

INFORME SOBRE LAS REDES SOCIALES DE LA FACULTAD DE GEOGRAFÍA E HISTORIA, UCM (Mayo, 2020)

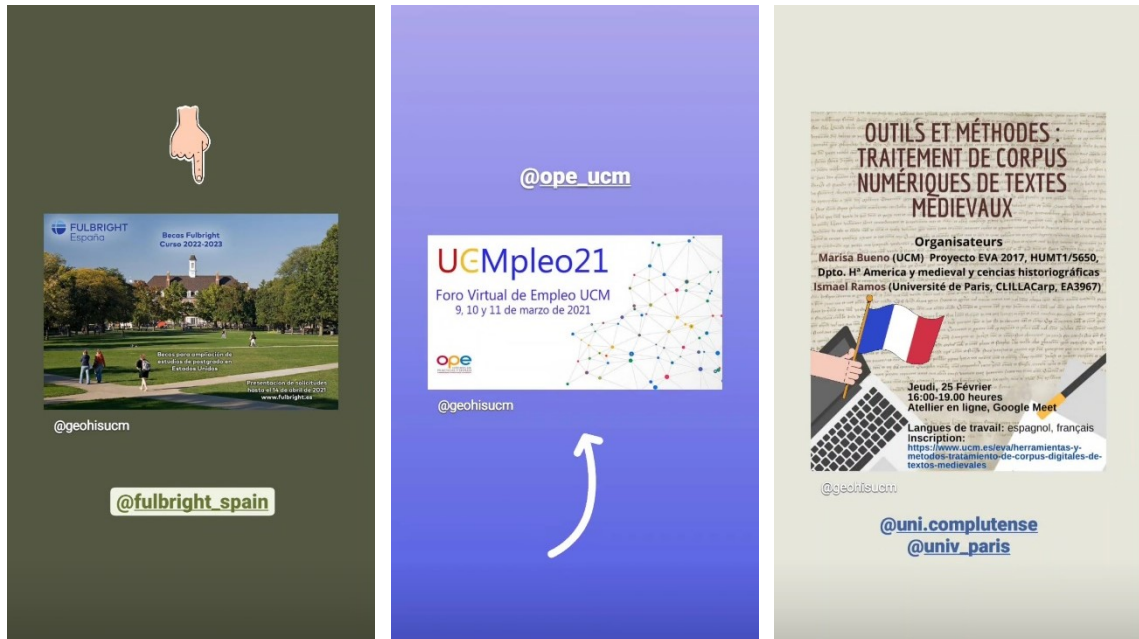
En los últimos meses, con el fin de potenciar las redes como canal de comunicación de la Facultad y reforzar su visibilidad ante la comunidad interesada en sus actividades académicas, se han incorporado las siguientes novedades en las tres redes sociales de la Facultad (Instagram, Twitter y Facebook).

Según los informes más recientes, Instagram llegó a los 20 millones de usuarios/as en España el año pasado, lo que supone un crecimiento de un 25% respecto a 2019, y que lo sitúa prácticamente al mismo nivel que Facebook, con 22 millones de usuarios/as en 2020. Sin embargo, en Instagram la mayoría de sus usuarios/as tienen entre 18 y 39 años, lo que la mantiene actualmente como la red social preferida en esa franja de edad. Al potenciar el perfil en Instagram de la Facultad, se posibilita llegar con mayor eficacia a la comunidad más joven y que pueda tener un mayor interés potencial en la programación y oferta educativa de la Facultad.



INSTAGRAM (@geohisucm)

- **Instagram Stories.** Las historias de Instagram son contenidos audiovisuales que, a diferencia de las publicaciones habituales, son volátiles, es decir, tienen una duración de 24 horas. Por su duración temporal, suelen llamar más la atención. Sirven para apoyar las campañas más relevantes o promocionar eventos y su asistencia. Con ellas, la Facultad promociona actividades, cursos, becas, avisos, efemérides y Titulaciones de la Facultad.



