



Comunicación Oficial  
marzo 2023

593

Comunicación Oficial | 593

## CONTENIDO

### RECTORÍA

## LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN, REGISTRO Y USO DE REDES SOCIALES PARA LAS ÁREAS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

### ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	6
DISPOSICIONES GENERALES	
<b>CAPÍTULO II</b>	11
RESPONSABILIDAD SOBRE LAS REDES SOCIALES	
<b>CAPÍTULO III</b>	13
PREVISIONES COMUNES PARA LAS CUENTAS GENERALES Y ESPECÍFICAS	

<b>CAPÍTULO IV</b>	22
DE LAS CUENTAS ESPECÍFICAS	
<b>SECCIÓN PRIMERA</b>	22
DEL REGISTRO Y AUTORIZACIÓN	
<b>SECCIÓN SEGUNDA</b>	24
OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LAS CUENTAS ESPECÍFICAS	
<b>CAPÍTULO V</b>	27
SANCIONES	
<b>TRANSITORIOS</b>	28
<b>ANEXOS</b>	33

Comunicación Oficial | 593

## **LINEAMIENTOS PARA LA CREACIÓN, REGISTRO Y USO DE REDES SOCIALES PARA LAS ÁREAS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA**

### **CAPÍTULO I**

#### DISPOSICIONES GENERALES

##### **Artículo 1. Objeto.**

Este ordenamiento tiene por objeto establecer los Lineamientos necesarios para:

- I. Regular la información que se emite a través de Redes sociales de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México (en adelante IBERO);
- II. Que las diversas Áreas de la IBERO puedan crear, administrar y operar Cuentas institucionales específicas en Redes sociales (en adelante Cuentas específicas), independientes de las Cuentas institucionales generales de la IBERO (en adelante Cuentas generales);
- III. Proteger la Imagen institucional de la IBERO;

- IV. Alinear los mensajes emitidos a través de las Cuentas específicas en torno al Ideario, Filosofía Educativa, Filosofía Social, Misión y Visión de la IBERO, así como a su Código de Ética y Conducta (en adelante los Documentos fundamentales), asegurando la consistencia de su voz y visión, amable, activa, abierta al diálogo, crítica pero justa, basada en evidencia, y siempre apegada a sus valores; y
  
- V. Facilitar que, hacia el exterior, se proyecte de una forma homogénea la Imagen institucional de la IBERO.

Considerando que parte fundamental de nuestra misión educativa es la libertad de expresión de la Comunidad universitaria, es importante señalar que no se pretende coartar la misma, sino diferenciar la voz y visión institucional de la que puedan tener los y las integrantes que la componen.

## **Artículo 2. Ámbito.**

Estos Lineamientos están dirigidos al Personal académico, administrativo, de servicio y Prestadores de servicios profesionales que operan, administran o pretenden abrir Cuentas específicas en Redes sociales, o cuentas que se relacionen con la IBERO, en específico, aquellas en las que se den a conocer noticias, eventos y opiniones de algún Área de la Universidad, o en las que se emitan opiniones como representantes de la misma.

Asimismo, incluyen recomendaciones para el estudiantado.

### Artículo 3. Inaplicabilidad.

Este documento no es aplicable para las cuentas en Redes sociales de los grupos o asociaciones estudiantiles o de egresados, ni para aquellas del estudiantado, egresados y egresadas, el personal académico, administrativo o de servicio, o de prestadores de servicios profesionales, creadas y administradas a título personal, sin vincularse como integrante de la Comunidad universitaria, en las cuales se respetará el derecho a emitir opiniones diversas, noticias o cualquier otra información, siempre que no se realice en nombre de la Universidad, sino que se emitan a título personal, con las consecuencias jurídicas que esto pueda generar dentro o fuera de la IBERO.

Para un adecuado ejercicio de este derecho como integrante de la Comunidad universitaria, se deberán atender las Guías incorporadas en los **Anexos 2 y 3** de los presentes Lineamientos. En el caso de las sociedades u organizaciones estudiantiles, así como de aquellas de personas egresadas deberán consultar la Guía incluida como **Anexo 4**.

### Artículo 4. Definiciones.

Para efectos de los presentes Lineamientos se entenderá por:

- I. **Área:** Comprende a los Departamentos, Institutos, Centros, Escuelas, Direcciones Generales, Oficinas u otras, en las que se organiza la Universidad Iberoamericana para su funcionamiento, de conformidad con su Estatuto Orgánico y la normatividad universitaria;

- II. **Autoridad universitaria:** Cualquier autoridad unipersonal o colegiada prevista en la normatividad de la IBERO o en su organigrama;
  
- III. **Comunidad universitaria:** Conjunto de personas que tienen una relación académica, laboral o civil con la IBERO, salvo la excepciones previstas en el artículo 3;
  
- IV. **Cuentas específicas:** Todas aquellas en Redes sociales operadas por algún Área de la IBERO, las cuales deberán estar debidamente autorizadas por la Dirección de Comunicación Institucional;
  
