



**INFOTEC CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN  
EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y  
COMUNICACIÓN**

DIRECCIÓN ADJUNTA DE INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO  
GERENCIA DE CAPITAL HUMANO  
POSGRADOS

**“RECOMENDACIONES PARA LOS  
SERVIDORES PÚBLICOS EN EL USO  
ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES”**

TIPO DE PROYECTO

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Que para obtener el grado de MAESTRO EN DERECHO DE LAS TECNOLOGÍAS  
DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

**PRESENTA:**

RIGOBERTO MARTÍNEZ BECERRIL

**ASESOR:**

MTRA. EVELYN TÉLLEZ CARVAJAL

**CIUDAD DE MÉXICO, MAYO DE 2018**



## AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Ciudad de México, 03 de mayo de 2018

La Gerencia de Capital Humano/ Gerencia de Investigación hacen constar que el proyecto terminal titulado:

**"Recomendaciones para los servidores públicos en el uso adecuado de las redes sociales"**

Desarrollada por el alumno

Nombre: **Rigoberto**

Apellido paterno: **Martínez**

Apellido materno: **Becerril**

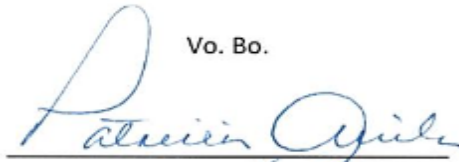
Desarrollado bajo la asesoría del:

**Mtra. Evelyn Téllez Carvajal**

Ha sido revisado y aprobado por miembro del Núcleo Académico Básico (NAB).

Por lo cual, se expide la presente autorización para impresión del proyecto terminal al que se ha hecho mención.

Vo. Bo.



Mtra. Patricia Ávila Muñoz  
Gerencia de Capital Humano

\*Anexar a la presente autorización al inicio de la versión impresa del proyecto integrado que ampara la misma.

## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. MARCO CONCEPTUAL DE LAS REDES SOCIALES .....</b>	<b>7</b>
1.1 CONCEPTO DE RED.....	7
1.2 TIPOS Y CLASIFICACIÓN DE REDES SOCIALES.....	9
1.3 REDES SOCIALES MÁS POPULARES.....	13
1.3.1 FACEBOOK .....	14
1.3.2 YOUTUBE .....	18
1.3.3 GOOGLE+.....	19
1.3.4 INSTAGRAM .....	21
1.3.5 TWITTER.....	22
<b>CAPÍTULO 2. DERECHO A LA PRIVACIDAD.....</b>	<b>27</b>
2.1 CONCEPTO DE PRIVACIDAD.....	27
2.2 TUTELA JURÍDICA DE LA PRIVACIDAD .....	35
2.3 ALCANCES DEL DERECHO A LA PRIVACIDAD EN MÉXICO .....	39
2.4 DERECHO A LA PRIVACIDAD DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS .....	42
2.5 DEFINICIÓN DE SERVIDOR PÚBLICO .....	46
<b>CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE REGULACIÓN SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES.....</b>	<b>54</b>
3.1 PROPUESTAS DE LEYES PARA REGULAR LAS REDES SOCIALES.....	54
3.2 ORDENAMIENTOS QUE REGULAN EL USO DE REDES SOCIALES .....	64
3.2.1 EN COLOMBIA .....	64
3.2.2 EN ESPAÑA .....	69
3.2.2.1 POLÍTICA Y GUÍA DE USOS Y ESTILOS EN REDES SOCIALES DEL AYUNTAMIENTO DE LORCA .....	70
3.2.2.2 GUÍA DE USOS Y ESTILOS EN REDES SOCIALES DEL GOBIERNO VASCO .....	74
3.2.2.3 GUÍA DE USOS Y ESTILO EN LAS REDES SOCIALES DE LA GENERALIDAD DE CATALUÑA .....	77
3.2.3 EN NUEVA ZELANDA.....	80
3.3 ORDENAMIENTOS QUE REGULAN EL USO DE REDES SOCIALES EN MÉXICO .....	83
3.3.1 PROTOCOLO DE USO DE TWITTER PARA FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO FEDERAL .....	83

<b>3.3.2 LINEAMIENTOS PARA LOS PORTALES Y REDES SOCIALES DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE OAXACA .....</b>	<b>85</b>
<b>3.3.3 INSTRUCTIVO DE USO PARA REDES SOCIALES INSTITUCIONALES DE LA UNAM .....</b>	<b>90</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>96</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>104</b>
<b>ANEXO ÚNICO .....</b>	<b>113</b>
<b>RECOMENDACIONES PARA LOS SERVIDORES PÚBLICOS EN EL USO ADECUADO DE LAS REDES SOCIALES .....</b>	<b>114</b>
<b>I.- ANALIZA LA PERTINENCIA DE TENER UNA CUENTA EN UNA RED SOCIAL DIGITAL CON FINES INSTITUCIONALES.....</b>	<b>114</b>
<b>II.- ACATA LAS REGLAS .....</b>	<b>115</b>
<b>III.- IDENTIFÍCATE .....</b>	<b>115</b>
<b>IV.- USA TU CUENTA INSTITUCIONAL ÚNICAMENTE CON FINES INSTITUCIONALES .....</b>	<b>116</b>
<b>V.- MANTÉN TU PERFIL PÚBLICO .....</b>	<b>117</b>
<b>VI.- ASUME TU RESPONSABILIDAD .....</b>	<b>117</b>
<b>VII.- COMPARTE INFORMACIÓN DE CALIDAD Y VERAZ .....</b>	<b>118</b>
<b>VIII.- PIENSA DOS VECES ANTES DE COMPARTIR .....</b>	<b>118</b>
<b>IX.- CUIDA LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA .....</b>	<b>119</b>
<b>X.- SÉ RESPETUOSO Y CORDIAL.....</b>	<b>119</b>
<b>XI.- CONTESTA SÓLO LO QUE PUEDES Y LO QUE SABES .....</b>	<b>120</b>
<b>XII.- RESPETA LA RESERVA Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>120</b>
<b>XIII.- RECONOCE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y RESPETA LOS DERECHOS DE IMAGEN .....</b>	<b>120</b>
<b>XIV.- NO DESCUIDES TU CUENTA INSTITUCIONAL.....</b>	<b>120</b>
<b>XV.- EVALÚA Y DECIDE .....</b>	<b>121</b>

## Introducción

El Internet, término que procede de las palabras en inglés *Interconnected Networks* (redes interconectadas), “es la unión de todas las redes y computadoras distribuidas por todo el mundo, por lo que se podría definir como una red global en la que se conjuntan todas las redes que utilizan protocolos TCP/IP y que son compatibles entre sí”.<sup>1</sup>

De acuerdo al Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Internet es la “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación”.<sup>2</sup>

Otro concepto dispone que: “... el Internet no es una entidad física tangible, sino más bien una red gigante que interconecta innumerables grupos de menor tamaño de redes de computadoras interconectadas. Es pues la red de redes”,<sup>3</sup> y constituye hoy en día una herramienta tecnológica que resulta indispensable en la vida y desarrollo del ser humano.

En efecto, la implementación del Internet y su constante evolución ha permitido que el hombre haya desarrollado en muy corto tiempo una serie de herramientas, mecanismos, habilidades, modelos, etcétera, para elevar su calidad de vida contribuyendo así mismo con la evolución de la especie humana.

---

<sup>1</sup> Concepto definición de, *Internet*, <http://conceptodefinicion.de/internet/> (fecha de consulta: 28 de octubre del 2016).

Véase: Barry M. Leiner, *et al.*, “A Brief History of the Internet”, en ACM SIGCOMM Computer Communication Review, Volumen 39, Número 5, Octubre 2009, pp. 24 y 25 disponible en: <http://www.cs.ucsb.edu/~almeroth/classes/F10.176A/papers/internet-history-09.pdf>, (fecha de consulta: 16 de noviembre del 2016).

<sup>2</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Internet, <http://dle.rae.es/?id=LvskgUG> (fecha de consulta: 16 de noviembre del 2016).

<sup>3</sup> Álvarez, Clara Luz, “Internet y derechos fundamentales”, México, Porrúa, 2011, p. 1.

La implementación de la red de redes ha generado diversas ventajas, entre las que podemos destacar las siguientes:

- Nos permite allegarnos de una cantidad inmensa de información a la que de forma física no podríamos acceder. Asimismo, nos permite analizarla de forma rápida y sencilla.
- El Internet permite que el intercambio de información sea mucho más sencillo, aunado a que nos posibilita comunicarnos prácticamente con cualquier persona con independencia del lugar del planeta donde se encuentre.
- Permite que nos enteremos prácticamente en tiempo real de acontecimientos que suceden en cualquier lugar del planeta Tierra.
- El Internet es una herramienta fundamental para que las empresas promuevan, vendan sus productos y presten servicios en forma masiva a todas las personas del mundo.
- Permite que las naciones subdesarrolladas y en vías de desarrollo accedan al conocimiento científico y tecnológico de los países de primer mundo.
- Facilita la generación de capacitaciones, cursos, diplomados, posgrados, etcétera, de forma económica, eficiente y con un ámbito mayor de cobertura, en otras palabras, facilita la difusión de la educación y la cultura.
- Acerca a las personas, mediante el uso de herramientas como el correo electrónico y las redes sociales.
- El comercio electrónico es uno de los grandes beneficios que brinda el Internet, permitiendo que las empresas, con independencia de su tamaño, puedan comerciar en cualquier lugar y con cualquier persona. Asimismo, ha permitido el desarrollo de nuevos y eficientes modelos de negocio.
- Agiliza las transacciones bancarias.

El aumento de la penetración del Internet y de su uso, tanto en nuestro país como a nivel mundial, ha generado que la actividad de las personas en la red tenga un mayor impacto y consecuencias tanto positivas como negativas que no se vislumbraban en los diversos ámbitos en los que nos desarrollamos los cibernautas.

En el mismo tenor, el uso de las redes sociales es algo cada vez más común y más constante, pero la actividad en éstas no está claramente definida, no podemos calificarla a *priori* como un acto que recaiga en la esfera privada o en el ámbito público de las personas, en virtud de que no existe una regulación formal que determine cómo considerar su uso y en qué casos su utilización acarrea responsabilidades jurídicas o si puede o debe generarlas.

Aunado a lo anterior, hay personas que, dada su actividad, notoriedad o amplia popularidad, poseen un espectro menor de protección a su vida privada, aunque jurídicamente posean los mismos derechos a la privacidad, al honor y a la intimidad que cualquier persona que no sea famosa o pública, como es el caso de los servidores públicos.

Debido a esas circunstancias, en algunos países como Colombia y España se ha optado por delimitar el uso de redes sociales a través de lineamientos, directrices o recomendaciones, tomando en consideración el carácter de la cuenta: pública, profesional o privada; así como el tipo de usuario.

En nuestro país, recientemente hemos visto algunos casos en los que el uso indebido de las redes sociales por parte de ciertos servidores públicos ha generado como consecuencia, incluso, la separación de sus cargos.

A guisa de ejemplo, el 15 de agosto del año 2015, en una nota elaborada por la redacción de “Monitor”, se dio a conocer que: “Salvador Hernández Hernández, quien fungía como secretario del ayuntamiento del “Pueblo Mágico” de Mapimí, en Durango, fue despedido por supuestamente publicar un desnudo en redes sociales”.<sup>4</sup>

Al respecto, la alcaldesa de Mapimí, Martha Castro, declaró: “Un servidor público de mi administración siempre debe manejarse con total integridad y respeto

---

<sup>4</sup> Redacción del diario Monitor, “*Funcionario de Durango es despedido por publicar desnudo en redes sociales*” en el periódico Monitor, <http://www.monitornacional.com/funcionario-de-durango-es-despedido-por-publicar-desnudo-en-redes-sociales/> (fecha de consulta: 16 de noviembre del 2016).

al cargo que ocupa y a la representación que tiene de la ciudadanía”, razón por la cual fue despedido sin contemplaciones.<sup>5</sup>

Otro caso, lo constituye el dato a conocer el 9 de septiembre del 2016, el cual fue publicado por diversos medios de comunicación, entre ellos el periódico “El Universal”, cuya nota señala: “Enrique Ruiz Valdez renunció a su cargo como director del Instituto Municipal de la Juventud de Ahome, tras las críticas desatadas luego de que en redes sociales se burlara de quienes no pueden comprar el nuevo iPhone 7”.<sup>6</sup>

El ex-servidor público en mención publicó a través de su cuenta de Facebook lo siguiente: “Ya tengo I phone 7, los que tiene 6 para abajo ¿ya comieron? JAJAJAJA”, lo que generó múltiples comentarios de indignación y enojo, que a la postre lo obligaron a renunciar.

En nuestra opinión, en México no existe concientización sobre el uso de las redes sociales. Tampoco se tiene claramente delimitado cuál debe ser el uso que puede o debe dársele a éstas, y los servidores públicos perdemos de vista que, dado su encargo, gozan de una menor protección en su privacidad e intimidad en comparación con una persona que no se desempeña como trabajador gubernamental.

En mérito de lo anterior, el presente trabajo tiene como objetivo identificar algunas de las buenas prácticas que se han adoptado tanto en México como en otras partes del mundo para el uso de las redes sociales, para que con base en ellas generemos una serie de recomendaciones dirigidas específicamente a servidores públicos.

---

<sup>5</sup> *Ídem.*

<sup>6</sup> Cabrera Martínez, Javier, “Renuncia funcionario tras burlarse de quienes no pueden para iPhone 7” en el periódico El Universal, <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/09/9/renuncia-funcionario-tras-burlarse-de-quienes-no-pueden-pagar-iphone7> (fecha de consulta: 16 de noviembre del 2016).



A efecto de lo anterior, será menester crear un marco conceptual sobre redes sociales, analizar el derecho a la privacidad y sus alcances respecto de los servidores públicos y estudiar la normativa, lineamientos y/o recomendaciones sobre el uso de las redes sociales, lo que realizaremos en los siguientes tres capítulos.



# Capítulo 1

## Marco conceptual de las redes sociales

## Capítulo 1. Marco conceptual de las redes sociales

En el presente capítulo realizaremos un marco teórico y conceptual sobre las redes sociales, conceptualizaremos términos que nos resultan esenciales para poder contextualizar el tema que desarrollaremos a lo largo del presente trabajo, tales como: redes sociales, sus tipos y clasificación, cuáles son las redes sociales más populares y una descripción general de ellas.

### 1.1 Concepto de red

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, la palabra “red” proviene del latín “*rete*”. Entre los diversos significados que tiene la palabra red, se encuentra el siguiente “conjunto de elementos organizados para determinado fin”.<sup>7</sup>

En términos del diccionario citado la palabra red aplicada a la informática debe entenderse como: “Conjunto de computadoras o de equipos informáticos conectados entre sí y que pueden intercambiar información”.

Por otra parte, “social” es aquello “perteneciente o relativo a la sociedad”,<sup>8</sup> e implica, de forma general, un conjunto de individuos que se relacionan entre sí y forman una comunidad. Lo social suele implicar un sentido de pertenencia.

A mayor detalle, “las redes son formas de interacción social definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Consisten en un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos”.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, red, <http://dle.rae.es/?id=VXs6SD8> (fecha de consulta: 28 de octubre del 2016).

<sup>8</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, social, <http://dle.rae.es/?id=YBny63i> (fecha de consulta: 16 de noviembre del 2016).

<sup>9</sup> González Frea, Leandro, *Aspectos Legales y Normativos de las Redes Sociales*, <http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes->

Al respecto y de una forma más concreta, Nicholas A. Christakis y James Fowler<sup>10</sup> nos dicen que: “una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos”.<sup>11</sup>

Con base en lo antes mencionado, podemos afirmar que una red social es una estructura que forma un grupo de personas unidas por un vínculo cuyo hilo conductor lo constituye un interés común. Así las cosas, pueden existir un sinnúmero de redes sociales en la medida que existan intereses afines que unan a un grupo de personas, de tal manera que hoy en día podemos advertir la existencia de redes sociales con fines laborales, de amistad, comerciales, profesionales, entre muchas otras.

Ahora bien, el uso del Internet y el surgimiento de nuevas tecnologías ha generado que el concepto de red social haya evolucionado para hacer referencia a una plataforma digital que favorece la creación de comunidades virtuales, en las cuales es posible acceder a servicios que permiten armar grupos según los intereses de los usuarios, compartiendo fotografías, videos, aficiones, opiniones e

---

sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/ (fecha de consulta: 28 de octubre del 2016).

<sup>10</sup> Nicholas A. Christakis es doctor en física y sociología quien tiene estudios en el área de la ciencia biosocial, investigando los predicados biológicos y las consecuencias de los fenómenos sociales. Dirige el Laboratorio de la Naturaleza Humana en la Universidad de Yale. Y fundamentalmente es experto en la relación entre las redes sociales y el bienestar, su página oficial puede consultarse en: <http://nicholaschristakis.net/>

James H. Fowler cuenta con un doctorado en gobierno por la Universidad de Harvard y es experto en la interrelación entre las ciencias naturales y sociales con un enfoque en las redes sociales, el comportamiento social, la evolución, la política, la genética y los datos. Cuenta con obra extensa en la materia. Su página oficial puede consultarse en: <http://fowler.ucsd.edu/>.

<sup>11</sup> Christakis Nicholas A., Fowler James H., *Conectados*, Madrid, Editorial Taurus, 2010, p. 27

información en general sobre un tema específico. Este tipo de redes son conocidas como redes sociales digitales o redes sociales *online*.

En otras palabras, “las redes sociales [*online*] son servicios ofrecidos a través de la web que le permiten a un individuo construir un perfil público (para formar parte de la red) y crear una lista de contactos (para elaborar su propia red), con los cuales se podrá compartir información a través de distintos vínculos”.<sup>12</sup>

A efecto de abundar en nuestro tema procederemos a señalar los tipos de redes sociales y describir algunas de las clasificaciones que existen respecto de éstas.

## 1.2 Tipos y clasificación de redes sociales

Los tipos de redes sociales son básicamente dos, las analógicas o redes sociales *offline* y las digitales o redes sociales *online*, las cuales se explican a continuación:

*Analógicas o redes sociales offline*: Son aquellas en las que las relaciones sociales, con independencia de su origen, se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos (...)

*Digitales o redes sociales online*: Son aquellas que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos.<sup>13</sup>

Con base en estos conceptos podríamos afirmar que las redes sociales analógicas constituyen la acepción primigenia o más pura del concepto red social, en tanto que en ellas se requiere de manera forzosa una interacción personal de sus miembros, quienes se reúnen atendiendo a un interés común. La versión

---

<sup>12</sup> Rodríguez, Gaspar. *Presencia de las redes sociales en los centros de autoacceso*, en Leaa Lenguas en Aprendizaje Autodirigido, revista electrónica de la mediateca del CELE-UNAM, México, UNAM, 2013, año 5, número. 1, disponible en: <http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/ano05/num01/0501a06.pdf> (fecha de consulta: 29 de noviembre del 2016).

<sup>13</sup> Burgueño, Pablo, *Clasificación de Redes Sociales*, <http://www.pablofb.com/pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/> (fecha de consulta: 29 de octubre del 2016).

moderna de este concepto es la red social digital, la cual requirió para su conformación de tecnología que se inventó hasta el siglo XX, misma que resulta indispensable para su formación, pues a través de ésta es que se logra agrupar virtualmente a sus miembros sin que inclusive se conozcan o interactúen físicamente.

Ahora bien, podemos clasificar las redes sociales con base en múltiples criterios. Algunas que se han generado atienden a su público objetivo y temática, por el sujeto principal de la relación, por su localización geográfica y por su plataforma, los cuales describiremos brevemente a continuación.

Atendiendo al público objetivo y temática, las redes sociales pueden ser horizontales o verticales.

Las redes sociales horizontales son: "...aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Los ejemplos más representativos del sector son Facebook, Twitter, Orkut, Identi.ca".<sup>14</sup>

Por su parte, las redes sociales verticales "están concebidas sobre la base de un eje temático agregador. Su objetivo es el de congregarse en torno a una temática definida a un colectivo concreto, en función de su especialización."<sup>15</sup>

Las redes sociales verticales, en virtud de que tienen un público y un objetivo determinado, puede clasificarse a su vez en profesionales, de ocio y mixtas, entendidas éstas por Pablo Burgueño en los siguientes términos:

- Redes sociales verticales profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios. Los ejemplos más representativos son Viadeo, Xing y Linked In.
- Redes sociales verticales de ocio: Su objetivo es congregarse a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans,

---

<sup>14</sup> Flores Cueto, Juan José y otros, *Las redes sociales*, [http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes\\_sociales.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf) (fecha de consulta: 30 de noviembre del 2016).

<sup>15</sup> *Ídem*.

etcétera. Los ejemplos más representativos son Wipley, Minube, Dogster, Last.FM y Moterus.

- Redes sociales verticales mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles: Yuglo, Unience, PideCita, 11870.<sup>16</sup>

Ahora bien, de acuerdo con Leandro González Frea,<sup>17</sup> con base en el sujeto principal de la relación, las redes sociales pueden ser clasificadas en humanas, de contenidos y de inertes descritas de la siguiente manera:

- Redes sociales humanas: Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades. Ejemplos de este tipo de redes los encontramos en Koornk, Dopplr, Youare y Tuenti.
- Redes sociales de contenidos: Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Los ejemplos más significativos son Scribd, Flickr, Bebo, Friendster, Dipity, StumbleUpon y FileRide.
- Redes sociales de inertes: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objeto es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes

---

<sup>16</sup> Burgueño, Pablo, *op. cit.*, nota 13.

<sup>17</sup> Leandro González Frea es abogado egresado de la Universidad Nacional de Mar del Plata, especializado en Derecho informático y nuevas tecnologías, cuenta además con un máster en Derecho de la empresa en la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, España, un posgrado en negociación en la Universidad de Barcelona, España, un posgrado en régimen jurídico de banco de datos y uno más en contratos telemáticos, ambos éstos últimos en la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Es director del estudio jurídico: Gonzalez Frea - Naudin & Asoc., que se especializa en asesoramiento legal para empresas de Tecnologías de la Información.

sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red. El ejemplo más llamativo es Respectance.<sup>18</sup>

Una clasificación más de las redes sociales es aquella que se realiza por la localización geográfica de la red social, siendo sedentarias y nómadas, a saber:

- Redes sociales sedentarias: Se refiere a aquellas redes que se modifican de acuerdo con los contenidos publicados, las relaciones, eventos, etcétera. Algunos ejemplos son Blogger y Plurk.
- Redes sociales nómadas: De características similares a las redes sociales sedentarias, a las cuales se les suma un nuevo elemento basado en la ubicación geográfica del sujeto. En otras palabras, las redes sociales nómadas mutan de acuerdo con la cercanía existente entre los usuarios, los lugares visitados, etcétera. Ejemplos son Latitud y Fire Eagle.<sup>19</sup>

Finalmente, una clasificación más de las redes sociales atiende a la plataforma sobre la que están montadas, siendo éstas:

- Red social MMORPG (massively multiplayer online role-playing game) y Metaversos: Normalmente construidos sobre una base técnica Cliente-Servidor (WOW, SecondLife, Lineage) (...)
- Red social web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web. Algunos ejemplos representativos son: MySpace, Friendfeed y Hi5.<sup>20</sup>

Una vez que hemos visto los tipos y clasificaciones de las redes sociales describiremos brevemente las que, de acuerdo con diversos estudios, cuentan con

---

<sup>18</sup> González Frea, Leandro, *op. cit.*, nota 9.

<sup>19</sup> Enciclopedia de Clasificaciones, Tipos de redes sociales, <http://www.tiposde.org/internet/87-tipos-de-redes-sociales/> (fecha de consulta: 29 de octubre del 2016).

<sup>20</sup> Burgueño, Pablo, *op. cit.* nota 13.



una mayor cantidad de usuarios, pues dado su alto número de usuarios resultan las más representativas para efectos del presente trabajo.

### 1.3 Redes sociales más populares

Mercedes Piedra, de *Marketing Online*, en el ensayo intitulado: “Redes Sociales más usadas en 2016”,<sup>21</sup> de febrero del 2016, señala que la red social más utilizada es Facebook, red social que cuenta con 1,550 millones de usuarios en todo el mundo. La autora destaca el cambio que está sufriendo esta red social, pues Facebook desde hace unos meses favorece los vídeos por encima de las imágenes, afirma.

Asimismo, en el ranking realizado por Mercedes Piedra, You Tube ocupa el segundo puesto con 1,300 millones de usuarios, seguido por Google +, red social que tiene 418 millones de usuarios. El cuarto y quinto lugar, de acuerdo con *Marketing Online* lo ocupan Instagram y Twitter con 400 millones y 320 millones de usuarios, respectivamente.

Por lo que hace a nuestro país, el 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016,<sup>22</sup> realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), arroja que para el año 2015 existía una penetración de Internet del 59%, lo que equivalía a 65 millones de internautas mexicanos, aproximadamente.

Algunos otros datos que destacan en el estudio en mención son que el tiempo promedio diario de conexión es de 7 horas y 14 minutos; que el dispositivo que mayormente se utiliza para conectarse a Internet es el *Smartphone* y que conectarse a Internet se hace principalmente con el fin de acceder a alguna de las

---

<sup>21</sup> Piedra, Mercedes, *Redes Sociales más usadas en 2016*, <http://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/> (fecha de consulta: 29 de octubre del 2016).

<sup>22</sup> Asociación Mexicana de Internet, *12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016*, [https://www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf) (fecha de consulta: 30 de octubre del 2016).

redes sociales. Asimismo, de este estudio llama la atención que el cibernauta mexicano, en promedio, forma parte de 5 redes sociales.

Finalmente, del 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, en cuanto a las redes sociales destacan los siguientes datos:

- La red de referencia en nuestro país sigue siendo Facebook.
- WhatsApp es usada por 8 de cada 10 internautas. YouTube, Twitter y Google+ son tres redes con niveles de penetración parecido (igual que en 2015) pero con menos seguidores que la líder.
- LinkedIn, la primera red profesional, tiene una penetración del 20% (alineada a los resultados de 2015).<sup>23</sup>

Ahora bien, para entender un poco más sobre las redes sociales más populares, procederemos a describir su objeto, específicamente de las que hemos mencionado como Top 5 de la lista de Marketing *Online*, es decir, de Facebook, YouTube, Google+, Instagram y Twitter.

