

MUNICIPALIDAD DE RICHARDSON POLÍTICA Y PROCEDIMIENTO INTERDEPARTAMENTAL

COMUNICACIONES Y MEDIOS SOCIALES

POLÍTICA

Se define como medios sociales a aquellos diseñados para su diseminación por medio de la interacción social, creados con técnicas de publicación altamente accesibles y escalables. Algunos ejemplos son YouTube, Flickr, Facebook, Wikipedia, Twitter, foros, carteleras de mensajes, aplicaciones móviles, blogs, correo electrónico, etc.

Para mantener la integridad y misión de la Municipalidad y para cumplir con la Ley de Información Pública y Ley de Reuniones Abiertas de Texas en cuanto a los medios sociales, la Municipalidad de Richardson ha establecido políticas que ayudarán a guiar a sus empleados sobre el uso de los medios sociales. Los objetivos de esta política son proporcionar guías para:

- Procedimientos para establecer una página de medios sociales del departamento;
- Mejores prácticas y conducta por parte de los empleados municipales que usarán los medios sociales;
- Empleados municipales que usan los medios sociales no estando de servicio o en su tiempo privado;
- Empleados municipales autorizados a usar internet con el objetivo de actualizar un medio social de la municipalidad y/o un departamento.

Esta política se aplica a todos los empleados de la Municipalidad de Richardson. Todos los empleados deben aceptar cumplirla como condición para su acceso y uso continuado de estos recursos.

PROCEDIMIENTO

1. POLÍTICA BÁSICA

El Director de Comunicaciones de la Municipalidad podrá crear y mantener aplicaciones de medios sociales para la Municipalidad de Richardson. Estos sitios podrían cumplir con uno o ambos de los siguientes objetivos:

- Proporcionar a los residentes de Richardson información sobre eventos municipales, actividades y problemas
- Informar a las personas ajenas a nuestra comunidad sobre las múltiples cualidades positivas de Richardson.

Todos los departamentos municipales que operen en medios sociales lo harán bajo la orientación general del Director de Comunicaciones de la Municipalidad.

A. Sitios separados

Bajo ciertas circunstancias, un departamento municipal podría desear crear y mantener aplicaciones de medios sociales independientes de las mantenidas por el Director de Comunicaciones. Los departamentos deberán obtener autorización previa por escrito del Director de Comunicaciones y del Director de su Departamento antes de implementar aplicaciones en medios sociales específicas a un departamento. Los departamentos deberán proporcionar al Director de Comunicaciones una justificación específica y los motivos para mantener aplicaciones en medios sociales por separado. En caso de que el Director de Comunicaciones lo apruebe, se tomarán pasos para coordinar con el Departamento de Servicios de Información de la Municipalidad a fin de brindar acceso a computadoras para acceder al medio social. El Director de Comunicaciones coordinará con los empleados del departamento designado para implementar y controlar el sitio. Los sitios que no sigan cumpliendo con los objetivos de la Municipalidad podrán ser dados de baja en cualquier momento por el Director de Comunicaciones. El Director de Comunicaciones deberá contar con todas las identificaciones de inicio de sesión y contraseñas y llevará una lista de las cuentas aprobadas, incluyendo sus identificaciones de inicio de sesión y contraseñas.

B. Código de conducta de los empleados autorizados a mantener un medio social

Esta sección se aplica a aquellos empleados autorizados para publicar en nombre de la Municipalidad, según la aprobación del Director de su Departamento y el Director de Comunicaciones. Los empleados son responsables por todo lo que publiquen en los medios sociales.

Conducta ética: Los empleados deberán actuar de acuerdo con los más altos estándares éticos. A continuación se presenta un resumen de los estándares éticos clave para el uso de medios sociales:

- A. La protección y respeto del cliente son fundamentales;
- B. Los empleados harán todo lo posible por mantener interacciones precisas y objetivas;
- C. Los empleados harán todo lo posible por mantener la transparencia y apertura en sus interacciones y no intentarán nunca “embellecer” la información.
- D. Los empleados brindarán vínculos a fuentes de información creíbles para apoyar sus interacciones si fuera necesario.
- E. Los empleados respetarán las reglas de uso establecidas de cada medio social utilizado (por ejemplo, la política de uso de Facebook) y
- F. Los empleados protegerán la privacidad y las autorizaciones.

