

LINEAMIENTOS MANEJO DE REDES SOCIALES

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA

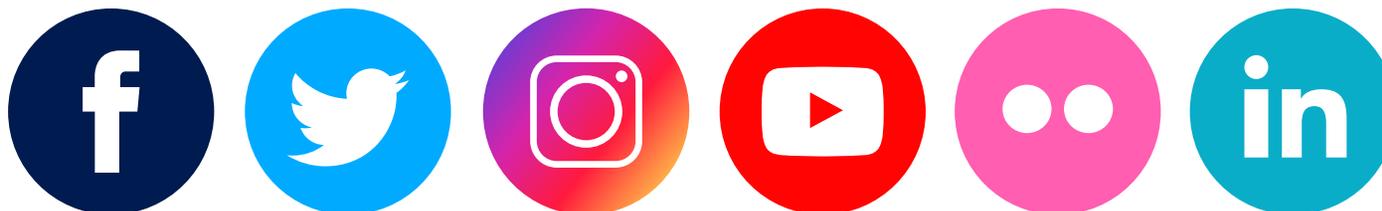


Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos

SAPIENCIA
Agencia de Educación Superior de Medellín

▷ REDES SOCIALES SAPIENCIA

@SAPICIAMED



▷ EJES DE LOS CONTENIDOS

▷ INFORMATIVOS

El eje informativo fortalece las prácticas institucionales de divulgación que en la actualidad lleva a cabo Sapiencia para alcanzar los públicos objetivos de sus mensajes.

Los eventos, convocatorias, boletines, ruedas de prensa y la actualidad noticiosa de la Agencia, encontrarán en las redes sociales un apoyo para su divulgación, dado que permiten la difusión viral de los mensajes de manera didáctica, pedagógica e interactiva.

▷ CONTENIDOS DE VALOR (EDUCATIVOS - INTERACCIÓN)

El eje educativo - interacción tiene como objetivo consolidar la marca a través de contenidos de valor para los públicos estratégicos y generar conversaciones con los seguidores, lo que permite la creación de nuevo conocimiento entre Sapiencia y la ciudadanía. En este eje se encuentran contenidos como: Recomendados Sapiencia, frases de inspiración, testimonios de beneficiarios, convocatorias externas, datos relevantes, efemérides, retos, contenidos de tendencia, entre otros.

▷ INSTITUCIONAL

En el eje institucional informamos sobre programas, proyectos y avances de gestión de la Agencia, incluyendo campañas que apoyen los proyectos estratégicos de la organización, como: La Primípara, datos del Observatorio de Educación Superior (ODES), el programa de televisión For The Win y el cubrimiento de eventos o presencia institucional. Se trata de contar lo que estamos haciendo y visibilizar la gestión realizada.



▷ EJES DE LOS CONTENIDOS

▷ RESPUESTAS Y ATENCIÓN AL CIUDADANO

El eje responsivo se enfoca en la respuesta y atención a las preguntas que los ciudadanos realicen a través de redes como Twitter, Facebook o cualquier otra plataforma tecnológica que se implemente.

La respuesta oportuna y clara permite:

- ◀ Generar cercanía con la ciudadanía
- ◀ Incrementar la presencia de la Agencia en espacios virtuales
- ◀ Encontrar nuevos interlocutores
- ◀ Aclarar dudas a los ciudadanos
- ◀ Disipar rumores
- ◀ Fortalecer la imagen institucional



▶ PAUTAS Y RECOMENDACIONES PARA REDES SOCIALES

▶ ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

Como entidad pública, tenemos el compromiso de administrar con responsabilidad las redes sociales de la Agencia. El respeto y la prudencia deben ser prioridad para evitar polémicas y malestar en la comunidad virtual.

Importante:

- ◀ Evite comentarios ofensivos o publicaciones que estimulen comportamientos violentos.
- ◀ Trate siempre con respeto a los ciudadanos.
- ◀ Tenga presente que los ciudadanos pueden expresarse libremente. Por lo tanto es política de uso no bloquear a ningún seguidor y tampoco borrar mensajes.
- ◀ Evite comentarios que pongan en riesgo la imagen de la Alcaldía de Medellín y del alcalde.
- ◀ Actúe siempre basándose en principios y valores de una ciudad que respeta la vida.
- ◀ Las buenas prácticas en el entorno digital ayudarán a posicionar una imagen positiva de la gestión realizada por la Alcaldía de Medellín.