- V. **Cuentas generales:** Aquellas en Redes sociales que representan a la IBERO en su conjunto, operadas por la DCI;
  
- VI. **DCI:** Dirección de Comunicación Institucional;
  
- VII. **DIT:** Dirección de Informática y Telecomunicaciones;
  
- VIII. **Documentos fundamentales:** El Ideario, la Filosofía Educativa, la Filosofía Social, la Misión y Visión, así como Código de Ética y Conducta, de la IBERO;

- IX. Estudiantado:** Todas aquellas personas que están inscritas en un Programa Académico dentro de la Universidad, de conformidad con el Estatuto Orgánico;
- X. Equipo de operación y administración:** Aquellas personas designadas por algún Área como responsables para operar y administrar las Cuentas generales o específicas registradas ante la Dirección de Comunicación Institucional;
- XI. IBERO o Universidad:** Universidad Iberoamericana Ciudad de México;
- XII. Imagen institucional:** La percepción pública de la IBERO;
- XIII. Personal académico:** Al profesorado que tiene una relación laboral con la IBERO;
- XIV. Personal administrativo:** Todas aquellas personas que tienen una relación laboral con la IBERO, con el objeto de realizar funciones administrativas;
- XV. Personal de servicio:** Todas aquellas personas que tienen una relación laboral con la IBERO, con el objeto de realizar funciones de servicio;

**XVI. Prestadores de servicios profesionales:** Aquellas personas que prestan sus servicios profesionales, pudiendo o no ser docentes, por medio de un contrato de naturaleza civil celebrado con la IBERO;

**XVII. Redes sociales:** Todos aquellos sitios y aplicaciones en el ciberespacio que permiten interacciones con el fin de la socialización entre sus usuarios y usuarias, como pueden ser, de forma enunciativa mas no limitativa: *blogs, wikis, Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube, Instagram, Tumblr, Snapchat, TikTok, Lasso, Flickr, LinkedIn* o cualquier otro de esta naturaleza, que pueda surgir en el futuro; y

**XVIII. Voz y visión:** Aquella postura que va de acuerdo con los valores institucionales, plasmados en los Documentos fundamentales, la cual está marcada por la Rectoría universitaria y es externada a través de la DCI.

## CAPÍTULO II

### RESPONSABILIDAD SOBRE LAS REDES SOCIALES

**Artículo 5. Responsabilidad de las Áreas en el uso de las Redes sociales.**

Las diversas Áreas de la IBERO que utilizan las Redes sociales son responsables de su debida creación, registro, operación y administración, por lo que, deben procurar que todo lo emitido a través de estas plataformas sea acorde a la Imagen institucional, Voz y visión universitaria.

Es necesario que cada Área de la Universidad que desee abrir una Cuenta específica de alguna Red social, solicite autorización a la DCI, de acuerdo a lo señalado en el artículo **16** de los presentes Lineamientos, para que ésta pueda efectuar el control y seguimiento de las mismas.

Se entenderá por control, la supervisión de las Redes sociales en cuanto al cumplimiento de lo establecido en los presentes Lineamientos y en el resto de la normatividad universitaria vigente.

Las Áreas que posean Cuentas Específicas deberán remitir la información que les requiera la DCI, de conformidad con lo establecido en el artículo **20** de estos Lineamientos.

### **Artículo 6. Autoridad universitaria responsable de la Imagen institucional, Voz y Visión.**

La DCI es la Autoridad universitaria responsable de comunicar al exterior toda la información referente a la IBERO, así como de procurar la Imagen institucional, la Voz y la visión.

Asimismo, es responsable de autorizar la apertura de las Cuentas específicas, resguardar su acceso de administración y efectuar el control y seguimiento de todas las cuentas institucionales.

### **CAPÍTULO III**

#### **PREVISIONES COMUNES PARA LAS CUENTAS GENERALES Y ESPECÍFICAS**

##### **Artículo 7. Equipos de operación y administración.**

Los Equipos de operación y administración se conforman por al menos 2 personas, una responsable de la operación y otra de la administración, la cual debe ser una Autoridad universitaria titular de un Área.

Las personas que hayan sido designadas y autorizadas por las diferentes Áreas de la Universidad, para ser responsables del mantenimiento, cuidado y atención de las cuentas deberán seguir las recomendaciones establecidas en la Guía adjunta a estos Lineamientos como **Anexo 1**.

##### **Artículo 8. De la respuesta a las personas usuarias.**

Los Equipos de operación y administración deberán acordar por escrito con el o con la titular del Área si están autori-

zados para responder directamente a las y los usuarios, y el tipo de situaciones en las que tendrían que esperar autorización específica para hacerlo. Cuando exista duda de cómo proceder, se deberá consultar con el o la superior jerárquico de los Equipos de operación y administración.

### **Artículo 9. De la identidad gráfica institucional.**

Los Equipos de operación y administración serán responsables de asegurar que tanto el perfil de las cuentas, como sus publicaciones cumplan con todas las normas institucionales vigentes respecto al uso de la identidad gráfica de la Universidad.

