

Política de medios sociales

Número de Referencia del Documento: **188**

Autorización del documento				
Actor	Nombre	Puesto	Firma	Fecha aprobación
Autor	Giovanni Zambello	Oficial Superior, Medios Sociales		26/06/2014
Propietario del documento	Pierre Kremer	Jefe, Departamento de Comunicación		27/06/2014
Persona que autoriza el documento	Joelle Tanguy	Subsecretario General, Valores Humanitarios y Diplomacia		27/07/2014
Actores en documento	Christophe Lanord	Jefe, Departamento de Recursos Humanos		15/07/2014
	Edward G. Happ	Jefe, DSI		22/07/2014
	Elise Baudot	Jefe, Asuntos Legales		16/07/2014

Versión número: 1.00
Fecha de autorización: julio de 2014

Tabla de contenido

1. Propósito, alcance y audiencia.....	3
2. Antecedentes.....	3
3. Detalle del documento.....	3
3.1 Canales oficiales de medios sociales de la FICR: establecimiento y gestión.....	3
3.1.1 <i>Cuentas especializadas de FICR</i>	4
3.1.2 <i>Manejo de las cuentas oficiales</i>	4
3.1.3 <i>Solicitudes de promoción</i>	4
3.2 Uso personal de medios sociales por el personal de la FICR.....	5
3.2.1 <i>Respeto de leyes nacionales</i>	5
3.2.2 <i>Respeto de normas y políticas</i>	5
3.2.3 <i>Respeto de las personas</i>	5
3.2.4 <i>Independencia</i>	5
3.2.5 <i>Neutralidad</i>	6
3.2.6 <i>Uso del emblema</i>	6
3.2.7 <i>Protección de la información</i>	6
4. Implementación y cumplimiento	6
4.1 <i>Implementación</i>	6
4.2 <i>Monitoreo, eliminación de contenido o cancelación de cuentas</i>	6
4.3 <i>Violaciones y sanciones</i>	6
4.4 <i>Presentación de informes</i>	7
5. Responsabilidades.....	7
6. Revisión de esta Política.....	7
7. Abreviaturas/acrónimos	7
8. Documentos relacionados.....	7
9. Historial de revision del documento.....	8

1. Propósito, alcance y audiencia

Los objetivos de la Política de Medios Sociales (en adelante, la Política) son:

- Regular el establecimiento y la gestión de las cuentas y plataformas de la FICR en medios sociales.
- Reducir al mínimo las amenazas de reputación de nuestro logo en línea garantizando un uso de plataformas de medios sociales por parte del personal de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (en adelante, la FICR) –tanto para fines personales como profesionales– que esté en línea con los Principios Fundamentales del Movimiento de la Cruz Roja/Media Luna Roja, el Código de Conducta del personal, así como todas las reglas, políticas y procedimientos obligatorios de la FICR, incluyendo el Marco de Seguridad de la Información.

Esta Política aplica a todo el personal de la Secretaría de la FICR, que incluye personal (empleados, personal local y personal en préstamo) y personas que no son empleados fijos (voluntarios, consultores y pasantes), así como cualquier otro individuo que trabaje para o represente a la FICR y/o a quien se le solicite que firme el Código de Conducta del personal. El término “FICR” en esta Política se refiere a la Secretaría de la FICR en Ginebra, Oficinas de Zona, oficinas regionales y de país, así como a otras operaciones/actividades donde la FICR sea parte legalmente o participe en su organización.

2. Antecedentes

Los medios sociales se pueden definir como un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre la base de los fundamentos ideológicos y tecnológicos de Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de contenido creado por usuarios.¹ Estos pueden incluir, pero no se limitan a, proyectos colaborativos (ej., Wikipedia), blogs, comunidades de contenido (ej., YouTube), sitios de redes sociales (ej., Facebook), mundos virtuales sociales y de juegos (ej., World of Warcraft, Second Life)².

