



CUT: 59787

RESOLUCIÓN JEFATURAL N° 318 -2015-ANA

Lima, 10 DIC. 2015

VISTO:

El Informe N° 118-2015-ANA-DGCCI/ACINF, de la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional, y;

CONSIDERANDO:

Que, conforme lo establece el numeral 3), del artículo 15° de la Ley N° 29338, Ley de Recursos Hídricos, la Autoridad Nacional del Agua tiene como función dictar normas y establecer procedimientos para asegurar la gestión integral y sostenible de los recursos hídricos;

Que, conforme al artículo 30° del Reglamento de Organizaciones y Funciones de la Autoridad Nacional del Agua, aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2010-AG, la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional es la encargada de organizar y conducir las acciones vinculadas a la gestión del conocimiento, cultura del agua y comunicación que promueva la gestión integrada de los recursos hídricos;

Que, por Resolución Ministerial N° 0545-2014-MINAGRI, de fecha 25 de setiembre de 2014, se aprobó la Directiva Sectorial N° 003-2014-MINAGRI-DM, denominada "Normas para la Formulación, Aprobación y Actualización de Directivas", con alcance a los Organismos Públicos Adscritos al MINAGRI;

Que, mediante Informe del visto, la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional propone la Directiva General de "Normas y Procedimientos para la Administración y Uso de Redes Sociales en la Autoridad Nacional del Agua - ANA"; que pretende establecer normas y procedimientos para la administración y uso de redes sociales en la Autoridad Nacional del Agua, así como la uniformización de los criterios de uso de redes sociales en la Entidad;

Que, la Oficina del Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos a través del informe N° 032-2015-ANA-OSNIRH/DMTV, opina que la Directiva propuesta no interfiere con las "Normas para el Uso Correcto de los Sistemas de Información, Servicios y Recursos Informáticos de la Autoridad Nacional del Agua - ANA" aprobado por la Directiva General N° 04-2011-ANA-J-OSNIRH;

Que, por tanto, es necesario aprobar la directiva propuesta, pues establecerá una mejora y enriquecimiento progresivo de la gestión institucional, mediante el establecimiento de normas, procedimientos y criterios para la adecuada administración y uso de las redes sociales por parte de los órganos y proyectos de la Autoridad Nacional del Agua, en armonía con las políticas de modernización del estado y la gestión por resultados.

Ing. JUAN CARLOS SEVILLA GILDEMEISTER JEFE JEFATURA

Ing. Aida Velásquez Arroyo Secretaria General

Abg. José A. Ramírez Garro DIRECTOR Oficina de Asesoría Jurídica

Ing. Miguel Ángel Castillo Vizcarra Director Oficina del Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos

Ing. LUIS PÉREZ SANDOVAL Director Oficina de Planeamiento y Presupuesto

Ing. Margarita Gólmaz Huamán Directora Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional

Que, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, mediante Informe N° 060-2015-ANA-OPP/UP, emite opinión favorable para la aprobación de la presente directiva, en concordancia con lo establecido en el numeral 6.2, de la Directiva Sectorial N° 003-2014-MINAGRI-DM;

Con los vistos de la Secretaria General, la Oficina de Asesoría Jurídica, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la Oficina del Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos y la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional; y de conformidad con lo dispuesto en el inciso h), del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones de la Autoridad Nacional del Agua, aprobado por Decreto Supremo N°006-2010-AG;

**SE RESUELVE:**

**Artículo 1°.-** Aprobar la Directiva General N° 009-2015-ANA-J-DGCCI, denominada "Normas y Procedimientos para la Administración y Uso de Redes Sociales en la Autoridad Nacional del Agua - ANA", la misma que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución Jefatural.

**Artículo 2°.-** Disponer la publicación de la presente Resolución y de la Directiva General denominada "Normas y Procedimientos para la Administración y Uso de Redes Sociales en la Autoridad Nacional del Agua - ANA", en el portal Institucional de la Autoridad Nacional del Agua ([www.ana.gob.pe](http://www.ana.gob.pe)).

Regístrese, comuníquese y publíquese



**JUAN CARLOS SEVILLA GILDEMEISTER**

Jefe

Autoridad Nacional del Agua







## NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA ADMINISTRACIÓN Y USO DE REDES SOCIALES EN LA AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA - ANA

### DIRECTIVA GENERAL N° 009 -2015-ANA-J-DGCCCI

**Formulada por:** Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional

**Fecha:**

#### I. OBJETIVO

Establecer las normas y procedimientos para la apertura, administración y uso de las redes sociales en la Autoridad Nacional del Agua.

#### II. FINALIDAD

- Delimitar el alcance en la gestión, publicación y actualización de los contenidos en las diversas redes sociales, en las que la Autoridad Nacional del Agua tiene o abre cuentas institucionales.
- Ser un canal de participación, transparencia y acceso a la Información por parte de los Ciudadanos.
- Uniformizar criterios para la administración y uso de las redes sociales en los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua.
- Definir los mecanismos y procedimientos a seguir para el funcionamiento y operatividad de las redes sociales en la Entidad.
- Establecer las prohibiciones y responsabilidades para la creación y mantenimiento de las redes sociales en la Entidad.

#### III. BASE LEGAL

- Decreto Legislativo N° 997, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Agricultura, modificado por la Ley N°30048.
- Ley N° 29338, Ley de Recursos Hídricos.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor.
- Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.
- Ley N° 27815, Ley del Código de Ética de la Función Pública.
- Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil.
- Ley N° 28716, Ley de Control Interno de las Entidades del Estado.
- Ley N° 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto.
- Ley N° 28875, Ley que crea el Sistema Nacional Descentralizado de Cooperación Internacional No Reembolsable.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.

- Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, modificada por la Ley N° 27927.
- Decreto Supremo N° 001, que aprueba el Reglamento de la Ley de Recursos Hídricos.
- Decreto Supremo N° 006-2010-AG, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la Autoridad Nacional del Agua.
- Decreto Supremo N° 066-2011-PCM, que aprueba el Plan de Desarrollo de la Sociedad de la Información en el Perú - La Agenda Digital Peruana 2.0.
- Decreto Supremo N° 004-2013-PCM, que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.
- Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM, que aprueba el Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016.
- Resolución Jefatural N° 238-2015-ANA, que encarga a los Directores de las Autoridades Administrativas del Agua, la responsabilidad de entregar la información de acceso al público con la que cuentan sus redes, en el marco de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Directiva General N° 003-2014-ANA-J-OPP, Normas y Procedimientos sobre Transparencia y Acceso a la Información Pública en la Autoridad Nacional del Agua – ANA.
- Directiva General N° 008-2015-ANA-J-OA, Normas y Procedimientos para la Aplicación del Régimen Disciplinario en la Autoridad Nacional del Agua, aprobada por Resolución Jefatural N° 268-2015-ANA.
- Directiva Sectorial N° 003-2014-MINAGRI-DM, Normas para la Formulación, Aprobación y Actualización de Directivas, aprobada por Resolución Ministerial N°0545-2014-MINAGRI



#### IV. ALCANCE

La presente Directiva es de aplicación por todos los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua.