### **1.3.1 Facebook**

Facebook, red social creada por Mark Zuckerberg en el año de 2004, es la red social con más número de usuarios a nivel mundial, rebasando los 2, 167 millones según datos de enero de 2018, la cual permite contactar con las personas que la usan en todo el mundo.

Esta red social nos permite “gestionar nuestro propio espacio personal: crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir nuestro estado de ánimo con otros usuarios de la red”.<sup>24</sup>

“La principal utilidad de esta página es la de compartir recursos, impresiones e información con gente que ya conoces (amigos o familiares). Aunque también se

---

<sup>23</sup> *Ídem*.

<sup>24</sup> Blog de WordPress.com, *Redes sociales*, <https://claumarisolmg.wordpress.com/> (fecha de consulta: 24 de noviembre del 2016).

puede utilizar para conocer gente nueva o crear un espacio donde mantener una relación cercana con los clientes de tu negocio”.<sup>25</sup>

Aunado a lo anterior, Facebook “tiene un componente importante de interactividad. Posee una serie de mini aplicaciones disponibles, como por ejemplo juegos que permiten interactuar con otros usuarios. Por otra parte permite desarrollar aplicaciones que puedan ser utilizadas desde la página web”.<sup>26</sup>

Algunos de los conceptos clave para el uso de esta red social son los siguientes:

- Amigo: “Así se conoce a los usuarios que han sido confirmados como un contacto de otro usuario. Esto demuestra el carácter personal de esta red social, pero significa que un amigo en Facebook no necesariamente es amigo en el mundo real.”<sup>27</sup>

En efecto, el término “amigo” es una forma genérica para denominar a los usuarios de Facebook que han aceptado la invitación de otro usuario para estar en contacto y poder seguir sus publicaciones.

- Perfil: En este apartado el usuario de Facebook incorpora cierta información que desea que sus amigos conozcan de él, es la forma como deseamos que nos vean los usuarios de esta red social.

La página de Facebook establece al respecto, que:

“tu perfil cuenta tu historia. Tú eliges qué compartir, por ejemplo, tus intereses, fotos e información personal como tu ciudad de origen, y

---

<sup>25</sup> Aula Clic, *La red social Facebook*, <http://www.aulaclic.es/articulos/facebook.html> (fecha de consulta: 30 de octubre del 2016)

<sup>26</sup> *Ídem*.

<sup>27</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Gobierno de Colombia, *Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el Estado Colombiano*, Colombia, 2011, p. 13.

[http://www.ucaldas.edu.co/docs/redes\\_sociales/redes\\_sociales\\_lineamientos\\_2011.pdf](http://www.ucaldas.edu.co/docs/redes_sociales/redes_sociales_lineamientos_2011.pdf) (fecha de consulta: 30 de octubre del 2016).

con quién compartirlo. Tu perfil también incluye tu biografía, donde puedes ver tus propias publicaciones y las publicaciones en que te etiquetaron. La Configuración de biografía y etiquetado te ayudará a administrar las etiquetas y revisar quién puede agregar y ver contenidos en tu biografía”.<sup>28</sup>

- Estado: “Es la principal forma en la que los usuarios publican sus mensajes en esta red social. Contestando a la pregunta, ¿Qué estás pensando?, los usuarios actualizan a sus amigos por medio de su estado o status en inglés”.<sup>29</sup>
- Noticias: Nos muestra las actualizaciones de estado de nuestros amigos en Facebook.

“Las historias que se muestran en la sección de noticias vienen determinadas por tus conexiones y tu actividad en Facebook. De este modo, puedes ver historias que te interesan de los amigos con los que más interactúas. La cantidad de comentarios y Me gusta que recibe una publicación y el tipo de historia de la publicación (por ejemplo: foto, video, actualización de estado) también pueden aumentar sus probabilidades de aparecer en tu sección de noticias.”<sup>30</sup>

- Comentario:

“Este es el mecanismo por el que se genera una buena parte de la conversación en Facebook. En general, los usuarios tienen la oportunidad de escribir mensajes cortos en las actualizaciones de estado de sus

---

<sup>28</sup> Facebook, *Tu perfil y tu configuración*, [https://es-la.facebook.com/help/www/239070709801747?helpref=hc\\_global\\_nav](https://es-la.facebook.com/help/www/239070709801747?helpref=hc_global_nav).

(fecha de consulta: 7 de diciembre del 2016).

<sup>29</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Gobierno de Colombia, *op. cit.*, p. 13, nota 27.

<sup>30</sup> Facebook, *Funcionamiento de la sección "Últimas noticias"*, <https://es-la.facebook.com/help/327131014036297/> (fecha de consulta: 7 de diciembre del 2016).

amigos, a las que los mismos pueden responder directamente con otro comentario. Dichas conversaciones son públicas, lo cual quiere decir que suelen ser visibles para los otros amigos de los usuarios. No obstante, esta funcionalidad puede ser deshabilitada en la configuración de seguridad de los usuarios”.<sup>31</sup>

- Me gusta (Like): “El botón más popular creado por Facebook. Es útil para indicar que un tipo de contenido es del gusto de quien lo ve. Hacer clic en Me gusta es una forma de hacer un comentario positivo y conectar con las cosas que más te gustan en Facebook”.<sup>32</sup>
- El muro (Wall): “Es el elemento central sobre el que el usuario se relaciona con sus amigos, donde se dejan los mensajes u otros elementos (vídeos, enlaces, fotos...). Lo que se cuelga allí es público para todos los contactos y aparece como en los blogs, en orden cronológico inverso”.<sup>33</sup>
- Eventos: “te permiten responder a invitaciones y organizar reuniones en el mundo real con personas en Facebook. Puedes crear o asistir a un evento de cualquier clase, desde una cena de cumpleaños hasta una recaudación de fondos para escuelas. Cuando creas un evento, tú controlas quién puede verlo o unirse a él”.<sup>34</sup>
- Solicitud de amistad o Friend Request: “Mensaje enviado a otro usuario como petición para pertenecer a su lista de contactos y viceversa. Una vez recibida

---

<sup>31</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Gobierno de Colombia, *op. cit.*, p. 13, nota 27.

<sup>32</sup> El idioma de la Web, *Glosario de términos y palabras frecuentes usadas en Facebook*, <http://elidiomadelaweb.com/facebook/glosario-de-terminos-y-palabras-frecuentes-usadas-en-facebook/> (fecha de consulta: 6 de diciembre del 2016).

<sup>33</sup> Olivé, Mireia, *Glosario de términos de Facebook para nuevos usuarios*, <https://mireiaolive.wordpress.com/> (fecha de consulta: 7 de diciembre del 2016).

<sup>34</sup> Facebook, *Servicios de ayuda, eventos*, [https://es-la.facebook.com/help/www/1076296042409786?helpref=hc\\_global\\_nav](https://es-la.facebook.com/help/www/1076296042409786?helpref=hc_global_nav) (fecha de consulta: 7 de diciembre del 2016).

la solicitud, el usuario puede denegar o aceptar y agregar un nuevo contacto para compartir con él su contenido e información”.<sup>35</sup>

### 1.3.2 YouTube

YouTube es una red social que fue lanzada en mayo de 2005, la cual, de acuerdo a su propia página, permite que millones de personas descubran, miren y compartan videos originales.

“YouTube ofrece un foro para que los usuarios se conecten, se informen e inspiren a otras personas en todo el mundo. Además, funciona como una plataforma de distribución para creadores de contenido original y grandes y pequeños anunciantes. YouTube es una empresa de Google”.<sup>36</sup>

En el uso de esta red social, existen algunos conceptos que debemos tomar en consideración para una mayor comprensión, por ejemplo:

- Canal: “es el espacio o página que creas para subir tus vídeos y mantener coherencia y orden entre tus contenidos. Se trata de tu página pública, donde otros pueden ver toda tu actividad, como los vídeos subidos, las listas de reproducción, los vídeos que te han gustado, los que has marcado como favoritos y los comentarios. Su dirección adopta la forma de [youtube.com/nombredelcanal](http://youtube.com/nombredelcanal)”.<sup>37</sup>
- Subir: Consiste en agregar un nuevo video a tu canal para su libre reproducción por parte de los usuarios de esta red social.

---

<sup>35</sup> Fundación Flamboyán, *Glosario de términos utilizados en las redes sociales*, <http://flamboyanfoundation.org/wp/wp-content/uploads/2014/12/Glosario-de-t%C3%A9rminos-redes-sociales.pdf> (fecha de consulta: 6 de diciembre del 2016).

<sup>36</sup> Youtube, *Acerca de Youtube*, <https://www.youtube.com/yt/about/es-419/> (fecha de consulta: 30 de octubre del 2016).

<sup>37</sup> Muñoz, José Antonio, *El lenguaje de Youtube ¿Lo conoces?* <http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/el-lenguaje-de-youtube> (fecha de consulta: 8 de diciembre del 2016).

- Suscriptor: “Este es el mecanismo mediante el cual un usuario puede estar al tanto de las actualizaciones y los nuevos videos hechos por otro usuario cuyo contenido es de interés permanente”.<sup>38</sup>
- Favorito: “Esta funcionalidad permite a los usuarios seleccionar los videos específicos de un usuario que son de su interés, sin necesidad de suscribirse a todo el canal”.<sup>39</sup>
- Lista de reproducción:
 

“colección de videos relacionados con una determinada temática que puedes reproducir, compartir o insertar en bloque. Para su elaboración puedes emplear cualquier video de Youtube. Igualmente, un mismo video puede figurar en varias listas de reproducción. Las listas de reproducción de Youtube ayudan a su algoritmo de recomendaciones a decidir que contenidos son parecidos o están relacionados y por lo tanto mostrarlos al finalizar el video o en la barra de relacionados”.<sup>40</sup>

### 1.3.3 Google+

“Google+ fue lanzada el 28 de junio de 2011, cuenta con una presencia en más de 44 países. Todos los usuarios registrados de Gmail, Youtube o Android, entre otros, tienen acceso a esta red social, por defecto”.<sup>41</sup>

No obstante, Google afirma que Google+ no es una red social, pues convive con el resto de productos y servicios de Google y en virtud de que su funcionamiento difiere del funcionamiento y uso que se le da a Facebook o Twitter, por ejemplo:

---

<sup>38</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Gobierno de Colombia, *op. cit.*, p. 14, nota 27.

<sup>39</sup> Ídem.

<sup>40</sup> Muñoz, José Antonio, *op. cit.*, nota 37.

<sup>41</sup> Choquehuanca, Emerson, *presentación en prezi de Google plus*, <https://prezi.com/l71hw3wz0wjg/google/> (fecha de consulta: 7 de diciembre del 2016).

“Google+ aparece más como una “capa social” (término usado por Google) porque no es un producto nuevo, aislado, sino que integra otros servicios de la casa que ya tienen una posición de líder como lo son YouTube o Gmail. Es más bien una nueva característica de una versión “2.0” de todo el conjunto de servicios de Google.

De alguna manera, Google ha aprovechado el tirón de las redes sociales de una manera muy inteligente porque ha sabido utilizar el atractivo de la interacción social para crear una herramienta que no se centra solo en los aspectos propios de una red social (la interacción directa entre los miembros interconectados, los “perfiles” de Google+), sino que es mucho más: usa esta faceta para potenciar aún más sus servicios consolidados y de una manera totalmente transversal a lo largo y ancho de todos ellos”.<sup>42</sup>

De acuerdo a Francisco Rubira, “las características de Google+ son únicas: en primer lugar, integra varios servicios: Google Mail y YouTube. Además, ofrece los *Hangouts* (quedadas en castellano) que permite efectuar llamadas telefónicas y videoconferencias para, de esta manera, realizar *webinars*, trabajar en equipo, atender clientes remotos. (...)”.<sup>43</sup>

Google+ también integra Google *Calendar*, por lo que se puede utilizar como agenda y como gestor de citas para realizar *hangouts*.

Así pues, Google+ integra muchos servicios de Google que ofrece como un servicio transversal, de tal manera que es un conjunto de aplicaciones que se relacionan entre sí para dar un mejor servicio al usuario de ésta capa social como le denomina Google.

---

<sup>42</sup> López, Berto, *Qué es Google+ (Google Plus), cómo funciona y qué te puede aportar* en Ciudadano 2.0, <https://www.ciudadano2cero.com/google-plus-que-es-como-funciona/> (fecha de consulta: 31 de octubre del 2016).

<sup>43</sup> Rubira, Francisco, *¿Qué es Google Plus y para qué sirve?* en El Confidencial Digital, [http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Google-Plus-sirve\\_0\\_2364963501.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Google-Plus-sirve_0_2364963501.html) (fecha de consulta: 31 de octubre del 2016).



### 1.3.4 Instagram

Instagram es una red social y aplicación para subir fotos y videos.

Sus usuarios también pueden aplicar efectos fotográficos como filtros, marcos, similitudes térmicas, áreas subyacentes en las bases cóncavas, colores retro y vintage (antiguo), y posteriormente compartir las fotografías en la misma red social o en otras como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter.

(...) Además, ésta red social también cuenta con un medio de comunicación privado para hablar llamado *Instagram Direct*.<sup>44</sup>

Esta red social permite además la realización de las siguientes actividades:

- “Publicar fotos y videos que quieras que aparezcan en la cuadrícula de tu perfil.
- Compartir varias fotos y videos (la cantidad que quieras) en tu historia.
- Mirar historias de las personas que sigues en la barra situada en la parte superior de tu sección de noticias.
- Descubrir fotos y videos que te pueden gustar y seguir nuevas cuentas en la pestaña "Explorar".<sup>45</sup>

Aunado a lo anterior, Instagram cuenta con dos herramientas que recientemente agregó, la primera de ellas, *Live video*, permite emitir videos en directo que desaparecen cuando concluye la retransmisión de éstos y la segunda de ellas, permite enviar fotos y videos efímeros a las conversaciones privadas que se sostienen a través de *Instagram Direct*.

Como mencionamos en páginas anteriores, Instagram es la cuarta red social más popular del mundo.

---

<sup>44</sup> Wikipedia, *Instagram*, <https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram> (fecha de consulta: 9 de noviembre del 2016).

<sup>45</sup> Un vistazo a iTunes, *Instagram*, descripción, <https://itunes.apple.com/mx/app/instagram/id389801252?mt=8> (fecha de consulta: 9 de noviembre del 2016).

### 1.3.5 Twitter

Esta red social permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres (originalmente 140), llamados tweets, los cuales se muestran en la página principal del usuario.

“Los usuarios pueden suscribirse a los tweets de otros usuarios – a esto se le llama "seguir" y a los usuarios abonados se les llama "seguidores", "followers" y a veces tweepers ('Twitter' + 'peeps', seguidores novatos que aún no han hecho muchos tweets).

Por defecto, los mensajes son públicos, pudiendo difundirse privadamente mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados. Los usuarios pueden twitear desde la web del servicio, con aplicaciones oficiales externas (como para teléfonos inteligentes), o mediante el servicio de mensajes cortos (SMS) disponible en ciertos países. Si bien el servicio es gratis, acceder a él vía SMS comporta soportar tarifas fijadas por el proveedor de telefonía móvil”.<sup>46</sup>

Twitter es una herramienta idónea para informar, para compartir información y para retransmitir eventos, así como para dialogar.

Algunos de los conceptos clave en el uso del Twitter son los siguientes:

- Tweet o Tuit: Es el mensaje público que se envía o se recibe a través de Twitter, el cual no puede exceder de 280 caracteres.
- Retweet (RT): Consiste en compartir el Tweet de otra persona.
- Seguir: Constituye habilitar la opción que ofrece Twitter para recibir las publicaciones de determinados usuarios cuyas publicaciones deseamos ver.
- Followers o Seguidores: Son los usuarios de Twitter que eligen recibir nuestras publicaciones.
- Following: Son los usuarios de Twitter a los que seguimos, lo que permite nos recibir sus publicaciones y sus actualizaciones.

---

<sup>46</sup> Wikipedia, *Twitter*, <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter> (fecha de consulta: 31 de octubre del 2016).

- Menciones: Es la cita que se hace de nuestra cuenta en un “tweet”, lo que permite que nos envíen de forma pública pero directa cierta información o inclusive, interactuar con el emisor del mismo.
- Listas: “Se trata de una utilidad para agrupar a los distintos tipos de usuarios con los que estás en contacto por medio de esta red. Así les puedes agrupar de la forma que te resulte de mayor comodidad para organizar la información que te llega por medio de Twitter”.<sup>47</sup>
- *Timeline*: “Es un historial de todos nuestros tweets, o del conjunto de varios tweets de usuarios clasificados por diversas formas”.<sup>48</sup>
- Mensaje Directo (MD): Mediante esta funcionalidad Twitter permite el intercambio de mensajes entre sus usuarios de forma privada, es decir, sin que el resto de los usuarios tenga acceso a éstos, siempre y cuando ambos sean mutuamente seguidores.
- *Hashtag*: Por medio del *hashtag* Twitter permite la creación de etiquetas, *tags* en inglés, para poder identificar otros tweets que aluden al mismo tema o a un tema relevante o que se desea destacar.

Se usa el término hashtag para identificar a las palabras que están prefijas por un símbolo de número –también llamado gato o almohadilla– (#), por ejemplo #About. (...) Es común que se usen varias palabras concatenadas, como, por ejemplo: #InternetBasico, con la combinación de mayúsculas y minúsculas para hacer más fácil su lectura. También es común el utilizar hashtags dentro del contenido mismo, por ejemplo “Disfrutando del

---

<sup>47</sup> Ayuntamiento de Lorca, Política y guía de usos y estilos en redes sociales del ayuntamiento de Lorca, Murcia, 2014, p. 12, <http://www.lorca.es/redessociales/politicayguiausosyestilosredessociales.pdf> (fecha de consulta: 5 de diciembre del 2016)

<sup>48</sup> esTwitter.com, *Glosario Básico Twitter, timeline*, <http://estwitter.com/glosario/> (fecha de consulta: 5 de diciembre del 2016).

#SuperBowl este domingo”, donde la palabra o palabras del contenido mismo se aprovechan para poner una etiqueta, en este caso SuperBowl.<sup>49</sup>

- *Trending Topics* (TT): “...son, de acuerdo a un cálculo de algoritmo de Twitter, las tendencias (palabras con o sin el signo de *hashtag*) que existen entre los usuarios de una zona geográfica específica. De manera más simple, los *trending topics* te indican de qué tema o tópico se está hablando en Twitter en ese momento”.<sup>50</sup>

Lo expuesto a lo largo de estas páginas, nos da un panorama general de lo que son las redes sociales y de forma más específica qué son las redes sociales digitales, sus tipos, sus características, pero, sobre todo, su importancia en la vida diaria de los cibernautas, pues como hemos mencionado, los más de 65 millones de internautas mexicanos están más de 7 horas conectados a Internet para, entre otras cosas, interactuar en alguna de las 5 redes sociales a las que pertenecen, en promedio.

Aunado a lo anterior, en la medida que aumente la penetración del Internet en nuestro país y en el mundo, el ya de por sí gran impacto que se genera con el uso de las redes sociales aumentará. A guisa de ejemplo, en estos primeros días del mes de enero del año 2017, hemos visto que un solo tweet de Donald Trump, presidente número 45 de los Estados Unidos de América, ha sido suficiente para desestabilizar los mercados mundiales y generar el aumento o la disminución del precio del peso frente al dólar.

Ahora bien, dada la relevancia que tiene el uso de las redes sociales en la vida de los internautas, resulta importante analizar un derecho que va ligado a ello, me refiero al derecho a la privacidad, pues no hemos determinado ciertamente los

---

<sup>49</sup> Castro, Luis, *¿Qué es hashtag y cómo se usa?* en About en español, <http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/que-Es-Hashtag.htm> (fecha de consulta: 1 de diciembre del 2016)

<sup>50</sup> Llubeses Ortíz, Carlos, *¿Qué es un Trending Topic de Twitter y cómo se alcanza?* en Dale a la Web, <http://dalealaweb.com/2012/02/%C2%BFque-es-trending-topic-de-twitter-como-se-alcanza/> (fecha de consulta: 2 de diciembre del 2016).

alcances que debe dársele a lo que publica, comparte o sube una persona a sus redes sociales. En otras palabras, si ello debe tener consecuencias, inclusive jurídicas, en el ámbito público, en el ámbito privado o en ambos, en qué casos debe ser de una u otra forma y atendiendo a qué razones.

Por lo anterior, resulta sumamente importante tener una clara noción de lo que es el derecho a la privacidad, cómo se tutela jurídicamente y cuáles son sus alcances, lo que realizaremos a lo largo del siguiente capítulo.



## Capítulo 2

# Derecho a la privacidad

## Capítulo 2. Derecho a la privacidad

En este capítulo nos dedicaremos en primer lugar a conceptualizar el término “privacidad”; abordaremos algunos ordenamientos jurídicos que tutelan su protección; estableceremos sus alcances de forma general y sus limitantes en el caso de los servidores públicos.

### 2.1 Concepto de privacidad

Comenzaremos haciendo alusión a Fernando Escalante Gonzalbo,<sup>51</sup> sociólogo e intelectual mexicano, quien se manifiesta en torno a la privacidad de la siguiente manera:

“Se habla mucho de la protección de la privacidad y se habla del interés público como si estuviese muy claro lo que significan las dos cosas. Como si fuese posible hacer una enumeración de las materias, lugares, conductas, situaciones que corresponden a la vida privada, como si se pudieran reconocer a simple vista y sólo hiciera falta prestar atención. La verdad es que no: la delimitación es contingente y cambia con relativa facilidad.

---

<sup>51</sup> Fernando Escalante Gonzalbo es sociólogo, profesor del Centro de Estudios Internacionales, en El Colegio de México.

Estudió Relaciones Internacionales en El Colegio de México, más tarde sociología, en la misma institución. Ha dado clases en la UNAM, en el CIDE, en FLACSO, en el ITAM, en la Universidad de Chicago, en el Instituto de Estudios Políticos de París y en el Instituto Universitario Ortega y Gasset, de Madrid.

En su trabajo académico se ha ocupado sobre todo de la ciudadanía, la industria editorial y la vida pública, casi siempre a partir de lo que podría identificarse como una sociología de las representaciones sociales.

Aparte de eso, ha sido colaborador regular de varios periódicos de la ciudad de México, también de la revista Vuelta, hasta su desaparición, y de la revista Nexos. Junto con Claudio Lomnitz dirige la colección Umbrales, en el Fondo de Cultura Económica.

Blog consultable en: <http://www.fernandoescalante.net/>

Hay matices además, que nunca están del todo claros, establecidos sin mucho pesar, para distinguir lo privado como categoría general, y la privacidad, que se reduce casi a lo íntimo. (...).<sup>52</sup>

La afirmación de Escalante Gonzalbo es, desde mi óptica, sumamente atinada. Lo público, lo privado y lo íntimo son conceptos indeterminados, quizá porqué entre éstos la línea que los divide es muy delgada y cada vez más. Éstos conceptos son mutables, pues en ciertos casos y bajo ciertas condiciones lo íntimo pierde su naturaleza para convertirse en privado y lo privado deja de serlo para hacerse público.

Asimismo, el concepto de las cosas en general cambia atendiendo al lugar, a las personas, a la época, a las circunstancias y a diversos factores entre los que se encuentra, hoy en día, la tecnología.

Pero, regresando a nuestro tema y a efecto de sentar las bases conceptuales que nos permitan explicar el derecho a la privacidad y sus alcances, trabajaremos para generar un concepto de privacidad y sus distingos con lo íntimo y lo público.

Etimológicamente la palabra “intimidad” proviene del latín *intus*, adverbio que significa “dentro”, lo que nos da una idea de algo que está en el interior de las personas, no advertible a simple vista.

Al respecto, Ernesto Garzón Valdés<sup>53</sup> nos dice que: “lo íntimo es, (...), el ámbito de los pensamientos de cada cual, de la formación de decisiones, de las

---

<sup>52</sup> Escalante Gonzalbo, Fernando, “El Derecho a la Privacidad”, Cuaderno de Transparencia número 02, México, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, 2004, p. 8

<sup>53</sup> Ernesto Garzón Valdés, es doctor en Derecho por la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina). Asimismo, es doctor *honoris causa* por las universidades de Santa Fe, Buenos Aires y Palermo (Argentina), Valparaiso (Chile), Valencia y Alicante (España) y Helsinki (Finlandia). Profesor emérito de las Universidades de Córdoba (Argentina) y de Maguncia (Alemania).

Profesor honorario de la Universidad Nacional de La Rioja. Miembro de las Academias Nacionales de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba y Buenos Aires,



dudas que escapan a una clara formulación de lo reprimido, de lo aún no expresado y que quizás nunca lo será, no sólo porque no se desea expresarlo sino porque es inexpresable (...).<sup>54</sup>

Abundando, Garzón Valdés a efecto de proporcionar un panorama más amplio que nos permita visualizar lo “íntimo”, alude a lo que Thomas Hobbes concebía como “pensamientos íntimos” y que plasma en su obra “Leviathan”.

“Los pensamientos secretos [íntimos] de un hombre giran en torno a todas las cosas, santas y profanas, limpias, obscenas, graves y ligeras, sin vergüenza ni desdoro; no ocurre lo mismo con el discurso verbal, ya que el juicio debe tener en cuenta el lugar, el tiempo y las personas. Un anatómico o un médico pueden expresar o escribir su opinión sobre cosas sucias, porque su objeto no es agrandar sino ser útil; pero que otro hombre escriba sus fantasías extravagantes y ligeras sobre esas mismas cosas, es como si alguien se presentara en una reunión después de haberse revolcado en el fango. La diferencia consiste en la falta de discreción. En los casos de deliberada disipación de la mente y en el círculo familiar, un hombre puede juzgar con los sonidos y con las significaciones equívocas de las palabras, cosa que en ocasiones es signo de extraordinaria fantasía. Pero en un sermón, o en público, o ante personas desconocidas, o delante de aquellas a quienes reverenciamos, tales juegos de palabras no pueden ser considerados sino como necedad manifiesta; y la diferencia consiste una vez más en la falta de

---

y de la Academia de Ciencias de Finlandia. Presidente del Tampere Club para estudios sobre la democracia (Finlandia) y de la Fundación Coloquio Jurídico Europeo (Madrid).