La FICR, de conformidad con su compromiso de la Estrategia 2020 ‘*aprovechar nuevos conocimientos y avances en comunicaciones y tecnología*’, promueve el uso de medios sociales como medios interactivos e innovadores para abordar a audiencias alrededor del mundo, cuando dichos medios sociales son compatibles con los objetivos, plataformas y valores de la FICR. Como organización y como personal, nos encontramos en una posición única para implementar estas tecnologías para desarrollar relaciones importantes, para promover nuestros Principios Fundamentales y valores humanitarios y, por último, fortalecer nuestro logo y promover nuestros objetivos humanitarios.

La FICR también reconoce la necesidad de reglas y lineamientos para salvaguardar los emblemas y los Principios Fundamentales plasmados en nuestro logo y minimizar el riesgo de nuestra reputación en estos ambientes dinámicos en línea.

3. Detalle del documento

3.1 Canales oficiales de medios sociales de la FICR

El Departamento de Comunicación de la Secretaría de la FICR en Ginebra maneja los canales oficiales de comunicación de la organización en varias plataformas importantes de medios sociales:

- Facebook: <http://www.facebook.com/redcrossredcrescent>
- Twitter: [@federation](https://twitter.com/federation)
- YouTube: <http://www.youtube.com/IFRC>

¹ Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons 53 (1). pág. 61.

² Kaplan Andreas M., Haenlein Michael (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons 53 (1). pág. 60-62.

- Flickr: <http://www.flickr.com/IFRC>
- Scribd: <http://www.scribd.com/redcrossredcrescent>
- LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/ifrc>
- Google+: <http://google.com/+IFRC>

3.1.1 Cuentas especializadas de FICR: Para promover mejor el logo de FICR ante una audiencia compartida en línea, la FICR busca adoptar un enfoque integrado y colaborativo en cuanto al uso organizacional de medios sociales. En particular, actualmente tenemos una página oficial en Facebook, [“International Red Cross Red Crescent Movement”](#) y una cuenta oficial en Twitter, [@Federation](#), a través de las que brindamos noticias, temas y eventos relevantes para el Movimiento de la Cruz Roja/Media Luna Roja.

En casos especiales, se puede autorizar a un departamento, oficina o programa para que cree su propio perfil o perfiles en medios sociales para cumplir con un objetivo profesional específico que no se puede lograr a través de los medios de comunicación social existentes. Se deberá contar con autorización previa del Departamento de Comunicación a través de un [formulario de autorización](#).

Ejemplos de cuentas especializadas en Twitter incluyen:

- [@IFRCpolicy](#) (diplomacia humanitaria)
- [@RCRCyouth](#) (participación de la juventud)

3.1.2 Manejo de las cuentas oficiales: Los administradores comunitarios de cualquiera de las cuentas o plataformas en medios sociales de FICR deberán seguir estas reglas:

- *deberán en todo momento respetar los Principios Fundamentales y el Código de Conducta del Personal en todo el contenido que difunden en las plataformas que manejan, así como en su relación con las audiencias en línea.*
- *deberán cumplir con todas las normas, políticas y procedimientos, existentes o futuros, obligatorios de la FICR (ej.: Marco de Seguridad de la Información, Seguridad de la Información: Política de Uso Aceptable, la directrices emblema, lineamientos de fotografía y video).*
- *deberán compartir sólo la información clasificada como Pública dentro de los lineamientos de la FICR de Seguridad de la Información: Política de Uso Aceptable (en adelante, PUA). El contenido interno, restringido y altamente restringido nunca se deberá compartir a través de los medios de comunicación social.*
- *deberán adherirse a las posiciones oficiales de la FICR en los temas discutidos y garantizar en todo momento que los hechos y las cifras utilizadas son exactas.*
- *deberán establecer normas de conducta de las plataformas que gestionan, y velar por su cumplimiento por parte de sus audiencias. Tales normas deben fomentar que los usuarios compartan su voz utilizando un lenguaje y conducta respetuosa y desalentar el intercambio de anuncios, ofertas o “spam”, así como material que se considere inapropiado para los foros para toda la familia.*
- *deberán esforzarse por crear y mantener un clima de intercambio constructivo de información con y entre los usuarios de las plataformas de las que son responsables, así como abordar y evitar posibles amenazas de reputación.*
- *en caso de una crisis de reputación aumenta hasta un nivel que no puede ser controlada por el administrador individual de la comunidad y tiene el potencial de tener consecuencias negativas en una escala más grande, el administrador de la comunidad deberá informar a su superior, así como al Departamento de Comunicación, a fin de que proceda a tomar las acciones pertinentes.*