#### V. DISPOSICIONES GENERALES

##### 5.1 Política de Uso de las Cuentas Institucionales en Redes Sociales

- Emitir contenidos de valor, que comuniquen las acciones de competencia de la Autoridad Nacional de Agua, la actuación de sus funcionarios, voceros y todo aquello que contribuya al logro de un estado moderno, inclusivo, descentralizado y competitivo, en el marco de un gobierno abierto, transparente y moderno, como herramienta de buenas prácticas en el uso de redes sociales (Anexo 1).
- Responder o derivar las consultas o inquietudes por parte de los ciudadanos, ya sea a las áreas competentes y/o al responsable de Transparencia y Acceso a la Información.
- Las publicaciones generadas por las cuentas de los Órganos y Proyectos no deberán contener opiniones personales, sobre todo acerca de temas controversiales de índole política, religiosa, ambiental o social.
- El Administrador de Redes sociales o Community Manager deberá notificar a los superiores o instancias inmediatas de la Dirección de Gestión del





Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI), sobre asuntos relevantes que sean tratados en las redes sociales.

- El profesional encargado de manejar la cuenta de red social deberá ser designado por el director o jefe inmediato del Órgano o Proyecto de la Autoridad Nacional del Agua, según corresponda.

## 5.2 Lineamientos

- La Autoridad Nacional de Agua respeta y actúa dentro de las políticas de protección de datos y bajo los términos y condiciones de servicio que ofrecen las distintas herramientas de redes sociales para sus cuentas.
- Los contenidos publicados en redes sociales respetarán los derechos de autor, la ley de protección de datos personales, el honor de las personas, el prestigio de las personas jurídicas y demás deberes y obligaciones contenidos en la normatividad vigente.
- Los contenidos, posts, tuits u otras publicaciones en las cuentas institucionales de las redes sociales, constituyen fuente de información oficial.
- A través de las redes sociales, la Autoridad Nacional del Agua, el Administrador de redes o Community Manager, interactúa con sus seguidores, círculos, followers, las listas, la opinión pública y la comunidad internauta en general, de manera cordial, con respeto mutuo y de buena fe, bajo el principio de legalidad (Anexo 2).
- En redes sociales se pueden publicar textos, imágenes, infografías, audios, videos y otros contenidos multimedia que sean de carácter oficial y de libre uso, sin atentar con los derechos de autor.
- El estilo gráfico de las publicaciones estará sujeto a Manual de Identidad Corporativa de la Autoridad Nacional del Agua.
- Las cuentas institucionales en redes sociales se actualizan en forma constante y permanente, con periodicidad oportuna; la dosificación de las publicaciones diarias serán de una (01) hora como mínimo y de seis (06) horas como máximo.
- Deben publicarse contenidos inclusivos con calidad en la redacción, las imágenes o los contenidos multimedia.
- No usar imágenes de baja calidad, desenfocadas, con gestos inapropiados, diseño de difícil entendimiento, textos poco claros o subjetivos.
- Debe generarse una comunidad donde los ciudadanos interactúen, participen y se informen sobre las actividades de la Institución; para ello es importante valorar los comentarios de los usuarios y responder de manera amable y participativa.
- La actuación de los trabajadores del servicio público a cargo de la gestión y administración de las cuentas institucionales en redes sociales, se realiza en el marco de la ética en la función pública, el servicio civil y las disposiciones administrativas aplicables.
- El nombre de usuario que se asigne para las cuentas institucionales debe procurar ser el mismo en todas las redes sociales, aplicando criterio de uniformidad, tanto en palabras como en imágenes.
- Para evitar el uso fraudulento del nombre de las cuentas procurar incluir en todas ellas un enlace que refiera a las demás cuentas creadas en otras redes sociales y la página web institucional. De existir cuentas clonadas o repetidas, se usará la extensión de 'Oficial'.



- Estas políticas y lineamientos podrán ser modificadas para el mejor cumplimiento de las mismas.

### 5.3 Objetivos de la intervención en Redes Sociales

Constituyen objetivos en la gestión y conducción de las redes sociales, lo siguiente:

- Generar una comunidad informada, inclusiva y participativa en redes sociales.
- Dar a conocer las actividades y acciones que realizan los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua.
- Planear y crear contenidos de valor que resulten atractivos, de calidad y reflejen la información y posición institucional.
- Generar relaciones estables con los seguidores, círculos, followers, listas, opinión pública y la comunidad internauta en general.
- Proporcionar información veraz, idónea y oportuna frente a una situación de crisis relacionada con la gestión de la entidad.
- Dotar al ciudadano de herramientas y aplicaciones que beneficien la relación con la Institución a través de plataformas integradas a las redes sociales.



### 5.4 Definición de términos usados en redes sociales (Anexo 3).

## VI. MECÁNICA OPERATIVA

### 6.1 Implementación y permisos de las redes sociales en la Autoridad Nacional del Agua (Flujograma 01)

- La única instancia que puede autorizar y crear cuentas de redes sociales que tengan el nombre oficial de la Autoridad Nacional del Agua o que brinden información oficial avalada por la Autoridad Nacional del Agua, será la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI).
- Los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua, deberán coordinar con la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI) cualquier propuesta de implementación de cuentas en canales digitales: Web, Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Blogs y otras redes sociales.
- Ningún trabajador (en ninguna modalidad) está autorizado para crear redes sociales, tomando como nombre a la Autoridad Nacional del Agua o de algún Órgano o Proyecto de la Entidad, salvo el especialista de redes sociales de la Autoridad Nacional del Agua, previa autorización y coordinación con la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI).
- Para la implementación de redes sociales por parte de los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua, se deberá contar con un plan de acción estratégico - táctico de redes sociales. Este documento será previamente validado por la DGCCI y su puesta en marcha será inmediatamente autorizada para el uso de redes sociales.