Autor de múltiples libros, entre los que destacan: El concepto de estabilidad de los sistemas políticos; Derecho, Ética y Política; Instituciones suicidas; El velo de la ilusión y Calamidades. Medalla Goethe (1986) y Premio Luis Federico Leloir (1992).

<sup>54</sup> Garzón Valdés, Ernesto, “Lo íntimo, lo privado y lo público”, Cuaderno de Transparencia número 06, México, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, 2005, p. 15.

discreción. Así que donde falta el ingenio, no es la imaginación lo que estorba, sino la falta de discreción. Por consiguiente, el juicio sin imaginación es talento, pero la fantasía sin juicio no lo es”.<sup>55</sup>

Por su parte, Basil W. Kacedan considera que la intimidad constituye “...el derecho absoluto de cada persona a que los otros no intervengan en su vida, dañándole, incomodándole o afligiéndole”.<sup>56</sup>

Así las cosas, podemos afirmar que la intimidad implica un ámbito donde el individuo ejerce plenamente su autonomía personal y al cual nadie tiene acceso, constituye el espacio donde cada persona es quien quiere ser y reservado exclusivamente para sí mismo.

Ahora bien, el término intimidad es comúnmente integrado al concepto privacidad o vida privada e incluso confundido, y aunque existen diversos conceptos que los unifican, estimamos que no son lo mismo y así lo consideraremos para efectos del presente trabajo, sin que pretendamos poner fin con una discusión amplia e inacabada.

En efecto, pretender definir la privacidad no es nada sencillo, pues como lo refiere José Luis Piñar Mañas<sup>57</sup> el término “privacidad” es un concepto controvertido,

---

<sup>55</sup> Hobbes, Thomas, *Leviathan*, Londres, M. Dent & Sons Ltd., 1957, p. 34.

<sup>56</sup> Kacedan, Basil W., “El derecho de intimidad”, traducción de Simón Steimberg, *Revista del Colegio de Abogados de Rosario*, Tomo 3, agosto de 1931-diciembre de 1932, Rosario de Santa Fé, Argentina.

<sup>57</sup> José Luis Piñar Mañas es Doctor en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid.

Es consultor internacional de protección de datos.

Ha sido vicerrector de relaciones internacionales, catedrático de derecho administrativo y director del máster universitario internacional en protección de datos, transparencia y acceso a la información de la Universidad CEU-San Pablo de Madrid, director de la Agencia Española de Protección de Datos, vicepresidente del Grupo Europeo de Autoridades de Protección de Datos y presidente fundador de la Red Iberoamericana de Protección de Datos.

neologismo para unos, barbarismo para otros,<sup>58</sup> al que a veces se da un contenido que puede ser confuso. Este mismo autor, cita a otros autores que se han pronunciado en torno a ésta complejidad de la siguiente manera:

Robert GELLMAN advierte que ninguna definición es posible (“*no definition is possible*”) y Judith Jarvis THOMSON ha dicho que “nadie parece tener una clara idea de lo que es” (“*nobody seems to have any very clear idea what it is*”). El propio Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha señalado que el de privacidad es “un concepto amplio no susceptible de una definición exhaustiva” (“*Private life is a broad term not susceptible to exhaustive definition*”).<sup>59</sup>

No obstante, haremos referencia a diversos conceptos que integran la privacidad a la intimidad y otros más que tratan a la privacidad de forma distinta a la intimidad.

Roger Nerson define a la intimidad como “...un sector personal reservado a fin de hacer inaccesible al público, sin voluntad del interesado, eso que constituye lo esencial de la personalidad”.<sup>60</sup> Si bien en este concepto no alude a la privacidad, lo cierto es que a diferencia de lo manifestado por Ernesto Garzón Valdés, Roger Nerson considera que a la intimidad, es decir, a ese sector personal reservado, se puede acceder con el consentimiento de las personas.

Por su parte, Roberto Goldschmidt considera que: “...la protección de la intimidad de la vida privada consiste fundamentalmente en la prohibición de

---

<sup>58</sup> Véase: Díaz Rojo, José Antonio, “*Privacidad, ¿Neologismo o barbarismo?*”, en *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, nº 21, 2002. Consúltese en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero21/privaci.html>

<sup>59</sup> Piñar Mañas, José Luis, “¿Existe la privacidad?”, *Compendio de lecturas y legislación. Protección de datos personales*, México, Tiro corto editores, 2010, p.16.

<sup>60</sup> Nerson, Roger, “*La protection de la vie privée en droit positive francais*”, *Revue Internationale de Droit Comparé*, volumen 23, número 4, Octubre-diciembre 1971, p. 713.

exponerla ante el público”.<sup>61</sup> Como vemos, este autor estima que la intimidad es un atributo o elemento de la privacidad.

En este mismo sentido, Luis Manuel Méjan define a la intimidad como:

“...el conjunto de circunstancias, cosas, experiencias, sentimientos y conductas que un ser humano desea mantener reservado para sí mismo, con libertad de decidir a quién le da acceso al mismo, según la finalidad que persiga, que impone a todos los demás la obligación de respetar y que sólo puede ser obligado a develar en casos justificados cuando la finalidad perseguida por la develación sea lícita”.<sup>62</sup>

Finalmente, Hyman Gross al abordar el tema de la “intimidad”, se refiere a ésta como: “...la limitación de la injerencia en la vida privada y en los asuntos personales”.<sup>63</sup>

En las definiciones antes citadas, los autores consideran a la privacidad como parte de la intimidad e inclusive como su objeto de tutela, de lo que se desprendería que la protección a la intimidad conlleva necesariamente la protección a la privacidad.

Otro elemento que advertimos de los conceptos antes citados es que los autores aludidos consideran que al espacio que integra la intimidad puede accederse mediante el consentimiento de su titular, lo cual difiere con la concepción que al respecto tiene Ernesto Garzón Valdés y Basil W. Kacedan, pues para ellos ese es un espacio caracterizado por ser inaccesible, reservado sólo para cada persona. No obstante, lo que si podemos aseverar con lo descrito hasta ahora es

---

<sup>61</sup> Goldschmidt, Roberto, “La protección jurídica a la vida privada”, *Boletín del Instituto de Derecho Comparado de México*, año XII, número 36, septiembre-diciembre 1959, p. 23.

<sup>62</sup> Méjan Carrer, Luis Manuel Camp, *El Derecho a la Intimidad y la Informática*, México, editorial Porrúa, México, 1996.

<sup>63</sup> Gross, Hyman, *The concept of privacy*, New York University Law Review, volumen 42, número 1, marzo 1967, p. 35.

que tanto la intimidad como la privacidad están al lado opuesto de lo público, es decir, de aquello a lo que cualquier persona puede acceder o advertir a simple vista.

Escrito lo anterior, es necesario allegarnos de conceptos y definiciones de lo que podemos entender por “privacidad”.

El Diccionario de la Real Academia Española, define privacidad como “ámbito de la vida privada que se tiene derecho a proteger de cualquier intromisión”.<sup>64</sup>

Al respecto, Alfredo Reyes Krafft<sup>65</sup> manifiesta que:

“La privacidad constituye el ámbito donde pueden imperar exclusivamente los deseos y preferencias individuales. Es una condición necesaria para el ejercicio de la libertad individual y constituye una “esfera personal reconocida” en la que se reserva un tipo de situaciones o relaciones interpersonales en donde la selección de los participantes depende de la libre decisión de cada individuo. La privacidad implica cuando menos a dos personas y sus límites dependen del contexto cultural y social del individuo”.<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española, definición de privacidad*, <http://dle.rae.es/?id=UD4g0KW>. (fecha de consulta: 18 de enero del 2016).

<sup>65</sup> Alfredo Reyes Krafft es doctor en Derecho por la Universidad Panamericana. Cuenta con estudios en alta dirección en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas, especialidad en contratos y daños por la Universidad de Salamanca, múltiples especialidades en la Universidad Panamericana, autor y coautor de muchos libros relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Amplia experiencia laboral en el ámbito financiero, innovación, negociación y contratación electrónica.

Es experto certificado en materia de protección de datos personales por NYCE (Normalización y Certificación Electrónica) y en España por el *Data Privacy Institute*.

<sup>66</sup> Reyes Krafft, Alfredo, “Legislación mexicana en materia de protección de datos personales; autorregulación y sellos de confianza”, en Piñar Mañas, José Luis y

Volviendo con Ernesto Garzón Valdés, en cuanto a la privacidad manifiesta: “La privacidad es el ámbito donde pueden imperar exclusivamente los deseos y preferencias individuales. Es condición necesaria del ejercicio de la libertad individual. Parafraseando a Amartya Sen, podría decirse que la privacidad es la "esfera personal reconocida" que tendría que aceptar también todo liberal como punto de partida para la adopción de decisiones sociales que respondan a los ideales del liberalismo.

...la privacidad, tal como aquí es entendida, requiere necesariamente la presencia de, por lo menos dos actores. Es la interacción entre ellos lo que impide la adopción de una total opacidad, ya que ella volvería imposible toda comunicación”.<sup>67</sup>

Por su parte, Alan Westin considera a la privacidad como la facultad que todo individuo tiene para determinar cómo, cuándo y hasta qué punto su información es comunicada a los demás.<sup>68</sup>

Camilo Jara Villalobos, manifiesta que en Chile “...la doctrina entiende la privacidad como un atributo de la persona humana, consistente en los asuntos, conductas, documentos, comunicaciones, imágenes o recintos que el titular del bien jurídico protegido no desea que sean conocidos sin su consentimiento previo”.<sup>69</sup>

Charles Fried, respecto del tema, considera que la privacidad es “aquel aspecto del orden social por el cual las personas controlan el acceso a la información acerca de sí mismos”.<sup>70</sup>

---

Ornelas Nuñez, Lina, (coordinadores), *La Protección de Datos Personales en México*, México, Tirant lo Blanch, 2013, p. 364.

<sup>67</sup> Garzón Valdés, Ernesto, op. cit., p. 16. Nota 54.

<sup>68</sup> Véase: Westin, Alan, *Privacy and Freedom*, New York, Atheneum, 1967.

<sup>69</sup> Jara Villalobos, Camilo, “*Derecho a la privacidad, libertad de expresión e interés público: el caso Cordero con Lara y otros*”, <http://www.anuariocdh.uchile.cl/index.php/ADH/article/viewFile/31706/33508>, (fecha de consulta: 29 de enero del 2017).

<sup>70</sup> Fried, Charles, “*Privacy*”, *The Yale Law Journal*, 1968, p. 493.

En las definiciones que sobre “privacidad” hemos transcrito, advertimos que los autores conciben a la privacidad como un espacio en el que impera la voluntad de las personas, quienes deciden compartir lo que en éste se suscita, con quién compartirlo y qué información de ellos dar a conocer.

Ahora bien, en el lado opuesto de lo “íntimo” y lo “privado” está lo “público”, lo que de acuerdo a la Real Academia Española es lo “conocido o sabido por todos”.<sup>71</sup>

Lo público, manifiesta Ernesto Garzón Valdés, “...está caracterizado por la libre accesibilidad de los comportamientos y de las personas en sociedad”.

Así pues, y con base en lo expuesto a lo largo de este capítulo, podemos decir que lo íntimo está caracterizado por ser inaccesible al conocimiento de las personas, lo público es aquello sabido por todos y lo privado es aquello de conocimiento parcial, en tanto que constituye un espacio de acceso limitado en el que interactúan por lo menos dos personas, reservado para un tipo de situaciones o relaciones interpersonales y en donde la selección de los participantes depende de la libre decisión de cada individuo, quienes determinan qué información de sí mismos desean compartir.

## **2.2 Tutela jurídica de la privacidad**

Una vez que hemos esbozado de forma muy general lo que podemos entender por privacidad, debemos analizar cómo es jurídicamente tutelada, lo que realizaremos en las siguientes páginas.

A nivel internacional, la vida privada se encuentra tutelada en múltiples instrumentos jurídicos, destacaremos los más relevantes.

En primer lugar, debemos acudir a la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que en su artículo 12 dispone: “Nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de

---

<sup>71</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española, público*, <http://dle.rae.es/?id=UYbbTs8> (fecha de consulta: 29 de enero del 2017).

ataques a su honra o a su reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques.”<sup>72</sup>

En este ordenamiento, como advertimos de su transcripción, no se hace alusión a la privacidad sino a la vida privada, pero lo más destacable es que instituye que la vida privada se protege respecto de injerencias arbitrarias, lo que nos lleva a ligarlo con el derecho de seguridad jurídica, ese derecho que, de acuerdo con Gregorio Peces Barba “...ayuda a limitar el voluntarismo del poder y a crear sensación de libertad en los ciudadanos”.<sup>73</sup>

En términos similares, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, en su artículo 17 establece que: “Nadie será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra y reputación”.<sup>74</sup>

Este mismo dispositivo instituye que “toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques”.<sup>75</sup>

Por su parte, la Convención Americana sobre Derechos Humanos, contempla en su artículo 11, lo siguiente:

Artículo 11. Protección de la Honra y de la Dignidad.

1. Toda persona tiene derecho al respeto de su honra y reconocimiento de su dignidad.

2.- Nadie puede ser objeto de injerencias arbitrarias o abusivas en su vida privada, en la de su familia, en su domicilio o en su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra o reputación.

---

<sup>72</sup> Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948, artículo 12, véase en: [http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/spn.pdf](http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf)

<sup>73</sup> Peces-Barba, Gregorio, “La Constitución y la seguridad jurídica”, Claves de razón práctica, Madrid, número 138, diciembre de 2003, p. 8.

<sup>74</sup> Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1966, artículo 17, véase en: <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>

<sup>75</sup> Ídem.



3. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.<sup>76</sup>

Tal y como podemos advertir, los tres instrumentos internacionales se encuentran alineados, en tanto que consideran como un derecho la protección de la vida privada de injerencias arbitrarias, ilegales o abusivas.

En términos parecidos, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone en su artículo 16, lo siguiente: “Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento”.<sup>77</sup>

Si bien el dispositivo constitucional antes transcrito no establece de forma expresa a la vida privada o a la privacidad, esa interpretación es la que le ha dado la Suprema Corte de Justicia de la Nación en el criterio jurisprudencial que se comenta a continuación.

En efecto, nuestro tribunal constitucional manifestó en la tesis jurisprudencial que lleva por rubro: “Derecho a la privacidad o intimidad. Está protegido por el artículo 16, primer párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”,<sup>78</sup> que el artículo 16 constitucional contiene la garantía de seguridad jurídica de todo gobernado a no ser molestado en su persona, familia, papeles o posesiones, sino cuando medie mandato de autoridad competente debidamente fundado y motivado, de lo que deriva la inviolabilidad del domicilio, cuya finalidad primordial es el respeto a un ámbito de la vida privada personal y familiar que debe quedar excluido del conocimiento ajeno y de las intromisiones de los demás, con la

---

<sup>76</sup> Convención Americana sobre Derechos Humanos, 1969, artículo 11, véase en: [http://www.oas.org/dil/esp/tratados\\_B-32\\_Convencion\\_Americana\\_sobre\\_Derechos\\_Humanos.pdf](http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.pdf)

<sup>77</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917, artículo 17, véase en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>

<sup>78</sup> Tesis: 2a. LXIII/2008, *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, Novena Época, Tomo XXVII, mayo de 2008, p. 229.

limitante que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece para las autoridades.

Asimismo, en la tesis de referencia, la Suprema Corte de Justicia de la Nación manifiesta que la garantía de seguridad jurídica puede extenderse a una protección que va más allá del aseguramiento del domicilio como espacio físico en que se desenvuelve normalmente la privacidad o la intimidad, de lo cual deriva el reconocimiento de un derecho a la intimidad o vida privada de los gobernados que abarca las intromisiones o molestias que por cualquier medio puedan realizarse en ese ámbito reservado de la vida.

Lo anterior, nos permite afirmar que pese a que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos no contempla expresamente el derecho a la privacidad, mediante interpretación jurisprudencial, la Suprema Corte de Justicia de la Nación concibe que éste derecho es parte de la garantía de seguridad jurídica contenida en el artículo 16 constitucional, lo cual resulta de suma importancia para las personas, pues se reconoce en consecuencia la existencia del derecho a la privacidad en la infraestructura jurídica que rige en México.

Finalmente, resulta relevante para este apartado destacar que prácticamente en los ordenamientos que citamos, el término utilizado para referirse a nuestro tema estudio es “vida privada” y no “privacidad”, pues como mencionamos en páginas anteriores, existen algunos autores que consideran el uso del término “privacidad” como un barbarismo, en tanto que “...está tomado del inglés *privacy*, aunque es también perceptible la influencia del francés *privacit *, cuyo sufijo-*(c)it * ha servido de modelo para la terminación *-(c)idad*.”<sup>79</sup>

No obstante, en el presente trabajo hemos utilizado de forma constante el término “privacidad”, en tanto que consideramos que este concepto es más amplio que el término “vida privada”, pues como se estableció en el apartado anterior, la privacidad permite entre otras cosas decidir qué información de nosotros queremos hacer del conocimiento de los demás, lo que algunos llaman autodeterminación

---

<sup>79</sup> Díaz Rojo, José Antonio, *Privacidad,   Neologismo o barbarismo?*, en *Espéculo, Revista de Estudios Literarios*, n  21, 2002.

informativa, luego entonces, de considerar “vida privada” como sinónimo de “privacidad”, implicaría que su protección en nuestro país se limitara a lo estipulado en el primer párrafo del artículo 16 constitucional como parte del derecho a la seguridad jurídica, sin contemplar el derecho a la protección de los datos personales contenida en el mismo artículo 16 de nuestra Carta Magna y en el artículo 6º constitucional donde se establece que: “la información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.”<sup>80</sup>

En efecto, tomando como base el concepto que formulamos de privacidad, el derecho a la vida privada en los términos contenidos en el primer párrafo del artículo 16 no es suficiente para tutelar dicho derecho, sino que requiere de complementarlo con otros derechos íntimamente relacionados, como el derecho a la protección de los datos personales, el derecho a la autodeterminación informativa, entre otros.

Lo anterior nos permite visualizar un posible vacío jurídico que vale la pena analizar en un estudio amplio y profundo.

Hecha la anterior aclaración, y una vez que hemos visto los ordenamientos legales que tutelan el derecho a la privacidad, es necesario analizar los alcances que se le ha dado a este derecho en nuestro país.

### **2.3 Alcances del derecho a la privacidad en México**

Como hemos manifestado en párrafos anteriores, nuestro texto constitucional no contiene de forma expresa el derecho a la privacidad, pero la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha interpretado que éste derecho es parte de la garantía de seguridad jurídica contenida en el artículo 16 de nuestra Carta Magna, resultando de total importancia saber cuáles son sus alcances.

Al respecto, nos resulta de suma utilidad el contenido del criterio jurisprudencial que lleva por rubro: “Derecho a la vida privada. Su contenido general y la importancia de no descontextualizar las referencias a la misma”, en el cual la

---

<sup>80</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos última reforma publicada 15-09-2017 [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_150917.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf)

Suprema Corte de Justicia de la Nación enuncia algunos ejemplos y rasgos característicos de lo "privado", entre los que se encuentran: "...lo que no constituye vida pública; el ámbito reservado frente a la acción y el conocimiento de los demás; lo que se desea compartir únicamente con aquellos que uno elige; las actividades de las personas en la esfera particular, relacionadas con el hogar y la familia; o aquello que las personas no desempeñan con el carácter de servidores públicos".<sup>81</sup>

En la tesis jurisprudencial antes mencionada, nuestro más alto tribunal enfatiza:

"la protección constitucional de la vida privada implica poder conducir parte de la vida de uno protegido de la mirada y las injerencias de los demás, y guarda conexiones de variado tipo con pretensiones más concretas que los textos constitucionales actuales reconocen a veces como derechos conexos: el derecho de poder tomar libremente ciertas decisiones atinentes al propio plan de vida, el derecho a ver protegidas ciertas manifestaciones de integridad física y moral, el derecho al honor o reputación, el derecho a no ser presentado bajo una falsa apariencia, el derecho a impedir la divulgación de ciertos hechos o la publicación no autorizada de cierto tipo de fotografías, la protección contra el espionaje, la protección contra el uso abusivo de las comunicaciones privadas, o la protección contra la divulgación de informaciones comunicadas o recibidas confidencialmente por un particular".<sup>82</sup>

El contenido del criterio jurisprudencial citado es sumamente importante, pues nos permite identificar algunos rasgos y ejemplos de lo que puede considerarse como "privado" desde la óptica del órgano del Estado encargado de interpretar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como la relación que guarda el derecho a la privacidad con otros derechos como el derecho al honor, la protección contra el uso abusivo de las comunicaciones privadas o la

---

<sup>81</sup> Tesis: 1a. CCXIV/2009, *Semanario Judicial de la Federación*, Novena Época, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 277.

<sup>82</sup> Ídem.

protección contra la divulgación de informaciones recibidas o comunicadas de forma confidencial.

De lo antes mencionado, quiero hacer énfasis en un supuesto que la Suprema Corte de Justicia de la Nación estima que no puede considerarse como “privado”, mismo que es de total importancia para el presente trabajo y el cual abordaré en páginas posteriores de este mismo capítulo, a saber, aquello que las personas realizan con su faceta de servidores públicos, *a contrario sensu*, los actos que realizan las personas en su carácter de servidores públicos tienen el carácter de público.

Continuando con las interpretaciones que ha realizado la Suprema Corte de Justicia de la Nación en torno al derecho a la privacidad, resulta importante hacer referencia a la tesis jurisprudencial cuyo rubro es el siguiente: “Derecho a la vida privada. Su contenido es variable tanto en su dimensión interna como externa”.

La tesis enunciada en el párrafo inmediato anterior, es importante porque en éste el tribunal constitucional de nuestro país manifiesta que el contenido del derecho a la intimidad o vida privada está destinado a variar, legítima y normalmente, tanto por motivos internos al propio concepto como por motivos externos al mismo. “La variabilidad interna de la noción de privacidad alude al hecho de que el comportamiento de sus titulares puede influir en la extensión de su ámbito de protección”.<sup>83</sup>

Por otra parte, “...la variabilidad externa deriva de la existencia de fuentes externas de límites al derecho, y alude a la diferencia normal y esperada entre el contenido *prima facie* de los derechos fundamentales y la protección real que ofrecen en los casos concretos, una vez contrapesados y armonizados con otros derechos e intereses, que pueden apuntar en direcciones distintas e incluso opuestas a las que derivan de su contenido normativo”.

Finalmente, es importante destacar que en la tesis jurisprudencial “Derecho a la vida privada. Alcance de su protección por el Estado”, la Suprema Corte de

---

<sup>83</sup> Tesis: 1a. CCXIII/2009, *Semanario Judicial de la Federación*, Novena Época, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 276.

Justicia de la Nación enfatiza que: “Al igual que otros derechos fundamentales, el derecho a la vida privada no es absoluto, sino que puede restringirse en la medida en que las injerencias en éste no sean abusivas o arbitrarias”.<sup>84</sup>

## **2.4 Derecho a la privacidad de los servidores públicos**

Decidimos abrir este apartado por dos premisas que resultan esenciales para nuestra investigación, mismas que emanan de los criterios que la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha emitido en torno a la vida privada, privacidad e intimidad, términos que de forma indistinta ha utilizado, a saber: Los derechos fundamentales no son absolutos, constituye la primera premisa y los actos que realizan las personas como servidores públicos no puede considerarse como un acto privado, luego entonces, susceptible de ser protegido por el derecho a la privacidad.

A mayor abundamiento, si ningún derecho fundamental es absoluto, luego entonces los derechos fundamentales tienen matices o admiten excepciones, tal es el caso del derecho a la privacidad.

En efecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en la tesis aislada cuyo rubro es: “Derechos a la privacidad, a la intimidad y al honor. Su protección es menos extensa en personas públicas que tratándose de personas privadas o particulares”,<sup>85</sup> se ha pronunciado respecto a las personas públicas o notoriamente conocidas en los siguientes sentidos:

1.- En primer lugar, las define como aquellas que, por circunstancias sociales, familiares, artísticas, deportivas, o bien, porque han difundido hechos y acontecimientos de su vida privada, o cualquier otra situación análoga, tienen proyección o notoriedad en una comunidad;

---

<sup>84</sup> Tesis: 1a. XLIX/2014, *Semanario Judicial de la Federación*, Tomo I, Libro 3, febrero de 2014, p. 641.

<sup>85</sup> Tesis: 1a. XLI/2010, *Semanario Judicial de la Federación*, Tomo XXXI, marzo de 2010, p. 923.

2.- Considera que éstas se someten voluntariamente al riesgo de que sus actividades o su vida privada sean objeto de mayor difusión, así como a la opinión y crítica de terceros, incluso aquella que pueda ser molesta, incómoda o hiriente;

3.- Estima que las personas públicas deben resistir mayor nivel de injerencia en su intimidad que las personas privadas o particulares, al existir un interés legítimo por parte de la sociedad de recibir y de los medios de comunicación de difundir información sobre ese personaje público, en aras del libre debate público, y

4.- Ha dicho que la protección a la privacidad o intimidad, e incluso al honor o reputación, es menos extensa en personas públicas que tratándose de personas privadas o particulares, porque aquéllas han aceptado voluntariamente, exponerse al escrutinio público y recibir, bajo estándares más estrictos, afectación a su reputación o intimidad.

Independientemente de que coincidamos o no con esta postura, su contenido sin duda es importante, pues nos permite advertir que el Poder Judicial estima *a priori*, que el derecho a la privacidad o intimidad, e incluso al honor o reputación, tiene un espectro de protección menor para las personas públicas, entre las que podemos encontrar a los políticos y servidores públicos, dada su notoriedad en nuestra sociedad.

Lo anterior se corrobora y robustece con el contenido de la tesis jurisprudencial emitida por la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, cuyo rubro es: "Libertades de expresión e información. Concepto de figura pública para efectos de la aplicación del sistema de protección dual",<sup>86</sup> en la cual se establece que existen, al menos, tres especies dentro del género "personas o personajes públicos" o "figuras públicas".