3.1.3 Solicitudes de promoción: Las redes sociales de la FICR son primero y sobre todo canales de comunicación públicos y de doble vía para el desarrollo de relaciones y

el intercambio de información oportuna y relevante entre las partes. El personal de la FICR interesado en compartir información oficial que facilite el diálogo o la interacción a través de canales de medios sociales de la FICR deberá ponerse en contacto con el Departamento de Comunicación (social.media@ifrc.org) durante las etapas de planificación para obtener apoyo y recomendaciones.

Las redes sociales de la FICR no pueden acomodar las solicitudes de mercadeo de numerosos socios y colaboradores (ej.: solicitudes de retweets), y cualquier intento por hacerlo puede comprometer la identidad en línea de la FICR como una fuente neutral e independiente de información. El personal de la FICR interesado en promover noticias e información dirigida a la audiencia de la Cruz Roja/Media Luna Roja pueden hacerlo a través de canales internos de intercambio de información, como [Comunidades de Práctica de FedNet](#) (ej.: la comunidad de práctica de los aficionados de los medios sociales).

3.2 Uso personal de medios sociales por el personal de la FICR

El personal de la FICR puede utilizar los medios sociales para fines personales, teniendo en cuenta que se encuentra sujeto al Código de Conducta y a los Principios Fundamentales del Personal. El personal de la FICR debe estar familiarizado con los [Lineamientos de Medios Sociales para Personal de FICR](#), que establece las normas y buenas prácticas para el uso de herramientas de comunicación de manera segura y responsable tanto para fines personales como profesionales.

La FICR reconoce que el uso de medios sociales por parte de su personal es, en gran medida, una cuestión personal: sin embargo, hay circunstancias en las que, debido a las funciones que desempeña la persona y/o a la naturaleza de la información publicada en el medio social, su uso también afecta a la FICR, justificando limitaciones a la libertad del personal en su uso personal de medios sociales.

Al momento de utilizar plataformas de medios sociales, el personal de la FICR deberá seguir las siguientes normas de conducta:

3.2.1 Respeto de leyes nacionales: El personal deberá seguir las leyes y regulaciones del país en donde se encuentra en relación a los medios sociales. En caso de que las leyes nacionales establezcan normas más restrictivas sobre el uso de los medios sociales que esta Política, prevalecerán las primeras.

3.2.2 Respeto de normas y políticas de la FICR: El personal se debe asegurar de que su participación en medios sociales sea según los términos de uso aceptables del sitio, así como el Marco de Seguridad de la información de FICR y, particularmente la PUA, al momento de acceder a cuentas de medios sociales desde los sistemas de la FICR.

3.2.3 Respeto de las personas: El personal deberá en todo momento actuar según Los Principios Fundamentales al interactuar con o hablar de personas en los medios sociales. Esto incluye:

- *respetar a todas las personas por igual y sin discriminación alguna por motivos de nacionalidad, raza, sexo, religión, condición social, orientación sexual u opiniones políticas, y teniendo en cuenta las sensibilidades de las costumbres, hábitos y creencias religiosas de las personas.*
- *obtener el permiso de las personas para el uso de sus fotos e historias obtenidas como parte de las tareas del relator dentro de la FICR. El personal no deberá publicar cualquier información personal identificable (IPI) en relación con el personal o beneficiarios.³ Para obtener más información, consulte la [Norma de Clasificación de la Información](#), los [Lineamientos de Fotografía de la FICR](#) y la [Política de Protección del Niño](#).*
- *Abstenerse de todo acto que se pudiera considerar acoso o acecho. Para más información, consulte los [Lineamientos de la FICR contra el acoso](#).*

