

CIRCULAR 1 DE 2019

(marzo 22)

Diario Oficial No. 50.903 de 22 de marzo 2019

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

PARA: MINISTROS, DIRECTORES DE DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO, REPRESENTANTES LEGALES DE LOS ORGANISMOS Y ENTIDADES DEL SECTOR CENTRAL Y DESCENTRALIZADO DE LA RAMA EJECUTIVA DEL NIVEL NACIONAL.

DE: CONSEJERO PRESIDENCIAL PARA LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CONSEJERO PRESIDENCIAL PARA LAS COMUNICACIONES.

ASUNTO: MANEJO Y USO DE REDES SOCIALES.

FECHA: 22 MARZO 2019

Con la finalidad de que el Gobierno nacional actúe de manera coordinada en cumplimiento de la Ley [134](#) 2009 “Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones” y con fundamento en los artículos 21 y 29 del Decreto 179 del 8 de febrero de 2019 “Por el cual se modifica la estructura de la Presidencia de la República”, nos permitimos presentar las siguientes recomendaciones en términos de buenas prácticas en el manejo y uso de las redes sociales de servidores públicos y entidades públicas, ambos de la rama ejecutiva del orden nacional.

Las redes sociales institucionales son un mecanismo de comunicación entre el Gobierno nacional y la ciudadanía, los empresarios, los medios de comunicación, las organizaciones no gubernamentales y la sociedad en general.

Las redes sociales, objeto del presente documento de recomendación, son aquellas utilizadas como canales de comunicación permanente y que abarca las que a la fecha son de mayor penetración en el territorio nacional, es decir:

- Facebook®
- Twitter®
- Instagram®
- YouTube®
- LinkedIn®
- Flickr®

La administración de dichos canales constituye una gran responsabilidad para quienes lideran la estrategia digital de cada una de las entidades, y comprometen en materia penal, administrativa y disciplinaria a quienes la ejecutan, siendo estos los responsables no solo de los contenidos emitidos sino del control de las cuentas (interacción con usuarios, destino de las bases de datos, violación de datos personales, y inadecuado de la información, entre otros).

1. Principios a ser tenidos en cuenta en el manejo de las redes sociales.

1.1. Seguridad y control: La operación de las cuentas de redes sociales institucionales debe hacerse bajo un protocolo de seguridad y control, que garantice la confidencialidad de las claves de acceso y del manejo del contenido. Se recomienda el cambio periódico de las contraseñas y asociar todas las cuentas a correos institucionales y no personales.

1.2. Valoración del contenido: Las redes sociales son un canal de doble vía. Antes de publicar algún mensaje se deben valorar las posibles interpelaciones o respuestas que este podría generar. Si bien habrá usuarios dispuestos a controvertir, criticar o incluso ofender, tenga en cuenta que existe siempre la posibilidad de una respuesta respetuosa hacia quien no está de acuerdo.

1.3. Calidad: La información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos, debe someterse a criterios de pertinencia, respeto, adecuación y objetividad. Antes de publicar algo importante dar una lectura final para asegurarse que el mensaje está bien expresado. De ser posible, hacer una revisión adicional con alguien que no haya participado en la redacción para asegurarse de que el mensaje se entiende claramente.

1.4. Veracidad: La información que se comparte por las redes sociales debe provenir de fuentes certificadas. Antes de publicar cualquier mensaje es indispensable preguntarse: "¿Es cierto lo que estoy diciendo? ¿Es una información verificable? ¿Proviene de una fuente confiable?"

1.5. Corresponsabilidad: Debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, tener claro a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo. Antes de publicar, revise que el mensaje será publicado por la cuenta institucional. Procure no mantener cuentas institucionales y personales al tiempo o en el mismo dispositivo.

1.6. Participación: Debe ser profesional, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, que animen a la participación. Antes de publicar la respuesta a un comentario es bueno preguntarse: Si fuera yo quien hubiera hecho el comentario como este, ¿me parecería apropiado recibir una respuesta como esta?

1.7. Respeto: Las redes sociales son un espacio para el intercambio de ideas, opiniones y soluciones, no para las agresiones. Se debe evitar cualquier comentario que pueda tener una interpretación que resulte insultar o ser ofensiva hacia un género, una raza, una opción sexual, un credo, una visión política o una región del país que lleven a difamar o a afectar la imagen o reputación. No haga en las redes sociales lo que no quiere que le hicieran a usted.

1.8. Legalidad: Se debe acatar, respetar y cumplir lo establecido en la legislación y normatividad vigente sobre derechos de autor, marca registrada, derechos de publicidad y otros derechos de terceros. Bajo esta premisa, confirme siempre el origen de fotografías, videos o textos para asegurarse de que son de uso autorizado o tienen permiso de uso en canales de Gobierno.