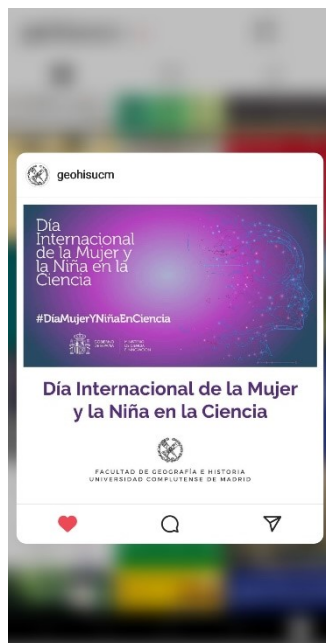
- **Nueva foto de perfil.** Escudo de la Facultad de Geografía e Historia de la UCM en blanco:



- **Actualización de la biografía:**



- **Cambio a cuenta profesional.** Este cambio permite añadir información de contacto; obtener estadísticas sobre las publicaciones, historias o seguimientos; anunciar publicaciones para llegar a más personas; ver información detallada sobre los/as seguidores/as y cómo estos/as interactúan con el contenido.
- **Sincronización con Facebook.** Vincular ambas redes sociales permite publicar de manera conjunta, ahorrar tiempo y mantener actualizadas las dos plataformas con contenido actual.
- **Interacción con otros/as usuarios/as.** Mediante *likes*, mensajes directos o comentarios.
- **Follow a cuentas institucionales.** Con esto, se pretende ampliar la red de contactos profesionales de la Facultad.
- **Publicaciones periódicas y semanales.** Posibilita mantener cierta regularidad.



- **Utilización de emoticonos, hashtags, GIFs y etiquetas para humanizar y crear engagement con la comunidad.** Los emojis ayudan a dar énfasis y las etiquetas son útiles para que otros/as usuarios/as de Instagram encuentren nuestras publicaciones.



Le gusta a

y **26 personas más**

geohisucm Si tienes entre 18 y 29 años, la @ComunidadMadrid te invita a hacerte un test Antigénico de SARS-CoV-2 🤒

¿Cuándo? ➡ De lunes a viernes en los lugares destinados a tal efecto y en horario de mañana y tarde.

<https://t.co/xfHfuc2kfg>

¡Pide tu cita!

#covid19 #madrid #comunidaddemadrid
#coronavirus #geohisucm #ucm

3 de febrero

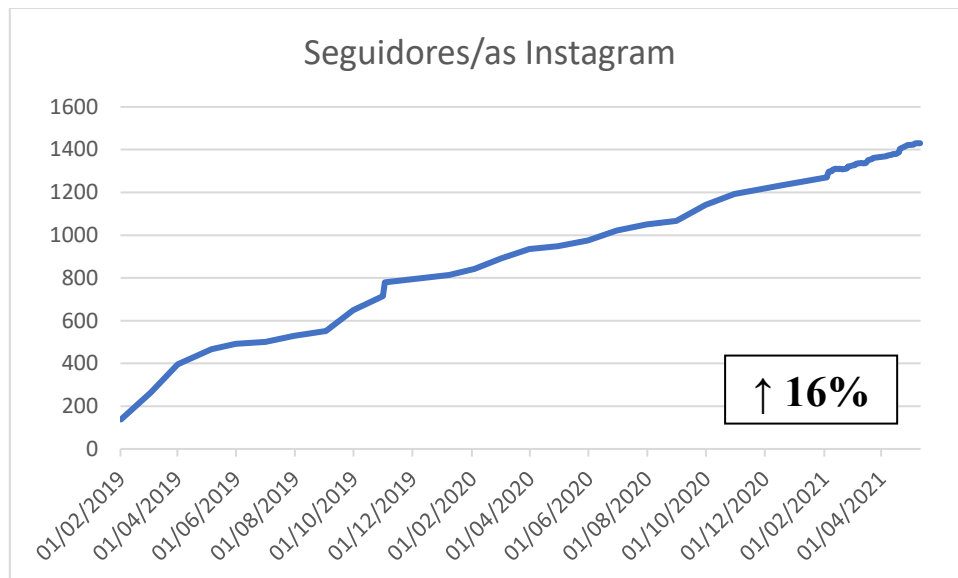
- **Inclusión de links de acceso que deriven a la página web de la Facultad.**
- **Historias destacadas:** Se muestran en varias categorías: actividades, cursos, becas, avisos, efemérides y titulaciones. Es una forma visual de organizar las publicaciones por temáticas. Además, permite que una historia que se haya publicada pueda ser siempre consultada, no sólo las 24 horas que dura por defecto.



