

**MEJORES PRÁCTICAS OFICINA CENTRAL DE COMUNICACIONES Y
HERRAMIENTAS RECOMENDADAS:**

https://docs.google.com/document/d/122cQvX1GdQYhNjKw_0vMbvpJXZ5o8LunniBcz-E7A2c/edit?usp=sharing

[INCLUIR COMO ANEJO A EN LA POLÍTICA]

PRESENTACIÓN RUTH SILVA: <http://www.slideshare.net/ruthsilvapr>

FORMULARIO PARA INFORMAR CUENTAS DE REDES SOCIALES:

<https://docs.google.com/document/d/1teqPIEUiiBzXDK02-mjq4LeQ-TymAhGOizDSkWzrPjs/edit?usp=sharing>

NECESIDADES DE LAS AGENCIAS:

https://docs.google.com/document/d/1sDZpx_G1BG7qX7OUWwtn-mNDX4UM9EwwJVNVB-6Mxck/edit?usp=sharing

GUÍA DE FACEBOOK PARA MANEJO DE PÁGINAS:

<https://www.facebook.com/help/583181978367528>

CONTACTO DE DIEGO BASSANTE: <http://www.facebook.com/dbassante> /
dbassante@fb.com

GUIA DE USO PARA GOBIERNO DE TWITTER:

<https://g.twimg.com/elections/files/2014/09/16/TwitterGovElectionsHandbook.pdf>

RECURSOS PARA MODERAR

<https://www.facebook.com/help/131671940241729>

POLÍTICA SOBRE USO DE REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en un medio de comunicación para facilitar la accesibilidad y prestación de servicios e información a los ciudadanos. Cada agencia debe entender su misión y comprender cómo utilizar las redes sociales para el propósito de maximizar su exposición en las redes sociales, ya sea a través de páginas electrónicas o aplicaciones manejadas dentro de la agencia o por terceros.

POLÍTICA GUBERNAMENTAL

Los ciudadanos han encontrado en las redes sociales un medio de comunicación interactivo que sirve como herramienta a las agencias gubernamentales para compenetrarse con los usuarios, entender y atender sus reclamos y sugerencias.

ALCANCE

Esta política será de aplicación a todas las agencias adscritas a la Rama Ejecutiva del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA

Para asegurar una experiencia exitosa y proteger la información de privacidad, es importante que la agencia establezca un equipo de trabajo integrado dentro de su operación, basado en las áreas descritas en este documento para evitar conflictos en la divulgación de información. Es fundamental que cada agencia se mantenga en comunicación continua para asegurar una actualización frecuente de la información y garantizar el mayor acceso posible de información a la ciudadanía.

A nivel Gubernamental, la política es establecida por:

- Oficina de Gerencia y Presupuesto (OGP)
- Oficina del Principal Ejecutivo de Informática (OPEI)
- Oficina de Central de Comunicaciones (OCC)

La agencia debe determinar las redes sociales que utilizará, asegurándose de cumplir con los aspectos establecidos en esta política:

I. PROCESO PARA NOTIFICACIÓN DE CREACIÓN DE PERFILES

La agencia debe determinar las redes sociales que utilizará, asegurándose que poder mantener actualizadas las mismas con frecuencia y que tiene el personal o mecanismo para poder responder las solicitudes de los ciudadanos.

Una vez creadas las cuentas, debe informarse a la Oficina Central de Comunicaciones (OCC) del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, completando el formulario adjunto y brindar acceso de Administrador a la cuenta central de la OCC.

La OCC se encargará de que la continuidad de uso del perfil seleccionado por la agencia se mantenga sin importar el cambio de funciones de empleados dentro de la agencia. A su vez, la OCC, se encargará de realizar los procesos necesarios para que las cuentas en las diferentes redes sociales pasen el proceso de **verificación**, de modo que el usuario sepa que es una página oficial asociada a la agencia en cuestión.

Para esto es importante que la agencia haya completado el perfil completo, de no ser así, se retrasará el proceso de verificación.

II. IDENTIDAD DE LA AGENCIA

El Departamento de Comunicaciones o Prensa de la Agencia debe asegurarse de mantener su identidad en las diferentes plataformas, siguiendo las siguientes guías:

- La foto de perfil en cada una de las redes debe ser el logo o marca oficial de la agencia. El mismo puede adaptarse para incluir alguna campaña o estrategia de comunicación que esté llevando la agencia, pero debe mantener siempre su logo oficial para asegurar a la ciudadanía la veracidad de las publicaciones y mantener los usuarios identificando siempre la agencia dentro de su *feed* o *timeline*.
- Las fotos de *cover*, deben mantenerse actualizadas con información actualizadas con el mensaje o comunicación central de la estrategia programática de la agencia en su periodo de tiempo.
- Es importante asegurar que las fotos que se utilicen se adapten correctamente a los diferentes dispositivos que puede usar la ciudadanía para acceder al perfil de la agencia. Muchas redes sociales

piden la personalización de las imágenes para las diferentes formas de acceso. Hacer referencia a documento de “best practices” que es actualizado regularmente por la OCC.