### **Artículo 10. De la actividad en Redes sociales.**

El Equipo de operación y administración es responsable de:

- I. Acceder al menos una vez al día para monitorear y responder a publicaciones, comentarios, menciones, etcétera;
  
- II. Realizar al menos una publicación a la semana, excepto en periodos vacacionales. Esto significa mantener presencia y responsividad.

Se entiende por responsividad, como criterio informático, que se refiere a la capacidad de respuesta;

- III. Crear un calendario editorial para planear la publicación de contenido; y
- IV. Estudiar las métricas de las cuentas institucionales que manejan para lograr la atención de sus públicos meta.

#### **Artículo 11. Del contenido de terceras personas.**

El Equipo de operación y administración deberá alentar la participación y la interacción con y entre sus seguidores, no obstante, se debe reservar el derecho de eliminar contenido de naturaleza comercial, *spam*, obscena, acosante o derogatoria.

De igual manera, en los canales de comunicación que lo permitan, preferentemente en el apartado respectivo a la descripción de las cuentas, deberán incluir una advertencia similar a esta:

*“Las publicaciones de terceras partes en este espacio son responsabilidad de su autor o autora y no implican la aprobación o respaldo de su contenido por parte de la Ibero”.*

Las cuentas deben abstenerse de publicar contenido o interactuar en cualquier forma con los contenidos de cuentas que puedan estar en conflicto con los intereses, misión o valores de la Universidad, así como su Filosofía Educativa. Tampoco

está permitido utilizar estas herramientas para redirigir a otras cuentas donde se alberguen opiniones o posturas individuales que no pertenecen a la Visión de la Universidad.

Antes de compartir contenido publicado por otras cuentas, incluso Cuentas generales o específicas, se debe tener certeza de que éste sea correcto, adecuado y refleje la Visión de la Universidad, de conformidad con lo establecido en los Documentos fundamentales.

### **Artículo 12. Confidencialidad y respeto a los derechos de terceras personas.**

Los Equipos de operación y administración deberán tomar las medidas siguientes para preservar la confidencialidad y el respecto a los derechos de terceras personas:

- I. Evitar la divulgación de información reservada, confidencial o que pueda violar la privacidad de las personas;
  
- II. Previo a realizar una publicación, revisar las fotografías, imágenes, documentos o uso de voz, para garantizar que éstos no revelen información sensible, o que sean utilizadas sin el debido consentimiento, excluyendo las imágenes y videos donde no se puede identificar a las personas que en ellas aparecen, así como las de las Autoridades universitarias capturadas en el ejercicio de sus funciones;

- III. Respetar los derechos de propiedad intelectual y citar correctamente las fuentes o referencias;
  
- IV. Evitar la publicación de información reservada, confidencial o protegida sobre la Universidad, su Estudiante, egresados, Personal académico, administrativo, de servicio, Prestadores de servicios profesionales, proveedores o cualquier otra información cuya divulgación pueda constituir una violación a algún derecho bajo las Leyes y normas aplicables, incluyendo la normatividad universitaria; y
  
- V. No recabar datos personales mediante Redes sociales.

En caso de que las Áreas necesiten recabar datos personales, deberán emplear los canales institucionales autorizados y constituidos para ello.

### **Artículo 13. Del uso sin fines de lucro.**

Las cuentas no deben ser utilizadas para la conducción de transacciones financieras, incluidas la monetización, la publicidad pagada y la recaudación de fondos; estas deben de hacerse a través de los canales institucionales definidos para tales fines.

Asimismo, las Redes sociales institucionales no se deberán emplear para la promoción de productos o servicios ajenos a la IBERO que estén ligados a alguna persona integrante de la Comunidad universitaria o respecto de los que no se cuenta con la autorización expresa de la DCI.

**Artículo 14. Seguridad.**

Cada Área de la Universidad, así como los Equipos de operación y administración, en el ámbito de sus respectivas competencias, deberán observar las siguientes medidas de seguridad de la información:

- I. Al designar a las personas integrantes de dichos equipos, considerar que conozcan sobre Redes sociales, así como los riesgos que existen al interactuar en el ciberespacio;
- II. Seguir las indicaciones de seguridad de cada una de las Redes sociales que utilizan, cumplir con las disposiciones establecidas en relación con la seguridad de la información y con las medidas de seguridad de la información que se incluirán como Anexo del reglamento que regule los recursos de informática y telecomunicaciones de la IBERO, así como mantener una adecuada higiene digital, para prevenir ser objeto de un ataque cibernético;
- III. Contar con un registro de las Redes sociales y herramientas utilizadas, así como de los accesos correspondientes;
- IV. Mantener un registro actualizado del personal que tiene acceso a las cuentas y, deshabilitar o eliminar el acceso cuando el personal ya no sea parte del Equipo de operación y administración;

- V. Hacer uso de un segundo factor de autenticación;
- VI. Utilizar contraseñas seguras, con una longitud mínima de 12 caracteres que contenga: mayúsculas, minúsculas, números y caracteres especiales; y se deberán modificar, por lo menos cada 6 meses.