## 6.2 Sobre el pedido de implementación de redes sociales para los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua (Flujograma 1)

- Los Órganos y Proyectos podrán solicitar a la DGCCI la creación de usuarios de redes sociales. Dichas solicitudes serán evaluadas y aprobadas por la DGCCI.
- Para la evaluación se tendrá en cuenta el tipo de canal digital propuesto, el tipo de público al que se quiere llegar, la información que se quiere difundir, cronograma de actividades, plan de redes sociales, estrategias y tácticas, entre otros.
- Los Órganos y Proyectos de la entidad, deberán presentar la “Ficha de registro para creación de una cuenta institucional en redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, entre otras”, (Anexo 4).
- La DGCCI informa en un plazo máximo de siete (07) días calendario a los Órganos y Proyectos solicitantes sobre el resultado de la apertura de redes sociales, según corresponda.

## 6.3 Sobre el Administrador de las Redes Sociales o Community Manager

- Los Organos y Proyectos de la Entidad designan a un responsable para el manejo de su respectiva red social, así como de los accesos, claves, correos y demás, los que serán reportados a la DGCCI para el soporte respectivo.
- El responsable del manejo de la red social será denominado Administrador de Redes Sociales o Community Manager, quien deberá ser un profesional de preferencia Comunicador<sup>1</sup> capacitado en dicha materia y se regirá bajo el mandato del Coordinador en Comunicación Digital, Community Manager o Administrador de Redes Sociales de la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional de la Autoridad Nacional del Agua.
- Cada Órgano Desconcentrado de la Entidad deberá contar con un responsable en la administración de sus cuentas de redes sociales.
- Los Órganos y Proyectos de la sede central podrán gestionar su cuenta insitucional a través de la cuenta institucional a cargo de la DGCCI.
- El Community Manager o Administrador de Redes Sociales es aquella persona responsable de generar, posicionar y sostener las relaciones de la institución con sus públicos objetivos en el ámbito digital; de acuerdo al conocimiento de sus necesidades de información y los planteamientos estratégicos de la Entidad.
- El Community Manager o Administrador de Redes Sociales es el encargado de crear contenido de valor que genere impacto y logre informar, resolver dudas, aportar al conocimiento, educación, acciones, trabajo multisectorial y demás contenidos que incentiven a la interacción y retroalimentación.
- El Community Manager o Administrador de Redes elabora un reporte mensual con métricas cualitativas y cuantitativas en la que muestren estadísticas y cifras del alcance, impacto, crecimiento de usuarios, total me



<sup>1</sup> Comunicador, Periodista, Ingeniero de Sistemas, Ingeniero Agrícola, Sociólogo, Antropólogo y afines con capacitación en Comunicación Digital y/o Community Management y experiencia en temas de recursos hídricos.



gusta y no me gusta y demás datos que ayuden a mejorar las publicaciones<sup>2</sup>.

- El Community Manager o Administrador de Redes deberá elaborar un informe mensual de las consultas y sus respectivas respuestas a los usuarios de redes sociales; estas a su vez serán archivadas para elaborar una sección de 'Preguntas Frecuentes (FAQ)'.
- La DGCCI gestiona un "Calendario editorial para redes sociales" en donde cada Dirección de Línea, Oficina de apoyo, Órgano o Proyecto puedan agregar los contenidos que desea difundir en sus redes sociales<sup>3</sup>.
- Ya implementada una red social, el Community Manager no podrá bloquear o borrar las preguntas y respuestas, que los usuarios realicen en la red social teniendo en cuenta que el principal atributo de la red social es la retroalimentación<sup>3</sup>.
- El Community Manager deberá filtrar palabras y contenido inapropiado explícito y grosero, que atente contra la moral y respeto a los usuarios de las redes sociales.
- El Community Manager solo tiene la potestad de bloquear usuarios o eliminar comentarios si estos atentan contra Guía de Participación<sup>4</sup>.
- Las respuestas a los usuarios se realizarán a la brevedad posible, manteniendo la cordialidad y amabilidad con el usuario.



#### 6.4 Solicitud de publicación de contenidos por los Órganos y Proyectos en las redes sociales principales de la Autoridad Nacional del Agua (Flujogramas 02 y 03)

- Los Órganos y Proyectos solicitan a la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI) la publicación de contenidos de valor en las redes sociales de la Autoridad Nacional del Agua, con una anticipación que cumpla con el principio de razonabilidad (Anexo 5).
- A la solicitud se adjunta texto, imágenes o contenido multimedia, que respete los derechos de autor, las disposiciones sobre publicación de datos personales y demás normatividad vigente, y que posea la calidad necesaria para su publicación.
- La DGCCI, en caso lo estime atendible, dispone que el Community Manager incluya el contenido en la Agenda de Trabajo y proceda a la publicación del contenido, debiendo para tal efecto, coordinar con el Órgano o Proyecto solicitante, según corresponda.



#### 6.5 Acciones de Personal

- El Community Manager o el personal que interviene en la gestión o administración de las cuentas institucionales en redes sociales, suscribe un acuerdo de confidencialidad de la información que administra (Anexo 6), así como del compromiso para el uso correcto de las cuentas institucionales en redes sociales y de la contraseña de acceso, durante la vigencia de la relación contractual.

<sup>2</sup> Se usarán estadísticas internas, para Facebook: <https://www.facebook.com/help/336143376466063> y para Twitter: <https://analytics.twitter.com>

<sup>3</sup> Salvo incumpla las normas de convivencia(ver 7.15)

<sup>4</sup> Guía de participación aquí: <https://goo.gl/IUVB57>





- Este acuerdo y otra documentación sobre acciones de personal se consignan en el legajo del trabajador del servicio público o en su expediente de contratación, según corresponda.

## 6.6 Acciones de Informática

- La Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI) aprueba un procedimiento para la creación y cambio de claves de las cuentas institucionales en redes sociales de la Autoridad Nacional del Agua, en resguardo de la identidad digital de las cuentas, la seguridad informática y la seguridad de la información que se publique.
- Las claves son creadas por la DGCCI y entregadas bajo cargo al Community Manager o trabajador del servicio público que corresponda, para su uso apropiado.
- La DGCCI, aprueba un procedimiento para el resguardo del archivo a cargo del Community Manager, así como de todos los contenidos publicados en redes sociales, los cuales constituyen el patrimonio digital de la Autoridad Nacional del Agua en redes sociales.
- Las cuentas creadas en las redes sociales digitales, deben estar asociadas a un correo electrónico institucional, no personal. Por ejemplo: [rees-aaa\\_chaparrachincha@ana.gob.pe](mailto:rees-aaa_chaparrachincha@ana.gob.pe); [aaa-canetefortaleza-digital@ana.gob.pe](mailto:aaa-canetefortaleza-digital@ana.gob.pe).