2. Redes sociales de las entidades públicas.

Para el manejo general de las publicaciones que se realicen en medios digitales de las entidades públicas de la rama ejecutiva del orden nacional, se presentan las siguientes recomendaciones:

2.1. El contenido publicado (gráfico, texto, video o cualquier otra forma) debe corresponder a la identidad gráfica del Gobierno nacional conceptualizada en la Guía de sistema gráfico Gobierno de Colombia.

2.2. En ningún caso el contenido publicado podrá ser utilizado por los administradores para beneficio personal o de terceros, así como tampoco se permite que las publicaciones reflejen las opiniones o sentimientos personales del administrador en cuestión.

2.3. Las redes sociales de las entidades públicas de la rama ejecutiva del orden nacional deben ser utilizadas para la difusión de mensajes relacionados netamente con asuntos gubernamentales y avances de temáticas particulares de carácter institucional.

2.4. El lenguaje utilizado debe ser amigable, de fácil entendimiento, cercano a los ciudadanos, que invite a conocer más sobre el Gobierno y las demás entidades, que involucre a las personas.

2.5. Las publicaciones deberán ser dinámicas, animadas, de fácil comprensión, didácticas y atractivas.

2.6. En lo posible se hará uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual, que acompañe los contenidos. Los derechos de autor de dicho material deben pertenecer a las entidades del Gobierno nacional, o contar con la autorización para su uso.

2.7. El contenido publicado tendrá como referencia el link de las páginas web de la entidad en cuestión.

2.8. Se aprovechará la participación de la entidad o sus representantes en congresos, foros, encuentros sector, streamings, entre otros eventos, para comunicarlo en tiempo real por redes sociales.

2.9. La interacción en las redes sociales (seguidores, amigos, retweets, etc.) se determinará mediante estrategia que exija que la participación de las mismas tengan relación directa con los temas de interés.

2.10. Se dará respuesta oportuna a los comentarios de usuarios de la red. Se deberían determinar tiempos de respuesta según los recursos de la entidad y el tipo de comentarios que se responden.

2.11. La respuesta a un comentario negativo nunca podrá ser de forma grosera, conflictiva o de cualquier forma que genere una agresión al usuario. No se dará respuesta a un comentario negativo sin la autorización o línea de comunicación de cada entidad.

2.12. Se debe tener especial cuidado en no saturar al usuario con mensajes publicitarios de la entidad. Se genera una reacción de rechazo por parte de los usuarios, no solo frente a la cuenta en la red, sino también frente a la imagen del Estado colombiano.

2.13. Está prohibido revelar información privada y confidencial de las entidades del Gobierno nacional, de conformidad con la normativa aplicable a la materia.

2.14. No se deben realizar publicaciones mentirosas o engañosas.

2.15. No publicar contenido difamatorio o ilegal, así como contenido en Internet sin cumplir con las normas de derechos de autor, propiedad intelectual, y especialmente, que no cumpla las normas constitucionales sobre privacidad y habeas data.

2.16. Abstenerse de usar trolls, bots o cualquier mecanismo automatizado y ficticio con el fin de crear o generar audiencias.

2.17. El acceso y manejo de la cuenta de la entidad en una red social, bien sea de Facebook, Twitter o Instagram, debe estar a cargo de una sola persona o funcionario. De esta manera, las acciones y publicaciones que se realicen allí corresponderán a la gestión de esa única persona.

2.18. Se recomienda establecer un inventario de las cuentas institucionales en redes sociales de la entidad y efectuar las actuaciones necesarias para su custodia y conservación.

2.19. Cuando el Presidente de la República o la cuenta oficial de la Presidencia de la República haga un anuncio o publicación importante o trascendental para el Gobierno o el país y relacionada con las funciones de la entidad, se debe apoyar su difusión, compartiéndola desde la cuenta de la entidad.

2.20. Los canales digitales adscritos a las entidades públicas constituyen un punto oficial de contacto con la ciudadanía, por lo tanto debe darse el trámite correspondiente que garantice la respuesta dentro de los términos legales a los requerimientos, denuncias, y reportes de quienes interactúan con la red social.

3. Los Community Manager.

La persona que se designa para el manejo operativo de las redes sociales de las entidades públicas (Community Manager) de la rama ejecutiva del orden nacional debe tener la capacidad de decisión en momentos de crisis, conocer la importancia de las redes sociales y utilizar el lenguaje más indicado.

Se recomienda al encargado de administrar los contenidos de las redes sociales tener en cuenta

siguientes lineamientos:

3.1. Ante percances con la administración de su cuenta que no han podido ser solucionados, acudir a la Línea de Cristal, que a través del equipo de la Fuerza de Tarea Digital buscará contactar al equipo técnico o al soporte de la plataforma en la cual está experimentando problemas. En caso de ingresos no autorizados a las cuentas institucionales de entidades públicas, ponga en conocimiento en forma inmediata a los entes de control respectivos, aportando la evidencia correspondiente, con el fin de iniciar las investigaciones a que tengan lugar.

