



# Guía de uso de Redes Sociales de los Grupos de Estudio de SEIMC

La presente guía tiene como objetivo establecer las pautas para el uso de las distintas redes sociales (RRSS) de las que dispongan los grupos de estudio.

El uso de las distintas RRSS tendrá como objetivo divulgar la actividad de los distintos grupos y/o de la SEIMC así como facilitar información de interés para los socios. Esta información de interés incluirá cursos ,becas, premios, reuniones y jornadas, casos clínicos tutoriales, cursos MOOC, publicaciones de relevancia e información institucional relevante.

1. La cuenta será creada desde la Secretaría de la sociedad, inicialmente se intentará ligar a un correo corporativo SEIMC, de modo que cuando las Juntas Directivas y/o responsables de redes en los grupos se renuevan se pueda tener acceso a la misma.
2. En el caso de que el grupo disponga de servicio/proveedor contratado para gestionar su presencia en redes, se les facilitarán los datos de autenticación para permitir su gestión.
3. Denominación de la cuenta Twitter, como primera propuesta estará asociado a las siglas del grupo y de la sociedad, si no fuese posible porque estuviese ya utilizado se hará referencia únicamente a siglas del Grupo, en los casos que lo requiera se añadirá \_ al nombre elegido. Ejemplo: @SIGLASGRUPO\_SEIMC o @SIGLASGRUPO o @SIGLASGRUPO\_.
4. Los cursos de formación y jornadas o reuniones científicas que se publiciten deberán o bien estar organizados desde SEIMC o sus grupos o bien contar con el patrocinio o aval de SEIMC.
5. A la hora de divulgar resultados de investigaciones, estas deberán estar publicadas en revistas de prestigio, de forma que se garantice la calidad de dicho estudio. Si se utilizan fuentes secundarias, estas deberán ser de reconocido rigor.
6. Se evitará el uso de artículos periodísticos.
7. Todo aquello que se divulgue, pero especialmente aquello que no sea una fuente primaria, deberá ser previamente revisado por un responsable de redes de cada grupo.
8. La información institucional que se publicite deberá estar adecuadamente contrastada.
9. No se entrará en debates, provocaciones ni otras cuestiones de esta índole.
10. Se utilizará un tono impersonal y corporativo en todas las publicaciones.



11. Los mensajes emitidos tendrán que ir en consonancia con la línea general de SEIMC. Esto es particularmente importante en todo lo que atañe a la especialidad de Enfermedades Infecciosas.
12. Cada responsable de RRSS tendrá un contacto directo con los responsables de comunicación de SEIMC.
13. El material gráfico publicado deberá reconocer el crédito del autor en caso de ser conocido. Cuando proceda tendrá que seguir la imagen corporativa de SEIMC.
14. Los cursos MOOC deberán organizarse coordinadamente con CAMPUS SEIMC.