una devolución por escrito considerando las acciones realizadas por alumnos y docentes.

...//



...//11.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

ANEXO II  
GESTIÓN DE CRISIS

En el caso que, por error, críticas y/o comentarios realizados en alguna red social, el Departamento de Turismo se viera perjudicado, es conveniente actuar según las siguientes indicaciones previamente establecidas:

1. Identificar el problema: qué ha pasado y por qué.
2. Decidir si es relevante
3. Identificar al usuario
4. Decidir por que medio se mantendrá la comunicación con el usuario.
5. Establecer una respuesta adecuada
6. Hacer un seguimiento.



**"2021 – Año de Homenaje al Premio Nobel de Medicina Dr. César Milstein"**

**Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco**

**Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales**

**Consejo Directivo**

...//12.-

**CUDAP: RESOLUCIÓN\_CD\_FHCSCR-SJB: 12/2021**

### ANEXO III

#### IMAGEN INSTITUCIONAL DEL DEPARTAMENTO

Es importante mantener la imagen institucional del Departamento para que los usuarios en redes sociales lo identifiquen y reconozcan.

Se debe disponer de un único logo, que no debe modificarse sin autorización del Departamento de Turismo.

De su utilización:

El Departamento de Turismo será el responsable de indicar los usos autorizados del logo, a fin de salvaguardar su imagen institucional.

De su modificación:

El Departamento de Turismo será el único responsable de realizar los cambios parciales o totales que considere necesarios.

Si decidiera un cambio total, será definido en un proceso que incluirá: una convocatoria por concurso, una preselección y selección final.