Publicaciones autorizadas: Todas las páginas institucionales de la Municipalidad deben contar con un empleado a tiempo completo designado (u otro empleado autorizado), identificado como el responsable del contenido. Los empleados que utilicen los medios sociales para comunicarse oficialmente en nombre de un Departamento deberán contar con la aprobación previa del director de su departamento y del Director de Comunicaciones.

Autorización/permiso: No comprometa a la Municipalidad ni ninguno de sus departamentos a acciones o iniciativas a menos que cuente con la autorización previa para hacerlo.

C. Código de conducta de los empleados para la comunicación y los medios sociales

No publique/comente en ningún sitio de medios sociales a excepción de las páginas de medios sociales de la Municipalidad: La Municipalidad no escribe, ni comenta de forma alguna, en páginas y sitios no vinculados a la Municipalidad. Todos los comentarios hechos por empleados en un sitio de medios sociales externo se harán fuera de su horario laboral y sin el uso de los equipos y recursos de la Municipalidad. Los empleados que hagan comentarios en sitios de medios sociales externos no podrán representar ni presentarse como empleados municipales autorizados a hablar en nombre de la Municipalidad. Esto no prohíbe de forma alguna que los empleados ejerzan su derecho al libre discurso, conforme a la primera enmienda.

Uso privado de los medios en línea: En general, los empleados deberán abstenerse de publicar información, incluidas declaraciones escritas, fotografías y videos, sobre la Municipalidad usando sus cuentas personales de medios sociales. Si opta por hacerlo, evite cualquier publicación que pueda interpretarse como una declaración oficial hecha en nombre de la Municipalidad, en nombre de su departamento o que pueda comprometer las percepciones de su capacidad para llevar a cabo su trabajo de forma objetiva y profesional.

Los empleados de la Municipalidad que opten por publicar información en medios accesibles por el público deberán mantener una imagen positiva en línea, que concuerde con los objetivos y metas de la Municipalidad. Los empleados pueden ejercer el derecho al libre discurso que les otorga la primera enmienda, pero podrían ser pasibles de acción disciplinaria por publicaciones que afecten sin razón el lugar de trabajo o violen las políticas de la Municipalidad.

Si se ha identificado en su sitio personal en un medio social, ya sea por declaraciones escritas, fotografías o videos, como empleado de la Municipalidad y opta por comentar sobre un tema social no vinculado a la Municipalidad, identifique sus puntos de vista como propios y deje en claro que no se trata de los puntos de vista de la Municipalidad.

No puede usar el logotipo de la Municipalidad ni otras imágenes ni iconografía municipal en sitios de medios sociales personales. Si opta por publicar fotografías o videos en sitios personales de medios sociales, no presente el logotipo de la Municipalidad, imágenes ni íconos, incluidas imágenes en su vestimenta (como uniformes municipales) de forma alguna que pueda interpretarse como que está representando un acto o declaración hechos en nombre de la Municipalidad, contraviniendo esta política. Tampoco puede usar el nombre, logotipo, imágenes ni iconografía de la Municipalidad para promover un producto, causa o partido o candidato político.

Las comunicaciones privadas en línea por parte de los empleados no podrán transmitirse ni recibirse en el horario municipal ni durante sus horarios de trabajo, ni usando recursos de la Municipalidad.