A mayor detalle, en la tesis en comento se establece que la primera especie de "personas o personajes públicos" o "figuras públicas" es la de los servidores públicos, la segunda comprende a personas privadas que tengan proyección

---

<sup>86</sup> Tesis: 1a. CLXXIII/2012 (10a.), *Semanario Judicial de la Federación*, Libro XI, Tomo 1 Tomo XXXI, agosto de 2012, p. 489.

pública, y finalmente, la tercera especie es constituida por los medios de comunicación.

Por otra parte, nuestro más alto tribunal en la tesis aislada intitulada: “Derechos al honor y a la privacidad. Su resistencia frente a instancias de ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información es menor cuando sus titulares tienen responsabilidades públicas”, ha manifestado que:

“Los ordenamientos jurídicos de las democracias actuales cuentan con un abanico legal o jurisprudencialmente asentado de reglas acerca de qué es y qué no es un equilibrio adecuado entre estos derechos a la luz de las previsiones constitucionales aplicables. Una de estas reglas, ampliamente consensuada en el ámbito del derecho comparado y del derecho internacional de los derechos humanos -precipitado de ejercicios reiterados de ponderación de derechos, incluidos los encaminados a examinar las ponderaciones vertidas por el legislador en normas generales- es aquella según la cual, frente a actuaciones de los medios de comunicación en ejercicio de los derechos a expresarse e informar, quienes desempeñan, han desempeñado o desean desempeñar responsabilidades públicas tienen pretensiones en términos de intimidad y respeto al honor con menos resistencia normativa general que los ciudadanos ordinarios. Ello es así por motivos estrictamente ligados al tipo de actividad que han decidido desempeñar, que exige un escrutinio público intenso de sus actividades. (...)”<sup>87</sup>

De la tesis antes transcrita, podemos advertir que el Poder Judicial considera que ante la colisión que pueda existir entre la libertad de expresión y/o el derecho a la información y los derechos a la privacidad y/o al honor de servidores públicos, deben prevalecer los primeros, dado que los servidores públicos voluntariamente se han sometido al escrutinio público por el tipo de actividad que han decidido desempeñar.

Así las cosas, con base en lo antes expuesto, podemos concluir lo siguiente:

---

<sup>87</sup> Tesis: 1a. CCXIX/2009, *Semanario Judicial de la Federación*, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 278.



1.- El derecho a la privacidad tiene un ámbito de protección menor para las personas públicas o notoriamente conocidas con relación a las personas privadas o particulares.

2.- Entre las especies del género "personas o personajes públicos" o "figuras públicas" encontramos, además de las personas privadas que tengan proyección pública y los medios de comunicación, a los servidores públicos.

3.- Que los derechos a la privacidad y al honor, tienen amplias probabilidades de ceder frente al ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, cuando sus titulares tienen responsabilidades públicas.

Aunado a lo anterior, cuando abordamos el tema de los alcances del derecho a la privacidad en México, hicimos referencia a la tesis jurisprudencial que lleva por rubro: "Derecho a la vida privada. Su contenido general y la importancia de no descontextualizar las referencias a la misma",<sup>88</sup> en el cual la Suprema Corte de Justicia de la Nación enuncia algunos ejemplos de lo que puede considerarse como "privado", entre los que se encuentran: "...aquello que las personas no desempeñan con el carácter de servidores públicos".<sup>89</sup>

Con base en ello, un punto que podríamos agregar a las conclusiones de este apartado sería:

4.- Todos los actos que realizan los servidores públicos con ese carácter no pueden considerarse como privados y, por ende, sujetos de protección o tutela del derecho a la privacidad.

A lo largo de este capítulo, hemos abordado el concepto de privacidad, su tutela jurídica, los alcances de este derecho, las limitaciones del mismo por lo que hace a las personas o figuras públicas, entre las que se encuentran los servidores públicos, sin precisar justamente que debemos entender por "servidor público", lo que haremos de forma breve y concreta en el siguiente punto.

---

<sup>88</sup> Tesis: 1a. CCXIV/2009, op. cit.

<sup>89</sup> Ídem

## 2.5 Definición de servidor público

A los servidores públicos, en no pocas ocasiones y de forma despectiva, se les ha denominado “burócratas”,<sup>90</sup> lo que el Diccionario de la Lengua Española define como “persona que pertenece a la burocracia” y “burocracia” a su vez es definido por el mismo diccionario como “conjunto de servidores públicos”.<sup>91</sup>

En el mismo sentido y de forma indistinta, a los servidores públicos se les ha denominado funcionarios públicos o empleados públicos. En las siguientes líneas veremos si esos términos son sinónimos y a quiénes nos referimos cuando hablamos de servidores públicos.

El Estado, como una ficción de derecho, distribuye sus funciones entre los diversos Poderes y órganos que lo conforman y requiere de la incorporación de personas físicas para poder realizar dichas funciones, de ahí nace la relación entre el Estado con personas físicas que son sus empleados, a algunos de ellos los dota de facultades para realizar actos en nombre del propio Estado, por lo que algunos empleados públicos se constituyen en funcionarios públicos.

Bajo ese orden de ideas, empleado público puede ser concebido como un “órgano personal de la actividad administrativa, afecto a un servicio público determinado, en cuya realización participa, con carácter permanente y profesional, mediante una retribución (sueldo)”.<sup>92</sup>

---

<sup>90</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Burócrata, <http://dle.rae.es/?id=6JjW404> (fecha de consulta: 9 de febrero del 2017).

<sup>91</sup> Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, Burocracia, <http://dle.rae.es/?id=6Jix9ml> (fecha de consulta: 9 de febrero del 2017).

<sup>92</sup> Contraloría del Gobierno del Distrito Federal, *Naturaleza jurídica del servidor público*, <http://www.contraloriadf.gob.mx/contraloria/cursos/MARCOJURIDICO/paginas/njsp.php>, (fecha de consulta: 11 de febrero del 2017).

A este respecto, el Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano, al abordar la definición de “empleados públicos”,<sup>93</sup> nos remite a “trabajadores al servicio del Estado”. Este misma obra, refiere que los trabajadores al servicio del Estado “[s]on las personas físicas que prestan sus servicios en la realización de la función pública, de manera personal, bajo la subordinación del titular o los representantes de una dependencia o entidad en virtud del nombramiento expedido por autoridad competente”.<sup>94</sup>

Por otra parte, funcionario público “[e]s un servidor del Estado, designado por disposición de la Ley, por elección popular o por nombramiento de autoridad competente, para ocupar grados superiores de la estructura orgánica y para asumir funciones de representatividad, iniciativa, decisión y mando”.<sup>95</sup>

Otra definición de funcionario público establece que: “[e]s la persona que realiza funciones públicas y que está al servicio del Estado por haberse incorporado voluntariamente en la estructura orgánica del mismo.”<sup>96</sup>

Por su parte, el Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano establece al respecto: “Funcionario es la persona que desempeña un empleo de cierta categoría e importancia. Funcionarios públicos son aquellos individuos que, encuadrados en determinada jerarquía, prestan sus servicios dentro de la administración pública, en actividades propias de mando, decisión y representación del órgano que respectivamente encabezan”.<sup>97</sup>

Además, el Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano contempla que:

---

<sup>93</sup> Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, D-H, Nuevo diccionario jurídico mexicano, México, Editorial Porrúa, UNAM, 2000, p. 1491.

<sup>94</sup> Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, P-Z, Nuevo diccionario jurídico mexicano, México, Editorial Porrúa, UNAM, 2000, p. 3697.

<sup>95</sup> Contraloría del Gobierno del Distrito Federal, op. cit., Nota 91.

<sup>96</sup> Enciclopedia Jurídica, *Funcionario público*, <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/funcionario-p%C3%BAblico/funcionario-p%C3%BAblico.htm>, (fecha de consulta: 11 de febrero del 2017).

<sup>97</sup> Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, D-H, op. cit., p. 1773. Nota 92.

“(…) para Gabino Fraga, es el que presta servicios al Estado, a través del órgano de competencia del que es titular y, además, lo representa así frente a los particulares y en las relaciones internas con los servidores del Estado. Para Bielsa, es aquél que, en virtud de designación especial y legal, ya por decreto del Ejecutivo o por elección, de una manera continua, bajo formas y condiciones determinadas, en una especie de competencia, constituye o concurre a constituir y a expresar o ejecutar la voluntad del Estado, cuando esa voluntad se dirige a la realización de un fin público y a una actividad jurídica o social”.<sup>98</sup>

Ahora bien, en el texto original de nuestra centenaria Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917, hacía referencias a funcionarios, empleados públicos, funcionarios públicos y altos funcionarios, sin que existiera definición de éstos. No obstante, no se incluía el término de “servidores públicos”.

Es hasta el año de 1982, cuando producto de una reforma constitucional, el término de servidor público se introduce en nuestra Carta Magna, cuando se modificó el Título Cuarto que se denominaba “De las responsabilidades de los funcionarios públicos”, para denominarse “De las responsabilidades de los servidores públicos y patrimonial del Estado”. Este título actualmente se intitula “De las responsabilidades de los servidores públicos, particulares vinculados con faltas administrativas graves o hechos de corrupción, y patrimonial del estado”.<sup>99</sup>

Producto de la reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 28 de diciembre de 1982 antes mencionada, el artículo 108 constitucional disponía:

“Para los efectos de las responsabilidades a que alude este Título se reputarán como servidores públicos a los representantes de elección popular, a los miembros de los poderes Judicial Federal y Judicial del Distrito Federal, a los funcionarios y empleados, y, en general a toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en la Administración Pública

---

<sup>98</sup> Ídem. p. 1774.

<sup>99</sup> Véase Diario Oficial de la Federación del 27 de mayo de 2015.

Federal o en el Distrito Federal, quienes serán responsables por los actos u omisiones en que incurran en el desempeño de sus respectivas funciones.

De su simple lectura se aprecia que como servidores públicos se contemplaban tanto a funcionarios como empleados de la Administración Pública Federal y del otrora Distrito Federal, actual Ciudad de México, así como a los representantes de elección popular, sin especificar el nivel de gobierno y los miembros de poderes Judicial Federal y Judicial del Distrito Federal. Lo anterior nos permite apreciar que no se estipulaba nada en relación a los funcionarios del Poder Legislativo, pues si bien algunos de sus miembros son representantes de elección popular, no todos tienen ese carácter”.

Ahora bien, el artículo 108 constitucional vigente, establece a la letra lo siguiente:

“Para los efectos de las responsabilidades a que alude este Título se reputarán como servidores públicos a los representantes de elección popular, a los miembros del Poder Judicial de la Federación, los funcionarios y empleados y, en general, a toda persona que desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en el Congreso de la Unión o en la Administración Pública Federal, así como a los servidores públicos de los organismos a los que esta Constitución otorgue autonomía, quienes serán responsables por los actos u omisiones en que incurran en el desempeño de sus respectivas funciones”.<sup>100</sup>

Con base en el establecido en el primer párrafo del artículo 108 de nuestra Carta Magna, antes transcrito, podemos concebir como servidores públicos a:

- 1.- Cualquier persona designada mediante elección popular;
- 2.- Miembros del Poder Judicial, es decir, integrantes de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, del Tribunal Electoral, de los Tribunales Colegiados y Unitarios de Circuito, de los Juzgados de Distrito y el Consejo de la Judicatura Federal;

---

<sup>100</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Última reforma publicada 15-09-2017 [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_150917.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150917.pdf)

3.- Funcionarios y empleados del Congreso de la Unión, lo que incluye ambas Cámaras, Diputados y Senadores;

4.- Funcionarios y empleados de la Administración Pública Federal, que incluye dependencias, órganos desconcentrados y entidades paraestatales, y

5.- Servidores públicos de los organismos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos otorga autonomía, esto es, servidores públicos del Banco de México (BM), de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), del Instituto Nacional Electoral (INE), del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE), de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) y del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Aunado a lo anterior, el tercer párrafo del referido artículo 108 constitucional, dispone a la letra:

“Los ejecutivos de las entidades federativas, los diputados a las Legislaturas Locales, los Magistrados de los Tribunales Superiores de Justicia Locales, en su caso, los miembros de los Consejos de las Judicaturas Locales, los integrantes de los Ayuntamientos y Alcaldías, los miembros de los organismos a los que las Constituciones Locales les otorgue autonomía, así como los demás servidores públicos locales, serán responsables por violaciones a esta Constitución y a las leyes federales, así como por el manejo y aplicación indebidos de fondos y recursos federales”.

Con base en lo transcrito, podemos afirmar que, aunque de forma expresa no se establece, de una interpretación armónica debemos también considerar como servidores públicos a los ejecutivos de las entidades federativas, a los diputados de las legislaturas locales, a los magistrados de los tribunales superiores de justicia locales, a los miembros de los consejos de las judicaturas locales, a los integrantes de los ayuntamientos y alcaldías y a los miembros de los organismos constitucionales autónomos locales.

Asimismo, no debemos soslayar que el párrafo cuarto del multireferido artículo 108 constitucional, establece que las Constituciones de las entidades

federativas precisarán, el carácter de servidores públicos de quienes desempeñen empleo, cargo o comisión en las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, para los efectos de sus responsabilidades.

Con base en lo expuesto en este apartado, podemos identificar el universo de sujetos a los que nuestra constitución les da el carácter de servidores públicos, a quienes dirigiremos las recomendaciones con las que concluyamos el presente trabajo.

Finalmente, cerraremos este capítulo con algunos conceptos de servidor público, pues hemos dicho de manera enunciativa quiénes poseen tal carácter, pero no lo hemos conceptualizado.

Un primer concepto establece que servidor público es "...aquella persona que se encarga de realizar una tarea con el fin de generar un bienestar entre la sociedad. Con esto no afirmamos que su trabajo sea *ad honorem*, sino que independientemente del salario percibido, su principal característica es que su tarea no está destinada a la actividad privada sino al servicio de la sociedad".<sup>101</sup>

Por su parte, Sergio Monserrit Ortiz Soltero manifiesta a este respecto lo siguiente:

"se debe considerar como servidor público a aquella persona física que ha formalizado su relación jurídico laboral con el Estado mediante un nombramiento previamente expedido por el órgano administrativo competente, o en su defecto que figure en las listas de raya de los trabajadores temporales, y que legalmente lo posibilita para desempeñar un empleo, cargo o comisión en el Gobierno Federal, en el Gobierno del Distrito Federal, en los gobiernos Estatales o en los Gobiernos Municipales".<sup>102</sup>

---

<sup>101</sup> Concepto.de, *servidor público*, <http://concepto.de/servidor-publico/> (fecha de consulta: 13 de febrero del 2017).

<sup>102</sup> Monserrit Ortiz Soltero, Sergio, *Responsabilidades legales de los servidores públicos*, Editorial Porrúa, México, 1999, p. 5.

Por su parte, Sergio García Ramírez, considera que servidor público “es quien presta sus servicios al Estado, en la forma y bajo la relación laboral que mencionamos (nombramiento), con el propósito de atender alguna de las atribuciones, funciones o tareas legalmente asignadas a aquél”.<sup>103</sup>

De lo expuesto hasta ahora, podemos decir que servidor público es cualquier persona que se constituya como representante de elección popular o desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza, en alguno de Poderes a través del cual se ejerce el Supremo Poder la Federación (Ejecutivo, Legislativo o Judicial), en los organismos constitucionales autónomos, en los poderes y organismos constitucionales autónomos locales, así como las personas que desempeñen un empleo, cargo o comisión en las entidades federativas, municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México que señalen las propias constituciones locales; cuya finalidad principal es el servicio a la sociedad.

Con otras palabras y de forma abreviada, servidor público es la persona que ejerce un cargo de elección popular o un empleo cargo o comisión en cualquier entidad, órgano u organismo del Estado, en cualquiera de sus niveles de gobierno, con el fin primordial de servir a la sociedad y en estricta observancia a la legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad y eficiencia.

En otro orden de ideas, teniendo un panorama general de lo que podemos entender por “privacidad”, la forma en que es tutelado en nuestro país, sus alcances y las limitaciones que presenta para los servidores públicos, en el siguiente capítulo analizaremos algunos ordenamientos, tanto locales como internacionales, para extraer las mejores prácticas de los servidores públicos en el uso de redes sociales y con base en ellas generar las recomendaciones que pretendemos realizar en nuestro capítulo final.

---

<sup>103</sup> García Ramírez, Sergio y Uribe Vargas, Erika, *Derechos de los servidores públicos*, Instituto Nacional de Administración Pública-UNAM, México 2002, p. 35. Consúltese en: <http://www.inap.mx/portal/images/pdf/book/derechoservpu.pdf>





## Capítulo 3

# Análisis de Regulación sobre el uso de las redes sociales

## Capítulo 3. Análisis de regulación sobre el uso de las redes sociales

En los capítulos anteriores hemos descrito *grosso modo* a las principales redes sociales utilizadas a nivel mundial y sus características; abordamos también el tema de la privacidad, cómo se tutela, sus alcances y límites en nuestro país y qué personas se constituyen como servidores públicos de acuerdo a nuestra legislación, entre otros temas.

En el presente capítulo la intención es enunciar algunos casos que se han suscitado en diversas partes del mundo, tendientes a regular las redes sociales, contrariando la postura que considera que las redes sociales no deben ser reguladas por ningún ordenamiento jurídico formal y que al igual que otras tecnologías que circulan por la red de redes, deben establecer sus límites y alcances con base en la autorregulación.

Por otra parte, la otra gran intención de este apartado es identificar y analizar algunas disposiciones, tanto nacionales como extranjeras, que regulen de alguna manera el uso de las redes sociales.

Lo anterior, nos permitirá extraer las mejores prácticas con base en las cuales emitiremos las recomendaciones para servidores públicos en el uso de las redes sociales.

### 3.1 Propuestas de leyes para regular las redes sociales

En los últimos años se ha exacerbado la discusión en torno a la pertinencia de regular las redes sociales en países como Francia, Bolivia, España, Venezuela e inclusive México, surgiendo inclusive iniciativas tendientes a ello, aunque con diversas perspectivas y fines, pues ello ha obedecido a las problemáticas y circunstancias propias de cada nación. Respecto de esta intención, destacan los siguientes casos:

1.- A inicios del año 2015, el gobierno francés por conducto de su Presidente, manifestó que presentaría en febrero de ese año un proyecto de ley que buscaría

hacer cómplices de los autores de mensajes de odio y xenofobia a las plataformas de internet que alojen esos contenidos.<sup>104</sup>

"Debemos actuar a nivel europeo e internacional para definir un marco legal, para que las plataformas de Internet que manejan las redes sociales sean consideradas responsables y se puedan tomar acciones al respecto",<sup>105</sup> señaló François Hollande.<sup>106</sup>

La intención de la regulación pretendida por el gobierno francés atiende a una problemática concreta que ha desatado en los últimos años incidentes violentos, esto es, la xenofobia y los discursos de odio, mismos que se han acentuado y cuyos efectos se han potencializado por la utilización de las redes sociales.

Lo anterior, implicaría que las redes sociales tuvieran protocolos que permitieran la anulación y/o censura de los mensajes que en ellas se publicaran con discursos racistas o discursos en contra de determinadas personas por su raza, convicciones religiosas o pensamientos políticos. Este intento no se ha concretado, pero en breve, quizá se consolida.

2.- Por lo que hace a Bolivia, el caso es sumamente interesante, pues la intención de regular las redes sociales parece derivar en concreto de un

---

<sup>104</sup> Véase: ámbito.com, *Francia quiere sancionar a redes sociales por mensajes de odio*, <http://www.ambito.com/776652-francia-quiere-sancionar-a-redes-sociales-por-mensajes-de-odio> (fecha de consulta: 21 de febrero del 2017).

<sup>105</sup> Télam, *Francia busca sancionar a redes sociales que publiquen mensajes de odio*, <http://www.telam.com.ar/notas/201501/93301-francia-busca-sancionar-a-redes-sociales-que-publiquen-mensajes-de-odio.html> (fecha de consulta: 21 de febrero del 2017).

<sup>106</sup> François Gérard Georges Hollande, político francés, vigesimocuarto presidente de la República Francesa, cargo que actualmente desempeña. Fue, además, dirigente del Partido Socialista y alcalde de Tulle (Corrèze).

acontecimiento que impidió al Presidente Evo Morales<sup>107</sup> postularse a la presidencia por un cuarto mandato.

A mayor detalle, en febrero del año 2016, Evo Morales fue acusado de tráfico de influencias en beneficio de una empresa de nacionalidad china, en la cual, una ex pareja de dicho mandatario ocupaba un alto cargo ejecutivo, lo que desde la óptica de quienes lo respaldaban, influyó en que la mayoría de los bolivianos votaran en contra del referéndum para reformar la Constitución de Bolivia que le permitiría a Evo Morales postularse para un cuarto periodo en la presidencia.

“El partido de gobierno atribuyó esta derrota política a las acusaciones de corrupción, y a lo que consideran una campaña de desprestigio y difamación contra el presidente Morales que se habría llevado a cabo en las redes sociales, en algunos casos, mediante opiniones anónimas. Poco tiempo después, dos miembros de la Asamblea Legislativa comenzaron a hablar con la prensa sobre la regulación del uso de las redes sociales en Bolivia, “para castigar la difamación de personajes públicos o privados” y otros delitos como la recolección ilegal de datos personales”.<sup>108</sup>

La iniciativa para regular las redes sociales en Bolivia no está disponible al público, pero se sabe que “...el proyecto de ley prohibiría el anonimato en internet; castigaría la difamación en línea de funcionarios públicos; prohibiría la recolección y tratamiento de información personal sin consentimiento; y crearía una oficina de gobierno para monitorear las redes sociales”.<sup>109</sup>

---

<sup>107</sup> Juan Evo Morales Ayma, político y líder del movimiento cocalero boliviano. Sexagésimo quinto presidente del Estado Plurinacional de Bolivia, cargo que asumió el 23 de enero del año 2006 y que a la fecha ostenta.

<sup>108</sup> Pallero, Javier, “¿Por qué Bolivia quiere regular las redes sociales y prohibir el anonimato en línea?” en *Freedom of Expression*, <https://www.accessnow.org/por-que-bolivia-quiere-regular-las-redes-sociales-y-prohibir-el-anonimato-en-linea/> (fecha de consulta: 24 de febrero del 2017).

<sup>109</sup> Ídem

El proyecto tiene impulso del titular del poder ejecutivo boliviano, pues afirma que el uso anónimo de las redes sociales, "...está haciendo daño a Bolivia, a la democracia y a la ética".<sup>110</sup>

Al respecto, será interesante ver si fructifica este proyecto o si prevalecen las voces que lo consideran como una limitante a la libertad de prensa y a la libertad de expresión.

3.- En España, a finales del año 2016 surgió la noticia de que el Partido Popular planteó una iniciativa para reformar la Ley orgánica de protección del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, con la intención de salvaguardar los derechos de los usuarios de las redes sociales.

Lo anterior, en virtud de que desde la óptica del Partido Popular las nuevas tecnologías permiten la difusión de información de manera insólita, lo que pone en peligro determinados ámbitos de la vida privada.<sup>111</sup>

El PP [Partido Popular] considera que la "relatividad" que caracteriza a estos derechos dificulta la delimitación conceptual sobre qué ha de entenderse por honor, intimidad y propia imagen, por lo que pretende otorgarles "la oportuna protección o tutela en el ámbito civil" con el fin de evitar el "amplio margen de discrecionalidad" que existe a la hora de aplicar la Ley.<sup>112</sup>

---

<sup>110</sup> América Latina, *Evo Morales quiere regular el anonimato en las redes sociales en Bolivia*, <https://mundo.sputniknews.com/americalatina/201602251057075251-bolivia-redes-sociales-anonimato/> (fecha de consulta: 24 de febrero del 2017).

<sup>111</sup> Moreno, Manuel. "¿Se deben regular las redes sociales para proteger el derecho al honor?" en *TreceBits, redes sociales y periodismo 2.0*, <http://www.trecebits.com/2016/11/08/se-deben-regular-las-redes-sociales-para-proteger-el-derecho-al-honor/> (fecha de consulta: 23 de febrero del 2017).

<sup>112</sup> Europa Press, *El PP busca reformar la protección al derecho al honor para aplicarla a las redes sociales*, <http://www.europapress.es/nacional/noticia-pp-busca-reformar-proteccion-derecho-honor-aplicarla-redes-sociales-20161106110537.html> (fecha de consulta: 23 de febrero del 2017).

El análisis de esta reforma generará reflexiones sobre la colusión de derechos tales como al honor, a la intimidad y la propia imagen con otros derechos constitucionalmente protegidos como la libertad de información y la libertad de expresión, seguramente pronto veremos qué decisión se toma al respecto, lo que quizá marque un hito en el derecho español e inclusive, en el derecho de las diversas naciones que conforman la Unión Europea.

4.- En Venezuela, también a finales del año 2016, se generaron pronunciamientos de diversos funcionarios públicos que consideran pertinente la regulación de las redes sociales, por ejemplo: el Director General de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), Andrés Eloy Méndez, quien manifestó que es necesaria una reforma de ley para regular las redes sociales afirmando: “No podemos permitir que en este campo reine la violencia y la instigación”.<sup>113</sup>

La Fiscal General de la República de Venezuela, Luisa Ortega Díaz, declaró algo similar el 26 de marzo de 2015.<sup>114</sup>

En la Revista Noticom, el diario de las telecomunicaciones que edita la propia CONATEL, se publicó un artículo intitulado: “Las redes sociales usadas como armas de destrucción”, donde se expone cómo el uso de redes sociales ha potencializado y afectado de forma negativa la imagen de Venezuela.

---

<sup>113</sup> León, Ibis, “Director de Conatel quiere reformar la ley para regular las redes sociales”, en *Efecto Cocuyo*, <http://efectococuyo.com/politica/director-de-conatel-quiere-reformar-la-ley-para-regular-las-redes-sociales> (fecha de consulta: 23 de febrero del 2017).

Véase además:

*Conatel quiere regular uso de las redes sociales para evitar la “instigación”* en: <http://www.elimpulso.com/correos-diarios/enterate/conatel-quiere-regular-uso-las-redes-sociales-evitar-la-instigacion>

*Conatel quiere regular uso de las redes sociales* en <http://notitotal.com/2016/11/28/conatel-quiere-regular-uso-de-las-redes-sociales/>

<sup>114</sup> Ídem.