- Es esencial que la agencia coloque su logo o sello en cada perfil y el del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, el cual será provisto por la OCC en formato optimizado para cada red social.
- Debe incluirse de alguna forma, dependiendo de la red social, la misión, visión e información de contacto de la agencia.
- Debe establecerse claramente el horario de la agencia, en el caso que el mismo no sea de 24 horas, los 7 días de la semana para evitar falsas expectativas de respuesta de los ciudadanos. Debe también incluirse forma de contacto a la agencia como teléfono o correo electrónico para la comunicación ciudadana.
- Con el propósito de mantener una comunicación centralizada y mantener la mayor cantidad de audiencia en un solo perfil, no deben existir páginas individuales de programas separadas a la página oficial de la Agencia. Se deberá consolidar en una sola página, por cada red social, la presencia de todas las iniciativas bajo el nombre y logo de la agencia.

III. ACCESO APROPIADO A LOS ENCARGADOS

Debe coordinarse con el área de sistemas de información de la agencia para que las personas encargadas del mantenimiento y monitoreo de las redes sociales cuenten con los permisos pertinentes para esta tarea. Los accesos no deben limitarse a los sitios de las redes sociales, sino también debe incluir las herramientas de monitoreo y análisis que la agencia haya determinado utilizar.

IV. ESTABLECER ESTRUCTURA DE MANEJO DE CONTENIDO

Cada agencia es responsable de establecer una estructura para el manejo de cada red social, con definición clara sobre las responsabilidades y el cumplimiento de sus deberes.

Los departamentos dentro de cada agencia responsables en el desarrollo y uso de las redes sociales incluyen:

- Oficina de Comunicaciones y/o Prensa
- Oficina de Informática
- Oficina de Asesoría Legal
- Oficina de Recursos Humanos

La estructura debe incluir procesos para la publicación de contenido estratégico o contenido reactivo. El contenido estratégico es el que es planificado por la agencia con el objetivo de informar o lograr una reacción en los ciudadanos. El contenido reactivo es el que se publica en respuesta a una expresión o solicitud hecha por el ciudadano.

La agencia debe asegurarse de cumplir con las fases de recopilación de contenido, definición de la estrategia, creación del contenido, proceso de pruebas, aprobación del contenido por el ejecutivo asignado, publicación del contenido, mantenimiento del contenido y análisis de la respuesta a la publicación.

ANEJO B: Presentación de UX/UI Redes Sociales

Todo documento de apoyo que se vaya a publicar en los perfiles de redes sociales de las agencias debe analizarse con el programa de anti-virus de la agencia antes de la publicación.

V. INTERACCIÓN DE LA AGENCIA CON OTROS PERFILES Y PÁGINAS

Si la agencia admite comentarios y opiniones en sus redes sociales o aplicaciones, la agencia debe respetar el derecho a la libertad de expresión según se garantiza por la Constitución del Estado Libre Asociado y la Constitución de los Estados Unidos.

La Agencia podrá consultar con la OCC la acción a tomar para lidiar con usuarios que no cumplan con las reglas de uso de la red social en cuestión o la reglamentación particular de cada agencia.

VI. USO DE PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE TERCEROS

La agencia solo debe recopilar la información mínima necesaria de carácter oficial para su funcionamiento.

- Cuando una agencia usa las redes sociales y aplicaciones, debe:
 - Considerar cautelosamente la recopilación de información personal y solo utilizar la menor posible, para propósitos de estatutos, orden ejecutiva o regulación;
 - No debe buscar información personal en las redes sociales o aplicaciones a menos que tenga autorización y por requerimiento legal y representaciones de la evaluación del impacto sobre la privacidad y sistemas de registro de aviso conforme a;
 - No se debe usar las cuentas de redes sociales de la agencia para obtener un beneficio personal para los administradores o sus allegados; y
 - Debe adoptar nombre de usuarios y perfiles fácilmente identificables como cuentas de agencia y establecer contraseñas seguras.

VII. USO DE APLICACIONES *EMBEDDED*

Si una agencia utiliza una aplicación de terceros o una página de internet que utilice aplicaciones empotradas (*embedded*), la Agencia debe divulgar esta información y describir dicho uso en su política de privacidad junto a la política de privacidad de la red social.

Es imperativo que las agencias sean transparentes con relación al uso de redes sociales para evitar preocupaciones sobre exceso de recopilación de datos o vigilancia no autorizada de estas páginas electrónicas, sobre todo si una agencia está utilizando un suplidor.

Las agencias deben utilizar las redes sociales de manera que se proteja la privacidad y se respete la intención de sus usuarios.

VIII. PUBLICACIÓN DE TÉRMINOS DE USO Y POLÍTICA DE PRIVACIDAD

Además de que la agencia tenga la política de privacidad en su página electrónica, cada agencia debe establecer y publicar una Política de Privacidad o una Notificación en su página de redes sociales o aplicación según sea el caso. La Política de Privacidad de PR.gov es accesible en el *'footer'* del portal:

<http://www2.pr.gov/Pages/Pol%C3%ADticaDePrivacidad.aspx>

Cada página electrónica y aplicación provee su propia política de privacidad y aunque se le pide al usuario información personal (PII) durante el registro, como mejor práctica las agencias no deben solicitar o recoger esta información. Si esto ocurre, se debe alertar al visitante con una declaración al respecto o un “pop-up”, que explique que no van a ser redirigidos a una página electrónica gubernamental y que puede tener una política de privacidad distinta que la página oficial de la agencia.