▶ ORTOGRAFÍA

La ortografía es una de las premisas que más incidencia tiene en la reputación OnLine de las empresas, entidades y figuras públicas. En redes sociales encontramos usuarios con diferentes perfiles, pero siempre está en primera fila el que no perdona los errores ortográficos; por eso es importante evitar errores.

Recomendaciones:

- ◀ Mantenga la rigurosidad en la escritura: verifique la correcta redacción y coherencia, el uso acertado de los signos de puntuación y el cumplimiento de las reglas ortográficas. Recuerde que en el castellano, tanto los signos de interrogación y de admiración se abren y se cierran.
- ◀ Antes de publicar cada mensaje verifique la ortografía. Si tiene dudas, consulte en www.rae.com o escriba en un archivo de Word.
- ◀ En caso de cometer un error y recibir críticas por esto, responda con prontitud agradeciendo la precisión y proceda a realizar la corrección pertinente. De esta forma, evita que el ruido sea mayor en la red social.



▶ PAUTAS Y RECOMENDACIONES PARA REDES SOCIALES

▶ USO DE ABREVIATURAS

En redes sociales tienen mayor impacto los mensajes limpios y es más fácil leer las publicaciones redactadas sin abreviaturas.

Recomendaciones:

- ◀ Antes de publicar cualquier mensaje, sintetice bien las ideas que quiere transmitir. Redactar un mensaje sin abreviaturas sí es posible. Recuerde que puede buscar sinónimos o palabras cortas para construir mensajes.

▶ RELACIONAMIENTO VIRTUAL

Ahora el relacionamiento no sólo se hace de forma presencial. La virtualidad está ganando cada vez un espacio más importante para incidir en la opinión pública, fortalecer relaciones con públicos estratégicos y generar nuevos círculos de amistad. A la vez, sirven como termómetro para medir la posición que asumen diferentes sectores sobre la gestión que estamos ejecutando.

Recomendaciones:

- ◀ Identifique entidades, organizaciones, empresas o líderes de opinión que dominen su tema o área de trabajo. Comiencelos a seguir y compártales información de gestión de la Agencia.
- ◀ Consolide redes de apoyo. Tener aliados dentro y fuera de la institución permite potenciar información, contenidos e impacto de la estrategia.

▶ IMAGEN CORPORATIVA

A través de redes sociales también podemos fortalecer el mensaje de unidad y trabajo en equipo manteniendo la imagen corporativa en cada una de las redes sociales.

Recomendaciones:

- ◀ Cada cuenta institucional debe portar una descripción breve sobre su misión institucional para que los ciudadanos las identifiquen. A la vez, debe direccionar a la página web de la Agencia: www.sapiencia.gov.co.



▷ RECOMENDACIONES GENERALES EN REDES SOCIALES

- ◀ Una cuenta en redes sociales no se abre sólo por estar a la moda. La interacción es fundamental para ganar confianza, visibilidad y crecimiento.
- ◀ Evite usar sus cuentas personales con la misma herramienta que administra las redes sociales oficiales. Como administrador de redes sociales, usted asume el compromiso de no publicar mensajes personales en las cuentas institucionales. Recuerde que son herramientas con gran alcance entre los ciudadanos y medios de comunicación.
- ◀ Genere contenidos multimedia periódicamente. Esto permite mayor interacción y cercanía con el ciudadano.
- ◀ Cada red social tiene su propia filosofía y estilo. Evite conectar o sincronizar plataformas.
- ◀ Evite referirse a los participantes como usuarios. Lo adecuado es ciudadanos.
- ◀ Como entidad pública, estamos expuestos a críticas, reclamos y ataques. No se deje provocar ni entre en discusiones. La Secretaría de Comunicaciones está atenta a momentos de crisis para acompañarle y ayudarle a superar la situación.