## VII. RESPONSABILIDAD

- 7.1** La Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional es la responsable de la implementación, seguimiento y evaluación del cumplimiento de la presente Directiva.
- 7.2** Es responsabilidad de la Oficina de Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos (OSNIRH) de la ANA las acciones informáticas, de seguridad informática y de seguridad de la información relacionadas con el cumplimiento de la presente Directiva.
- 7.3** Los Directivos de los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua, son responsables del cumplimiento de la presente Directiva General, en lo que les corresponda de acuerdo a su competencia.



## VIII. DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

### 8.1 Publicación de contenidos en redes sociales de la Autoridad Nacional del Agua

- La Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI) comunica una agenda de trabajo de temas de interés al Community Manager de la Autoridad Nacional del Agua, para su publicación en redes sociales.
- El Community Manager elabora un contenido atractivo y de calidad, haciendo uso de texto, imagen, video o elementos multimedia, acorde a las condiciones de uso de la red o redes sociales a emplear.



- El Community Manager además, hará uso de las demás herramientas y programas necesarios para gestionar con eficacia y eficiencia las, etiquetas (tags), hashtags, streaming u otros.
- Para las publicaciones en redes sociales, el CM deberá utilizar el acortador de URL de google<sup>5</sup>, este uso es obligatorio y esta ligado al correo en gmail que se utiliza para la gestión de redes sociales
- La Oficina de Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos (OSNIRH) hace copias de resguardo o backups en forma periódica, tanto del archivo digital multimedia, como del sistema de información, y del resumen de publicaciones efectuadas en redes sociales o timeline correspondiente.