En cada ocasión en que se modifiquen las contraseñas, se deberán compartir las nuevas establecidas con la DCI a través de la plataforma de registro de redes sociales institucionales que la propia Dirección emita para tal efecto;

- VII. Hacer uso de gestores de contraseñas para el adecuado resguardo de los accesos;
- VIII. Descargar sólo de tiendas oficiales, las aplicaciones utilizadas para la creación, operación y administración de Redes sociales;
- IX. Utilizar dispositivos con las últimas actualizaciones de seguridad, para acceder, administrar y operar las Redes sociales, así como, contar con un patrón o contraseña de desbloqueo;

- X. Contar con los conocimientos y capacitación necesaria para la correcta gestión de las Redes sociales y herramientas utilizadas;
- XI. Suscribir el convenio de confidencialidad correspondiente, previo a proporcionar cualquier acceso o información, en caso de subcontratar servicios para la operación o administración de las cuentas; y
- XII. Dar aviso inmediato a la DCI y a la DIT, en caso de algún incidente relacionado con las cuentas, o que el Equipo de operación y administración haya perdido el control de las mismas por cualquier situación.

Una vez avisadas las Autoridades universitarias señaladas en el párrafo anterior, el Equipo de operación y administración, en caso de poder acceder, cesará de publicar información hasta que la DCI y la DIT le indique las estrategias a seguir.

Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por incidente cualquier afectación a la operación normal de las Cuentas en Redes sociales, como puede ser: la pérdida del control de la cuenta, el ingreso de personas no autorizadas, ataques cibernéticos, intentos de fraude, entre otras.

Además de las medidas enunciadas en el presente artículo, las Áreas de la IBERO deberán observar las que se establezcan en el reglamento que regule el uso de los recursos de informática y telecomunicaciones de la Universidad.

### **Artículo 15. Género e inclusión.**

Todas las áreas de la IBERO que empleen cuentas institucionales en Redes sociales deberán:

- I. Evitar que en las distintas publicaciones institucionales se utilicen imágenes que refuercen los estereotipos y roles de género;
- II. Promover una representación equilibrada de mujeres y varones en todas las formas posibles de participación en sus publicaciones y publicidad; e
- III. Incorporar el lenguaje incluyente en todas sus publicaciones.

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LAS CUENTAS ESPECÍFICAS**

#### **SECCIÓN PRIMERA**

##### **DEL REGISTRO Y AUTORIZACIÓN**

#### **Artículo 16. Registro y autorización de Cuentas específicas.**

Cualquier Área que desee contar con una Cuenta específica deberá realizar el registro y obtener la autorización correspondiente ante la DCI.

Para efectuar el registro señalado en el párrafo anterior, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- I. Designar un Equipo de operación y administración de al menos dos personas, una responsable de la operación, y otra de la administración de sus Cuentas específicas, la cual debe ser una Autoridad universitaria titular de un Área.

Como parte del proceso de registro deberán proporcionar sus nombres, extensiones, teléfonos y correos electrónicos;

- II. La cuenta de correo electrónico vinculada a la Red social debe ser una institucional;
- III. Explicitar la relación del Área solicitante con la IBERO;
- IV. Proporcionar acceso de administración a la DCI (usuario y contraseña de la cuenta); y
- V. Requisar el formulario de registro a que se refiere el artículo transitorio Cuarto, debidamente requisitado y autorizado por la persona titular del área, de conformidad con lo establecido en el presente instrumento y con los campos que la DCI establezca en dicho formato.

La DCI emitirá su determinación y la comunicará al Área correspondiente en un plazo de **20** días hábiles a partir de la recepción de la solicitud.

#### **Artículo 17. Finalidad.**

Las Cuentas específicas en Redes sociales que cada Área decida abrir, previa aprobación de la DCI, deben tener la finalidad exclusiva de informar sobre eventos, actividades y asuntos relacionados con la misma, en ese sentido, en ellas no se deberán expresar opiniones personales de integrantes

de la Comunidad universitaria, que no sean resultado del trabajo colectivo del Área, o que sean ajenas a la Visión institucional.

Si por cualquier motivo se publica información incorrecta, imprecisa o no acorde con la realidad, son responsables de corregirla o eliminarla de la forma más rápida, visible y pública.

### **Artículo 18. Naturaleza de la relación de las Cuentas específicas con la IBERO.**

Todas las Cuentas específicas establecidas deben explicitar la naturaleza de su relación con la IBERO, de ser posible, en los espacios para su descripción dentro de la Red social de que se trate o, en su defecto, en algún sitio que permita la visibilidad del mensaje.

## **SECCIÓN SEGUNDA**

### **OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LAS CUENTAS ESPECÍFICAS**

### **Artículo 19. Comunicación entre las Áreas y la DCI.**

Es necesario que el Equipo de operación y administración de cada Cuenta específica esté en constante comunicación con la DCI para asegurarse de que en todo momento se mantenga la Imagen institucional acorde con los Documentos fundamentales.