► RECOMENDACIONES GENERALES EN REDES SOCIALES

- ◀ Se usarán los correos electrónicos institucionales para registrar cuentas en redes sociales. Los datos de acceso deberán ser entregados al Comité de Comunicación Digital, con el fin de evitar la pérdida o inutilidad debido a la falta de gestión. Las claves deberán ser modificadas con regularidad y con alto grado de seguridad (combinación de letras, números y símbolos).
- ◀ Tenga presente que la información publicada siempre debe ser de utilidad para los ciudadanos (datos, cifras, imágenes, audios o información coherente y de importancia).
- ◀ Procure redactar algunos mensajes en inglés, con el propósito de generar una cultura de bilingüismo e internacionalización.
- ◀ Utilice la herramienta goo.gl para acortar enlaces. Como segunda opción, tenga www.bitly.com
- ◀ Gestione las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias con el personal encargado de cada tema. Pasando del trino al hecho generamos confianza y credibilidad.
- ◀ Siga las cuentas institucionales para mantenerse informado de la gestión que se realiza desde diferentes áreas y replique mensajes con su comunidad virtual.



▷ PROTOCOLO DE FACEBOOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ PREMISA

Generar confianza en la ciudadanía, para que trasciendan de lo virtual a lo real. El objetivo es dar trámite a las solicitudes para fidelizar y fortalecer la confianza con la comunidad virtual.

▷ PUBLICACIONES

Cada día se deben hacer mínimo tres publicaciones en el muro de Facebook.
Se recomienda publicar la información iniciando la mañana, al medio día y en la noche.

▷ EVENTOS ESPECIALES

Ante un evento especial, se hará el cubrimiento paso a paso por Twitter y en Facebook se pondrá una foto o video que resuma el evento.

▷ MONITOREO DE PRENSA

Continuamente se revisará la publicación de medios locales y nacionales para verificar si figura información sobre Medellín que pueda ser de interés general y de impacto positivo para los ciudadanos. Una vez se identifique la información que sea de interés, se analizará la conveniencia de compartir la información, teniendo en cuenta:

Vigencia: se tendrá en cuenta si la noticia es vigente, es decir, si es válida la publicación de la noticia, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.

Enfoque: sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el desarrollo de Medellín.

Fuentes: se analizará quiénes son las personas que opinan en la noticia y lo que dicen, como elementos para valorar el contenido de la información.



▷ PROTOCOLO DE FACEBOOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



Impacto: antes de compartir un contenido, se analizará las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever si los mensajes se ajustan a los propósitos con los que se comparte.

Interés: se publicarán notas sobre diferentes sitios turísticos y otros que sean de atractivo para visitar.

▷ PROGRAMACIÓN DE MENSAJES

Ahora Facebook permite programar mensajes. Se recomienda utilizar esta función para optimizar el trabajo y garantizar la continuidad de las publicaciones en esta red social.

▷ “LOOK AND FEEL”

Se utilizará de acuerdo con las campañas o hitos de ciudad que se definan.

▷ GALERÍAS

Las fotos que se suban a esta red social se alojarán en forma de álbum para facilitar la descripción y el orden. Las fotografías deben ser propias y en ningún caso tomadas de Internet.

▷ PAUTA EN FACEBOOK

Para promover eventos o publicaciones especiales se permite la pauta en Facebook, siguiendo las políticas establecidas por la red social. En ningún caso se autoriza la compra de fans o seguidores.



▷ PROTOCOLO DE FACEBOOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ CAMPAÑAS EDUCATIVAS

Se utilizará la red social para fortalecer las campañas educativas que se lideran desde la Alcaldía de Medellín. Se compartirán entre dependencias las que cada una desarrolle.

▷ PÁGINA - PERFIL

Como entidad pública y abierta a la ciudadanía, Sapiencia establece el uso de Fan Page de Facebook. Lo anterior, teniendo en cuenta que las páginas permiten un número ilimitado de ciudadanos y el acceso a estadísticas de uso, que permiten el seguimiento de la actividad en la red social.

Las cuentas que funcionen como perfiles deben ser convertidas en Fan Page, siguiendo los protocolos establecidos por Facebook.

▷ DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS Y OPORTUNIDADES

Teniendo en cuenta el perfil de los usuarios de la red social, se realizará énfasis en oportunidades laborales, académicas y convocatorias públicas de los diferentes programas y proyectos de la Alcaldía de Medellín.