## 8.2 Normas de convivencia (Anexo 7)

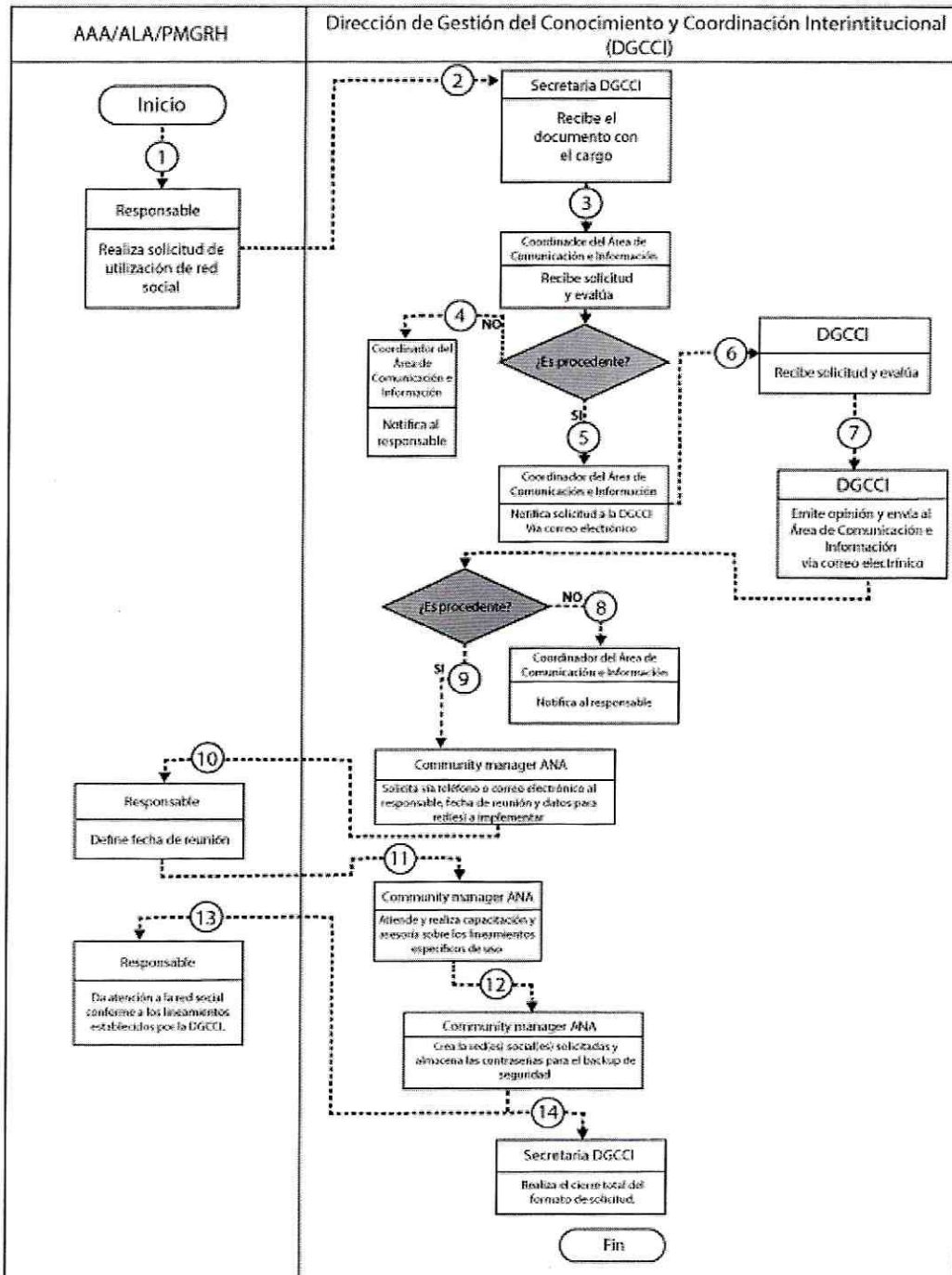


<sup>5</sup> Esta página de URL shortener



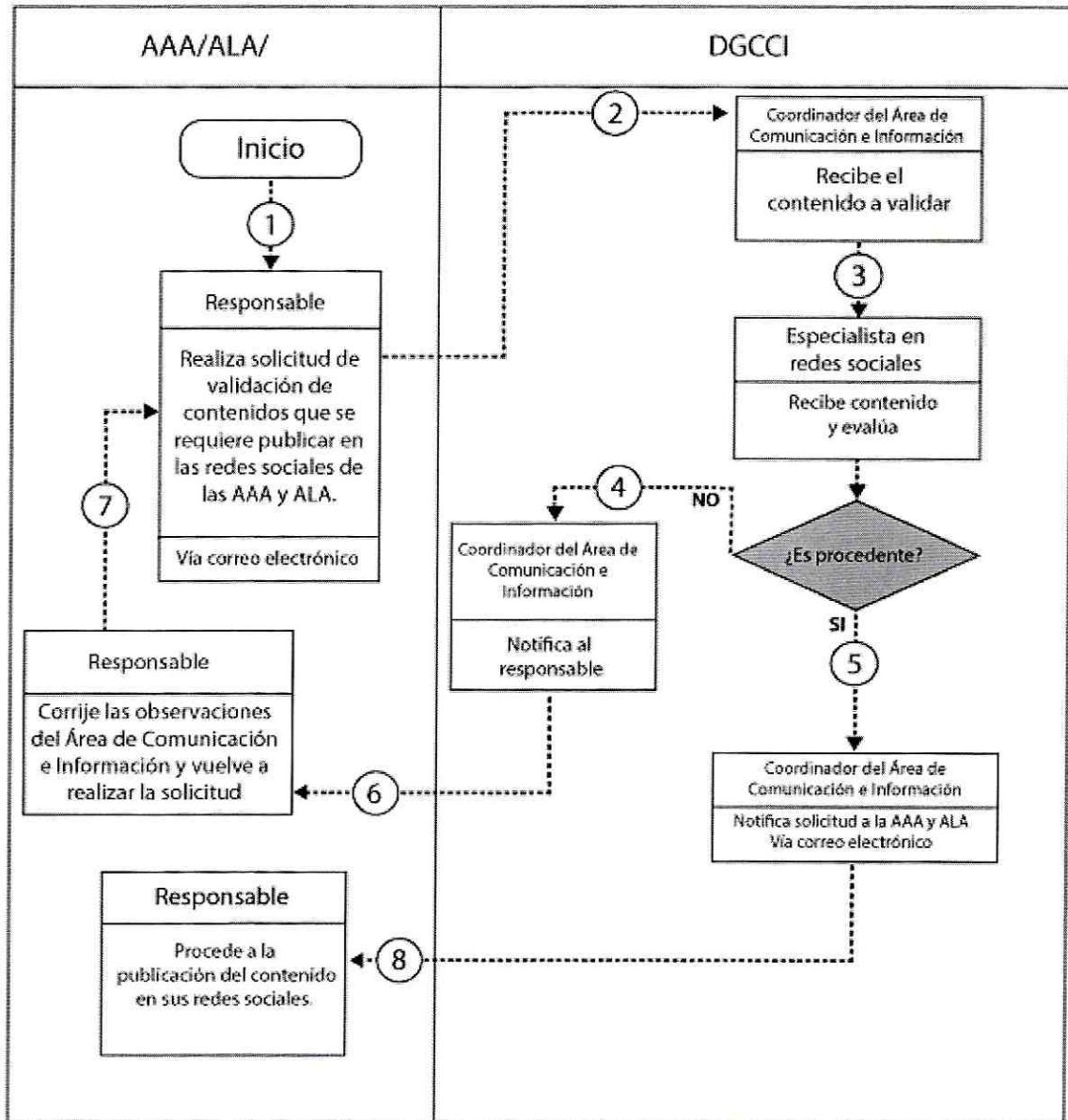
## IX. FLUJOGRAMA

**Flujograma 01: Diagrama del proceso de solicitud de uso de redes sociales<sup>6</sup>**



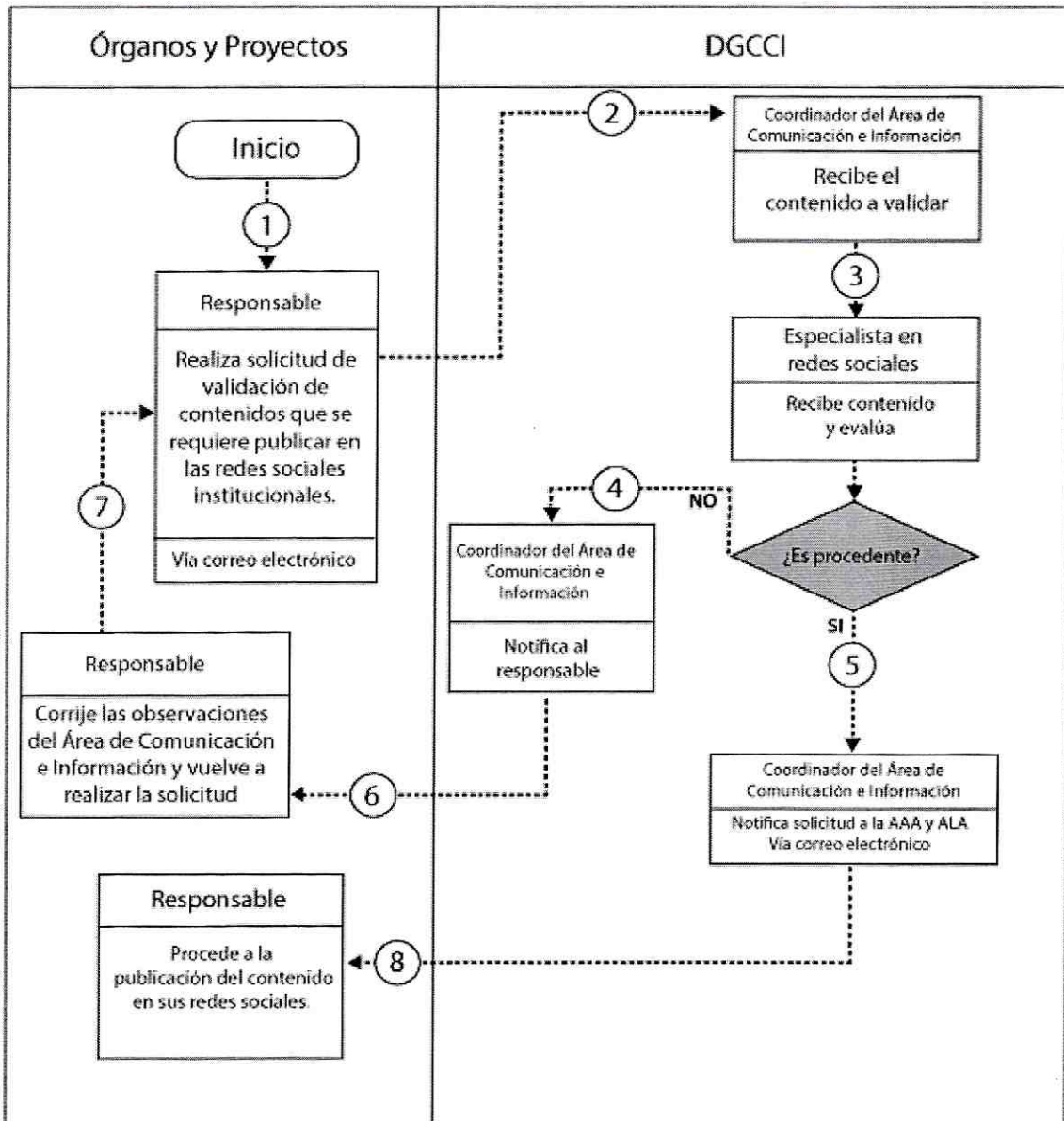
<sup>6</sup> Las direcciones de línea, oficina de apoyo y proyectos deberán gestionar sus contenidos a través de las cuentas de redes sociales institucionales administradas por la Dirección de Gestión del Conocimiento y Gestión Interinstitucional.