Sin embargo, esta alineación del mensaje y la necesidad de apegarse a la Voz y visión, no implica que cada publicación en las Cuentas específicas de las diferentes Áreas de la Universidad tenga que ser aprobada de forma centralizada. Cada Área es responsable del contenido de sus cuentas, debiendo seguir lo establecido sobre la Imagen institucional y la Voz y visión, en concordancia con la normatividad universitaria.

### **Artículo 20. Reporte periódico de Información a la DCI.**

Una vez autorizado el registro de sus respectivas Cuentas específicas, el Equipo de operación y administración deberá reportar a la DCI los siguientes datos, de manera mensual:

- I. Número de seguidos;
- II. Número de seguidores;
- III. Publicaciones realizadas en el mes; y
- IV. Cualquier otro que la DCI le requiera.

### **Artículo 21. Redirigir la Información.**

Cuando terceras personas, manifiesten quejas o situaciones relevantes para la Universidad en los espacios de las Cuentas específicas, que no sean responsabilidad o competencia del Área a la que pertenece, el Equipo de operación y administración deberá canalizar la queja o la inquietud al Área correspondiente a la mayor brevedad posible. En caso de que el área correspondiente no posea una Cuenta específica, se deberá remitir a la persona al medio de contacto con el que sí cuente, por ejemplo, teléfono o correo electrónico.

Cuando por la naturaleza de la queja no se tenga certeza de a dónde remitirla, se deberá enviar al Buzón de Quejas y Sugerencias de la IBERO.

### **Artículo 22. Reporte de cuentas apócrifas.**

Cada Área de la IBERO será responsable de reportar las cuentas en Redes sociales que usen indebidamente su identidad institucional a la administración de la Red social correspondiente (por ejemplo, Facebook o Twitter), para que dichas cuentas sean dadas de baja.

Además del reporte al que se refiere el párrafo anterior, el Área, así como toda persona integrante de la Comunidad universitaria, que se percate o sospeche de un uso indebido de la identidad institucional, deberá informar de ello a la DCI, para que ésta le dé seguimiento y, en caso de que se vean afectadas las marcas institucionales, lo notifique a la Oficina Jurídica, a efecto de que se tomen las medidas conducentes.

### **Artículo 23. Cuentas inactivas.**

Las Cuentas específicas que se encuentren inactivas por más de dos meses pueden ser sujetas a desactivación por la DCI. Esto se llevará a cabo previa notificación a la persona titular del Área correspondiente, la cual contará con 5 días hábiles para exponer lo que considere pertinente. Posteriormente la DCI determinará si procede a la desactivación de la Cuenta específica inactiva.

## CAPÍTULO V

### SANCIONES

#### **Artículo 24. Incumplimiento y sanciones.**

El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en los presentes Lineamientos o en la normatividad de la IBERO, será sancionado por las Autoridades universitarias competentes.

Lo anterior con independencia de las consecuencias jurídicas que el incumplimiento de las disposiciones gubernamentales vigentes pudiera generar dentro o fuera de la IBERO.

#### **Artículo 25. Incumplimiento por medio de Cuentas específicas.**

Si el incumplimiento al que se refiere el artículo anterior se realizare a través de las Cuentas específicas, causando un detrimento directo a la Universidad o a su Imagen institucional, además de lo previsto en el segundo párrafo del artículo anterior, la DCI podrá aplicar, a su juicio, entre otras, las siguientes medidas:

- I. Advertir al área sobre el incumplimiento y la posibilidad de tomar otras medidas en caso de que éste continúe;

- II. Dejar de promocionar en las Cuentas generales toda la información de la Cuenta específica relacionada con la infracción; o
  
- II. Desactivar la Cuenta específica.

## TRANSITORIOS

**PRIMERO.** Los presentes Lineamientos iniciarán su vigencia al día siguiente de su publicación en Comunicación Oficial de la IBERO.

**SEGUNDO.** Estos Lineamientos serán de observancia general y obligatoria para la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, la Universidad Iberoamericana Tijuana, Preparatoria Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Radio Ibero y el Centro Ibero Meneses, hasta que se disponga lo contrario.

**TERCERO.** Se abrogan y derogan todas las disposiciones contrarias a los presentes Lineamientos.

**CUARTO.** El formulario electrónico para el registro de las Cuentas específicas de las Áreas se encuentra en el sitio electrónico:

<http://gestionredessociales.ibero.mx/>

En tanto la DIT realiza las adecuaciones necesarias para que se pueda firmar electrónicamente este formato, la autorización requerirá las credenciales de la persona titular del área que se emplean para realizar acciones en el portal electrónico de la Dirección de Recursos Humanos.

**QUINTO.** En un plazo de 20 días hábiles a partir de la entrada en vigor de los presentes Lineamientos, las Áreas que tengan a su cargo cuentas inactivas en Redes sociales, deberán dar aviso a la DCI de la situación de las mismas y decidir si se cierran definitivamente o se reactivan, de conformidad con lo establecido en los presentes Lineamientos.

