

PROYECTO DE ACUERDO DEL COMITÉ DE GESTIÓN Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA POR EL QUE SE APRUEBA LA PROPUESTA DE MODIFICACIÓN A LOS CRITERIOS PARA EL USO INSTITUCIONAL DE REDES SOCIALES EN INTERNET DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL QUE DEBERÁN SER APROBADOS POR EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL.

A N T E C E D E N T E S

- I. El 30 de septiembre de 2011, la Junta General Ejecutiva aprobó el Acuerdo JGE103/2011, mediante el cual se modificaron los Lineamientos para la publicación y gestión del portal de Internet e Intranet del Instituto Federal Electoral.
- II. El 21 de diciembre de 2011, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral otrora Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG456/2011 denominado *“ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL POR EL QUE SE APRUEBAN LOS CRITERIOS GENERALES PARA EL USO INSTITUCIONAL DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.”*
- III. El 31 de enero de 2014, en uso de las facultades que le otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Presidente de la República promulgó la Reforma Constitucional en Materia Político-Electoral, aprobada por el Congreso de la Unión y la mayoría de las legislaturas estatales. El Decreto correspondiente se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 10 de febrero de 2014, incluyendo diversas disposiciones que modifican la denominación, estructura, funciones y objetivos del Instituto Federal Electoral para transformarse en Instituto Nacional Electoral.
- IV. El Decreto por el que se reforma y adiciona el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado el 7 de febrero de 2014 en el Diario Oficial de la Federación, amplía el catálogo de sujetos obligados directos en materia de transparencia y acceso a la información pública para incorporar a los partidos políticos y órganos constitucionales autónomos, y modifica la estructura, funciones y objetivos del organismo garante en materia de acceso a la información y protección de datos personales.
- VI. El Comité de Publicación y Gestión Electrónica mediante acuerdo del 17 de febrero de 2014, aprobó el *“ACUERDO DEL COMITÉ DE GESTIÓN Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA POR EL QUE SE MODIFICAN LAS POLÍTICAS DE EDICIÓN, DISEÑO Y PROCEDIMIENTO DE PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN LOS PORTALES WEB DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.”*

- V. El Reglamento de Transparencia del Instituto se emitió por primera vez en 2003 y ha sufrido modificaciones en los años 2005, 2008, 2011 y 2014, su más reciente reforma aprobada por el Consejo General fue el 27 de abril de 2015, conservó la figura del Comité de Gestión y Publicación Electrónica con sus atribuciones concernientes a la definición de estructura, secciones y contenidos que serán publicados en los portales institucionales de Internet o Intranet.
- VI. El 23 de mayo de 2014, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Abrogando el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales publicado en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2008.

C O N S I D E R A N D O

1. Que el concepto actual de redes sociales está vinculado con la denominada Web 2.0, cuya principal característica es el intercambio de información a través de Internet entre los usuarios así como la interacción para generar sociedades del conocimiento, mediante el uso de las tecnologías de información y comunicación.
2. Que el artículo 6, párrafo 2 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.
3. Que una de las políticas de accesibilidad de la información derivadas de la reforma en materia de transparencia, es los Lineamientos técnicos generales para la publicación, homologación y estandarización de la información de las obligaciones establecidas en el título quinto y en la fracción IV del artículo 31 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que deben de difundir los sujetos obligados en los portales de Internet y en la Plataforma Nacional de Transparencia, en específico en el Décimo segundo, fracción IV, que se cita para mayor proveer:

*“Los sujetos obligados deberán realizar un diagnóstico en las comunidades de usuarios de la información, con el objetivo de determinar el uso de medios alternativos a Internet para difundir la información pública derivada de las obligaciones de transparencia y que resulte de más fácil acceso y comprensión para determinadas poblaciones. **Estos medios alternativos de difusión se caracterizarán por ser participativos, tomar en consideración las necesidades informativas y las propuestas de la población a la que se pretende informar; serán, entre otros: radios comunitarias, carteles, volantes, periódicos murales, audiovisuales pedagógicos, mantas, redes sociales, folletos;**”.*

4. Que uno de los temas prioritarios del Instituto, es el desarrollo de los valores democráticos, destacando la ampliación de los mecanismos de participación ciudadana que favorezcan los derechos político-electorales de los ciudadanos, el cual fue incorporado en el documento “Planeación Táctica del Instituto Nacional Electoral para el Ejercicio 2016”.
5. Que una de las líneas estratégicas del Proyecto de modernización institucional, era fortalecer la plataforma informática y de comunicación, buscando el cumplimiento eficaz y eficiente de los objetivos institucionales, cuyo alcance deberá continuar conforme lo dictado en el *“ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE APRUEBAN LOS TEMAS ESTRATÉGICOS PARA EL DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL 2016-2026, Y SE AUTORIZA DAR CONTINUIDAD A LOS TRABAJOS DE LA COMISIÓN TEMPORAL DE MODERNIZACIÓN INSTITUCIONAL, CON LA FINALIDAD DE DAR CABAL CUMPLIMIENTO A LOS OBJETIVOS PARA LOS QUE FUE CREADA, ASÍ COMO INCORPORAR OTROS PARA CONCLUIR LOS ORIGINALMENTE PLANTEADOS”*
6. Que dentro los Objetivos Estratégicos del Instituto se encuentra la optimización, uso y aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), permitiendo Incrementar y mejorar la interacción entre el Instituto Nacional Electoral y la sociedad para generar valor público.
7. Que en la actualidad la utilización de las tecnologías ha facilitado la comunicación entre autoridades y población, situación que el Instituto aprueba y valora, toda vez que se abre un canal adicional para estar en contacto con los ciudadanos, que favorece el intercambio de información y opiniones vinculadas con los fines institucionales.
8. Que en el mismo sentido y a fin de otorgar certeza a todos aquellos usuarios de redes sociales que tengan acceso a la información que difunda el Instituto por esos medios, es necesario formular y aprobar criterios para el uso institucional por la practicidad y flexibilidad de su operación.
9. Que el Consejo General, es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad guíen todas las actividades del Instituto, lo anterior de conformidad con el artículo 35 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
10. Que el artículo 64, incisos q) y u) del Reglamento Interno del Instituto Nacional Electoral, establece que la Coordinación Nacional de Comunicación Social tiene como atribución la de elaborar los criterios para el uso institucional de redes