**Flujograma 02: Solicitud para la publicación en redes sociales de las AAA y ALA**





**Flujograma 03: Solicitud para la publicación en redes sociales de Organos y Proyectos de Sede Central**



## X. ANEXO

Forman parte de la presente Directiva General los siguientes anexos:

Anexo 01: Recomendaciones Legales para el Uso de Redes Sociales y contenido online por parte de los trabajadores de la Autoridad Nacional del Agua.

Anexo 02: Aviso Legal para el Uso de Cuentas Oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en Redes Sociales.

Anexo 03: Definición de Términos en Redes Sociales.

Anexo 04: Aviso Legal para el Uso de Cuentas Oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en Redes Sociales.

Anexo 05: Ficha de Registro para Creación de una Cuenta Institucional en Redes Sociales.

Anexo 06: Modelo de Solicitud de Oficialización de una Cuenta de Red Social.

Anexo 07: Normas de Convivencia para el Uso de Cuentas Oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en Redes Sociales.





## ANEXO 1

### RECOMENDACIONES LEGALES PARA EL USO DE REDES SOCIALES Y CONTENIDO ONLINE POR PARTE DE LOS TRABAJADORES DEL SERVICIO PÚBLICO DE LA AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA

La Autoridad Nacional del Agua reconoce el derecho de sus trabajadores a la libertad de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante la palabra oral o escrita o la imagen, por cualquier medio de comunicación social, sin previa autorización ni censura ni impedimento alguno, bajo las responsabilidades de ley. Este derecho incluye el uso de las redes sociales.

La Autoridad Nacional del Agua, a través de la Oficina del Sistema Nacional de Información de Recursos Hídricos (OSNIRH) y la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI), dictan las disposiciones necesarias para resguardar la seguridad informática institucional y la seguridad de la información que genera, administra y archiva. Estas disposiciones pueden incluir el establecimiento de niveles de acceso y de uso de redes sociales por motivos de competencia funcional, entre otras.

En uso de su facultad directriz, la Autoridad Nacional del Agua puede emitir las Directivas y documentos administrativos necesarios que regulen el acceso a redes sociales durante el horario de trabajo, haciendo uso de los bienes o servicios de la Entidad.

La Autoridad Nacional del Agua recomienda un trato mutuamente respetuoso, por parte de los trabajadores hacia sus compañeros de trabajo en sus participaciones en redes sociales, sin importar el cargo o nivel jerárquico, así como el mismo trato para con los administrados de la Entidad.

La Autoridad Nacional del Agua recuerda que los trabajadores a su servicio, tienen la obligación de cumplir con el marco normativo vigente de respeto a los derechos fundamentales de las personas.

La Autoridad Nacional del Agua exhorta a los trabajadores a su servicio, a mantener el mismo comportamiento de respeto a los derechos fundamentales y demás derechos de las personas en el uso particular de sus cuentas particulares o intervenciones en redes sociales. En todo caso, hace la salvedad que la Entidad no suscribe opiniones o expresiones hechas por sus trabajadores en el uso particular de sus cuentas o intervenciones en redes sociales.



## ANEXO 2

### AVISO LEGAL PARA EL USO DE CUENTAS OFICIALES DE LA AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA CREADAS EN REDES SOCIALES

#### I. ALCANCE

El presente Aviso Legal regula la gestión de los administradores encargados del acceso y uso de las Redes Sociales a cargo de los Órganos y Proyectos de la Autoridad Nacional del Agua.

#### II. ACCESO Y USO SOLO PARA USO OFICIAL

El acceso a las cuentas oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en redes sociales, solo está permitido haciendo uso personalísimo del usuario y contraseña autorizados; actuando dentro de las obligaciones y facultades de las funciones asignadas o dentro del alcance de los servicios contratados; actuando bajo las políticas y directrices emitidas por la instancia o nivel jerárquico respectivo; respetando el marco normativo legal, reglamentario e institucional vigente; y haciendo uso de la información, documentos y archivos oficiales.

No está autorizado el uso de las cuentas oficiales en redes sociales para la publicación o expresión de contenidos personales por parte de administradores autorizados, o de contenidos contrarios a la ley o cuya naturaleza sea ajena a la que corresponde como cuenta oficial de la Entidad.

#### III. RESPONSABILIDADES

Los administradores de las Redes Sociales de la Autoridad Nacional del Agua creadas, asumen las responsabilidades administrativas y de otra naturaleza legal, por el incumplimiento o cumplimiento parcial, tardío o defectuoso de las obligaciones contraídas como trabajador del servicio público o como proveedor de servicios en una contratación pública, lo que corresponda, y de las obligaciones y responsabilidades reguladas en los documentos normativos respectivos.

#### IV. NORMAS DE CONDUCTA

La actuación administradores de las Redes Sociales de la Autoridad Nacional del Agua creadas, se realiza actuando bajo principios y deberes éticos previstos en la normatividad sobre la función pública, de buena fe y con respeto de los derechos fundamentales de las personas.

#### V. PRIVACIDAD

Los administradores de las Redes Sociales de la Autoridad Nacional del Agua creadas, deben respetar la privacidad de la información personal o de los datos sensibles que sean de su conocimiento, como consecuencia del uso de las Redes Sociales de la Entidad, y de la interacción con los followers o comentaristas.

En el uso e interacción con los seguidores o comentaristas a los contenidos publicados o a la cuenta en Redes Sociales, se debe mantener el respeto hacia las personas, con las limitaciones previstas en las normas de uso de redes sociales y en las reguladas por la normatividad vigente.

Se encuentra prohibido recopilar información personal de los followers o comentaristas sin mediar su consentimiento, y sin previa autorización por parte de la instancia institucional correspondiente.





**VI. DERECHOS DE AUTOR**

Los contenidos publicados en Redes Sociales son propiedad de la Autoridad Nacional del Agua.

Sólo puede hacerse uso o mención de los contenidos para fines académicos o como referencias laborales o comerciales, en la medida que se haga mención a propiedad de la autoría por parte de la Autoridad Nacional del Agua.

No se debe hacer uso, distribución, reproducción, copiado u otra forma de transmisión física, mecánica, electrónica, o de otra naturaleza, sin previamente haber obtenido la autorización expresa por parte del funcionario autorizado de la Autoridad Nacional del Agua.