“En el caso de nuestro país se ha incrementado una realidad como el desabastecimiento inducido, la inflación y la guerra no convencional que genera zozobra en importantes sectores de la población, así lo establece Gustavo Villapol, Director de Comunicaciones Digitales del Ministerio Popular para la Comunicación e Información (MinCI). “No es que no existe esa realidad pero la exageran y causan daño a la sociedad. Manipulan las redes sociales para generar campañas psicológicas en contra de la población, explicó”.<sup>115</sup>

En este mismo artículo, Miguel Brito, sociólogo de la Universidad Central de Venezuela, afirmó lo siguiente:

“Quienes tienen más acceso a estas herramientas, son los sectores medios de la población. Muchos lo hacen para farandulear y al mismo tiempo, creen que se están informando acerca de la realidad del mundo a través del Twitter, Instagram, Facebook, Youtube, etc. Es por eso que el sector medio de la población venezolana, por más graduados que sean, son tontos útiles porque se creen todo y no lo corroboran. Repiten la información”, indicó Brito”.<sup>116</sup>

Se ha pensado en hacer una consulta pública para establecer el marco legal que ha de regular las redes sociales en Venezuela, “... se harán estudios para determinar qué medidas se aplican en otras partes del mundo y optar por la mejor, pero no desde el control sino de manera democrática”,<sup>117</sup> afirmó Gustavo Villapol, Director de Comunicaciones Digitales del Ministerio Popular para la Comunicación e Información del gobierno de Venezuela.

---

<sup>115</sup> Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) de la República Bolivariana de Venezuela, “*Las redes sociales usadas como armas de destrucción*”, número 2, febrero de 2017, pp. 12 y 13.

<sup>116</sup> Ídem.

<sup>117</sup> Ibídem.

5.- Finalmente, no podemos soslayar que en nuestro país también se ha dado un intento por regular las redes sociales, aunque de forma indirecta y con un fin distinto a los casos mencionados con anterioridad.

En efecto, el 27 de octubre del año 2015, el Senador Omar Fayad presentó la iniciativa de ley para prevenir y sancionar los delitos informáticos, cuyo objeto, acorde a su artículo 1º, consistía en “...prevenir, investigar, perseguir y sancionar los delitos informáticos, que por su naturaleza, origen, destino e impacto tengan repercusiones jurídicas en el territorio nacional”.<sup>118</sup>

La iniciativa de ley en comento fue duramente criticada por diversos sectores, pues se decía que ésta se constituía como una mordaza al periodismo digital.

En efecto, la Red en defensa de los derechos digitales manifestó:

“Los artículos 22, 23 y 24 de la #LeyFayad establecen una serie de delitos denominados “Delitos contra la Divulgación Indebida de Información de Carácter Personal”. Estos delitos amenazan gravemente el derecho a la libertad de expresión, pues impiden a cualquier persona o medio de comunicación divulgar información de interés público que sea “privada”, que no tenga “autorización” o “consentimiento de su dueño”. Es decir, sería delito para un periodista publicar un documento, fotografía, audio o revelar cualquier información privada de cualquier persona, aunque revele un acto de corrupción, una violación a derechos humanos o sea de cualquier otra forma de interés público, si no tiene el consentimiento de esa persona, si se trata de una comunicación ajena”.<sup>119</sup>

---

<sup>118</sup> Iniciativa de ley para prevenir y sancionar los delitos informáticos. Consúltese en: [http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/1/2015-10-27-](http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/1/2015-10-27-1/assets/documentos/Inic_PRI_Ley_Delitos_Informaticos.pdf)

[1/assets/documentos/Inic\\_PRI\\_Ley\\_Delitos\\_Informaticos.pdf](http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/1/2015-10-27-1/assets/documentos/Inic_PRI_Ley_Delitos_Informaticos.pdf)

<sup>119</sup> Red en defensa de los derechos digitales, *10 puntos clave sobre la #LeyFayad, la peor iniciativa de ley sobre Internet en la historia*, <https://r3d.mx/2015/10/28/10->



Entre los delitos que se contemplaban en la iniciativa de ley para prevenir y sancionar los delitos informáticos, se encontraba la depredación sexual, el cual supondría su configuración cuando una persona "... fingiendo una identidad o usando la real, realice el acercamiento entre éste o incluso un tercero, con un menor de edad, a través de redes sociales o cualquier otro medio vía internet, con el propósito de facilitar un encuentro sexual".<sup>120</sup>

Otro delito contenido en la iniciativa de referencia, era la intimidación, el cual podía imputarse "[a] quien, a través de medios informáticos, acose, hostigue, intimide, agrede o profiera cualquier forma de maltrato físico, verbal o psicológico en contra de usuarios de Internet, de forma reiterada y sistemática, (...)".<sup>121</sup>

La interpretación que se dio a delitos como la intimidación, es que limitaba la libertad de expresión y criminalizaba el uso de las redes sociales.<sup>122</sup>

La iniciativa de ley para prevenir y sancionar los delitos informáticos fue fuertemente cuestionada, paradójicamente a través de las redes sociales, convirtiéndose en *trending topic* en la red social Twitter con el *hashtag* #LeyFayad.

---

puntos-clave-sobre-la-leyfayad-la-peor-iniciativa-de-ley-sobre-internet-en-la-historia/ (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

<sup>120</sup> Ídem, artículo 20.

<sup>121</sup> Ibídem, artículo 21.

<sup>122</sup> Véase: sinembargo.mx, *La Ley "Fayad", intento priísta por limitar las redes sociales está muerta; Senador la retira*, <http://www.sinembargo.mx/03-11-2015/1539193> (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

Marianne Díaz Hernández, *Ley Fayad: un proyecto de ley en México plantea criminalizar Internet*, <https://hipertextual.com/2015/10/ley-fayad-mexico> (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

Noticaribe, *Va PRI por la censura en la red: La 'Ley Fayad' criminaliza a 54 millones de internautas en México y atenta contra libertad de expresión*, <http://noticaribe.com.mx/2015/10/31/va-pri-por-la-censura-en-la-red-la-ley-fayad-criminaliza-a-54-millones-de-internautas-y-atenta-contra-libertad-de-expresion/> (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

Las duras críticas a la iniciativa de mérito, obligaron al senador priísta a retirar de manera formal su iniciativa el día 3 de noviembre del año 2015, ello, explicó el Senador Fayad, "...ante la serie de críticas en redes sociales sobre los alcances de este marco legal al tipificar los delitos cometidos en Internet, que fueron interpretados como una "eventual censura".<sup>123</sup>

Sin duda, la iniciativa de la denominada "Ley Fayad" generó múltiples posturas, mayormente en contra de ésta, pero por otra parte también permitió una primera reflexión sobre la regulación en nuestro país del Internet, las redes sociales, medios informáticos, etcétera, aunque orientada básicamente a la prevención y sanción de delitos informáticos.

Las referencias anteriores, son sólo una muestra de las razones, problemáticas y argumentos que han inquietado a los gobiernos de diversas naciones para intentar regular de manera formal a las redes sociales, lo cual va en contra de la postura que sostiene que, de darse esta situación, se podría restringir o inclusive inhibir la libertad de expresión que proporciona el internet, en gran medida por la anonimidad con la que pueden conducirse sus usuarios.

A mayor abundamiento, la Carta de derechos humanos y principios para internet, emitida por la Coalición dinámica por los derechos y principios de internet,<sup>124</sup> contempla entre otros derechos, el de expresión y asociación, por virtud

---

<sup>123</sup> Animal Político, *Fayad retira su iniciativa de ley sobre internet; dice que construirá nueva propuesta*, <http://www.animalpolitico.com/2015/11/fayad-retira-su-iniciativa-de-ley-sobre-internet-dice-que-construira-nueva-propuesta/> (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

<sup>124</sup> Coalición dinámica por los derechos y principios de Internet, es una red internacional abierta de personas y organizaciones que trabajan para hacer cumplir los derechos humanos en el ambiente online y en todo el espectro de ámbitos de creación de políticas para internet. Está localizada en el Foro para la Gobernanza de Internet de las Naciones Unidas, un foro abierto a múltiples partes interesadas, para gobiernos, empresas y grupos de la sociedad civil, donde pueden reunirse a

del cual “[t]oda persona tiene derecho a buscar, recibir y difundir información libremente en Internet sin censura ni interferencias”.<sup>125</sup>

Asimismo, la Carta de derechos humanos y principios para internet contiene el derecho de confidencialidad y protección de datos, por virtud del cual “[t]oda persona tiene derecho a la privacidad online. Esto incluye el no ser vigilado, el derecho a utilizar cifrado y el derecho al anonimato.”

Con base en los derechos humanos y principios para internet enunciados, y dado que la regulación formal de las redes sociales podría implicar su vulneración, el tema de la regulación de las redes sociales constituye un gran dilema pues confronta múltiples derechos, por mencionar algunos, la libertad de expresión, el derecho de acceso a la información, la libertad de asociación, por un lado, y el derecho al honor, a la privacidad, a la imagen, por otro.

Aunado a lo anterior y de forma paralela, se encuentra el dilema de regular las redes sociales como herramienta o medio para la comisión de conductas dañinas e inclusive delictivas, tales como el *bullying*, el *sexting*, la usurpación de identidad, la trata de personas, el fraude, por mencionar algunos.

Hasta aquí, hemos podido advertir algunas iniciativas de leyes para regular las redes sociales en diversas latitudes, de múltiples formas y con distintos fines, atendiendo a la realidad de cada nación, en el siguiente apartado analizaremos ordenamientos que regulan las redes sociales de forma parcial y con fines muy específicos, tanto en México en otras naciones, para finalmente poder extraer las mejores prácticas y emitir una serie de recomendaciones para su uso, dirigidas a los servidores públicos.

---

discutir cuestiones de interés que caen bajo la rúbrica de la gobernanza de internet (<http://www.intgovforum.org/cms>).

<sup>125</sup> Coalición dinámica por los derechos y principios de Internet, *Carta de derechos humanos y principios para internet*, [http://derechoseninternet.com/docs/IRPC\\_Carta\\_Derechos\\_Humanos\\_Internet.pdf](http://derechoseninternet.com/docs/IRPC_Carta_Derechos_Humanos_Internet.pdf) (fecha de consulta: 1 de marzo del 2017).

## 3.2 Ordenamientos que regulan el uso de redes sociales

En este apartado haremos referencia y diversos ordenamientos que regulan el uso de redes sociales en varios países, haciendo hincapié en las buenas prácticas que en ellas se contienen y que pudiéramos aplicar a las recomendaciones que deseamos formular para los servidores públicos en el uso de las redes sociales.

### 3.2.1 En Colombia

Comenzaremos el análisis de los ordenamientos que regulan el uso de las redes sociales a nivel internacional con Colombia, país sudamericano que cuenta con los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano,<sup>126</sup> los cuales datan del año 2011.

Los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano, fueron emitidos con el objetivo de servir como guía de uso para todas las instituciones estatales que establezcan un canal de comunicación con los ciudadanos de Colombia, en el afán de contribuir en la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo y que preste mejores servicios con la colaboración de toda la sociedad, mediante el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Los Lineamientos en comento cuentan con dos apartados fundamentales, el primero de ellos conformado por una introducción y definiciones básicas en torno a la Web 2.0, misma que es definida como "...un conjunto de tendencias económicas, sociales y tecnológicas que colectivamente forman la base para la siguiente generación de la Internet—Un medio más maduro y definido, caracterizado por la participación del usuario, la apertura y los efectos de red".<sup>127</sup> El segundo apartado contiene los lineamientos y recomendaciones a observar en la implementación de la estrategia de Web 2.0 en las entidades del Estado colombiano.

---

<sup>126</sup> Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones del Gobierno de Colombia, *op. cit.*, p. 6, nota 27.

<sup>127</sup> Ídem, p. 6.

Dado nuestro objeto de estudio, nos enfocaremos en el segundo de los apartados de los lineamientos señalados anteriormente, en virtud de que es éste donde se contienen en específico las recomendaciones particulares para servidores públicos.

Como proemio a las recomendaciones particulares para servidores públicos, los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano hacen un distingo entre los usos que pueden hacerse de los medios sociales, entendidos como espacios virtuales donde las personas se relacionan abiertamente como lo harían en el mundo real y entre las que se encuentran las redes sociales, los blogs y los wikis, siendo éstos usos el oficial, el profesional y el personal, con los siguientes alcances:

“Oficial: Corresponde al uso de la cuenta oficial de la entidad en la que se desempeña el servidor público para la comunicación institucional, bajo las funciones que le han sido asignadas con tal fin. Este tipo de uso se rige por los lineamientos y recomendaciones planteados con anterioridad.

(...)

Profesional: Corresponde al uso de la cuenta personal del servidor público de manera no oficial, pero relacionada con los temas de interés de los objetivos de la entidad, con el fin de desarrollar sus competencias, habilidades, conocimientos, y contactos dentro de su quehacer profesional”.

Personal: Corresponde al uso de la cuenta personal del servidor público con fines que no estén relacionados con su trabajo”.<sup>128</sup>

Lo anterior resulta fundamental para nuestro tema, pues nos permite advertir que una misma red social puede ser utilizada de distinta forma atendiendo a los fines que se persigan, pues, así como en el mundo real tenemos diversos roles y los actos que realizamos en cada uno de ellos tienen diversos efectos y

---

<sup>128</sup> Ibídem, p. 34 y 35.

repercusiones, en el mundo virtual también ocurre esto, solo que la conciencia de que ello ocurre es menor.

En efecto, a guisa de ejemplo, no tiene el mismo impacto un documento suscrito por una persona en su carácter de servidor público, en su carácter de profesionista o suscrito a título personal, pues mientras que el primero de ellos tiene los efectos jurídicos que derivan del ejercicio de sus facultades, el segundo constituye el dictamen que de un especialista y con las responsabilidades derivadas de un contrato de prestación de servicios, mientras que el último es solo un escrito de índole personal sin consecuencia jurídica alguna.

En el mismo tenor, los tweets o publicaciones que se realicen a través de las redes sociales pueden tener diversos impactos si estos se realizan como servidor público, como profesionista o a título personal.

Bajo esa óptica, los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano contienen una serie de recomendaciones para sus servidores públicos que se estiman relevantes para el uso profesional de las redes sociales, a saber:

“Atribución de la comunicación. Siempre que utilice alguno de los medios sociales, debe ser consciente que esa actuación puede ser interpretada como oficial, representando a la entidad. En ese sentido, es recomendable dejar expreso, y de manera visible en los perfiles de sus cuentas, que su comunicación es personal y no representa los puntos de vista de la entidad para la cual trabaja. Adicionalmente a establecer esta salvedad, recuerde asumir con responsabilidad sus mensajes para evitar comprometer a la entidad con el contenido de los mismos”<sup>129</sup>.

Por medio de esta recomendación, lo que principalmente se busca es concientizar a los servidores públicos para que sus actuaciones en las redes sociales sean acordes al carácter con el que se usa, lo que debe señalarse de forma expresa en el perfil de la red social de que se trate, esto es, de forma oficial, profesional o personal. Lo anterior a fin de que no se arrogue a la entidad

---

<sup>129</sup> Ídem

determinada opinión, expresión o actuar que corresponda a un servidor público realizado a título profesional o personal, inclusive.

Otra recomendación que se formula, tiene que ver con los “elementos distintivos” en los siguientes términos:

“Procure no usar los elementos distintivos de su entidad o del gobierno en general, en ninguno de los usos de sus cuentas personales en los medios sociales, reduciendo el riesgo de una equivocada atribución de sus opiniones personales a las de su entidad. Tenga en cuenta que dichos elementos, gráficos o verbales, están protegidos por la normatividad en propiedad intelectual que les sea aplicables”.<sup>130</sup>

Relacionada con la primera recomendación y a fin de no generar confusión, se considera importante que los servidores públicos deben evitar en sus cuentas profesionales usar elementos distintivos de la entidad para la que laboren o del gobierno colombiano, nuevamente para limitar la atribución de la actuación que se realice en determinada red social y también con la finalidad de no vulnerar derechos emanados de la propiedad intelectual.

Los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano, recomiendan que al abrir cuentas personales en medios sociales, no se usen las cuentas de correo oficiales que tenga 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 a los puntos de vista de la institución para la que labora, a fin de evitar que incumpla con una de sus obligaciones como servidor público, consistente en utilizar los bienes y recursos asignados para el desempeño de su empleo, cargo o función, las facultades que le sean atribuidas, o la información reservada a que tenga acceso por razón de su función, en forma exclusiva para los fines a que están afectos.

Otra recomendación más, consiste en direccionar a los canales institucionales las solicitudes que puedan recibir los servidores públicos en sus

---

<sup>130</sup> Ídem

cuentas personales, a efecto de que sea la entidad competente la encargada de dar el trámite correspondiente a la solicitud de que se trate.

Los lineamientos en comento contienen otra recomendación consistente en que 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 en el mundo físico.

Aunado a las recomendaciones anteriores, los lineamientos que se abordan disponen:

“Permanencia del mensaje. Los servidores públicos deberán considerar que los mensajes que publican en los medios sociales son permanentes. Aun cuando las plataformas usadas permitan eliminar dichos mensajes, otros usuarios pueden haber citado o compartido la comunicación con sus propios seguidores. Adicionalmente, algunos medios sociales son visibles a los motores de búsqueda, lo cual puede dejar indexada su comunicación, mucho tiempo después que no esté disponible en el lugar donde la publicó originalmente. Otro riesgo asociado que se debe tener en cuenta, es que el mensaje sea compartido parcialmente fuera de su contexto original, buscando generar interpretaciones erróneas por otros participantes de los medios sociales”<sup>131</sup>.

Con la recomendación anterior, se concientiza al funcionario público sobre los posibles riesgos que pueden generarse por el uso de los medios sociales, pues los mensajes, los actos, imágenes y videos que se transmiten a través de éstos no son efímeros y una vez que alguien los retransmite es prácticamente imposible controlar su difusión, aunado a la descontextualización que se puede realizar de lo difundido.

Los lineamientos en estudio, recomiendan también que la comunicación personal de los servidores públicos, al igual que las comunicaciones oficiales, deben mantener siempre respeto y cordialidad con los demás usuarios de los medios sociales en los que participan. Bajo ese tenor, se dispone que los servidores

---

<sup>131</sup> Ibídem p. 36



públicos deben abstenerse de proferir expresiones injuriosas o calumniosas contra cualquier persona.

Una recomendación más, consiste en que los servidores públicos que usen redes sociales deben abstenerse de revelar información de carácter confidencial de la entidad para que laboren.

“Para garantizar esto, deberán atender los temas de políticas, normas y consideraciones de seguridad de la información definidas por la entidad. El servidor público deberá abstenerse de publicar cualquier información sobre la cual no cuente con autorización para su difusión y puesta en conocimiento de terceros”<sup>132</sup>.

Finalmente, la última recomendación que se formula a los servidores públicos en el instrumento jurídico que comentamos, consiste en el respeto a los derechos de autor y a la propiedad intelectual de terceros. Para evitar inconvenientes, se recomienda vincular a la información pertinente, haciendo las debidas atribuciones, pero sin reproducirlas directamente en sus cuentas de medios sociales.

### **3.2.2 En España**

En el caso de España, no cuenta con un ordenamiento general que regule las redes sociales, no obstante, como se mencionó en el subcapítulo anterior, hay una propuesta del Partido Popular de ese país para reformar la ley orgánica de protección del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, formulada con la intención de salvaguardar dichos derechos de los usuarios de las redes sociales. Sin embargo, encontramos diversas guías de uso y estilo para el uso de las redes sociales, entre los que se encuentran la emitida por el Ayuntamiento de Lorca, la Generalidad de Cataluña y el del Gobierno Vasco, siendo la primera de las mencionadas la más amplia y detallada, por lo que será esa en la que abundaremos.

---

<sup>132</sup> Ibídem p.34

### **3.2.2.1 Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca**

La Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca data de abril del año 2014 y se emitió tomando en cuenta la importancia que juegan las redes sociales para mantener una comunicación dinámica y continua con la ciudadanía y en virtud de que en los últimos años cada vez más empleados públicos utilizan las redes sociales para realizar su trabajo.

Lo primero que se estipula en la política y guía en comento, es la distinción entre los tres tipos de usos que se le pueden dar a las cuentas en medios y redes sociales, a saber: oficial, profesional y personal. Estos usos los concibe de la siguiente manera:

“Oficial: Son cuentas corporativas creadas para ser la voz y el oído del Ayuntamiento de Lorca en las redes sociales, por ello son las cuentas oficiales que representan a sus distintas Concejalías, Servicios, Programas o Proyectos. (...)”

Profesional: Es el uso de la cuenta personal, pero relacionada con los temas de interés y objetivos del Ayuntamiento de Lorca, con el fin de desarrollar competencias, habilidades, conocimientos, y contactos dentro del quehacer profesional. (...)”

Personal: Corresponde al uso de la cuenta personal con fines que no estén relacionados con el trabajo. (...)”<sup>133</sup>

Conforme a la política en comento, la participación del personal del Ayuntamiento de Lorca en redes sociales puede darse de estas tres formas distintas, no excluyentes, siendo éstas las siguientes:

1.- Uso de redes sociales con fines corporativos. Como parte de la estrategia comunicativa del Ayuntamiento de Lorca, su política y guía de usos y estilos en redes sociales establece la posibilidad de utilizar éstas, pero única y

---

<sup>133</sup> Ayuntamiento de Lorca, ob. cit., p. 3. Nota 47.

exclusivamente a través de cuentas corporativas creadas por la Concejalía de Sociedad de la Información, a través de su sección de informática.

Respecto del uso de este tipo de cuentas corporativas debe destacarse que requieren para su creación de la solicitud de una Concejalía o Servicio, con el visto bueno del concejal de área.

Asimismo, los solicitantes de este tipo de cuentas deben planificar los objetivos y delimitar los contenidos que pretenden difundir, así como especificar los usuarios autorizados y el responsable de lo publicado.

Las cuentas corporativas sólo pueden manejarse desde correos electrónicos corporativos, por ello el Servicio de informática de la Concejalía de Sociedad de la Información del Ayuntamiento de Lorca debe dar de alta dichas cuentas de correo para la gestión de las redes o medios seleccionados.

El Servicio de Informática se encarga de la configuración inicial de las redes sociales y proporciona a la Concejalía o Servicio solicitante los logotipos, avatares y nombre de usuario de acuerdo con la propia Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca.

2.- Uso de redes sociales con fines profesionales y personales. La Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca no sólo permite el uso de redes sociales, sino que anima a todos los empleados municipales a participar en éstas, no obstante, formula una serie de recomendaciones con la intención de proteger tanto la reputación personal y profesional del trabajador como de la institución, además de cumplir con la legalidad vigente.

En tanto que resultan de suma utilidad para nuestro tema estudio y dado que nuestra intención es precisamente extraer las mejores prácticas para el uso de redes sociales con la intención de poder formular una serie de recomendaciones dirigidas a los servidores públicos, nos daremos a la tarea de analizar brevemente las recomendaciones que se contienen en la Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca, para el uso de redes sociales con fines profesionales y personales.

El ordenamiento de mérito, estipula las siguientes recomendaciones:

a) La primera de las recomendaciones se hace consistir en declarar de manera expresa y visible en todas las cuentas y perfiles en redes sociales que las opiniones que se formulan son personales y no del Ayuntamiento de Lorca, así como utilizar el nombre real.

Esta misma recomendación la encontramos anteriormente realizada en los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano como “Atribución de la comunicación”.

b) Se insta a no usar logotipos ni elementos de la imagen institucional del Ayuntamiento, para evitar la confusión y que se atribuyan las opiniones formuladas por el titular de la cuenta de la red social a la entidad.

Se hace hincapié en que, en estos casos, el usuario no es representante del Ayuntamiento.

c) La tercera recomendación consiste en que no se use la cuenta de correo corporativa para abrir perfiles y cuentas en redes sociales profesionales o personales, sino que se utilice una cuenta de correo electrónico personal.

d) Una recomendación más establece: “Si recibes solicitudes de información, que no sean de tu departamento, redirígelas a los canales oficiales del Ayuntamiento para dar trámite a su solicitud”.<sup>134</sup>

Esta recomendación resulta peculiar, pues pareciera que en ella el usuario de una red social en su carácter profesional y personal que sea funcionario público del Ayuntamiento de Lorca, si puede atender una solicitud que corresponda a su departamento, lo que quizá no sea lo más acertado. La correlativa que se estipula en los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano, establece que las solicitudes que reciban los servidores públicos en sus cuentas personales, deben ser direccionadas a los canales institucionales a efecto de que sea la entidad correspondiente la encargada de dar el trámite correspondiente a la solicitud de que se trate.

e) Cuando se comente sobre asuntos relacionados con el Ayuntamiento de Lorca, del que no se es especialista, debe indicarse así claramente al momento de

---

<sup>134</sup> Ídem, p. 6.

opinar o responder a un cuestionamiento. Asimismo, se sugiere que se consulte al técnico dentro del Ayuntamiento de Lorca para aumentar los conocimientos de que se trate y ser más preciso en los comentarios que se viertan.

f) Otro punto destacable, que quizá no sea una recomendación en sí pero que se formula como tal, se hace consistir en advertir a los usuarios de las redes sociales que todo lo que se publica deja una huella, aunque se elimine el mensaje. Además, se advierte que el mensaje puede ser compartido parcialmente y/o fuera de su contexto original, pudiendo dar lugar a interpretaciones erróneas.

g) La siguiente recomendación que se formula consiste en comunicarse siempre con un lenguaje respetuoso, correcto y cordial con los demás usuarios, inhibiendo desde luego el uso de lenguaje ofensivo.

h) Se sugiere evitar la revelación de información confidencial o delicada, se pide que sólo se cite y divulgue lo que ya haya hecho público el Ayuntamiento.

i) Se pide respeto a los derechos de autor y a la propiedad intelectual de terceros, en caso de publicar algún contenido que así lo requiera.

Las recomendaciones contenidas en los incisos h) e i), las pudimos también advertir en los Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el estado colombiano.

j) Se advierte sobre las situaciones de crisis, en tanto que la participación en las redes sociales puede acarrear críticas o comentarios mal intencionados, por lo que se sugiere consultar el apartado de gestión de crisis contenido en la propia Guía de usos y estilos del Ayuntamiento de Lorca para saber cómo actuar.

k) Una recomendación adicional consiste en proteger la privacidad, tanto del usuario como la de los compañeros de trabajo.

l) Finalmente, la última recomendación es limitarse dentro de lo posible al área de especialización y/o experiencia y ofrecer las opiniones y perspectivas de manera libre, siempre y cuando no se revele información confidencial.