3.2.4 Independencia: El personal deberá manifestar en todas las publicaciones en medios sociales que hablan en nombre propio, y donde dan a conocer su afiliación a la FICR, que sus opiniones no representan aquellas de la organización.

³ “Información, que por sí sola o combinada con otra información, se puede utilizar para identificar, contactar o localizar a una persona (ej.: nombre, correo electrónico, fecha de nacimiento, número de pasaporte, número de seguro social, antecedentes penales, etc.)”, Norma de la FICR para la Clasificación de la Información;

3.2.5 Neutralidad: El personal en ningún momento deberá utilizar plataformas de medios sociales (ej.: sus perfiles personales en medios sociales, cuentas oficiales de FICR o páginas o cuentas de terceros) para expresar una opinión sobre eventos de índole política o participar en actividades políticas que podrían desprestigiar la imparcialidad, neutralidad, imparcialidad o independencia de la FICR.

3.2.6 Uso del emblema: El personal deberá:

- *usar los emblemas de la Cruz Roja, Media Luna Roja y Cristal Rojo como parte de su perfil únicamente según lo establecen las reglas aplicables. Para mayor orientación sobre el uso de los emblemas, consulte los lineamientos del emblema en FedNet.*
- *evitar utilizar los emblemas como parte de su perfil de manera que probablemente desacredite el logo e imagen de la FICR.*
- *garantizar que cualquier uso de los emblemas en su perfil no le otorgará una apariencia oficial al perfil (ej.: incluyendo una exención de responsabilidad).*

3.2.7 Protección de información: El personal no deberá difundir ninguna información interna restringida o altamente restringida,⁴ a menos que así lo haya decidido el oficial autorizado de la FICR.

4. Implementación y cumplimiento

4.1 Implementación

Los Departamentos de Comunicación y Recursos Humanos son responsables de la implementación y cumplimiento efectivos de esta Política. Todos los miembros del personal son responsables de leer y aplicar esta Política. Cualquier duda sobre el contenido se deberá dirigir al jefe superior o al Departamento de Comunicación en primera instancia.

4.2 Monitoreo, eliminación de contenido o cancelación de cuentas

El Departamento de Comunicación se reserve el derecho a:

4.2.1 monitorear las actividades y conducta del personal de FICR en cuentas de FICR, páginas/cuentas de terceros, así como en cuentas personales de acceso público, para garantizar el cumplimiento de las disposiciones de esta Política.

4.2.2 solicitar la modificación /eliminación de contenido o material publicado en cualquier cuenta especializada de la FICR administrada por personal, oficinas, departamentos o programas de la FICR que no cumplan con los requerimientos establecidos por esta Política (ej.: identidad visual, postura oficial).

4.2.3 luego de la consulta al propietario y administrador de la cuenta, solicite la cancelación de cuentas o páginas de uso oficial creadas sin realizar consultas previas con y aprobación del Departamento de Comunicación junto con el Departamento Legal.

4.2.4 solicitar la eliminación de contenido o material publicado por personal de FICR en cuentas propias o de terceros, que violan las disposiciones enumeradas en los párrafos 3.1 o 3.2 de esta Política.

4.2.5 reportar cualquier supuesto caso de violación del Código de Conducta a A través de medios sociales por parte del personal de la FICR al Departamento de Recursos Humanos.

4.3 Violaciones y sanciones

El personal de la FICR es responsable de cualquier violación de esta Política. Estas violaciones incluyen:

- Violaciones a cualquiera de las disposiciones enumeradas en las secciones 3.1.2 y 3.2 de esta Política.
- El incumplimiento o la negativa a implementar las solicitudes enumeradas en los párrafos 4.2.2, 4.2.3 y 4.2.4.