3.2. Las opiniones personales del Community Manager no deben interferir con los intereses de la entidad.

3.3. Se recomienda que el administrador o Community Manager se abstenga de participar desde las cuentas oficiales de las entidades, en debates, foros o cualquier tema que genere polémica.

3.4. Tener una constante articulación con la dirección de comunicaciones de su entidad, para conocer la posición sobre los temas que estén siendo ampliamente difundidos por los medios de comunicación.

3.5. Cuando haga uso de dispositivos móviles, como celulares, cerciórese de que el mensaje se publique desde la cuenta institucional y no desde una cuenta personal.

3.6. Se recomienda a los Community Manager no manejar cuentas personales en los mismos equipos en los que operan las cuentas de la entidad, usar una herramienta para hacer los posteos (publicaciones), no usar la plataforma directamente y siempre utilizar el mecanismo de doble autenticación.

3.7. Se recomienda no realizar acciones de bloqueo a usuarios, dado que se impide el acceso a la información de la ciudadanía.

3.8. Se recomienda crear un comité de manejo de crisis de reputación. Es importante establecer estrategias que permitan la pronta localización de sus miembros en caso de una crisis.

3.9. Cuando el Presidente de la República o la cuenta oficial de la Presidencia de la República haga un anuncio o publicación importante o trascendental para el Gobierno o el país y relacionada con las funciones de la entidad, se debe apoyar su difusión, compartiéndola desde la cuenta de la entidad.

3.10. Se recomienda tener custodia de las contraseñas de acceso a las redes sociales de la entidad de forma responsable, con cambios periódicos y conocimiento por un número identificable y reducido de funcionarios de la misma Entidad.

3.11. No acceder a cuentas institucionales desde dispositivos no autorizados para tal fin.

4. Redes sociales de servidores públicos.

Incluyen aquellas que corresponden a funcionarios que representan a entidades de la rama ejecutiva del orden nacional. Las redes sociales hacen parte de su órbita personal y se les recomienda seguir los siguientes principios de buenas prácticas:

4.1. Siempre que utilice alguna de las redes sociales debe ser consciente de que esa actuación puede ser interpretada como oficial, representando a la entidad.

4.2. Es recomendable dejar expreso, y de manera visible en los perfiles de sus cuentas, que la comunicación es personal y no representa los puntos de vista de la entidad.

4.3. Al abrir cuentas personales en medios sociales, no use las cuentas de correo oficiales que tienen asignadas el servidor público con motivo de su trabajo, en la institución, con la finalidad de reducir el riesgo de erróneas atribuciones de las opiniones personales.

4.4. Los servidores públicos no deben hacer uso de los diferentes medios sociales para hacer proselitismo.

político, y otros comportamientos que no son apropiados, ni permitidos, de conformidad con prohibiciones legales existentes.

4.5. Se recomienda mantener siempre respeto y cordialidad con los demás usuarios de los medios sociales al momento de hacer uso de la comunicación personal de los servidores. Se recomienda aplicar el principio de respeto hacia las opiniones emitidas por los opositores del Gobierno, así como los partidos y movimientos que ellos representan.

4.6. Los servidores públicos que usen redes sociales deben abstenerse de revelar información de carácter confidencial de la entidad para la que laboren.

4.7. Se recomienda evitar enfrascarse en conversaciones improductivas. Esto sólo genera imagen negativa hacia el usuario. Una vez dadas las respuestas pertinentes a preguntas y comentarios, se debe poner punto final a la conversación si esta no lleva a algo constructivo.

4.8. Cuando haga uso de dispositivos móviles, como celulares, cerciórese que el mensaje de datos se envíe desde la cuenta personal y no desde una cuenta institucional.

4.9. Si su cuenta es accedida de manera ilegal por terceros no autorizados, se recomienda denuncia inmediata ante la autoridad competente, adjuntando la evidencia correspondiente.

4.10. Cuando las cuentas personales de redes sociales sean usadas como el canal de comunicación institucional, se deberá dar cumplimiento al punto 2 de la presente circular.

La presente circular deberá ser puesta en conocimiento por parte de los directores y ministros de las respectivas entidades adscritas o vinculadas de su sector y servidores públicos.

El Consejero Presidencial para la Innovación y la Transformación Digital,

Víctor Manuel Muñoz Rodríguez.

El Consejero Presidencial para las Comunicaciones,

Álvaro Eduardo García Jiménez.

Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.
Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior
n.d.
Última actualización: 20 de abril de 2024 - (Diario Oficial No. 52.716 - 3 de abril de 2024)

