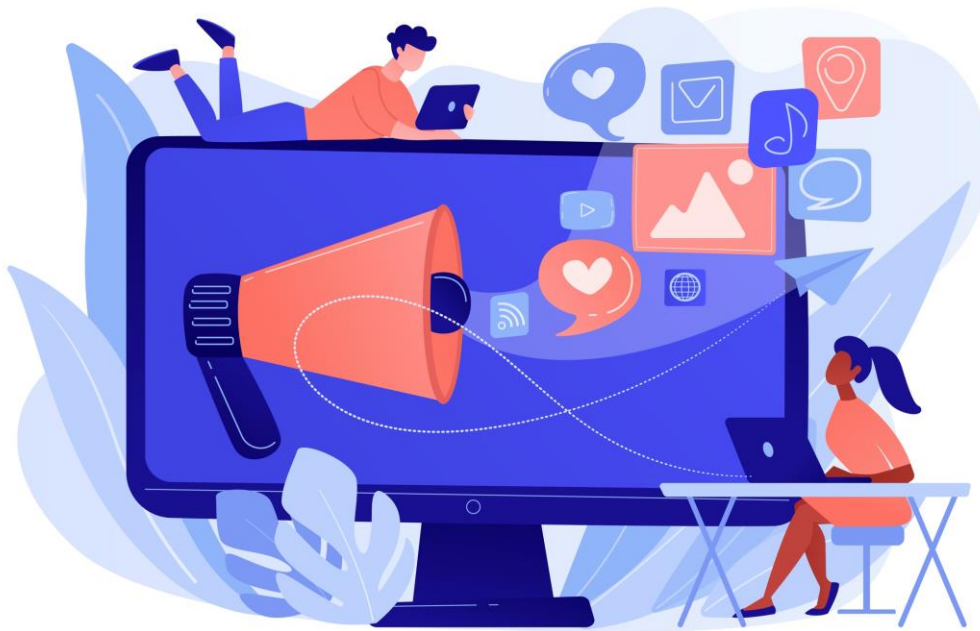




**Centros de  
Integración  
Juvenil, A.C.**



**Lineamientos normativos  
para publicaciones en redes sociales**

# Directorio

**Dr. Roberto Tapia Conyer**  
Presidente del Patronato Nacional

**Sra. Kena Moreno**  
Fundadora de CIJ y Vicepresidenta Vitalicia del Patronato Nacional

**Dra. Carmen Fernández Cáceres**  
Directora General

**Dr. Ricardo Sánchez Huesca**  
Director Normativo

**Dr. José Ángel Prado García**  
Director de Operación y Patronatos

**Lic. Iván Rubén Rétiz Márquez**  
Director Administrativo

## **Coordinación General**

Lic. Miriam Carrillo López  
Directora de Prevención

## **Coordinación Ejecutiva**

Dra. Beatriz León Parra  
Subdirectora de Prevención

Lic. Anabel Caraveo Novelo  
Jefa del Depto. Modelos y Tecnologías Preventivas

## **Elaboración**

Departamento de Modelos y Tecnologías Preventivas

## **Centros de Integración Juvenil, A. C.**

### **Lineamientos normativos para publicaciones en redes sociales**

#### **PRESENTACIÓN**

Las redes sociales de Centros de Integración Juvenil (CIJ) están dirigidas a difundir los servicios institucionales de prevención, tratamiento y rehabilitación de adicciones; también ofrece alternativas de formación, capacitación y divulgación de investigaciones para profesionales de la salud interesados en la materia, además de compartir contenidos y actividades dirigidas a la promoción de la salud y la prevención del consumo de tabaco, alcohol y otras drogas para la comunidad.

Se publican imágenes y textos breves que favorezcan la visualización rápida de información objetiva y concreta sobre los efectos de las drogas, las consecuencias del consumo y los trastornos asociados a las adicciones, así como factores de riesgo y los factores de protección, a fin de incrementar la percepción de riesgo y sensibilizar a la población sobre la importancia de su participación en la prevención. Mediante las redes sociales, se potencia el alcance de los mensajes a bajo costo y superando barreras espacio-temporales.

Actualmente, las unidades operativas de CIJ cuentan con una fan page local, cuyo manejo es responsabilidad de los directores/as bajo el rol de administrador<sup>1</sup>, con apoyo del equipo médico técnico con el rol de editor y la edición o difusión de las publicaciones por parte de promotores digitales que colaboran de manera voluntaria en CIJ.

En el presente documento se sistematizan algunos lineamientos para eficientar el alcance e impacto de las publicaciones a través de estos medios digitales.

---

<sup>1</sup> Para cualquier duda con respecto a la asignación de roles de administrador y editor, comunicarse al Departamento de Modelos y Tecnologías Preventivas: [anabel.caraveo@cij.gob.mx](mailto:anabel.caraveo@cij.gob.mx) Tel. 55 59 99 49 49 ext. 1608.

## **DEFINICIONES**

**Administrador:** Único rol que el director o responsable de la unidad puede tener para realizar publicaciones/modificaciones de forma directa. Este rol se considerará como responsable de la cuenta.

**Editor:** Rol para realizar publicaciones/modificaciones derivadas de la instrucción del director o responsable de la unidad operativa, puede asignarse a un voluntario o miembro del EMT designado, no es obligatorio contar con este rol.

**Fan page:** Es una función de Facebook diseñada para albergar un espacio digital de manera formal alrededor de una temática o institución en particular. Esta función permite tener seguidores (fans) y ser parte de una comunidad virtual donde se comparte un objetivo común.

**Twitter:** Ofrece la posibilidad de difundir contenidos de forma inmediata y posicionarlos a través del uso de hashtags (categorías temáticas de interés). Es la red social preferida en medios de comunicación por su inmediatez y permite monitorear tendencias a partir de sus Trending Topics.