**SEXTO.** Las Cuentas específicas preexistentes se registrarán por las disposiciones establecidas en los presentes Lineamientos, por lo que, las Áreas que deseen conservarlas, contarán con un plazo de 1 mes a partir de la entrada en vigor de este instrumento para realizar el registro al que se refiere su artículo 16, en caso contrario dichas cuentas deberán desactivarse.

**SÉPTIMO.** Las Cuentas generales en Redes sociales son, hasta en tanto no se modifiquen o se generen otro tipo de cuentas:

Para el caso de la Ibero Ciudad de México:

[https://twitter.com/IBERO\\_mx](https://twitter.com/IBERO_mx)

[www.facebook.com/laibero](http://www.facebook.com/laibero)

[www.instagram.com/ibero\\_cdmx](https://www.instagram.com/ibero_cdmx)

<https://www.youtube.com/user/UIberoamericana>

Para el caso de la Ibero Tijuana:

<https://twitter.com/IberoTijuana>

[www.facebook.com/Iberotijuana.edu](http://www.facebook.com/Iberotijuana.edu)

[www.instagram.com/Iberotijuana](https://www.instagram.com/Iberotijuana)

<https://www.youtube.com/user/Iberotij>

**OCTAVO.** La normativa universitaria en materia de identidad gráfica, a que se refiere el artículo 9 de los presentes Lineamientos, será, en tanto no se modifique, el Reglamento de Comunicación Institucional, consultable en el Corpus Reglamentario y el Manual de Identidad Gráfica Institucional, consultable en el portal de colaboradores, consultable a través de la red interna institucional (intranet).

**NOVENO.** El Buzón de Quejas y Sugerencias a que se refiere el artículo 20 de estos Lineamientos, tendrá como medio de contacto, en tanto no se modifique, la dirección de correo electrónico:

[quejas.sugerencias@ibero.mx](mailto:quejas.sugerencias@ibero.mx)

**DÉCIMO.** El correo asignado para la comunicación entre la DCI y las Áreas sobre las cuentas específicas es el siguiente:  
[gestion.redes@ibero.mx](mailto:gestion.redes@ibero.mx)

**DÉCIMO PRIMERO.** Los Documentos fundamentales de la IBERO podrán consultarse en el Corpus Reglamentario, ubicado en el siguiente enlace electrónico:

<https://ibero.mx/corpus-reglamentario>

Comunicación Oficial | 593

## **ANEXO 1**

### **GUÍA RÁPIDA DE RECOMENDACIONES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES INSTITUCIONALES**

#### **1. Definición de expectativas**

El Área debe identificar el valor que el uso de una Red social aportará a sus actividades, el propósito que cumple como canal de comunicación con el público meta, la generación de confianza y el desarrollo de comunidades.

Si se busca emitir comunicación unidireccional, se puede emplear el correo electrónico en lugar de las Redes sociales.

#### **2. Participación constructiva y positiva.**

Las publicaciones realizadas desde las cuentas institucionales deberán ser constructivas, positivas, acordes a la Imagen institucional y a la Voz y visión, asimismo, no deberán contener imprecisiones ni posturas sesgadas.

Dichas publicaciones deberán redactarse con la mayor claridad posible para evitar interpretaciones equívocas. Se recomienda revisar el manual que al respecto emita la DCI.

Cada vez que se realice una publicación se debe considerar que en ésta, se refleja la IBERO y su comunidad.

Las cuentas institucionales sólo fungirán como medio de comunicación de asuntos del Área, nunca de opiniones personales o de grupo.

### **3. Lograr la atención de su audiencia**

El Equipo de operación y administración deberá identificar el perfil de su audiencia, para poder generar contenido de forma más efectiva y relevante para su público meta.

### **4. Línea editorial**

Se debe establecer claramente un límite temático, referente al Área a la que pertenece la cuenta, los temas a abordar y a evitar, así como las posturas desde las que se tratarán.

### **5. Información compartida desde otras cuentas**

La información de terceros que se comparta en las cuentas institucionales también puede afectar la Imagen institucional, por ello se debe verificar que el contenido de terceros sea correcto y no se oponga a los intereses y valores de la Universidad, plasmados en los Documentos fundamentales.

## **6. Respeto de los derechos autorales**

Si se decide publicar o compartir información de terceros, se deben respetar sus derechos autorales y dar el crédito; cuando sea posible, se debe citar de forma correcta o direccionar a la fuente de la información.

## **7. Proteger la confidencialidad y privacidad**

No se debe publicar información reservada, confidencial, protegida por derechos de terceras personas o que ponga en riesgo su privacidad, ni tampoco información de la IBERO con dicha clasificación.

## **8. Utilidad de las publicaciones y creación de comunidad**

Como criterio general, al publicar se debe valorar si la información que se está compartiendo es útil, relevante o entretenida para el público meta. Buscando que éste se convierta en comunidad, interactúe, comente y participe. Las Redes sociales son bidireccionales; implican una conversación.

## **9. Seguridad**

Es importante conocer las limitaciones de las Redes sociales y contar con asesoramiento de la DIT sobre la seguridad informática para evitar el robo de información o algún ataque cibernético.