▷ ADMINISTRACIÓN

Como administradores de las Fan Page deben estar asociadas la personas responsables de redes sociales de cada dependencia y un servidor de la Secretaría de Comunicaciones. Lo anterior, para facilitar el seguimiento y protección de las cuentas oficiales de la Alcaldía de Medellín.



▷ PROTOCOLO DE FACEBOOK

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ RESPUESTAS A LA CIUDADANÍA

Las respuestas en Facebook no se dan de manera tan inmediata como en Twitter. Sin embargo, si no se tiene la respuesta sobre algún tema puntual, igualmente se le brindará al ciudadano una respuesta inicial, agradeciendo la interacción. Se les dará respuesta a todos los ciudadanos que se expresen con respeto.

Cuando se trate de solicitudes o peticiones, quejas o reclamos de la comunidad, se dará trámite interno con el área encargada para buscar una pronta solución.

Se tratará de “usted” a las personas que interactúan en Facebook, teniendo en cuenta la premisa de dialogar con respeto. Las respuestas de la Agencia se realizarán siempre en un tono amable y conciliador, para moderar los comentarios de los usuarios que participan en la red social y mitigar situaciones que puedan poner en riesgo la reputación de la institución.



▷ PROTOCOLO DE TWITTER

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



Evite usar las formas “+”, “x”, “q”, “xq” o similares en sus publicaciones. También se recomienda no escribir en mayúscula, para una lectura más amena y menos agresiva.

▷ PREMISA

Generar confianza en la ciudadanía, para que trasciendan de lo virtual a lo real. El objetivo es dar trámite a las solicitudes para fidelizar y fortalecer la confianza con la comunidad virtual.

▷ TIPO DE MENSAJE

Los mensajes que se publiquen a través de Twitter deben conservar las líneas de la estrategia de comunicación digital de la Agencia:

- ◀ Informativos
- ◀ Contenidos de valor
- ◀ Institucionales

▷ REACCIÓN ANTE SITUACIONES EVENTUALES

ANTE SOLICITUDES DE LA COMUNIDAD

Responda lo más pronto posible y dé trámite interno a las peticiones para atender el llamado de la comunidad. Para que quede constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.



▷ PROTOCOLO DE TWITTER

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



ANTE CRÍTICAS

Conserve siempre la calma. Con argumentos e información de gestión, establezca un diálogo respetuoso con el ciudadano y procure transformar los señalamientos en una percepción neutra o positiva.

ANTE SUGERENCIAS O COMENTARIOS DE MEJORA

Responda al usuario agradeciendo la colaboración e infórmele que la sugerencia será compartida con el área encargada. A su vez, dé trámite interno para, tomar correctivos o mejorar los procesos que actualmente ejecuta Sapiencia.

ANTE UNA INFORMACIÓN O ENLACE DE INTERÉS

Responda inmediatamente agradeciendo los aportes. Luego de un análisis realizado por el community manager o comunicador encargado de redes sociales, defina si es conveniente compartirlo o no con el equipo directivo o personal que lidera el tema.

ANTE MATERIAL DE DENUNCIA

Responda agradeciendo la participación y diréccione a la secretaría o entidad encargada.

ANTE COMENTARIOS AGRESIVOS Y/O GROSEROS

En primera instancia, pida que el diálogo se mantenga con respeto. Si el usuario es reiterativo, utiliza palabras soeces y se identifica algún interés político, proceda a abandonar la conversación.

ANTE QUEJAS REITERATIVAS

Invite al ciudadano a ampliar la información a través del sistema de PQRS (Petitionen, quejas reclamos y sugerencias) habilitado en el sitio web: http://www.sapiencia.gov.co/?page_id=6465



▷ PROTOCOLO DE TWITTER

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



ANTE QUEJAS DE CIUDADANOS INFLUYENTES

Responda lo más pronto posible. No sólo se le debe brindar una información general, sino que se deben buscar soluciones prontas. En algunos casos, según el criterio del community manager encargado y la urgencia de la consulta, se puede contactar al ciudadano directamente para intentar resolver el inconveniente o comunicárselo a la persona encargada del tema en la Agencia.