- **Adaptar los formatos de las imágenes que se van a publicar, para evitar recortes.**
- **Creación de nuevas fotos de perfil (logos) adaptados al calendario de efemérides.** Ej.: Logo durante la semana del 8 de marzo – Día Internacional de la Mujer.



Además, se ha continúa **incrementando el número de seguidores/as**. El 18/12/2020 existían 1233 seguidores/as en Instagram. Hoy, 13/05/2021, se cuenta con 1430, lo que supone un incremento de un 16%.



TWITTER (@UCM_fghis)

Twitter Stories (Fleets). Las historias de Twitter, conocidas como Fleets, se han implementado en esta red social y, al igual que sucede en Instagram, son temporales que desaparecen en 24 horas. Por su duración temporal, suelen llamar más la atención. Sirven para apoyar las campañas más relevantes o promocionar eventos y su asistencia. Con ellas, la



Facultad promociona actividades, cursos, becas, avisos, efemérides y Titulaciones de la Facultad.



- **Hilos de Twitter.** Son una serie de tweets conectados. Los hilos permiten conectar varios tweets entre sí para proporcionar más información.

- **Nuevo encabezado:**



- **Nueva foto de perfil.**
- **Actualización de la biografía:**

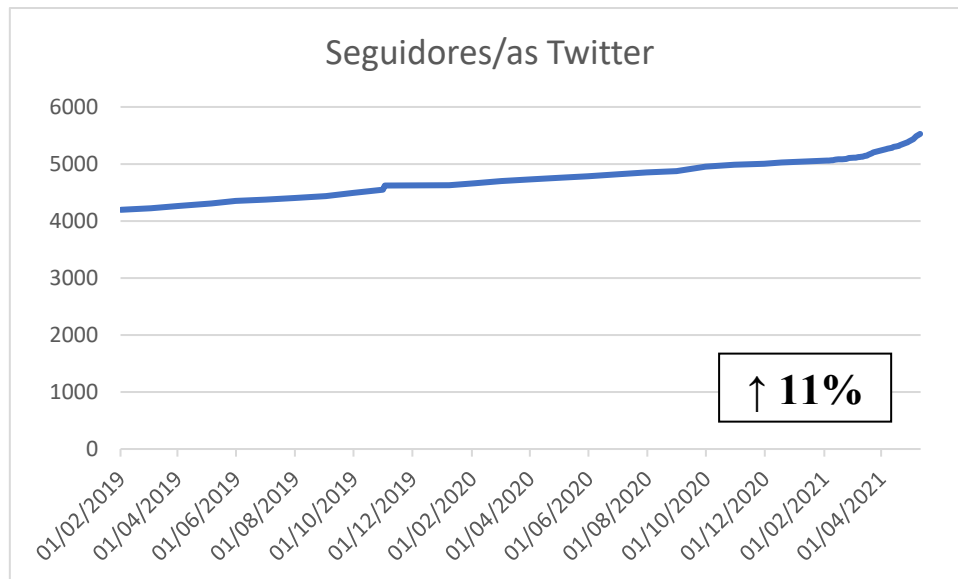


- **Interacción con otros/as usuarios/as.** Mediante menciones, mensajes, retweets, me gustas o respuestas.
- **Follow a cuentas institucionales.** Con esto, se pretende ampliar la red de contacto profesionales de la Facultad.
- **Publicaciones periódicas y semanales.** Posibilita mantener cierta regularidad.
- **Utilización de emoticonos, hashtags y etiquetas para humanizar y crear *engagement* con la comunidad.** Los emojis ayudan a dar énfasis y las etiquetas son útiles para que otros usuarios de Twitter encuentren nuestros tweets.