## **10. Emergencias y crisis**

En situación de emergencia o crisis institucional, se debe suspender toda comunicación, incluidas las programadas e informar de inmediato a la DCI y a la DIT y esperar indicaciones.

## **11. Disposiciones para Redes sociales específicas:**

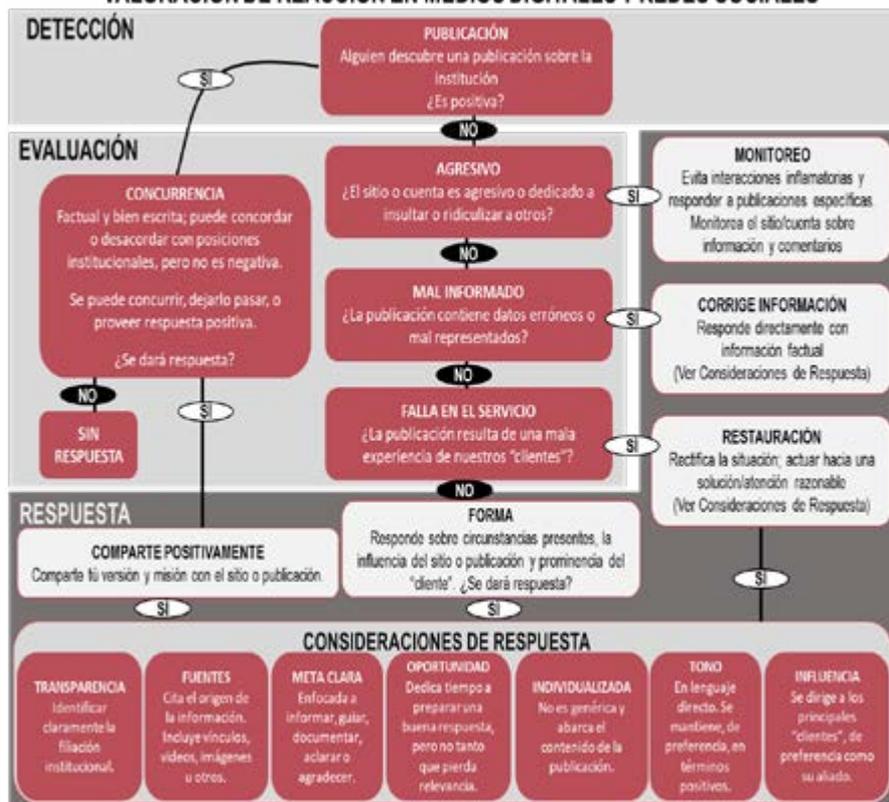
En caso de Facebook e Instagram, las cuentas deben ser páginas y no perfiles personales, asimismo, su categoría dentro de la Red social deberá ser la de “Educación”.

Las Áreas deberán abstenerse de crear perfiles de cualquier Red social del ámbito laboral o de cualquier otro, mediante los cuales actúen como empleadores independientes.

## **12. Reacciones en Redes sociales**

Para reaccionar adecuadamente en las Redes sociales desde las cuentas institucionales se deberá observar lo siguiente:

## VALORACIÓN DE REACCIÓN EN MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES



## ANEXO 2

### GUÍA PARA EL USO ADECUADO DE REDES SOCIALES PERSONALES, DIRIGIDA AL PERSONAL ACADÉMICO, ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO, ASÍ COMO A LAS Y LOS PRESTADORES DE SERVICIOS PROFESIONALES

El personal académico administrativo y de servicio, así como las y los prestadores de servicios profesionales, deben de tomar en cuenta esta Guía para el manejo de Redes sociales personales observando las siguientes medidas:

- Explicitar su relación: Si hablan a favor o en contra de cualquier asunto sobre la Universidad, lo ético es divulgar su relación con ella.
- Estipular claramente que su opinión es personal: Al emitir comentarios sobre la Universidad o cualquier integrante de su comunidad, se tiene que explicitar que se realizan a título personal.

Quienes, por razón de su trabajo o relación civil con la IBERO, comenten asuntos de la Universidad en sus cuentas personales de forma habitual, deben explicitar en el apartado de descripción de su cuenta que es una cuenta personal y lo ahí contenido son opiniones propias que no reflejan necesariamente las posturas de la Universidad.

Al emitir opiniones relativas a asuntos diversos al ámbito universitario, se deberá señalar claramente que son a título personal y evitar mencionar su vínculo con la IBERO, tanto en el contenido del texto, como en la descripción del perfil o cualquier otro sitio de la Red social.

- Actuar ética y responsablemente: Practicar y aplicar los valores universitarios en las Redes sociales, así como abstenerse de publicar información falsa, engañosa o no verificada y aquella de carácter abusivo, discriminatorio o violento.
- Respeto a la diversidad: Como el entendimiento de que las personas participan paritariamente en un mundo ético común, en virtud de su condición humana, al tiempo que se reconoce la singularidad y diferencias de cada persona.
- Información reservada o confidencial: No se debe publicar información reservada, confidencial o que viole la privacidad o los derechos de terceras personas, especialmente aquella información obtenida con motivo de las funciones que se desempeñan en la IBERO, esto incluye información de personas académicas, empleadas, estudiantes, egresadas y exalumnas.