Cualquier otra violación de esta Política que también constituya una violación del Código de Conducta del personal.

Cualquiera de las violaciones antes mencionadas resultarán en la aplicación de medidas disciplinarias, que pueden incluir despido en casos serios.

⁴ Consulte la definición proporcionada en [IFRC Information Classification Standard](#) (Norma de Clasificación de la Información, FICR)

4.4 **Presentación de informes**

Si el personal de la FICR considera que cualquier conversación en línea, información o material visual compartido en medios sociales y que involucre a personal de FICR viola esta Política, deberán:

- Documentarlo visualmente;
- De ser apropiado, consultarlo individualmente con la persona que los posteó;
- Diríjase con su superior jerárquico y el Departamento de Comunicación (social.media@ifrc.org), junto con la documentación visual mencionada anteriormente. Esa información también se le deberá proporcionar al Departamento de Recursos Humanos si la persona que planteó la cuestión y/o el Departamento de Comunicación considera que esto representa una violación del Código de Conducta. El Departamento de Comunicación puede investigar la cuestión para verificar si el contenido viola cualquier disposición de esta Política y tomar las medidas necesarias, que pueden incluir pero no se limitan a solicitar que se elimine la conversación. Cualquier proceso disciplinario, de ser necesario, será la responsabilidad del Departamento de Recursos Humanos según los procedimientos estándar.

5. **Responsabilidades**

Responsabilidades del Departamento de Comunicación

- Promover la sensibilización y comprensión de la Política entre el personal de FICR.
- Implementar las disposiciones establecidas en esta Política (ej.: monitoreo de la conducta del personal de FICR en medios sociales, manejo de las plataformas de FICR, eliminación de contenido, cancelación de cuentas).
- Garantizar que el personal cumpla con la Política. Cualquier violación de esta Política que también sea una violación al Código de Conducta del Personal se deberá reportar al Departamento de Recursos Humanos.

Responsabilidades del Departamento de Recursos Humanos

Para examinar los supuestos casos de violación al Código de Conducta reportados por el Departamento de Comunicación o por cualquier otra persona y tomar las medidas disciplinarias apropiadas según el Código de Conducta del Personal y los procedimientos disciplinarios pertinentes.

Responsabilidades de todo el personal de FICR

- Comprender, abogar y aplicar la Política a su trabajo.
- Reportar cualquier supuesta violación de esta Política por parte del personal de FICR al Departamento de Comunicación, junto con la documentación visual, y al Departamento de Recursos Humanos si consideran que esto también constituye una violación al Código de Conducta del personal.

6. **Revisión de esta Política**

Esta Política está sujeta a revisiones periódicas—al menos cada dos años o antes si se justifica.

7. **Abreviaturas/acrónimos**

Abreviatura	Significado
Federación o FICR	Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja
Política	Política de medios sociales
PUA	Seguridad de la información de la FICR: Política de uso aceptable

8. **Documentos relacionados**

Número archivo	Nombre	Versión
109	Código de Conducta del Personal	2007
149	Lineamientos de Medios Sociales para Personal de FICR	2012
Se encuentra en	Lineamientos de Fotografía de la FICR	2012

FedNet		
Se encuentra en FedNet	Lineamientos de la FICR para la filmación de vídeo	2011
122	Lineamientos de la FICR contra el acoso	2012
131	Emblemas de la Cruz Roja, Media Luna Roja, Cristal Rojo - Lineamientos de diseño	2006
193	Política de Protección del Niño	2013
	Marco de Seguridad de la Información	2014
199	Capítulo de Seguridad de la Información	2014
200	Norma de Clasificación de la Información	2014
62	Política de Uso Aceptable de Seguridad de la Información	2014

9. Historial de revisión del documento

Versión	Fecha	Detalles