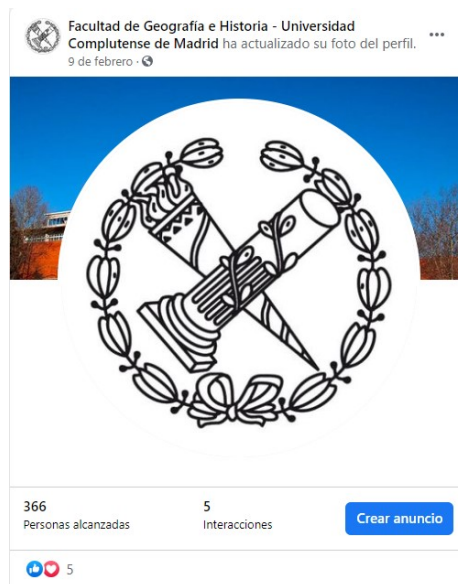
- **Incluir links de acceso que deriven a la página web de la Facultad.**
- **Creación de nuevas fotos de perfil (logos) adaptados al calendario de efemérides.**

Además, se **continúa aumentando el número de seguidores/as**. El 18/12/2020 existían 5023 seguidores/as en Twitter. Hoy, 13/05/2021, se cuenta con 5527, lo que supone un incremento de un 11%.



FACEBOOK (@FGHis.UCM)

- **Nuevo encabezado.**
- **Nueva foto de perfil.**
- **Actualización de la biografía.**
- **Sincronización con Instagram.** Vincular ambas redes sociales nos permite publicar de manera conjunta, ahorrar tiempo y mantener actualizadas las dos plataformas con contenido actual.
- **Interacción con otros usuarios.** Mediante el chat, reacciones o comentarios.
- **Publicaciones periódicas y semanales.** Posibilita mantener cierta regularidad.



CURSOS DE FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS		
LUN	08/03 10:00-12:00	Introducción a Python y aplicaciones en el campo de la Geografía Docente: D. Alejandro González Baonza (Grado en Informática).
MAR	09/03 10:00-12:00	Animarse a divulgar tus resultados de investigación: del periodismo científico a la semana de la ciencia (1ª parte) Docente: Dra. Rosa Mecha López (Departamento de Geografía).
MIÉ	10/03 10:00-12:00	Presentaciones con audio en PowerPoint y otras funciones Docente: Dª. Ainoa Chinchilla Calarzo (Departamento de Historia Moderna e Historia Contemporánea).
JUE	11/03 10:00-12:00	Google Classroom y la docencia colaborativa virtual Docente: Dra. Elena Paulino Montero (UNED).
VIE	12/03 10:00-12:00	Videoconferencias y otras acciones con Microsoft Teams Docente: D. Fernando Sánchez Pastor (Responsable aulas de informática de la Facultad).

CURSOS DE FORMACIÓN EN NUEVAS TECNOLOGÍAS		
LUN	15/03 10:00-12:30	Enseñando a través del proyecto en las humanidades y ciencias sociales: La Agenda 2030 como caso para su aplicación (1ª parte) Docente: Dra. Alicia Castillo Mena (Departamento de Historia Antigua y Arqueología).
MAR	16/03 10:00-12:00	Animarse a divulgar tus resultados de investigación: del periodismo científico a la semana de la ciencia (2ª parte) Docente: Dra. Rosa Mecha López (Departamento de Geografía).
MIÉ	17/03 10:00-12:00	Técnicas y prácticas para la búsqueda de fuentes documentales en la red Docente: Dra. Amorina Villarreal Brásca (Departamento de Historia de América: Medieval y Ciencias Historiográficas).
JUE	18/03 10:00-12:00	Introducción a la teledetección con Lidar (en Arqueología y otras disciplinas) Docente: Dr. Enrique Cerillo Cuenca (Departamento de Prehistoria, Historia Antigua y Arqueología).

- **Uso de emoticonos, hashtags y etiquetas para humanizar y crear engagement con la comunidad.** Los emojis ayudan a dar énfasis y las etiquetas son útiles para que otros/as usuarios/as de Instagram encuentren nuestras publicaciones.

- Incluir links de acceso que deriven a la página web de la Facultad.
- Adaptar los formatos de las imágenes que se van a publicar, para evitar recortes.
- Creación de nuevas fotos de perfil (logos) adaptados al calendario de efemérides.

Además, se continúa incrementando las visitas mensuales y el número de likes a la página de Facebook. El 18/12/2020 existían 123 visitas al mes y 5247 likes. Hoy, 13/05/2021, se cuenta con 198 visitas y 5337 likes, lo que supone un incremento del 61% y 2%, respectivamente.