- **Dudas:** Si se tiene duda sobre la validez, veracidad o el valor de publicar algo en particular, es mejor abstenerse.

Para la Universidad es importante que todos y todas las personas integrantes de su comunidad reflejen los valores que ésta representa.

La Comunidad universitaria tiene en todo momento el inalienable derecho a expresarse libremente. No obstante, si la Universidad detecta que el personal administrativo, académico, de servicio o las personas prestadoras de servicios profesionales utilizan Redes sociales a fin de violentar los derechos o la dignidad de alguien más, ésta podrá contactar a la plataforma de la que se trate y solicitar la eliminación del contenido o la cuenta, además de la sanción que pueda corresponder de conformidad con la normatividad universitaria y las disposiciones gubernamentales e internas de las Redes sociales, vigentes.

### **ANEXO 3**

#### **GUÍA PARA EL USO ADECUADO DE REDES SOCIALES PERSONALES, DIRIGIDA AL ESTUDIANTADO**

Para la Universidad es importante que todos y todas las personas integrantes de su comunidad reflejen los valores que esta representa, mismos que se encuentran plasmados en los Documentos fundamentales.

La Comunidad universitaria tiene, en todo momento, el inalienable derecho a expresarse libremente. No obstante, si la Universidad detecta que alguna o alguno de nuestros estudiantes utiliza Redes sociales a fin de violentar los derechos o la dignidad de alguien más, ésta podrá contactar a la plataforma de la que se trate y solicitar la eliminación del contenido o la cuenta, independientemente de cualquier otra medida disciplinaria que la Universidad pueda determinar de conformidad con lo establecido en la normatividad universitaria vigente establecida en su Corpus Reglamentario.

Por lo anterior, en el uso de Redes sociales se debe respetar la normatividad universitaria, así como las disposiciones gubernamentales e internas de las Redes sociales, vigentes.

#### **ANEXO 4**

GUÍA PARA EL USO ADECUADO DE REDES SOCIALES DE ORGANIZACIONES Y SOCIEDADES ESTUDIANTILES Y DE EGRESADOS/AS.

Para la Universidad es importante que todos y todas las personas integrantes de su comunidad reflejen los valores que esta representa, mismos que se encuentran plasmados en los Documentos fundamentales.

Las organizaciones y sociedades estudiantiles, de cada programa académico que se integran para representarles ante las autoridades de la Universidad, así como las organizacio-

nes o sociedades de egresados/as deben de tomar en cuenta esta Guía para el manejo de Redes sociales observando las siguientes medidas:

- Explicitar su relación: Si hablan a favor o en contra de cualquier asunto sobre la Universidad, deben divulgar su relación con ella. Para el caso de las sociedades estudiantiles, se recomienda especificar la carrera y el periodo de representación.
- Estipular claramente que su opinión es como representantes de sus organizaciones, pero no una opinión institucional: Al emitir comentarios sobre la Universidad o cualquier integrante de su comunidad, se tiene que explicitar que se realizan como representantes de sus organizaciones y lo ahí contenido son opiniones que no reflejan necesariamente las posturas de la Universidad.
- Actuar ética y responsablemente: Practicar y aplicar los valores universitarios en las Redes sociales, así como abstenerse de publicar información falsa, engañosa, no verificada o de promocionar la venta de productos o servicios ajenos al proceso educativo o que contravengan los valores institucionales de la Universidad. Abstenerse de cualquier acción de monetización.
- Respeto a la diversidad: Como el entendimiento de que las personas participan paritariamente en un mundo ético común, en virtud de su condición

humana, al tiempo que se reconoce la singularidad y diferencias de cada persona.

- Información reservada o confidencial: No se debe publicar información reservada, confidencial o que viole la privacidad o los derechos de terceras personas, especialmente aquella información obtenida con motivo de las funciones que se desempeñan en la IBERO, esto incluye información de personas académicas, empleadas, estudiantes, egresadas y exalumnas.
- Dudas: Si se tiene duda sobre la validez, veracidad o el valor de publicar algo en particular, es mejor abstenerse.

La Comunidad universitaria tiene, en todo momento, el inalienable derecho a expresarse libremente. No obstante, si la Universidad detecta que alguna o alguno de nuestros estudiantes o egresados/as utiliza Redes sociales a fin de violentar los derechos o la dignidad de alguien más, ésta podrá contactar a la plataforma de la que se trate y solicitar la eliminación del contenido o la cuenta, independientemente de cualquier otra medida disciplinaria que la Universidad pueda determinar de conformidad con lo establecido en la normatividad universitaria vigente establecida en su Corpus Reglamentario.

Por lo anterior, en el uso de Redes sociales se debe respetar la normatividad universitaria, así como las disposiciones gubernamentales vigentes.