Piénselo dos veces antes de publicar: La privacidad no existe en el mundo de los medios sociales. Piense en lo que podría suceder si una publicación se hace muy conocida y

cómo se reflejaría en quien la realizó y en la Municipalidad de Richardson. Los motores de búsqueda pueden presentar las publicaciones años después de su creación y los comentarios se pueden reenviar y copiar. Si no lo diría en una reunión pública, en una conferencia o a un miembro de la prensa, piense sobre si debería publicarlo en línea. **En todo caso asegúrese de que su perfil y contenido relacionado coincidan con la imagen que desea presentar de sí mismo como profesional de la Municipalidad, conforme a la confianza del público vinculada a su posición y en cumplimiento de los estándares éticos existentes.**

Imagen y reputación: Recuerde que lo que se publica en línea está abierto al público (incluso si usted lo considera privado) La vida personal y la profesional se unen en línea. Los empleados municipales deberán reconocer que aunque sus comentarios podrían estar en su “espacio privado”, sus palabras pueden transformarse en extensiones directas de la Municipalidad.

Además, hay muchas razones para conectarse con gente en línea, pero piense en quiénes son sus “amigos” en sitios como Facebook o a quiénes “sigue” en Twitter. Tal vez crea que sus “amigos” en línea son diferentes de otros amigos en su vida, pero el público no siempre lo verá de ese modo.

Luche por la precisión: Antes de publicar, asegúrese de contar con los hechos verdaderos. Revise el contenido por errores gramaticales y ortográficos. Los empleados no podrán comunicar a sabiendas información imprecisa o falsa. Deberán hacer todo lo posible por presentar únicamente hechos verificables, no opiniones que no se puedan verificar.

Recuerde a su audiencia: Tenga en cuenta que una presencia en el mundo de los medios sociales es, o puede volverse fácilmente disponible para el público en general. Esto incluye los residentes, posibles residentes, visitantes, empleadores basados en Richardson y su fuerza laboral, empleados y colegas actuales y sus pares. Piense en esto antes de publicar para asegurarse de que su publicación no aliene, ofenda, dañe ni provoque a ninguna de estas personas o grupos.

Tenga un plan: Para que un medio social sea exitoso y pertinente para sus usuarios, debe contener publicaciones actuales y al día que reflejen la naturaleza y negocio del departamento en particular dentro de la Municipalidad. Se entiende que algunos de los medios sociales de la Municipalidad podrían ser de naturaleza zafra y las publicaciones diarias podrían volverse periódicas o eliminarse poco a poco durante períodos no pico. Si bien no hay una línea de tiempo fija en cuanto a la frecuencia con la que un departamento debería publicar o qué tan seguido debería hacerlo, los empleados deben reconocer que a medida que un evento/festival de estación se acerca, la frecuencia de las publicaciones aumentará y la responsabilidad de publicar información pertinente se transformará en una necesidad.

D: Protección de los derechos de autor

Confidencialidad: Los empleados deberán proteger toda la información sobre la Municipalidad considerada de naturaleza no pública en virtud de la Ley de Información Pública de Texas u otras leyes que correspondan. Los empleados que compartan o divulguen información

confidencial de acuerdo con la Ley de Información Pública de Texas u otras leyes aplicables serán pasibles de acción disciplinaria incluyendo el despido. Algunos **ejemplos incluyen** compartir información privada como: direcciones, números de teléfono e información médica o confidencial, como la cubierta por la Ley de Portabilidad y Responsabilidad de los Seguros de Salud (HIPAA).

Infracción de copyright: Al publicar, tenga en cuenta y sea respetuoso con el copyright y los derechos de propiedad intelectual de otros y de la Municipalidad.

Fotografía: Quienes visiten el sitio pueden apropiarse fácilmente de las fotografías publicadas en medios sociales. Las publicaciones de imágenes deben ser de al menos 72 dpi y tener una resolución de aproximadamente 800 x 600 para proteger la propiedad intelectual de la Municipalidad. Las imágenes de ese tamaño son suficientes para su visualización en la red, pero no son adecuadas para imprimir.

Original firmado por Bill Keffler

Bill Keffler
Administrador de la Municipalidad

1 de diciembre de 2010

Fecha