**VII. COMPETENCIA TERRITORIAL**

Los desacuerdos, conflictos de intereses y otras acciones derivadas de la actuación, uso y acceso, se someten a la jurisdicción y competencia de los Jueces y Tribunales del Perú.

**VIII. MARCO LEGAL APLICABLE**

Si cualquier punto de este acuerdo de términos de uso es evaluado como no legal, nulo o por cualquier motivo no aplicable por las cortes de la competencia jurisdiccional, la validez y la aplicación de los restantes puntos no se verán afectadas.



## ANEXO 3

### DEFINICIONES DE TERMINOS USADOS EN REDES SOCIALES

- Acortador de URL: Servicio de la red que acorta los caracteres de una URL.
- Url Shortener: Es un servicio en internet que abrevia un link o url ([www.goo.gl](http://www.goo.gl)).
- Círculos: es la forma en que Google + permite agrupar a los contactos, bajo los criterios del propietario de la cuenta o página, facilitando una mejor distribución de la información, según los niveles creados por el usuario.
- Community Manager: O Social Media Manager. Es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en internet, específicamente en redes sociales.
- CM: es la abreviación de Community Manager.
- DM: Sigla de Direct Message, es un mensaje directo y privado entre dos cuentas de Twitter.
- Etiqueta o Tag: es una palabra clave asignada a una información almacenada en un sitio (Youtube, Flickr, Scribd, etc.). Es un metadato que describe al dato (foto, documento, video) y facilita su recuperación por parte de los usuarios en navegación a través de los motores de búsqueda como Google.
- Facebook: red social que permite la publicación de post, fotografías y links en el muro de página y/o perfil. Es necesario precisar que los perfiles generalmente son usados por los individuos y las páginas por las organizaciones del Estado o del sector privado.
- Flickr: es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías en tiempo real.
- Followers y/o seguidores: son las cuentas de personas u organizaciones que siguen a una cuenta en particular, en este caso a [www.twitter.com/ANAPeru](http://www.twitter.com/ANAPeru)
- Following y/o siguiendo: es la relación de cuentas seguida por otra.
- Google Places: es un servicio para que las empresas registren sus negocios en Google. Se podría comparar con un directorio online, como las páginas amarillas, sólo que es gratuito.
- Google Plus: o Google + es la red social de Google.
- Goo.gl: es un acortador de URL y permite el seguimiento a través de sus estadísticas.
- Hangout: o quedada, es una función de Google + donde el propietario de la página o perfil invita a sus contactos o círculos a participar de una conversación en el sistema de chat y video de la red.
- Hashtag: es una sucesión de caracteres o conjunto de palabras precedidas por un #, mediante las cuales se representa un tema de importancia para la institución. Reúne todos los tuits alrededor de cierto tema. Verbi gratia: #ANAcción #ANAtv #AlertaconElNiño.
- Hootsuite: es una aplicación web y móvil para gestionar redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn y Google +) por parte de personas u organizaciones.
- Link: se denomina de esta forma al enlace que conduce a una página web, documento, fotografía o video.
- Listas: es la relación de cuentas en Twitter creadas bajo los criterios de agrupación que el propietario de la lista haya optado. Verbi gratia de listas creadas por @ANAPeru: Recursos Hídricos, Entidades Públicas y Prensa.
- Microblogging: Servicio en internet que permite a sus usuarios enviar o publicar mensajes breves.
- Post: es la información publicada en la cuenta o página de Facebook.
- Redes sociales: son las plataformas y sitios web propios del Internet 2.0 destinadas al intercambio de información (data, videos, imágenes) en tiempo real permitiendo paralelamente la interacción entre sus integrantes.





- Retuit: o RT, es la forma en que se propaga los contenidos en Twitter, que consiste en reenviar el tuit de la cuenta a la que se sigue.
- Scribd: es un sitio web que permite a los usuarios publicar documentos de diversos formatos para poder compartirlos automáticamente en redes sociales como Facebook y Twitter mediante el "readcast".
- Streaming: es la distribución de multimedia (difusión de audio y video) permitiendo al usuario consumir el producto al mismo tiempo que lo descarga.
- Tag: Etiqueta o metadato.
- Timeline: o TL es el espacio donde se encuentran los tuits de la cuenta y los tuit de las cuentas a las que se sigue ordenados de forma cronológica.
- Trends: son los temas del momento o asuntos que en ciertos lapsos de tiempo son los más comentados en la plataforma.
- Trendtopic: Palabras o frases más repetidas en la red social Twitter.
- Troll: es el seguidor que solo busca provocar intencionadamente a otros seguidores o propietario de la cuenta y/o perfil, creando controversia, con fines diversos, desde la simple diversión hasta la interrupción o el desvío de los temas propuestos o comentarios de la página.
- Tuit y/o Tweet: es la unidad mínima de información publicable en Twitter. Puede constar de un (01) caracter hasta ciento cuarenta (140) caracteres.
- Twitter: es un microblogging que solo permite la publicación de información no mayor a ciento cuarenta (140) caracteres en tiempo real.
- URL: es un localizador de recursos uniforme, que se usa para nombrar recursos para su localización o identificación en internet, como documentos, imágenes, u otro contenido multimedia.
- Web 2.0: el término web 2.0 comprende los sitios que permiten compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. Además, facilita a los usuarios interactuar y colaborar entre sí, como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual, a diferencia de sitios web estáticos donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos creados para ellos. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones Web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de videos, las wikis y blogs.
- Web 3.0: Es un término utilizado para describir el uso e interacción de las personas en internet a través de diferentes formas que incluyen la transformación de la red en una base de datos, y crear contenidos accesibles por múltiples aplicaciones non-browser, el empuje de las tecnologías de inteligencia artificial, la web semántica, la web geoespacial o la web 3D.
- YouTube: Plataforma de propiedad de Google para compartir y visualizar videos.



ANEXO 4

FICHA DE REGISTRO PARA CREACIÓN DE UNA CUENTA INSTITUCIONAL EN REDES SOCIALES

Ficha de registro para creación de una cuenta institucional en redes sociales(\*)

1	Dirección, Oficina de Apoyo, Órgano Desconcentrado, Proyecto Especial:				
2	¿Actualmente tienen cuentas en alguna red social, por ejemplo Facebook?				
3	¿En qué redes sociales están registrados?	(Para los que dijeron sí en la pregunta 2)	Sí	No	Sí: dejar link
		Facebook			
		Twitter			
		Youtube			
		Flickr			
		Instagram			
		Scribd			
	Otra red social:				
4	Nombres y apellidos del responsable de redes sociales:				
5	Correo electrónico institucional del responsable	Ejemplo: <u>minombre@ana.gob.pe</u>			
6	Cargo:				
7	Correo electrónico que usará como usuario administrador de redes sociales (se sugiere una cuenta nueva en gmail)	ejemplo: AAACusco@gmail.com			
8	Teléfonos, anexos, whatsapp del responsable				
9	¿En qué red social desea tener una cuenta oficial?	Ejemplo: Facebook, Twitter, YouTube, etc.			