ANTE CAMPAÑAS POLÍTICAS CONTRA LA ALCALDÍA DE MEDELLÍN O EL ALCALDE

Se toman pantallazos de las publicaciones y se genera alerta a la Secretaría de Comunicaciones. Con apoyo del equipo de comunicación digital, se analiza en detalle la situación y se define plan de acción a seguir.

USO DE HASHTAGS O ETIQUETAS

Conserve siempre la buena ortografía cuando use etiquetas. A pesar de ser hashtag, se deben aplicar siempre las tildes en las palabras que por norma la lleven. Evite el exceso de etiquetas y procure antes de crearlas concertar con el Equipo de Comunicación Digital; las sinergias son clave para posicionar tendencias.

▷ ETIQUETAS COMUNES

#FondosSapiencia
#TestimoniosSapiencia
#RecomendadoSapiencia
#DatoODES
#SabíasQué



Alcaldía de Medellín
Cuenta con vos
SAPIENCIA
Agencia de Educación Superior de Medellín

▷ PROTOCOLO DE YOUTUBE

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ PREMISA

Alojar videos en la red social para ofrecer información audiovisual sobre la transformación que vive Medellín.

▷ TIPO DE VIDEOS

Video columna: se realizan video columnas sobre temas asociados con los diferentes programas de la Agencia, con la idea de mantener bien informada a la ciudadanía.

Noticias: a la red social se suben contenidos en los noticieros y canales de televisión. Se pueden incluir los registros en video que no suministre el sistema de monitoreo de prensa Para este caso, se mantendrá un contacto permanente con medios de comunicación, para promover alianzas estratégicas que permitan alimentar el canal de YouTube con sus contenidos audiovisuales.

Promos: todos los promos de televisión que sean generados en el Centro de Producción Audiovisual o que sean contratados a través de terceros, se pueden alojar en el canal que tiene Sapiencia en YouTube.

Spots: los spots que se produzcan para las pantallas digitales del Centro Administrativo Municipal y sedes externas, deben ser compartidos con el equipo de comunicación digital. De esta forma se fortalecen los contenidos audiovisuales de Sapiencia en Internet.

▷ EVALUACIÓN DE CONTENIDOS

Vigencia: tener en cuenta si la publicación es vigente, teniendo en cuenta el tiempo en el que se desea compartir.



▷ PROTOCOLO DE YOUTUBE

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



Extensión: actualmente la cuenta de YouTube le permite a la Agencia subir videos que superen los 15 minutos, teniendo en cuenta sus antecedentes de buena administración del sitio. Se debe comprobar la efectividad o el interés de videos tan extensos.

Enfoque: sólo se publicarán noticias con un enfoque positivo sobre el quehacer de la Agencia.

Fuentes: analizar quiénes son las personas que opinan en la noticia y lo que dicen, a la hora de valorar el contenido de la información.

Proximidad: generar contenidos con historias de ciudad, haciendo énfasis en programas sociales. El detalle cobra vital importancia en redes sociales.

Impacto: antes de compartir un video, se debe analizar las reacciones que se pueden generar en la audiencia. Lo anterior, con el fin de prever situaciones diferentes a lo que se quiere comunicar con esa pieza.

▷ TÍTULOS

Utilizar siempre títulos llamativos y claros, para orientar a la ciudadanía y promover la reproducción de los videos.

▷ EDICIÓN

Los videos deben cumplir con una edición básica, que incluye la introducción y el cierre con el logo animado de “Cuenta con vos”. Cuando se trate de testimonios, el video llevará los créditos respectivos que permitan identificar quién habla, con nombre y cargo.



▷ PROTOCOLO DE YOUTUBE

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ DESCRIPCIÓN

Todo video que se suba a YouTube debe estar acompañado de una descripción sobre el contenido que se le presenta a la ciudadanía. El texto debe ser breve, claro y directo.