**Instagram:** Es una red social que funciona exclusivamente mediante contenido audiovisual y permite crear comunidades con intereses en común a través del uso de múltiples hashtags (categorías temáticas). Esta red ha incorporado dentro de su plataforma la función “Historias” y “Reels” que permiten subir contenido audiovisual enfocado al quehacer diario del usuario.

**YouTube:** Plataforma para almacenar y compartir contenido audiovisual como cápsulas informativas, entrevistas con expertos, programas especializados, campañas, spots y videoblogs.

## MANEJO DE REDES

El manejo y monitoreo por parte de los administradores es indispensable para el óptimo funcionamiento de las cuentas oficiales de Centros de Integración Juvenil, a nivel central y local. Por ello, a continuación se enlistan y describen las acciones a las que deben apegarse el administrador y editor de las cuentas.

### Formato de posteos

<b>Copy OUT</b> Texto que acompaña la publicación	<b>Copy IN</b> Material gráfico o audiovisual	<b>Audiencia</b> A quién va dirigida la publicación	<b>Objetivo</b> Qué busca la publicación
<p>Texto breve (280 caracteres máx.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Call to action o llamado a la acción               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Compartir</li> <li>○ Comentar</li> <li>○ Contestar</li> <li>○ Hacer click en un link</li> <li>○ Registro en alguna sesión virtual</li> </ul> </li> </ul> <p>Incluir hashtags relacionados y etiquetas si se requiere.</p>	<p>Texto o información que va dentro de los siguientes recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Postales</li> <li>• Infografías</li> <li>• Videos</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Testimonios</li> </ul> <p>Incluir la fuente de la información.</p>	<p>(Región, género, edad, clase social, estilo de vida, personalidad.)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adolescentes</li> <li>• Padres o madres de familia</li> <li>• Maestros</li> <li>• Médicos</li> <li>• Psicólogos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar</li> <li>• Persuadir</li> <li>• Vender</li> <li>• Invitar</li> <li>• Recordar</li> <li>• Generar interacción</li> <li>• Cuestionar</li> <li>• Sensibilizar</li> <li>• Posicionar la marca</li> </ul>

- Recurso gráfico (imagen, postal, gif, infografía) con resolución mínima de 1200 x 630 o 1200 x 1200 pixeles para evitar que el efecto de “píxeleado”.
- Recurso audiovisual (video en alta resolución 1920 x 1080 pixeles)
- Transmisiones en vivo (procurar que los participantes cuenten con buena calidad de video, posicionarse en lugares bien iluminados y con poco ruido)
- Emplear hashtags cortos asociados a las temáticas y áreas de CIJ o de las actividades que se desarrollen, por ejemplo: #JornadaPreventiva #Talleres #NoViolencia #PrevenciónDelConsumo #CIJ
- Enlace a documentos de descargas (usar acortadores URL como bitly.com).

### **Frecuencia de publicaciones**

- Realizar de 1 a 3 publicaciones diarias con contenido propio o compartido de las cuentas de CIJ a nivel central.

### **Recomendaciones**

- Publicar sólo en las redes sociales (Facebook) institucionales, no desde perfiles personales.
- Usar materiales con textos breves y claros.
- Usar copys y hashtags acordes a cada publicación.
- Priorizar el uso de fotografías, gif y videos.
- No etiquetar al personal, al voluntariado ni a los pacientes o usuarios de los servicios preventivos de CIJ porque se vulnera la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados.
- Difundir servicios institucionales de apoyo psicológico, tratamiento de adicciones, de prevención y de promoción de la salud. En el marco de la nueva normalidad, todo es a distancia; evitar el desarrollo y la publicación de actividades presenciales.
- Destacar la actividad institucional (objetivo, convocatoria, resultados, impacto), más que a los actores. Sólo si se trata de acciones interinstitucionales, etiquetar a las instancias participantes.
- Programar publicaciones de manera anticipada, actividades en Facebook Live y Streaming.
- Imágenes propositivas que enfatizen redes de apoyo, familias, amistades, interacción positiva, participación ciudadana, etc.
- Respetar fotografías y/o imágenes con marca que tengan su origen en grandes organizaciones líderes en el tema, tales como Naciones Unidas, Secretarías de Gobierno, organismos especialistas y autoridades especialistas en la materia.
- Etiquetar/mencionar a otras instancias para promover la colaboración con otras organizaciones.

### **Criterios de exclusión de publicaciones**

- Referencias (a través de textos o imágenes) a figuras públicas, posturas políticas o religiosas.
- Reproducción de estereotipos o prejuicios.
- Lenguaje altisonante.
- Cualquier tipo de discriminación, maltrato o burlas dirigidas a personas, animales o creencias.
- Imágenes de personas consumiendo drogas o formas de preparación o consumo.
- Imágenes con contenido sexual (explícito).
- Fotos o videos de pacientes y familiares sin su consentimiento escrito.
- Publicaciones a título personal.

### **Respuesta a mensajes vía Inbox y comentarios**

- Asignar un responsable para dar respuesta a dudas, comentarios y solicitudes de información en el menor tiempo posible.
- Apoyarse de la herramienta de Facebook para programación automática de respuesta.
- No engancharse en conversaciones donde se hace un reclamo o crítica a alguna publicación o a la propia institución.

El/a director/a (o encargado/a) de cada Unidad Operativa CIJ debe conocer este material y hacerlo del conocimiento del equipo designado como apoyo en el manejo de redes (administrador/editor), a fin de coordinar las actividades preventivas o de tratamiento que se realizan en cada CIJ y poder generar material para publicaciones en redes sociales, cuando sea el caso.