3.- Uso de medios sociales con fines exclusivamente personales. Estas últimas recomendaciones se encaminan a orientar a los servidores públicos en el uso de las redes sociales que utilicen con fines única y exclusivamente personales.

A mayor detalle, la Política y guía de usos y estilos en redes sociales del Ayuntamiento de Lorca enfatiza la importancia de no mezclar el uso personal, profesional y oficial de los medios sociales.

Por lo anterior, recomienda que las funcionarios que laboren para el Ayuntamiento de Lorca deben usar su buen juicio y asumir la responsabilidad personal y profesional de los contenidos que publican a través de los medios sociales, permitiendo el uso de una cuenta con fines personales para comentar sobre asuntos que no incumban a su vida profesional u oficial, inclusive dentro del horario laboral, siempre que se no interfiera en su labor profesional ni en su rendimiento, del mismo modo que se hace con otros medios de comunicación, como el correo electrónico o el teléfono.

Se hace hincapié en que el uso de una cuenta privada no exime de cumplir los códigos de buena conducta generalmente admitidos.

Asimismo, se estipula que no deben publicarse opiniones personales a través de cuentas oficiales y ni promover cuentas personales a través de cuentas oficiales.

Se sugiere, además, no comentar en redes sociales aquello que no quieres que sea de dominio público.

Finalmente se recalca que los funcionarios públicos del Ayuntamiento de Lorca tienen responsabilidades de gobierno, por lo que los comentarios personales que publican, incluso en lugares claramente personales, pueden ser mal interpretados como declaraciones realizadas por el Ayuntamiento.

### **3.2.2.2 Guía de usos y estilos en Redes Sociales del Gobierno**

#### **Vasco**

La Guía de usos y estilo de redes sociales del Gobierno Vasco<sup>135</sup> cuya primera edición es de abril del año 2011, contiene una parte introductoria donde presenta

---

<sup>135</sup> Administración de la Comunidad Autónoma del País Vasco, *Guía de usos y estilo de redes sociales del Gobierno Vasco*, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, España, segunda edición, 2012. Consúltese en:

una visión general del universo de las redes sociales en la actualidad. Asimismo, posee un apartado donde se contextualiza la presencia del Gobierno Vasco y sus funcionarios en las distintas redes sociales y se contienen las razones que la justifican.

Si bien la guía en comento establece unas pautas comunes para la presencia homogénea del Gobierno Vasco en las redes sociales y contiene el procedimiento para abrir cuentas y perfiles de cualquier Dirección, Servicio o marca en estos espacios de relación y participación, es destacable que, aunque de forma somera, contiene unas recomendaciones de uso de las redes sociales para las personas que laboran en el Gobierno Vasco.

Como principio general, se prevé la existencia de perfiles corporativos y personales, estableciendo que en las primeras no se deben emitir opiniones personales y la línea editorial debe coincidir con la del sitio web oficial. Por otra parte, establece que los perfiles personales son aquellos que se tienen a título individual y cada persona es libre de tener su propia cuenta y presencia en las redes sociales.

La Guía de usos y estilo de redes sociales del Gobierno Vasco reconoce que el personal que labora en éste tiene derecho a expresar libremente sus opiniones o puntos de vista sobre los temas que crea oportunos, sin embargo, para evitar posibles conflictos con el servicio que ofrecen las diversas instituciones realiza las siguientes recomendaciones:

1.- “Quien trabaje en el Gobierno Vasco, con presencia en las redes sociales, puede expresar esta condición libremente”.<sup>136</sup> A diferencia de las recomendaciones que hemos analizado con anterioridad, en Gobierno Vasco no limita el manifestar que se labora en una institución gubernamental en perfiles personales, dado que las recomendaciones son más generales y escuetas, además de que parten de una visión distinta, pues la intención de la Guía de usos y estilo de redes sociales del

---

[http://bideoak2.euskadi.net/redesyblogs/guia\\_usos\\_y\\_estilos\\_en\\_rrss\\_del\\_ejgv/guia\\_de\\_usos\\_y\\_estilo\\_en\\_las\\_redes\\_sociales\\_del\\_gobierno\\_vasco\\_v2.pdf](http://bideoak2.euskadi.net/redesyblogs/guia_usos_y_estilos_en_rrss_del_ejgv/guia_de_usos_y_estilo_en_las_redes_sociales_del_gobierno_vasco_v2.pdf)

<sup>136</sup> Ídem, p. 6.

Gobierno Vasco se encamina mayormente a generar un acercamiento entre los funcionarios públicos y la ciudadanía.

2.- “Se debe usar un correo electrónico no corporativo para registrar cuentas personales en cualquier página externa al Gobierno Vasco, ya que esta información podría ser mal interpretada o utilizada para fines no deseados. Esta recomendación se refiere explícitamente a Twitter y Facebook”.<sup>137</sup> Con esta recomendación, se trata de crear una desvinculación entre las cuentas oficiales y las cuentas personales de los funcionarios públicos del Gobierno Vasco.

3.- Una recomendación más, consiste en no participar en acciones o movimientos que puedan suscitar una degeneración de la reputación del Gobierno Vasco y de los servicios que ofrece, la misma resulta ser muy amplia, pero quizá se limite a movimientos en redes sociales que pudieran denostar el actuar gubernamental.

4.- Otra recomendación consiste en actuar de forma transparente y respetando la legislación, lo que no orienta demasiado, pues un funcionario público tiene esas obligaciones implícitas a su cargo.

5.- Se establece que no deben publicarse en Internet comentarios despectivos ni ofensivos.

6.- Finalmente, se dispone que, si se usan las redes sociales durante la jornada laboral, se recomienda hacer un buen uso y siempre orientado a conseguir una mejora del servicio que se ofrece, lo que robustece el hecho de que las redes sociales para estos funcionarios pudieran tener un uso indistinto, con la intención de privilegiar el servicio público.

---

<sup>137</sup> *Ibidem*.



### 3.2.2.3 Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña

La Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña<sup>138</sup> es un instrumento sumamente interesante, que considera a las redes sociales una forma de participación ciudadana y que en razón de su constante expansión permite una multiplicación en sus utilidades. En otras palabras, considera a las redes sociales como una plataforma para la mejora y la innovación de los servicios gubernamentales.

El instrumento en comento, estima importante la presencia del gobierno catalán en las redes sociales, en tanto que complementa su presencia en la web, pues éstas tienen como ventajas las siguientes:

- “Proporcionan respuestas inmediatas a los usuarios, pero en este caso la información que se ofrece puede resultarle útil también a otras personas en la misma situación (se ganan tiempo y recursos, como suele ser habitual en el canal web). Esto se produce de una manera más cercana, ya que nos encontramos en el contexto personal del usuario.
- Redirigen a los usuarios hacia la web corporativa (o hacia otro recurso definido que proporcione información tan fiable como la generada por los canales oficiales) para ampliar la información oficial.
- Facilitan la creación de redes temáticas de usuarios que, a su vez, generan conocimientos fundamentales y complementarios que permiten que la organización conozca sus intereses y la información generada en estas redes y así poder tenerlos en cuenta”.<sup>139</sup>

---

<sup>138</sup> Generalidad de Cataluña, *Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña*, Departamento de la Presidencia, España, 2010. Consúltese en: [http://www.gencat.cat/web/meugencat/documents/20100607\\_GUIA\\_USOS\\_XARXA\\_CAS.pdf](http://www.gencat.cat/web/meugencat/documents/20100607_GUIA_USOS_XARXA_CAS.pdf)

<sup>139</sup> Ídem, p. 5.

La Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña pretende el establecimiento de pautas comunes para la presencia homogénea de la Generalidad de Cataluña en las redes sociales.

Para efecto de lo anterior, dispone el procedimiento recomendado para abrir cuentas de correo o crear cuentas y perfiles de cualquier departamento, servicio o marca, además de enumerar las diferentes herramientas de redes sociales, los diversos usos y los objetivos de la presencia en cada una, las recomendaciones para una presencia adecuada y fructífera, así como los criterios de estilo comunicativo más adecuados para cada herramienta.

La Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña, además de contener los principios que inspiran la presencia de la Generalidad de Cataluña en las redes sociales y describir los medios sociales en los cuáles se tiene presencia, así como el procedimiento para gestionar una cuenta en tales medios y los lineamientos que rigen su uso; contiene “Consejos y recomendaciones de uso para el personal de la Generalidad”<sup>140</sup> para garantizar un buen uso de las redes sociales desde cuentas corporativas, pero que resultan aplicables incluso cuando los funcionarios públicos interactúan desde sus perfiles personales de acuerdo a la propia guía.

Bajo ese orden de ideas, describiremos de forma breve y concreta los Consejos y recomendaciones de uso para el personal de la Generalidad de Cataluña, a saber:

1.- El primero de ellos consiste en que cualquier trabajador de la Generalidad de Cataluña con presencia en las redes sociales, puede expresar tal condición.

2.- Se establece que debe usarse el correo electrónico no corporativo para registrar cuentas personales de Twitter y Facebook, a efecto de que la información difundida a través de estas redes sociales no sea mal interpretada o utilizada para fines no deseados.

---

<sup>140</sup> *Ibíd*em, p. 7.

3.- Se establece también, que se debe evitar la participación en acciones o movimientos que puedan suscitar una degeneración de la reputación de la Generalidad de Cataluña y de los servicios que ofrece.

4.- Una recomendación más, consiste en actuar de forma transparente y respetando la legislación, lo cual es bastante genérico, pero suficientemente entendible.

5.- Otro consejo, consiste en no publicar comentarios despectivos ni ofensivos.

6.- La siguiente recomendación que encontramos, va orientada al uso de las redes sociales durante la jornada laboral, estableciéndose que si se hace durante ésta se debe hacer orientado a conseguir una mejora del servicio que se ofrece.

7.- Finalmente, se hace énfasis como en otras guías que hemos abordado, que lo que se sube a alguna red social queda registrado y es accesible para cualquier usuario, lo que hace prácticamente imposible controlar su flujo y su permanencia, por lo que se debe estar consciente de lo que se publica o comparte a través de las redes sociales.

Hasta aquí, describimos algunas de las diversas guías de uso y estilo de redes sociales españolas que contienen una serie de recomendaciones para los servidores públicos, mismas que resultan enriquecedoras para nuestro tema estudio, pues si bien estas guías son prioritariamente para el uso de redes sociales institucionales o corporativas, también es cierto que las mismas estiman que su utilidad resulta aplicable a las redes sociales con fines profesionales o personales.

### 3.2.3 En Nueva Zelanda

El gobierno de Nueva Zelanda cuenta con dos instrumentos relacionados con el tema que nos ocupa, a saber: *Social Media in Government: Hands-on Toolbox*<sup>141</sup> y *Social Media in Government: High-Level Guidance*.<sup>142</sup>

Las *Hands-on Toolbox*, es un documento que fue emitido para funcionarios públicos con experiencia limitada en el uso de las redes sociales, aunque también contiene una serie de herramientas y consejos útiles para profesionistas con un mayor conocimiento sobre estas.

En términos generales, en el documento de mérito se proporcionan ejemplos útiles de cómo los medios sociales están siendo utilizados efectivamente por las agencias gubernamentales, ofrece una visión general de las fortalezas y debilidades de las cinco principales herramientas de los medios de comunicación social, entre los que se encuentran las redes sociales y los blogs y ofrece orientación sobre aplicaciones de medios sociales específicos. Es un documento útil, aunque hasta cierto punto más simple y sencillo que la *High-Level Guidance*.

Por otra parte, la referida *High-Level Guidance* constituye un documento formulado con la intención de orientar a las agencias gubernamentales que están tratando de decidir si deben utilizar medios de comunicación como las redes sociales, con fines de comunicación oficial, fomento de la participación de la comunidad o para consulta de políticas. Está destinado primordialmente a los gerentes y equipos de liderazgo, aunque también contempla principios básicos para todos los funcionarios públicos sobre el uso de medios sociales.

---

<sup>141</sup> Gobierno de Nueva Zelanda, *Social Media in Government: Hands-on Toolbox*, Department of Internal Affairs, 2011. Consúltese en: <https://webtoolkit.govt.nz/files/Social-Media-in-Government-Hands-on-Toolbox-final.pdf>

<sup>142</sup> Gobierno de Nueva Zelanda, *Social Media in Government: High-Level Guidance*, Department of Internal Affairs, 2011. Consúltese en: <https://webtoolkit.govt.nz/files/Social-Media-in-Government-High-level-Guidance-final.pdf>

Este instrumento nos interesa para el tema que estamos abordando, en tanto que, si bien es cierto que de forma primordial se constituye como una guía para el manejo de medios sociales para las entidades de gobierno, también contiene algunas normas de conducta y medidas dirigidas a los servidores públicos para el respeto irrestricto de la legislación neozelandesa cuando usen, entre otras herramientas, las redes sociales.

Así las cosas, como parte de las reglas básicas que se estipulan en la *High-Level Guidance*, están las siguientes:

- 1.- Ser creíble, en decir, preciso, completo y transparente en lo que se dice.
- 2.- Ser consistente, alentando la crítica constructiva y la deliberación.
- 3.- Ser cordial, honesto y profesional en todo momento.
- 4.- Contestar, es decir, atender de manera oportuna a las preguntas que se formulen a través de los medios sociales en que se participe, cuando sea oportuno, compartir las ideas propias.
- 5.- Estar integrado, en la medida de lo posible se solicita alinear la participación de los funcionarios en medios sociales con otras comunicaciones que no se realicen por estos conductos.
- 6.- Ser un servidor público, lo que implica no olvidar que las personas que trabajan para el gobierno son embajadores de sus instituciones, por lo que su actuar impacta en la imagen de la agencia para la cual laboran. Por lo anterior, se pide manifestar el puesto que desempeña en el organismo de que se trate.
- 7.- Ser buen custodio, lo que implica estar pendiente de publicar contenido de manera periódica y de revisar los mensajes que se envíen como respuesta o reacción a lo que se publica, en su caso, pues de otra manera, se puede transmitir poco profesionalismo o desatención.

Además, se exige acatar tanto el *Code of conduct for the state services* como el código de conducta de la agencia para que se labore, por lo que cuando se participe en los medios sociales, se pide conducirse como si se hiciera a través de otros medios, como foros o conferencias.

Bajo esa perspectiva, se establece que deberán realizarse otras conductas, como:

1.- Solicitar autorización para participar en las redes sociales en nombre de una agencia gubernamental.

2.- No revelar información, hacer compromisos o participar en actividades en nombre del gobierno a menos que se cuente con autorización para tal efecto.

3.- Si se está participando en medios sociales en nombre de una agencia, manifestar el puesto o cargo, a menos de que ello constituya una amenaza a la seguridad personal. Por lo anterior, se pide que no se revelen datos personales como domicilio personal o número telefónico.

4.- Se destaca que la participación en línea genera como resultado que sus comentarios estén permanentemente disponibles y en consecuencia con la posibilidad de re-editarse en otros medios.

5.- Se solicita mantenerse dentro del marco legal y respetar las leyes de difamación, copyright y privacidad, entre otras.

6.- Se establece que, si se utilizan medios sociales de comunicación a título personal, ello debe realizarse desvinculándose de la agencia para la que se labora con la finalidad de no desacreditarla.

7.- Se pone énfasis en que incluso las redes sociales restringidas a los “amigos” son públicas, en tanto que no se tiene control de lo que ellos hagan con la información. Lo anterior resulta muy importante, pues es un foco amarillo que debemos tener en cuenta siempre.

8.- Se debe tener la capacidad para distinguir si está participando en un evento oficial o personal, pues la participación *on-line* puede atraer el interés de los medios de comunicación en actividades de índole personal, por lo que se debe actuar con cuidado independientemente del carácter con el que se actúe.

Las reglas contenidas en la *High-Level Guidance* de Nueva Zelanda, son específicamente para funcionarios públicos que usen medios sociales, como las redes sociales, de forma institucional. Lo anterior, en tanto que hay regulación respecto de los medios sociales institucionales, luego entonces, existen reglas para el uso de estos medios dirigidas a los servidores públicos, lo que no ocurre en muchas partes del mundo como en nuestro país, pues no tenemos una regulación

general u homogénea que establezca la forma en que debe realizarse la gestión, administración y uso de medios sociales institucionales como las redes sociales.

Una vez que hemos abordado, aunque de forma breve, algunos ordenamientos que contienen recomendaciones y directrices para el uso de redes sociales dirigidas a los servidores públicos en Colombia, España y Nueva Zelanda, abordaremos la regulación que se ha emitido en México para delimitar el uso de las redes sociales.

### **3.3 Ordenamientos que regulan el uso de redes sociales en México**

Una vez que hemos abordado algunos de los ordenamientos que regulan, delimitan y orientan el uso de redes sociales en diversas partes del mundo, ahora haremos mención de algunos que se han emitido en nuestro país, los cuales no constituyen leyes ni normas generales, pero conforman intentos por poner cierto orden en el uso de las redes sociales enfocadas básicamente a los servidores públicos.

#### **3.3.1 Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno**

##### **Federal**

Durante el gobierno del otrora presidente de nuestro país Felipe de Jesús Calderón Hinojosa, la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República por conducto del Sistema de Internet de la Presidencia (SIP), grupo interdisciplinario encargado de ofrecer soluciones integrales en internet a las áreas de la Presidencia y dependencias del gobierno federal con necesidades de comunicación, emitió el Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno Federal.<sup>143</sup>

---

<sup>143</sup> Tomado de la resolución recaída al recurso de revisión RDA 1897/12, dictado por el Pleno del otrora Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, en sesión de fecha 1 de agosto de 2012, fojas 18 y 19. Véase en: <http://consultas.ifai.org.mx/Sesiones>

El protocolo en comento contaba con una relación de los funcionarios de la Presidencia de la República y del gobierno federal que tenían presencia en twitter, detallando nombre, cargo y cuenta oficial.

Aunado a lo anterior y si bien es cierto que el Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno Federal no contenía expresamente lineamientos o recomendaciones para el uso de esta red social, también es cierto que de su contenido se advierten ciertas directrices para su uso y el establecimiento de algunos de sus alcances, a saber:

1.- Respecto al contenido de las cuentas, se establecía que en ellas se podría encontrar información sobre las actividades del funcionario, *links* a contenidos publicados en sitios *web* institucionales del gobierno federal, como comunicados de prensa o noticias, *links* a contenidos publicados en canales digitales institucionales y pronunciamientos ante actos o declaraciones públicas relevantes para la dependencia o entidad a la que perteneciera el funcionario respectivo.

Lo anterior nos da una idea de lo que se permitía publicar a través de estas cuentas de *twitter* institucionales.

2.- Por lo que hacía al manejo de la cuenta en twitter, se confería a los funcionarios públicos la libertad para la actualización de su cuenta atendiendo a su consideración.

3.- El protocolo en comento disponía que seguir o dejar de seguir a alguien a través de twitter por el funcionario público no implicaba el pronunciamiento positivo o negativo.

4.- Se establecía que los usuarios de twitter no debían esperar una respuesta por mensajes enviados a los funcionarios públicos con cuentas institucionales en esta red social, dada la existencia de mecanismos de vinculación en los sitios *web* institucionales.

Lo anterior llama la atención, pues contrario a las disposiciones de otros países que regulan el uso de una cuenta institucional, se estipula que el uso de medios sociales tiene como finalidad otorgar al ciudadano una opción más para realizar solicitudes o peticiones a sus respectivos gobiernos.



5.- Se instaba a los funcionarios públicos a retuitear los mensajes del Gobierno Federal que fueran relevantes para sus instituciones.

6.- Asimismo, el protocolo de mérito establecía que los funcionarios públicos podían utilizar *hashtags* para temas de interés nacional, eventos de relevancia nacional o internacional en los que participara nuestro país, celebraciones nacionales o situaciones de crisis como desastres naturales o alertas sanitarias.

7.- Finalmente, se establecía que el que un usuario de *twitter* fuere seguido por un servidor público, tuitear un mensaje, mencionarlo o incluirlo en una lista, así como retuitear, citar o marcar como favorito un mensaje, no implicaba un aval de dicho funcionario al usuario respectivo.

Este ordenamiento, al igual que otros tantos en diversas materias, tuvo una vida sexenal, hoy en día no se tiene conocimiento de la existencia de un instrumento del gobierno federal que regule o contenga recomendaciones o lineamientos para el uso de las redes sociales dirigidas a funcionarios públicos del Poder Ejecutivo Federal, sin embargo, es un antecedente bastante interesante.

### **3.3.2 Lineamientos para los portales y redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca**

El Gobierno del Estado de Oaxaca para el sexenio 2010-2016, emitió los Lineamientos para los portales y redes sociales,<sup>144</sup> instrumento que se constituye como un manual que establece los elementos gráficos y de estructura de contenido para el diseño de los sitios web del gobierno oaxaqueño, con la intención de garantizar un nivel adecuado en la calidad de la información y los servicios que se ofrecen a través de Internet, así como la participación responsable de todas las dependencias, entidades y órganos desconcentrados a través de las áreas de tecnologías de la información y comunicaciones, así como la homologación y control de los sitios web que operan como parte del poder ejecutivo local, su contenido visual y lenguaje comunicacional.

---

<sup>144</sup> Gobierno del Estado de Oaxaca, Lineamientos para los portales y redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca, Secretaría de Administración, 2010.

Los Lineamientos para los portales y redes sociales para el Gobierno del Estado de Oaxaca es un documento sumamente completo, pues entre su contenido encontramos desde el sustento que le permite a la Secretaría de Administración la emisión de tal instrumento, disposiciones operativas para los sitios web del gobierno estatal, la forma de planear un sitio oficial, un capítulo de identidad institucional que contiene la imagen institucional del gobierno que debe adoptarse, colores y tipografía institucional, nombres de dominio, entre otras características que deben respetar los portales web del estado, la arquitectura que debe adoptar la información que se difunda a través de los portales institucionales, entre otras directrices técnicas más, así como lineamientos para redes sociales, siendo estos últimos en los que nos detendremos a reflexionar.

Los lineamientos para redes sociales que se contienen en el ordenamiento oaxaqueño en comento, estipula que “[e]l uso de cualquier red social por parte de los funcionarios del Gobierno del Estado de Oaxaca aludiendo a sus respectivos cargos, así como las redes sociales de los organismos gubernamentales de Oaxaca deberán operarse en concordancia...” a los Lineamientos para los portales y redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca.

Lo anterior resulta sumamente importante, pues se tiene claramente determinado el uso de las redes sociales con carácter institucional y se le da el carácter de redes sociales con uso oficial a las cuentas de redes sociales de funcionarios públicos en las que se ostenten como tales, sujetándolos a las directrices que deben seguir en el manejo de cuentas institucionales.

Esto mismo se refuerza con lo estipulado en el artículo 2 de los lineamientos en estudio, pues dispone: “Las cuentas de redes sociales de Organismos Gubernamentales serán propiedad del Gobierno del Estado de Oaxaca. Así mismo las cuentas generadas por funcionarios aludiendo a sus cargos, no se consideran cuentas personales en tanto detenten el cargo ya que hacen alusión a su persona como funcionarios de la administración gubernamental”.

En otras palabras, si una cuenta de una red social se creó por un servidor público con fines personales, pero en ella se ostenta como servidor público del estado de Oaxaca, tal cuenta para efectos de los Lineamientos para los portales y

redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca tiene el carácter de cuenta oficial.

Bajo ese orden de ideas, los lineamientos para redes sociales ordenan que las cuentas de las distintas redes sociales que se generen bajo la investidura de algún cargo gubernamental y las cuentas de organismos gubernamentales deben compartir una imagen uniforme en su composición general estipulado en el instrumento que estamos comentando.

Asimismo, se disponía que todas las cuentas oficiales del Gobierno del Estado de Oaxaca deberían estar vinculadas al correo electrónico [redessociales@oaxaca.gob.mx](mailto:redessociales@oaxaca.gob.mx) para tener un control, destacando que los funcionarios que hagan uso de estas cuentas deben estar conscientes que el Gobierno del Estado de Oaxaca les puede solicitar los accesos a las mismas en cualquier momento, ya sea cuando se dé término a la relación laboral que guardan con éste, o bien, cuando se genere algún cambio en sus funciones.

Lo anterior, nos lleva al extremo de pensar que se puede solicitar la información que obra en una cuenta de una red social institucional a través de una solicitud de acceso a la información pública, pues su carácter oficial lo hace susceptible de ser considerado como un archivo público.

Aunado a lo anterior, los lineamientos en análisis establecen que los contenidos que los distintos funcionarios, dependencias y organismos publiquen en sus distintas cuentas son responsabilidad personal de quien las opera, instruyendo que siempre se debe encontrar apegada al manejo institucional de información que muestra el Gobierno del Estado de Oaxaca y a lo estipulado en los lineamientos, caso contrario, el gobierno se deslinda de responsabilidad por daño, ofensa, falsedad o contravención a los ideales que persigue.

Por otra parte, el instrumento de mérito sólo reconoce la posibilidad de utilizar ciertas redes sociales con fines oficiales, a saber: Facebook, Youtube, Twitter, Flickr y Google plus. En ese tenor de ideas, los lineamientos para el uso de redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca formulan una serie de directrices para cada una de las redes sociales mencionadas para su uso oficial, no obstante, dado su volumen y a efecto de no ser reiterativos, sólo abordaremos las

recomendaciones que se realizan para el uso de Twitter, lo que incluso nos permitirá hacer una comparación el Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno Federal descrito en el punto anterior del presente capítulo.

Los Lineamientos para los portales y redes sociales para el Gobierno del Estado de Oaxaca establecía que por instrucción del jefe del Ejecutivo estatal todas las dependencias que conforman el Gobierno del Estado de Oaxaca debían contar con una cuenta oficial de Twitter, con la finalidad de incorporar el uso de las tecnologías de la información y comunicación y de enriquecer la interacción y colaboración con la ciudadanía oaxaqueña.

Se establecía, además, que el uso las cuentas oficiales debía ser alterno a la cuenta que pudieran tener de manera personal los funcionarios del Gobierno de Oaxaca y que todas las cuentas de Twitter del Gobierno del Estado de Oaxaca debían ser susceptibles de ser “seguidas”, es decir, no tendrán carácter privado.