Para promover las diferentes redes que utiliza la Agencia en su estrategia Web 2.0, la siguiente información complementará la descripción asignada a cada video: **Twitter:** www.twitter.com/SapienciaMed - **Facebook:** www.facebook.com/sapienciamed/ - **YouTube:** www.youtube.com/SapienciaMed - **Instagram:** <http://instagram.com/sapienciamed> - **Sitio:** www.sapiencia.gov.co

▷ ETIQUETAS

Cada video será acompañado con mínimo las siguientes etiquetas, para posicionar los contenidos en buscadores, como Google: Alcaldía, Medellín, Colombia, alcalde, municipio.

Nota: Estas etiquetas se acompañarán con otras palabras clave, según el tema abordado en cada video.

▷ VIRALIDAD

Todo video que se suba a la red social debe ser compartido en Facebook y Twitter, para promover la consulta del contenido audiovisual y fomentar el alcance de la información.

▷ COMENTARIOS

Los comentarios que tengan los videos subidos a YouTube serán moderados por el community manager encargado, teniendo en cuenta el Manual de Estilo definido para la interacción en redes sociales. En todo caso, debe ser respetuoso y tener presente que representan a la Alcaldía de Medellín como institución.



▷ PROTOCOLO DE FLICKR

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ PREMISA

Alojar permanentemente imágenes que permitan mostrarle a Colombia y al mundo la transformación que vive Medellín. Para la correcta administración de la cuenta y garantizar la presencia activa en la red social, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

▷ REGISTRO FOTOGRÁFICO

Se realiza un proceso de selección riguroso de las imágenes alojadas en la red social. Teniendo en cuenta que se trata de un espacio orientado a profesionales de la fotografía, la calidad de la imagen es uno de los aspectos relevantes a la hora de decidir qué fotos se suben.

Las imágenes de calidad mediana o baja, no se alojan en Flickr. En este caso, las fotos se comparten en Facebook o en Twitter, a través de alguna de las herramientas que facilitan la actividad, como YFrog o Lockerz.

▷ ORGANIZACIÓN

Todas las imágenes compartidas en Flickr deben ser organizadas en galerías, aprovechando la opción que ofrece la red social de administrar imágenes. El nombre del grupo de fotos debe estar siempre relacionado con la actividad registrada en las imágenes.

▷ TÍTULOS

Se utilizan títulos claros y directos sobre cada tema. Estos se deben redactar en un tono positivo y tener una relación directa con el contenido de cada galería.



▷ PROTOCOLO DE FLICKR

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ DESCRIPCIÓN

Cada galería de imágenes debe contener una breve descripción sobre la acción registrada con la cámara. El mensaje busca siempre destacar el trabajo realizado por Sapiencia y siempre es redactado en un tono positivo.

▷ REFERENCIAS

Toda nueva galería que se cree en Flickr deberá tener la siguiente información, que servirá como referente del registro realizado:

Lugar: Sitio donde se tomaron las fotos.

Fecha: día en la que se realice el registro.

Fotógrafo: Nombre de la persona que tomó la foto.

Para promover las diferentes redes que utiliza la Agencia en su estrategia Web 2.0, la siguiente información complementa la descripción asignada a cada galería: **Twitter:** www.twitter.com/SapienciaMed - **Facebook:** www.facebook.com/sapienciamed/ - **YouTube:** www.youtube.com/SapienciaMed - **Instagram:** <http://instagram.com/sapienciamed> - **Sitio:** www.sapiencia.gov.co

▷ FOTOS PÚBLICAS

Las imágenes alojadas por la Agencia son públicas, para facilitar la copia de periodistas y ciudadanos interesados en estas.



▷ PROTOCOLO DE FLICKR

AGENCIA DE EDUCACIÓN SUPERIOR DE MEDELLÍN - SAPIENCIA



▷ COMENTARIOS

Los comentarios que realicen los ciudadanos a las imágenes alojadas en Flickr serán moderados por el community manager encargado, teniendo en cuenta el Manual de Estilo de Sapiencia, definido para la interacción en redes sociales. En todo caso, debe ser respetuoso y tener presente que se trata de imágenes de la Alcaldía de Medellín.

▷ DIFUSIÓN

Toda galería de imágenes que se suba a la red social será compartida en Facebook y Twitter, para fomentar la consulta de imágenes.

▷ PROPIEDAD DE IMÁGENES

A esta red social sólo se subirán imágenes propias. En ningún caso se deben crear galerías con fotos tomadas de Internet.