ANEXO 5

MODELO DE SOLICITUD PARA LA AUTORIZACIÓN DEL USO DE REDES SOCIALES

Ciudad, ..... de ..... del 20..

Ing. xxxxxxxxxxxx

Director de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional (DGCCI)

Presente.-

Solicito a usted autorización para presentar la propuesta de implementación del uso de redes sociales de la dirección/órgano desconcentrado/oficina de apoyo/proyecto oficial que tengo a cargo. Para lo cual cumplo con adjuntar los siguientes documentos debidamente completados:

Plan de comunicación estratégico táctico para redes sociales

Ficha de registro para creación de una cuenta institucional en redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, etc.)



Atentamente



(Firma)  
(DNI)



ANEXO 6

ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Conste por el presente documento, el Acuerdo de Confidencialidad para el uso de cuentas oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en redes sociales, de que suscriben:

- \_\_\_\_\_, peruano, con DNI N° \_\_\_\_\_, con domicilio real en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, provincia y departamento de Lima, en adelante el TRABAJADOR; y, de la otra
• AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA, con RUC N° \_\_\_\_\_, con domicilio real en \_\_\_\_\_, distrito de \_\_\_\_\_, provincia y departamento de Lima, debidamente representada por \_\_\_\_\_, peruano, identificado con DNI \_\_\_\_\_, en adelante el EMPLEADOR,

En los términos y condiciones que se desprenden de las cláusulas siguientes:

PRIMERA. DE LAS PARTES

El EMPLEADOR ha creado cuentas en diversas redes sociales, las que tienen el carácter de oficial, y a través de la cuales suministra información con valor a la comunidad en internet, y cuyas publicaciones y actualizaciones se regulan por la Directiva interna respectiva y las directrices administrativas dictadas para tal fin.

El TRABAJADOR es una persona autorizada para la operación o administración y uso de las cuentas oficiales de la Autoridad Nacional del Agua creadas en redes sociales.

SEGUNDA. AUTORIZACIÓN PARA USO DE USUARIO Y CONTRASEÑA

El TRABAJADOR se obliga a mantener la reserva y custodia debida de la (s) contraseña (s) proporcionada para el uso de la cuentas oficiales creadas en redes sociales para la Autoridad Nacional del Agua, asegurando así la seguridad de la información que en estas se gestiona.

TERCERA. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

En ese contexto, el TRABAJADOR se obliga a los siguientes deberes de confidencialidad:

- Hacer uso reservado de la información recibida utilizándola solo para la actualización y publicación de contenidos en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales.
• No divulgar, ni ceder total o parcialmente, la información confidencial o reservada proporcionada para el cumplimiento de sus funciones en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales.
• No hacer uso personal de la información total o parcial, obtenida como operador o administrador en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales.
• A conducir por el conducto regular la información conocida como producto de la interacción en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales, para los fines que el nivel jerárquico autorizado, estime pertinentes.

Estos deberes se extienden en el tiempo hasta \_\_\_ calendario adicional, luego de concluida la relación laboral.

Firmamos libre y voluntariamente en señal de conformidad, a los \_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 201\_

Table with 2 columns: TRABAJADOR and EMPLEADOR, and 2 rows: DNI and signature lines.





## ANEXO 7

### NORMAS DE CONVIVENCIA PARA EL USO DE CUENTAS OFICIALES DE LA AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA CREADAS EN REDES SOCIALES

La Autoridad Nacional del Agua, a través de sus cuentas oficiales en redes sociales, ofrece información y contenidos de valor a la comunidad en general.

La presencia en redes sociales busca dar a conocer la marca institucional, la actuación de sus funcionarios, los acontecimientos políticos, parte del desarrollo de la agenda oficial y, en general, contenidos que permitan una presencia activa y de contacto público virtual.

Reconoce y aprecia la intervención de los seguidores y participantes de sus contenidos e invita a la participación de las personas en todas las comunidades sociales en la red. En ese sentido, agradece los posts y contenidos publicados, especialmente aquellos que agregan valor a la marca institucional.

Es obligación de la Autoridad Nacional del Agua que las opiniones de los seguidores y participantes no constituyen la opinión institucional, ya que son ejercidas en uso de su libertad de expresión o comunicación, bajo las reglas del respeto mutuo y hacia los demás, de la privacidad de las personas y dentro del marco constitucional, legal y normativo vigente. La Autoridad Nacional del Agua no se hace responsable por las opiniones posteadas o publicada por terceros en ejercicio de esas facultades.

Bajo estos supuestos, la Autoridad Nacional del Agua, en forma unilateral puede eliminar o no publicar post o contenidos, que vulneren el alcance señalado. Una lista no restrictiva ni limitativa de estos posts o contenidos es la siguiente:

- Expresiones ofensivas, o que se consideren inapropiadas o afecten la dignidad de las personas
- Comportamientos violentos o intimidatorios
- Material pornográfico, contenido obsceno o sexual explícito
- Discursos de incitación al odio o discriminación, por motivo de origen, raza, sexo, idioma, religión, opinión, condición económica o de cualquiera otra índole
- El spam
- Contenidos maliciosos, o con sospecha de virus
- Mensajes de publicidad, propaganda o material promocional no solicitado
- Enlaces o referencias a sitios o actividades ilegales, de contenido violento, sexual, racista o discriminatorio;
- Contenidos con copyright o sujetos a derechos de autor
- Posts que contengan datos sensibles de las personas
- Datos personales ajenos al follower o comentarista
- Comentarios repetidos, incoherentes o no relacionados al tema en publicación
- Posts que difamen, calumnien o injurien a las personas
- Avisos de venta o comercio
- Aquellos contenidos o publicaciones que vulneren mandatos legales expresos.

La Autoridad Nacional del Agua por intermedio de la Dirección de Gestión del Conocimiento y Coordinación Interinstitucional –DGCCI se reserva el derecho de no sólo no publicar o eliminar las publicaciones de aquellas personas que en forma reiterada o con reincidencia afecten las normas de convivencia, sino que también ejercerá la facultad de bloquear o denunciar a dicha persona por el uso malintencionado a la administración de la red social. Estas normas de convivencia deben estar publicadas en las redes sociales y en el sitio web de las entidades.