Se exhortaba a que los encargados de las distintas cuentas de Twitter del Gobierno del Estado de Oaxaca fijaran los tiempos para atender la red social sin entorpecer sus funciones laborales, utilizando en la interacción con los usuarios siempre un lenguaje respetuoso y priorizando la libertad de opinión y el respeto.

Se fomentaba también el uso de etiquetas (Hashtags) para enriquecer las conversaciones, pero debiendo estar presente junto con ésta la diversa #GobOax.

Los lineamientos en comento aclaraban que el hecho de que alguna de las cuentas de Twitter del Gobierno del Estado de Oaxaca fuere seguida no implicaba que el Gobierno del Estado, sus funcionarios o alguna de sus dependencias dieran fe de algún comentario en particular, o garantizara la veracidad y precisión de los mismos, deslindándose de las responsabilidades por eventuales daños y perjuicios que se pudieran derivar de este tipo de contenidos.

En el mismo sentido, el Gobierno del Estado de Oaxaca se reservaba todos los derechos relacionados con sus cuentas de Twitter, por lo que contaba con la potestad de que en cualquier momento pudiera agregar, remover o modificar cualquier contenido publicado en sus cuentas, así como discontinuar su uso, aceptar o rechazar solicitudes, o bien reservarse el derecho de réplica a cualquier pregunta o comentario dirigido a alguna de sus cuentas.

El instrumento en análisis prohibía realizar uso de alguna de las cuentas oficiales de twitter del Gobierno del Estado de Oaxaca para difundir puntos de vista particulares o ajenos a los objetivos perseguidos por la administración estatal, sino que, por el contrario, toda información que se publicara debía tener carácter público y referirse exclusivamente a las actividades de interés general relacionadas con el quehacer de tales instancias administrativas o funcionarios públicos.

Los lineamientos que se describen, estipulaban que cada instancia gubernamental o funcionario que tuviera una cuenta de Twitter del Gobierno del Estado de Oaxaca debía determinar a un responsable de su uso, autorizado a su vez por el funcionario responsable de la entidad o dependencia correspondiente. Aunado a lo anterior, tal autorización debía notificarse a la Secretaría de Administración, a la cual tendrían que proporcionar los datos de contacto respectivos para poder reaccionar ante cualquier eventualidad.

Asimismo, en este documento se disponía que todas las cuentas oficiales del gobierno oaxaqueño debían seguirse mutuamente y retuitear los mensajes generados por las dependencias de las noticias emanadas de las cuentas @GobOax y @Gabinocue.

Finalmente, en el artículo 21, del capítulo II, uso gubernamental de Twitter, de los Lineamientos para el uso de redes sociales en comento, se establecieron las características que debían tener las cuentas oficiales de twitter del gobierno del estado de Oaxaca, a saber:

1.- “Contar con un fondo, portada e imagen de perfil acorde a la cuenta principal del Gobierno del Estado de Oaxaca en materia de diseño, (...).

2.- Contar con el siguiente aviso “El contenido de esta página es responsabilidad del funcionario/instancia”.

3.- Contar con un enlace a Términos de uso de Redes Sociales del Gobierno de Oaxaca ubicado en [www.oaxaca.gob.mx/redessociales](http://www.oaxaca.gob.mx/redessociales)

4.- Es fundamental para una correcta difusión de los mensajes que se generen en las cuentas, que en las cadenas de caracteres siempre

aparezca el nombre de la cuenta que genera el contenido ejemplo: Este es un mensaje de ejemplo de @Administracion\_GobOax

5.- Cada cuenta debe contar con una breve descripción que incluya el nombre completo del funcionario, dependencia o entidad, en el respectivo campo de biografía o información.

6.- El diseño de la vista pública de las páginas de Twitter debe incluir el escudo del Gobierno del Estado de Oaxaca, el logotipo de la dependencia (...).

7. Contar con la dirección de sitio web de la dependencia, correo electrónico y en su caso dirección de la misma y teléfonos”.<sup>145</sup>

Como hemos podido apreciar de lo expuesto en el presente numeral, el Estado de Oaxaca contaba con un instrumento muy completo tanto para la instauración de los Portales de sus dependencias y entidades, como para el uso de redes sociales para las cuentas oficiales de sus funcionarios públicos, lo cual sin duda orientaba en gran medida a quienes usaban estos mecanismos de comunicación e interacción social, aunque como otros tantos esfuerzos que se han realizado en nuestro país con una efímera vida, pues normalmente son proyectos que duran por solo el tiempo que se mantiene un gobernante al frente del poder ejecutivo, no siendo la excepción en este caso.

### **3.3.3 Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM**

Respecto a nuestro tema en estudio, resulta muy importante destacar la labor realizada por la máxima casa de estudios de nuestro país, me refiero desde luego a la Universidad Nacional Autónoma de México, quien emitió un instrumento denominado “Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM”, mismo que tiene como objetivo generar la integración de las cuentas de las redes sociales institucionales y enriquecer la interacción y colaboración de la comunidad

---

<sup>145</sup> Ídem. p. 63 y 63.

UNAM con sus entidades, a fin de lograr una mayor visibilidad del quehacer universitario.

El instructivo en comento se compone de una serie de consideraciones encaminadas a la orientar respecto a la apertura y baja de cuentas de redes sociales, publicaciones institucionales, seguridad de la información, aspectos legales, monitoreo de redes, plan de riesgos y respuesta a crisis, así como a la visibilidad y mejora continua en el uso de las cuentas de redes sociales.

Aunado a lo anterior, este instrumento posee una serie de anexos mucho más específicos, por ejemplo, en el anexo 1 del instructivo en comento se describen las redes sociales más populares en México como Facebook, Twitter, Youtube, Google+, LinkedIn, entre otras y se establecen sus funcionalidades; en el anexo 2 se establecen los pasos a seguir para crear una cuenta en Facebook, Twitter y Youtube; en el anexo 4 se contemplan recomendaciones de comunicación y buenas prácticas de publicación, siendo en este anexo precisamente en el que abundaremos.

A mayor detalle, el Anexo 4 del Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM se intitula “Comunicación y buenas prácticas de publicación”, el cual tiene como objetivo lo siguiente:

“Promover y fortalecer la difusión oportuna, eficaz y pertinente de los servicios, eventos y actividades que generan y ofrecen las diferentes entidades y dependencias de la UNAM dirigidas tanto a la comunidad universitaria como a la sociedad en general, a través de las redes sociales institucionales, con la prioridad en la imagen de nuestra casa de estudios”.<sup>146</sup>

El anexo 4 del Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM contiene 3 apartados que resultan sumamente útiles para nuestro tema, que

---

<sup>146</sup> Universidad Nacional Autónoma de México, *Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM*, Dirección General de Comunicación Social de la UNAM, México, 2014, p.74.

consisten en una serie de recomendaciones en el uso de redes sociales encaminada a tres temas primordiales: mensajes, publicaciones y contenidos.

En cuanto a los mensajes, el anexo 4 en comento contempla lo siguiente:

1.- Sugiere utilizar un tono impersonal en los mensajes publicados, y sólo respecto de los mensajes directos que se contesten ofrecer un trato directo, formal o informal, atendiendo al criterio del administrador responsable de la cuenta.

2.- Instruye a replicar los mensajes que emita la cuenta institucional de la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM a través de su cuenta institucional en twitter (@ComunicaUNAM\_MX) en situaciones de riesgo, crisis o incidentes que se susciten en cualquiera de las instalaciones universitarias.

3.- Insta a evitar provocaciones, posturas o calificaciones y sólo dar respuestas de manera informativa.

4.- Establece que se deben elaborar reportes mensuales para medir el impacto de lo que se publica en las redes sociales.

5- Se aclara que seguir a otras cuentas institucionales no implica que la red social avale ni garantice la precisión del contenido publicado en ellas.

6.- Se dispone que la publicación de mensajes, reenvíos y réplicas se atenderán en el horario laboral oficial UNAM, lo que nos permite advertir claramente los fines institucionales que persiguen el uso de cuentas oficiales de la UNAM.

Por otra parte, en cuanto a las publicaciones, el anexo 4 del instructivo que estamos comentando dispone:

1.- Las cuentas de las redes sociales institucionales se podrán difundir en otros medios, como la página web específica y materiales impresos o digitales de difusión.

2.- Las redes sociales estarán sujetas a la estrategia de comunicación general de cada dependencia o entidad universitaria.

3.- Las cuentas tendrán carácter institucional y contarán con un responsable de su uso, que deberá estar autorizado por el titular de la entidad universitaria.

4.- Se aclara que la información publicada en las cuentas institucionales tiene el carácter público y que su contenido debe referirse a las actividades de interés general relacionadas con su quehacer institucional.



5.- Se conmina a publicar información veraz y oportuna, validada por el responsable de redes sociales, quien a su vez contará con la autorización del titular de la entidad universitaria. Asimismo, se sugiere incluir siempre en las publicaciones, direcciones de páginas de Internet que deberán estar activas en el dominio [www.unam.mx](http://www.unam.mx) y otros recursos (material gráfico y audiovisual) que complementen la información,

6.- Aunado a lo anterior, se sugiere incluir hashtags (etiquetas) en las publicaciones, con la finalidad de facilitar el agrupamiento de comentarios y su seguimiento.

Por último, el anexo que abordamos del Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM, por lo que hace a los contenidos instituye los siguientes criterios:

- “Generar contenidos de calidad para los públicos meta.
- Preferentemente publicar sólo aquellos contenidos que hagan referencia a las actividades de la entidad universitaria.
- Cuidar el buen nombre de la UNAM, de la dependencia y sus autoridades.
- Gestionar una buena imagen, cuidando los detalles que se proporcionen de la institución.
- Sistematizar la información de retroalimentación.
- Analizar los mensajes a transmitir.
- Revisar la pertinencia del mensaje conforme al contexto presente.
- Verificar la veracidad de todo contenido a publicarse.
- Identificar temas delicados.
- No involucrar personajes polémicos.
- Evitar mensajes posibles a descontextualizar.
- Evitar manifestaciones de temas políticos, religiosos y sexuales.
- Evitar en los mensajes cualquier alusión discriminatoria o agresiva.
- Evitar mensajes negativos.
- Cuidar la ortografía y sintaxis.

- Cuidar los derechos de autor y reproducción de los mensajes”.<sup>147</sup>

De los anteriores criterios destacan varios que podemos adoptar en el uso de las redes sociales independientemente del uso que se les dé, es decir, sin importar si son de uso institucional, profesional y personal, entre éstas, verificar el contenido de lo que se publica; evitar mensajes que potencialmente se puedan descontextualizar; evitar manifestaciones sobre temas sensibles como política, religión o sexo; no publicar contenidos que pudieran resultar ofensivos, discriminatorios o que pudieran interpretarse como discursos de odio; cuidar en todo momento la ortografía y la sintaxis y respetar los derechos de autor; que desde luego incluiremos como parte de las recomendaciones para los servidores públicos en el uso adecuado de las redes sociales.

Ahora bien, en el presente capítulo pudimos analizar de forma general cómo es que en diversos países ha habido intentos por regular formalmente a través de leyes el uso de las redes sociales por diversas razones atendiendo a los específicos contextos sociales, culturales, políticos, etcétera, de cada nación abordada.

Asimismo, realizamos una descripción de diversos instrumentos no generales que regulan el uso de las redes sociales en Colombia, España, Nueva Zelanda y desde luego México.

Con base en lo anteriormente expuesto, en el siguiente capítulo verteremos conclusiones generales y formularemos, con base en las mejores prácticas descritas, las “Recomendaciones para los servidores públicos en el uso adecuado de las redes sociales” que se agregan en el Anexo único del presente trabajo.

---

<sup>147</sup> Ídem, p. 77.



# CONCLUSIONES

## Conclusiones

Una vez agotado el contenido de nuestros tres capítulos,<sup>148</sup> procederemos a realizar las conclusiones correspondientes, las cuáles se irán haciendo en el mismo orden en el que desarrollamos los temas abordados a lo largo del presente trabajo.

Primeramente y en relación con el “**Capítulo 1. Marco conceptual de las redes sociales**”, podemos concluir lo siguiente:

**a)** Las redes sociales son conjuntos organizados de personas que deciden interactuar en virtud de tener un interés afín.

Como vimos en el apartado correspondiente, hoy en día existen infinidad de redes sociales conformados de acuerdo con los intereses que en común tiene un grupo de personas, los cuales son de la más diversa índole, existiendo redes sociales con fines laborales, de amistad, comerciales, profesionales, entre muchas otras.

**b)** Las redes sociales son de dos tipos: analógicas o digitales.

Las redes sociales no son nuevas, sólo que en un principio requerían forzosamente de la interacción directa entre las personas que la integraban, pues precisamente las redes digitales o redes sociales *online*, en las que no existe una forzosa interacción personal entre los miembros que la conforman pues se apoyan del internet como medio de comunicación para ser consideradas como tales, surge apenas a finales del siglo pasado.

Hoy en día es aceptable pensar que sólo existen estos dos tipos de redes sociales: analógicas o digitales.

**c)** Existen infinidad de clasificaciones de redes sociales atendiendo a los criterios que se empleen.

Algunas de las clasificaciones más conocidas son:

**1.** Redes sociales horizontales o verticales, las cuales atienden al público objetivo y temática.

---

<sup>148</sup> Capítulo 1.- Marco conceptual de las redes sociales, Capítulo 2.- Derecho a la privacidad, y Capítulo 3.- Análisis de regulación sobre el uso de las redes sociales.

Las primeras están dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida, como *Facebook* o *Twitter*.

Por otra parte, las redes sociales verticales están concebidas sobre la base de un eje temático agregador, su objetivo es el de congregar miembros en torno a una temática definida, creando un colectivo concreto.

Las redes sociales verticales, en virtud de que tienen un público y un objetivo determinado, puede clasificarse a su vez en profesionales como *LinkedIn*, de ocio como *Moterus* y mixtas como *Yuglo*.

**2. Redes sociales humanas, de contenidos y de inertes, cuyo criterio es el sujeto principal de la relación.**

Las primeras centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades.

Las redes sociales de contenidos se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Algunos de los ejemplos más significativos son *Scribd*, y *Flickr*.

Finalmente, las redes sociales de inertes, son un sector novedoso entre las redes sociales, cuyo objeto es unir personas en torno a marcas, automóviles y lugares. El ejemplo más llamativo es *Respectance*.

**3. Redes sociales sedentarias y nómadas, cuya clasificación se realiza por la localización geográfica de la red social.**

Las redes sociales sedentarias se refieren a aquellas redes que se modifican de acuerdo a los contenidos publicados, las relaciones, eventos, etcétera, como *Blogger* y *Plurk*; mientras que las redes sociales nómadas se les suma el elemento basado en la ubicación geográfica del sujeto. En otras palabras, las redes sociales nómadas mutan de acuerdo a la cercanía existente entre los usuarios, los lugares visitados, etcétera, como *Latitud* y *Fire Eagle*.

**d)** La red social con más usuarios en el mundo occidental es Facebook.

Esta red social posee más de 2, 167 millones de usuarios alrededor de todo el mundo según datos de enero de 2018; podemos clasificarla como una red social

horizontal, ya que está dirigida a todo tipo de usuario y sin una temática definida; su principal utilidad es compartir recursos, impresiones e información con gente que ya conoces (amigos o familiares), aunque también se puede utilizar para conocer gente nueva o crear un espacio donde mantener una relación cercana con los clientes de tu negocio.

Del “**Capítulo 2. Derecho a la privacidad**” podemos verter las siguientes conclusiones:

**a)** Los límites de lo íntimo, lo privado y lo público no están claramente definidos y su utilización indiscriminada genera confusiones.

Los tres conceptos en mención son constantemente utilizados, incluso lo íntimo y lo privado de forma indistinta, sin detenerse a reflexionar si son lo mismo o qué es lo que los distingue.

**b)** Lo íntimo es el ámbito donde el individuo ejerce plenamente su autonomía personal y al cual nadie tiene acceso, constituye el espacio donde cada persona es quien quiere ser y reservado exclusivamente para sí mismo.

**c)** Lo privado es constituido por el espacio en el que interactúan por lo menos dos individuos, para cuyo acceso se requiere imperativamente el consentimiento, donde sus participantes deciden qué información de ellos dar a conocer, qué información compartir de lo que se suscita en éste espacio y con quién compartirlo.

**d)** Lo público tiene como elemento primordial el libre acceso para cualquier persona que lo desee.

**e)** El concepto “privacidad” es mutable.

Como muchos otros conceptos, el de “privacidad” se ha ido transformando, sobretodo, considerando que hoy en día a través de los medios de difusión masiva como las redes sociales, las personas que somos usuarios de éstas, difundimos libremente información de nuestras vidas que puede ser diseminada rápidamente a conocidos y extraños a lo largo del mundo con solo presionar un botón.

Así las cosas, lo que antes se reservaba para un círculo pequeño de personas, familia, amigos y conocidos, hoy puede ser del acceso prácticamente de cualquier persona que tenga una computadora conectada a internet, por lo que la línea que divide lo privado de lo público es cada vez más delgada e imprecisa.

**f)** El derecho a la vida privada, mismo que tiene por objeto proteger a las personas de injerencias arbitrarias, ilegales o abusivas, está tutelado jurídicamente por instrumentos internacionales como la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, así como por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

**g)** El derecho a la privacidad forma parte de la garantía de seguridad jurídica contenida en el artículo 16 de nuestra Carta Magna.

Lo anterior implica, entre otras cosas, poder conducir parte de nuestra vida fuera de la mirada y de las injerencias de los demás.

**h)** El derecho a la vida privada no es absoluto.

En efecto, el derecho a la vida privada puede restringirse en la medida en que las injerencias en ésta no sean abusivas o arbitrarias. Lo anterior, ha sido externado jurisprudencialmente por la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

**i)** La protección de los derechos a la privacidad, a la intimidad y al honor, es menos extensa en personas públicas que tratándose de personas privadas o particulares.

Lo anterior, conforme a lo dicho por el más alto tribunal de México, quien al efecto destaca lo siguiente:

**1.-** Las personas públicas son aquellas que, por circunstancias sociales, familiares, artísticas, deportivas, o bien, porque han difundido hechos y acontecimientos de su vida privada, o cualquier otra situación análoga, tienen proyección o notoriedad en una comunidad;

**2.-** Las personas públicas se someten voluntariamente al riesgo de que sus actividades o su vida privada sean objeto de mayor difusión, así como a la opinión y crítica de terceros, incluso aquella que pueda ser molesta, incómoda o hiriente;

**3.-** Las personas públicas deben resistir mayor nivel de injerencia en su vida privada que las que no lo son, al existir un interés legítimo por parte de la sociedad de recibir y de los medios de comunicación de difundir información sobre tales personas, en aras del libre debate público, y

4.- La protección a la privacidad o intimidad, e incluso al honor o reputación, es menos extensa en personas públicas que tratándose de personas privadas o particulares, porque aquéllas han aceptado voluntariamente, exponerse al escrutinio público y recibir, bajo estándares más estrictos, afectación a su reputación o intimidad.

j) Todos los actos que realizan los servidores públicos con ese carácter no pueden considerarse como privados y, por ende, sujetos de la protección o de la tutela más amplia del derecho a la privacidad, ya que quedan incluidos en el término de “personas públicas” a las que alude la Suprema Corte de Justicia de la Nación de México, por lo que la protección a su vida privada es menor que la que posee cualquier otra persona que no lo sea.

k) Servidor público es cualquier persona que se constituya como representante de elección popular o desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza, en alguno de Poderes a través del cual se ejerce el Supremo Poder la Federación (Ejecutivo, Legislativo o Judicial), en los organismos constitucionales autónomos, en los poderes y organismos constitucionales autónomos locales, así como las personas que desempeñen un empleo, cargo o comisión en las entidades federativas, municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México que señalen las propias constituciones locales; cuya finalidad principal es el servicio a la sociedad.

Emanado de lo expuesto en el **“Capítulo 3. Análisis de regulación sobre el uso de las redes sociales”**, podemos extraer las siguientes conclusiones:

a) Existen diversas naciones que tienen iniciativas de leyes para regular las redes sociales digitales, aunque con diversos fines, pues las mismas atienden problemáticas y circunstancias propias de cada Estado.

Como advertimos en el apartado correspondiente, Francia, Bolivia, España, Venezuela e inclusive México, han generado iniciativas de ley encaminadas a regular las redes sociales, sin embargo, las razones y fines de cada uno son distintas, pues obedecen a problemáticas particulares.

En efecto, mientras Francia pretende con ello inhibir la xenofobia y los discursos de odio, así como responsabilizar a quienes los propaguen; Bolivia desea



castigar la difamación en línea de funcionarios públicos; España pretende fortalecer el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, con la salvaguarda de los derechos de los usuarios de las redes sociales; Venezuela enfila sus esfuerzos a evitar que con el uso de las redes sociales se informe incorrectamente sobre lo que sucede en ese país y se desprestigie la imagen de dicha nación, y finalmente, en México, la iniciativa propuesta tenía como objetivo prevenir y sancionar los delitos informáticos.

**b)** Pese a que no hay leyes que se avoquen en su totalidad a regular el uso de las redes sociales, en diversas naciones existen instrumentos jurídicos, denominados Lineamientos, Recomendaciones, Políticas o Guías de uso, que las regulan parcialmente en países como Colombia, España, Reino Unido y Nueva Zelanda.

**c)** En México se han expedido diversos ordenamientos que regulan el uso de redes sociales.

Efectivamente, sabemos que en la actualidad no está vigente, pero que durante el gobierno del presidente de México, Licenciado Felipe de Jesús Calderón Hinojosa, el cual transcurrió de los años 2006 al 2012, se emitió el “Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno Federal”.

Además del anterior protocolo, en México se han expedidos otros ordenamientos como los “Lineamientos para los portales y redes sociales” emitidos por Gobierno del Estado de Oaxaca para el sexenio 2010-2016 y el “Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM”, emitido por la máxima casa de estudios de México.

Así las cosas y pese a no existir ordenamientos generales en torno al uso de las redes sociales, en México se han emitido diversos ordenamientos para regular de forma particular su uso.

**d)** Los instrumentos jurídicos que regulan las redes sociales, tanto los internacionales como los nacionales, contienen importantes lineamientos, directrices y recomendaciones para el adecuado uso de las redes sociales, algunos coincidentes y otros tantos complementarios.

**e)** Las redes sociales digitales tienen una naturaleza particular, sin embargo, atendiendo al uso que se le da, se han clasificado en redes sociales institucionales, profesionales y privadas.

**f)** Las redes sociales institucionales, son aquellas redes sociales digitales utilizadas por servidores públicos como una herramienta más para el cumplimiento de sus facultades y funciones, para generar una comunicación más ágil y rápida con los ciudadanos y para difundir las actividades que en el ámbito de su competencia realiza la institución a la que pertenecen.

**g)** Las redes sociales profesionales son aquellas redes sociales digitales utilizadas por las personas para compartir, difundir e intercambiar información relacionada con su profesión, oficio o actividad laboral.

**h)** Las redes sociales personales son aquellas redes sociales digitales utilizadas por cualquier persona para compartir, difundir e intercambiar cualquier información de índole privado, como vida personal, pasatiempos, aficiones, etcétera.

**i)** La falta de conocimiento y concientización respecto al uso de las redes sociales, ha generado que se utilicen de forma indiscriminada para cualquier actividad, sea institucional, profesional o privada.

**j)** Es necesario que se genere una cultura en torno al uso de las redes sociales, que nos permita advertir los efectos positivos, negativos y consecuencias del uso de las redes sociales digitales.

Expuestas las conclusiones que hemos extraído del trabajo desarrollado, procederé a emitir una serie de recomendaciones breves y puntuales para los servidores públicos <sup>149</sup> para el uso adecuado de las redes sociales, que se plasman

---

<sup>149</sup> Servidor público: cualquier persona que se constituya como representante de elección popular o desempeñe un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza, en alguno de Poderes a través del cual se ejerce el Supremo Poder la Federación (Ejecutivo, Legislativo o Judicial), en los organismos constitucionales autónomos, en los poderes y organismos constitucionales autónomos locales, así como las personas que desempeñen un empleo, cargo o comisión en las entidades

en el Anexo Único, mismas que son un primer esfuerzo por orientar en relación al uso de las redes sociales digitales con fines institucionales, las cuales son enunciativas mas no limitativas y formuladas con diversas intenciones a saber:

1.- Para que el uso que el servidor público le dé a la red social digital a la que decida incorporarse esté debidamente orientado, pues es común utilizar la red social institucional con fines profesionales o personales y a la inversa, lo cual le impide cumplir con los objetivos planteados al decidir hacer uso de una red social;

2.- Para que el servidor público esté consciente de que el uso de la red social digital trae aparejada diversas consecuencias emanadas de su encargo, a diferencia de las que pueda acarrear para alguien que no es, y

3.- Para evitar que el servidor público genere consecuencias negativas o no deseadas que le puedan llevar a incurrir en responsabilidades de diversa índole por el inadecuado uso de las redes sociales digitales, que lo puedan orillar inclusive a tener que dejar su empleo, cargo o comisión.

---

federativas, municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México que señalen las propias constituciones locales; cuya finalidad principal es el servicio a la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

### HEMEROGRAFÍA.

ÁLVAREZ, Clara Luz. "Internet y derechos fundamentales", México, Porrúa, 2011.

BURGUEÑO, Pablo, *Clasificación de Redes Sociales*,

<http://www.pablofb.com/pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

CASTRO, Luis, *¿Qué es hashtag y cómo se usa?* en About en español,

<http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/que-Es-Hashtag>.

CHRISTAKIS Nicholas A. y FOWLER James H. "Conectados", Madrid, Editorial Taurus, 2010.

COMISIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (CONATEL) DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. "Las redes sociales usadas como armas de destrucción", número 2, febrero de 2017.

ESCALANTE GONZALBO, Fernando. "El Derecho a la Privacidad", *Cuaderno de Transparencia* número 02, México, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, 2004.

FRIED, Charles. "Privacy", *The Yale Law Journal*, 1968.

GARCÍA RAMÍREZ, Sergio y URIBE VARGAS, Erika. "Derechos de los servidores públicos", Instituto Nacional de Administración Pública-UNAM, México 2002.

GARZÓN VALDÉS, Ernesto. "Lo íntimo, lo privado y lo público", *Cuaderno de Transparencia* número 06, México, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos, 2005.  
<http://www.cs.ucsb.edu/~almeroth/classes/F10.176A/papers/internet-history-09.pdf>

- GONZÁLEZ FREA, Leandro, *Aspectos Legales y Normativos de las Redes Sociales*, <http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/>
- GOLDSCHMIDT, Roberto. "La protección jurídica a la vida privada", Boletín del Instituto de Derecho Comparado de México, año XII, número 36, septiembre-diciembre 1959.
- GROSS, Hyman. "The concept of privacy", *New York University Law Review*, volumen 42, número 1, marzo 1967.
- HOBBS, Thomas. *Leviathan*, Londres, M. Dent & Sons Ltd., 1957.
- KACEDAN, Basil W. "El derecho de intimidad", traducción de Simón Steimberg, Revista del Colegio de Abogados de Rosario, Tomo 3, agosto de 1931-diciembre de 1932, Rosario de Santa Fé, Argentina.
- LÓPEZ, Berto, *Qué es Google+ (Google Plus), cómo funciona y qué te puede aportar* en Ciudadano 2.0, <https://www.ciudadano2cero.com/google-plus-que-es-como-funciona/>
- LORES CUETO, Juan José y otros, *Las redes sociales*, [http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes\\_sociales.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf)
- LLUBERES ORTÍZ, Carlos, *¿Qué es un Trending Topic de Twitter y cómo se alcanza?* en Dale a la Web, <http://dalealaweb.com/2012/02/%C2%BFque-es-trending-topic-de-twitter-como-se-alcanza>
- MÉJAN CARRER, Luis Manuel Camp. *El Derecho a la Intimidad y la Informática*, México, editorial Porrúa, México, 1996.
- MONSERRIT ORTIZ SOLTERO, Sergio. *Responsabilidades legales de los servidores públicos*, Editorial Porrúa, México, 1999.

- MUÑOZ, José Antonio, *El lenguaje de Youtube ¿Lo conoces?*  
<http://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/el-lenguaje-de-youtube>
- NERSON, Roger. “*La protection de la vie privée en droit positive francais*”, *Revue Internationale de Droit Comparé*, volumen 23, número 4, Octubre-diciembre 1971.
- PECES-BARBA, Gregorio. “La Constitución y la seguridad jurídica”, *Claves de razón práctica*, Madrid, número 138, diciembre de 2003.
- PIEDRA, Mercedes, *Redes Sociales más usadas en 2016*,  
<http://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/>
- PIÑAR MAÑAS, José Luis. “¿Existe la privacidad?”, *Compendio de lecturas y legislación. Protección de datos personales*, México, Tiro corto editores, 2010.
- PIÑAR MAÑAS, José Luis Y ORNELAS NUÑEZ, Lina (coord.). *La Protección de Datos Personales en México*, México, Tirant lo Blanch, 2013.
- REYES KRAFFT, Alfredo. “Legislación mexicana en materia de protección de datos personales; autorregulación y sellos de confianza”, en Piñar Mañas, José Luis y Ornelas Nuñez, Lina, (coord), *La Protección de Datos Personales en México*, México, Tirant lo Blanch, 2013.
- RODRÍGUEZ, Gaspar. “Presencia de las redes sociales en los centros de autoacceso”, *Lea Lenguas en Aprendizaje Autodirigido*, revista electrónica de la mediateca del CELE-UNAM, México, UNAM, 2013, año 5, número 1.
- RUBIRA, Francisco, “¿Qué es Google Plus y para qué sirve?” en *El Confidencial Digital*,  
[http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Google-Plus-sirve\\_0\\_2364963501.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Google-Plus-sirve_0_2364963501.html)

## **BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA.**

BARRY M. Leiner, *et al.*, "A Brief History of the Internet", en ACM SIGCOMM Computer Communication Review, Volumen 39, Número 5, Octubre 2009, pp. 24 y 25

DÍAZ ROJO, José Antonio, "Privacidad, ¿Neologismo o barbarismo?", en Espéculo, Revista de Estudios Literarios, nº 21, 2002.

WESTIN, Alan. "Privacy and Freedom", New York, Atheneum, 1967.

## **CRITERIOS JURISPRUDENCIALES.**

"Derechos al honor y a la privacidad. Su resistencia frente a instancias de ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información es menor cuando sus titulares tienen responsabilidades públicas". Tesis: 1a. CCXIX/2009, Semanario Judicial de la Federación, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 278.

"Derechos a la privacidad, a la intimidad y al honor. Su protección es menos extensa en personas públicas que tratándose de personas privadas o particulares". Tesis: 1a. XLI/2010, Semanario Judicial de la Federación, Tomo XXXI, marzo de 2010, p. 923.

"Derecho a la privacidad o intimidad. Está protegido por el artículo 16, primer párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos". Tesis: 2a. LXIII/2008, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXVII, mayo de 2008, p. 229.

"Derecho a la vida privada. Alcance de su protección por el Estado". Tesis: 1a. XLIX/2014, Semanario Judicial de la Federación, Tomo I, Libro 3, febrero de 2014, p. 641.

"Derecho a la vida privada. Su contenido es variable tanto en su dimensión interna como externa". Tesis: 1a. CCXIII/2009, Semanario Judicial de la Federación, Novena Época, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 276.

“Derecho a la vida privada. Su contenido general y la importancia de no descontextualizar las referencias a la misma”. Tesis: 1a. CCXIV/2009, Semanario Judicial de la Federación, Novena Época, Tomo XXX, diciembre de 2009, p. 277.

“Libertades de expresión e información. Concepto de figura pública para efectos de la aplicación del sistema de protección dual”. Tesis: 1a. CLXXIII/2012 (10a.), Semanario Judicial de la Federación, Libro XI, Tomo 1 Tomo XXXI, agosto de 2012, p. 489.

## **LEGISLACIÓN.**

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Convención Americana sobre Derechos Humanos.

Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Guía de usos y estilo de redes sociales del Gobierno Vasco.

Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Generalidad de Cataluña.

Instructivo de uso para redes sociales institucionales de la UNAM.

Lineamientos para los portales y redes sociales del Gobierno del Estado de Oaxaca.

Lineamientos y recomendaciones para el uso de medios sociales en el Estado Colombiano.

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

Política y guía de usos y estilos en redes sociales del ayuntamiento de Lorca.

Protocolo de uso de twitter para funcionarios del Gobierno Federal.

Social Media in Government: Hands-on Toolbox, Department of Internal Affairs.

Social Media in Government: High-Level Guidance, Department of Internal Affairs.

## **PÁGINAS DE INTERNET.**

<http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/que-Es-Hashtag.htm>



[http://bideoak2.euskadi.net/redesyblogs/guia\\_usos\\_y\\_estilos\\_en\\_rrss\\_del\\_ejgv/guia\\_de\\_usos\\_y\\_estilo\\_en\\_las\\_redes\\_sociales\\_del\\_gobierno\\_vasco\\_v2.pdf](http://bideoak2.euskadi.net/redesyblogs/guia_usos_y_estilos_en_rrss_del_ejgv/guia_de_usos_y_estilo_en_las_redes_sociales_del_gobierno_vasco_v2.pdf)

<http://cad.cele.unam.mx/leaa/cnt/ano05/num01/0501a06.pdf>

<http://conceptodefinicion.de/internet/>

<http://concepto.de/servidor-publico/>

<http://consultas.ifai.org.mx/Sesiones>

<http://dalealaweb.com/2012/02/%C2%BFque-es-trending-topic-de-twitter-como-se-alcanza/>

[http://derechoseninternet.com/docs/IRPC\\_Carta\\_Derechos\\_Humanos\\_Internet.pdf](http://derechoseninternet.com/docs/IRPC_Carta_Derechos_Humanos_Internet.pdf)

<http://dle.rae.es/?id=LvskgUG>

<http://dle.rae.es/?id=UYbbTs8>

<http://dle.rae.es/?id=VXs6SD8>

<http://dle.rae.es/?id=YBny63i>

<http://dle.rae.es/?id=6Jix9ml>

<http://dle.rae.es/?id=6JjW404>

<http://efectococuyo.com/politica/director-de-conatel-quiere-reformar-la-ley-para-regular-las-redes-sociales>

<http://elidiomadelaweb.com/facebook/glosario-de-terminos-y-palabras-frecuentes-usadas-en-facebook/>

<http://estwitter.com/glosario/>

<http://flamboyanfoundation.org/wp/wp-content/uploads/2014/12/Glosario-de-terminos-redes-sociales.pdf>

[http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCBB-15599LW-1S6Z/redes\\_sociales.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf)

<http://noticaribe.com.mx/2015/10/31/va-pri-por-la-censura-en-la-red-la-ley-fayad-criminaliza-a-54-millones-de-internautas-y-atenta-contra-libertad-de-expresion/>

<http://notitotal.com/2016/11/28/conatel-quiere-regular-uso-de-las-redes-sociales/>

<http://www.ambito.com/776652-francia-quiere-sancionar-a-redes-sociales-por-mensajes-de-odio>

<http://www.animalpolitico.com/2015/11/fayad-retira-su-iniciativa-de-ley-sobre-internet-dice-que-construira-nueva-propuesta/>

<http://www.anuariocdh.uchile.cl/index.php/ADH/article/viewFile/31706/33508>

<http://www.aulaclie.es/articulos/facebook.html>

<http://www.contraloriadf.gob.mx/contraloria/cursos/MARCOJURIDICO/paginas/njsp.php>

<http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/funcionario-p%C3%BAblico/funcionario-p%C3%BAblico.htm>

[http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna\\_libre/Google-Plus-sirve\\_0\\_2364963501.html](http://www.elconfidencialdigital.com/opinion/tribuna_libre/Google-Plus-sirve_0_2364963501.html)

<http://www.elimpulso.com/correo-diarios/enterate/conatel-quiere-regular-uso-las-redes-sociales-evitar-la-instigacion>

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2016/09/9/renuncia-funcionario-tras-burlarse-de-quienes-no-pueden-pagar-iphone7>

<http://www.europapress.es/nacional/noticia-pp-busca-reformar-proteccion-derecho-honor-aplicarla-redes-sociales-20161106110537.html>

[http://www.gencat.cat/web/meugencat/documents/20100607\\_GUIA\\_USOS\\_XARXA\\_CAS.pdf](http://www.gencat.cat/web/meugencat/documents/20100607_GUIA_USOS_XARXA_CAS.pdf)

<http://www.gonzalezfrea.com.ar/derecho-informatico/aspectos-legales-redes-sociales-legislacion-normativa-facebook-regulacion-legal-argentina/265/>

<http://www.inap.mx/portal/images/pdf/book/derechoservpu.pdf>

<http://www.intgovforum.org/cms>

<http://www.lorca.es/redessociales/politicayguiausosyestilosredessociales.pdf>

<http://www.monitornacional.com/funcionario-de-durango-es-despedido-por-publicar-desnudo-en-redes-sociales/>

<http://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/>

<http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>

<http://www.pablofb.com/pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>

[http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/1/2015-10-27-1/assets/documentos/Inic\\_PRI\\_Ley\\_Delitos\\_Informaticos.pdf](http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/1/2015-10-27-1/assets/documentos/Inic_PRI_Ley_Delitos_Informaticos.pdf)

<http://www.sinembargo.mx/03-11-2015/1539193>

<http://www.telam.com.ar/notas/201501/93301-francia-busca-sancionar-a-redes-sociales-que-publiquen-mensajes-de-odio.html>

<http://www.tiposde.org/internet/87-tipos-de-redes-sociales/>

<http://www.trecebits.com/2016/11/08/se-deben-regular-las-redes-sociales-para-proteger-el-derecho-al-honor/>

[http://www.ucaldas.edu.co/docs/redes\\_sociales/redes\\_sociales\\_lineamientos\\_2011.pdf](http://www.ucaldas.edu.co/docs/redes_sociales/redes_sociales_lineamientos_2011.pdf)

<https://clauamarisolmg.wordpress.com/>

[https://es-la.facebook.com/help/www/1076296042409786?helpref=hc\\_global\\_nav](https://es-la.facebook.com/help/www/1076296042409786?helpref=hc_global_nav)

[https://es-la.facebook.com/help/www/239070709801747?helpref=hc\\_global\\_nav](https://es-la.facebook.com/help/www/239070709801747?helpref=hc_global_nav)

<https://es-la.facebook.com/help/327131014036297/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

<https://hipertextual.com/2015/10/ley-fayad-mexico>

<https://itunes.apple.com/mx/app/instagram/id389801252?mt=8>

<https://mireiaolive.wordpress.com/>

<https://mundo.sputniknews.com/americalatina/201602251057075251-bolivia-redes-sociales-anonimato/>

<https://r3d.mx/2015/10/28/10-puntos-clave-sobre-la-leyfayad-la-peor-iniciativa-de-ley-sobre-internet-en-la-historia/>

<https://prezi.com/l71hw3wz0wjd/google/>

<https://webtoolkit.govt.nz/files/Social-Media-in-Government-Hands-on-Toolbox-final.pdf>

<https://webtoolkit.govt.nz/files/Social-Media-in-Government-High-level-Guidance-final.pdf>

<https://www.accessnow.org/por-que-bolivia-quiere-regular-las-redes-sociales-y-prohibir-el-anonimato-en-linea/>

[https://www.amipci.org.mx/images/Estudio\\_Habitosdel\\_Usuario\\_2016.pdf](https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf)

<https://www.ciudadano2cero.com/google-plus-que-es-como-funciona/>

<https://www.youtube.com/yt/about/es-419/>



# ANEXO ÚNICO

## **Recomendaciones para los servidores públicos en el uso adecuado de las redes sociales**

### **I.- Analiza la pertinencia de tener una cuenta en una red social digital con fines institucionales**

Hoy en día es difícil no hacer uso de las redes sociales, su uso forma parte de la vida moderna y de los estereotipos sociales actuales.

La mayoría de las personas queremos conocer más, conocer a más y que más personas conozcan de nosotros, pero debemos recordar que los actos que realicemos como servidores públicos, por su fuente, pueden ser considerados como actos públicos, inclusive en representación de una institución y con consecuencias jurídicas distintas a las que genera la utilización de una red social por una persona que no ocupe un empleo, cargo o comisión en alguna de las instituciones que conforman el Estado.

Además, recordemos que los servidores públicos por ocupar voluntariamente un cargo, empleo o comisión, se someten al escrutinio de la opinión pública y su esfera de protección a la vida privada es menor en relación a la que poseen las personas que no son figuras o personajes públicos.

Por lo anterior, debemos ponderar las ventajas y desventajas de abrir una cuenta en una red social digital para usarla con fines institucionales; sopesar si las ventajas representan un valor agregado en el cumplimiento de las metas y objetivos institucionales y estar conscientes de la responsabilidad que ello implica, pues de optar por usar una red social con fines institucionales debemos considerar tal actividad como una más de las diversas que realizamos como parte del empleo, cargo o comisión que desempeñamos en el sector público y como una herramienta de trabajo que requiere de un uso responsable.

Por último y respecto de esta recomendación, es importante recalcar que el tener una cuenta con fines institucionales, no implica que no podamos tener una o varias cuentas para fines personales o para fines profesionales, pero debemos tener cuidado en no mezclar los contenidos de acuerdo al uso que deseemos darle para

evitar confundir a quienes lean la información que compartamos y que se relacione con nuestra función como servidores públicos.

## **II.- Acata las reglas**

Si decides abrir una cuenta en una red social digital para fines institucionales, es importante investigar si la institución a la que perteneces cuenta con alguna normatividad para tales efectos, para que no incumplas las reglas aplicables.

La mayoría de los países del mundo no cuentan con una regulación nacional para el uso de las redes sociales, sin embargo, existen instituciones que expiden su propia normativa, en las cuales establecen los procedimientos para la apertura de una cuenta en redes sociales para uso institucional, se disponen reglas y recomendaciones para su uso y se delimitan las responsabilidades, entre otros muchos aspectos.

Por lo anterior, si decides hacer uso de una cuenta de una red social para fines institucionales, será importante que cumplas con la normatividad que al efecto haya expedido tu institución, incluyendo los Códigos de Ética y de Conducta.

La normatividad interna establecerá los pasos a seguir para abrir una cuenta en una red social con fines institucionales, disponiendo inclusive qué área es la encargada de abrirla, de autorizar su uso, de monitorearla y de orientarte ante alguna situación de riesgo o crisis, por lo que es sumamente importante indagar sobre la existencia de normatividad aplicable y en caso de existir, estudiarla y cumplirla en todos sus términos.

Además de la normatividad específica en torno al uso de las redes sociales con fines institucionales, no olvides que como servidor público tienes infinidad de normas que cumplir, mismas que debes acatar inclusive cuando hagas uso de las redes sociales, caso contrario quedarás fácilmente expuesto al incumplirlas.

## **III.- Identifícate**

Si decides tener una cuenta en una red social digital para uso institucional, identifícate plenamente, lo que implica entre otras acciones las siguientes:

**a.-** Usa tu nombre completo y no pseudónimos, de otra forma puedes confundir a los ciudadanos y hacerlos dudar sobre tu existencia y en consecuencia sobre la autenticidad de que están tratando con un servidor público.

**b.-** Utiliza tu foto de perfil y no un avatar o una fotografía que no corresponda a tu persona.

**c.-** Informa tu cargo, pues es importante que los ciudadanos tengan certeza sobre quién eres y qué cargo desempeñas en tu institución, lo cual pueden corroborar accediendo al directorio de la institución a la que perteneces.

**d.-** En tu biografía o reseña, explica brevemente cuál es la labor que realizas, pues eres susceptible de ser consultado por la ciudadanía en torno a los temas competencia de tu institución, pero si no saben qué haces seguramente te preguntarán cosas que no estás facultado para contestar o que desconoces.

**e.-** Informa el nombre de la institución en la que te desempeñas como servidor público.

**f.-** Abre la cuenta en redes sociales para uso institucional con tu cuenta de correo electrónico oficial.

**g.-** De ser posible, proporciona tu teléfono de oficina y tu cuenta de correo electrónico institucional, para que sea fácil localizarte.

**h.-** No utilices imágenes de fondo que puedan confundir a tus seguidores. De preferencia sólo utiliza aquellas que se relacionen con tu institución, previa autorización para ello, pues ten en cuenta que dichos elementos, gráficos o verbales, están protegidos por la normatividad en propiedad intelectual y diseñados conforme a los Manuales de identidad gráfica de cada dependencia, entidad, órgano u organismo del Estado, donde se establecen expresamente cómo y para qué fines se pueden utilizar los logotipos, siglas, imágenes, etcétera, de las instituciones gubernamentales.

#### **IV.- Usa tu cuenta institucional únicamente con fines institucionales**

Las redes sociales se clasifican atendiendo precisamente al uso que se les da, de tal manera que si tu intención es tener una cuenta con fines institucionales, sólo



debes compartir y difundir información que se relacione directamente con el ejercicio de tus facultades o con la realización de actividades propias de tu empleo, cargo o comisión; con la realización de las actividades que en el ámbito de su competencia realice tu institución o que en el ejercicio de sus facultades realicen los servidores públicos de la institución que conformas.

Lo anterior es sumamente relevante, pues de otra forma, aunque denomines y manifiestes que la cuenta de la red social que utilizas es de índole institucional, *de facto* podrías convertirla en una cuenta de uso profesional o personal, con lo que inhibirías el cumplimiento de los objetivos y las metas planteadas, así como los beneficios que pretendes obtener con el uso de una cuenta institucional.

Para efecto de lo anterior, no olvides hacer un uso siempre orientado a conseguir una mejora de tus funciones como servidor público, dentro del ámbito de tus facultades y en estricto apego a la competencia que posee la institución a la que perteneces.

## **V.- Mantén tu perfil público**

Si decides hacer uso de una red social digital con fines institucionales, tu perfil debe ser público, pues tu actividad en dicha red como toda la que realices como servidor público es de naturaleza pública y sujeta al escrutinio de la ciudadanía.

## **VI.- Asume tu responsabilidad**

Por utilizar una red social con fines institucionales se puede pensar que lo que compartes o difundes a través de ésta es una postura de la institución o un comunicado oficial, lo cual no es necesariamente así, pues por lo general las instituciones del Estado cuentan con un área técnica específica para dar los comunicados oficiales y la postura de la institución en torno a un asunto.

Debido a lo anterior, es importante ser enfático en que lo que se divulga, comparte o contesta es atribuible única y exclusivamente al titular de la cuenta en su carácter de servidor público, pero que de ninguna manera representa la postura institucional, para evitar comprometer al organismo al que pertenezcas por un eventual error o inadecuado uso de las redes sociales.

También es importante establecer si el mensaje es de nuestra autoría, caso contrario, se debe expresamente quién es su autor.

Por lo anterior, resulta importante la atribución que se realice al contenido que se comparta a través de las redes sociales, con el fin de evitar confusiones respecto a quién es el autor o cuál es la fuente de lo que compartamos, a fin de delimitar responsabilidades.

## **VII.- Comparte información de calidad y veraz**

Cerciórate de la calidad y veracidad de la información que compartas; verifica que la fuente sea confiable, pues un error en cuanto a la veracidad de la información que se comparte genera confusión y desde luego desconfianza, lo que te convertirá en el blanco de críticas por negligencia y exhibirá que no estás realizando de forma adecuada tu trabajo.

En consecuencia, si no estás seguro de la autenticidad o veracidad de la información que deseas compartir no lo hagas, pues en lugar de ayudar entorpecerías uno de los principales beneficios de las redes sociales: informar.

Por lo anterior, es sumamente importante que compruebes la veracidad de la información que compartes, que sea de utilidad y que sea de una fuente confiable.

## **VIII.- Piensa dos veces antes de compartir**

Antes de publicar o compartir contenido o información a través de las redes sociales digitales piensa dos veces en ello, pues considera que todo lo que compartimos a través de la red de redes queda registrado y es accesible para cualquier usuario, lo que hace prácticamente imposible controlar su flujo y su permanencia, por lo que debes estar consciente y seguro de lo que se publica o comparte a través de las redes sociales.

Además, tómate un minuto para reflexionar sobre las consecuencias que podrían generarse con lo que compartas, divulgas o respondas, pues todo lo que hagas está a la vista de todos. Así pues, piensa dos veces antes de divulgar, compartir o responder. Si no estás seguro, mejor no lo hagas.

## **IX.- Cuida la redacción y ortografía**

Dado que ciertas redes sociales tienen un límite de caracteres para compartir información, los usuarios de las redes sociales hemos recurrido a abreviar e inclusive a deformar las palabras, echando mano incluso de imágenes para comunicarnos. Sin embargo, al tratarse de un servidor público, resulta de total importancia la claridad del mensaje que comuniquemos para informar y orientar correctamente y así cumplir con nuestras obligaciones y objetivos.

Por lo anterior, resulta indispensable cuidar nuestra redacción y ortografía al momento de compartir, divulgar o responder un mensaje mediante una cuenta institucional de la o las redes sociales que utilicemos, no sólo para no generar dudas o confusiones a la ciudadanía con la información que compartamos, sino también porque resulta obligatorio que un servidor público se comunique correctamente, apegado a las reglas gramaticales y ortográficas.

Si por alguna razón el mensaje que queremos comunicar no puede ser compartido de forma completa a través de la red social que utilicemos, podemos anexar una fotografía, archivo o liga para poder compartir de forma íntegra, correcta y adecuada la información que deseemos comunicar.

## **X.- Sé respetuoso y cordial**

Al igual que lo haces de forma presencial o por escrito al emitir un oficio, memorándum o correo electrónico, al utilizar las redes sociales debes comunicarte utilizando siempre un lenguaje respetuoso y cordial con los demás usuarios de la red social a la que pertenezcas.

Inhíbe el uso de lenguaje ofensivo, independientemente de los comentarios o respuestas que puedas recibir a la información que compartas o divulgues, recuerda que eres un servidor público y que a través de ti se materializa la institución a la que perteneces, misma que debe cumplir con los más altos estándares de calidad, respeto y cortesía.

## **XI.- Contesta sólo lo que puedes y lo que sabes**

Si utilizas una cuenta de una red social digital con fines institucionales es posible que comiences a recibir consultas en torno a las actividades, trámites o funciones que desempeña la institución para la que laboras, por lo que será muy importante que conozcas a la perfección tus facultades. En consecuencia, si no estás facultado, no eres competente o experto para atender la consulta que se te formula, direcciona a los canales institucionales para que los ciudadanos sean debidamente orientados y atendidos.

## **XII.- Respeta la reserva y confidencialidad de la información**

Si no estás seguro de que la información que deseas compartir o divulgar es de naturaleza pública no la difundas, pues la afectación que generes resultaría irreparable, en tanto que lo que se publica a través de internet jamás deja de ser público.

## **XIII.- Reconoce los derechos de propiedad intelectual y respeta los derechos de imagen**

Cuando compartes o divulgas información a través de tus redes sociales con fines institucionales reconoce los derechos de propiedad intelectual (derechos de autor y propiedad industrial). Para evitar inconvenientes, vincula la información pertinente, pero haciendo las debidas atribuciones.

Por otra parte, resulta indispensable respetar los derechos de imagen, por lo que se recomienda no difundir la imagen de terceros sin su consentimiento expreso y por escrito.

## **XIV.- No descuides tu cuenta institucional**

Si tienes una cuenta en una red social digital para fines institucionales no la descuides, debes considerarla como una actividad propia de tu trabajo como servidor público, de tal manera que debes hacer uso de ella de manera periódica e interactuar con el resto de los usuarios cuando se requiera.

Debes atender tu cuenta institucional con la misma diligencia y responsabilidad con la que atiendes un oficio, un correo electrónico o un escrito.

Si descuidas tu cuenta institucional estás descuidando tu trabajo.

## **XV.- Evalúa y decide**

Después de cierto tiempo de que hayas hecho uso de tu cuenta con fines institucionales, evalúa los beneficios y perjuicios, cumplimiento de metas y objetivos y vuelve a preguntarte sobre la pertinencia del uso de una cuenta de una red social digital con fines institucionales. No es necesario que todo servidor cuente con una, sólo en los casos en los cuales se genere un valor agregado para el desempeño de sus funciones; en pocas palabras: “lo que no es necesario está demás”.