sociales en internet del Instituto, y someterlos a la aprobación de la instancia competente, así como medir periódicamente la eficacia de estos instrumentos; y su monitoreo.

11. Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2, párrafo 1, fracción IX del Reglamento de Transparencia aprobado en 2015, se entiende por Comité de Gestión al Comité de Gestión y Publicación Electrónica.
12. Que según lo dispuesto en el artículo 25, párrafo 4, fracción XIV del Reglamento de Transparencia, es función del Comité de Gestión proponer criterios generales para el uso institucional de las redes sociales, los cuales deberán ser aprobados por el Consejo General.

En razón de los antecedentes y consideraciones vertidos y, con fundamento en los artículos 6, párrafo 2 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 35 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 64, incisos q) y u) del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral; y 2, párrafo 1, fracción IX, 25, párrafo 4, fracción XIV del Reglamento del Instituto Nacional Electoral en materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública; lineamiento Décimo segundo, fracción IV de los Lineamientos técnicos generales para la publicación, homologación y estandarización de la información de las obligaciones establecidas en el título quinto y en la fracción IV del artículo 31 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que deben de difundir los sujetos obligados en los portales de Internet y en la Plataforma Nacional de Transparencia, el Comité de Gestión y Publicación Electrónica emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO. Se aprueba la Propuesta de Criterios para el uso institucional de redes sociales en internet del Instituto Nacional Electoral, la cual se agrega como anexo del presente Acuerdo.

SEGUNDO. Se instruye al Secretario Técnico del Comité de Gestión para que dentro de los cinco días hábiles siguientes a la aprobación del presente Acuerdo, remita la Propuesta de Criterios al Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral con el formato y especificaciones que requiera, a fin de someterla a la consideración y, en su caso aprobación del Consejo General.

TERCERO. Se instruye al Secretario Técnico para solicitar la publicación del presente acuerdo en el apartado del Comité de Gestión y Publicación Electrónica del portal de Internet del Instituto, dentro de los cinco días hábiles siguientes a su entrada en vigor.

El presente Acuerdo fue aprobado en la tercera sesión ordinaria del Comité de Gestión y Publicación Electrónica, celebrada el xx de xx de dos mil dieciséis.

PROYECTO DE CRITERIOS PARA EL USO INSTITUCIONAL DE REDES SOCIALES EN INTERNET DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Preámbulo

El aumento constante de usuarios de las redes sociales ha tenido un impacto considerable en el desarrollo del debate político nacional; por tanto, es de suma importancia que el Instituto Nacional Electoral cuente con una presencia activa en estos medios, sustentada en criterios de uso que otorguen certeza a la información que se difunde a través de las redes sociales.

1. Ámbito de aplicación e Interpretación

Los presentes criterios son aplicables a todas las áreas responsables y servidores públicos del Instituto que soliciten a nombre del mismo un espacio en alguna red social en Internet o cuenten actualmente con él.

Cualquier situación no prevista en los presentes criterios será resuelta por el Comité de Gestión y Publicación Electrónica.

2. Objetivo

El objeto de los presentes Criterios es contar con un instrumento que brinde las bases mínimas para que las áreas responsables y los funcionarios del Instituto administren las cuentas en redes sociales a nombre del mismo, proporcionando por estos medios, información certera a los usuarios que decidan suscribirse a los contenidos y recibir actualizaciones de las publicaciones, con el fin de generar comunidad, cercanía, además de explicar las funciones del Instituto.

3. Fines

Los fines del uso de redes sociales a nombre del Instituto son los siguientes:

- i. Consolidar y promover la presencia del Instituto entre la ciudadanía y el público en general a través de Internet.
- ii. Alcanzar a públicos que difícilmente obtendrían información sobre el Instituto por los medios de comunicación masivos.
- iii. Acercar el Instituto a los ciudadanos pertenecientes a comunidades virtuales a través de sitios web de redes sociales.

- iv. Aprovechar canales para la difusión de información en poder del Instituto.
- v. Promover los lugares o los sitios web del Instituto donde se publica información relevante o novedosa para el público.
- vi. Exponer los procesos internos del Instituto de forma clara y accesible al público.
- vii. Contar con espacios adicionales para recibir sugerencias del público para la mejora de la transparencia en el Instituto.
- viii. Interactuar con la ciudadanía, considerando sus intereses y preocupaciones.
- ix. Contribuir a clarificar la información que erróneamente sea difundida a través de las redes sociales o en otros medios de comunicación, con respecto al Instituto y sus actividades.
- x. Proporcionar información y respuestas útiles e inmediatas sobre el Instituto.
- xi. Difundir información y materiales sobre educación cívica y formación ciudadana entre los usuarios.

4. Definiciones

Sin perjuicio de lo establecido en otros ordenamientos, se entenderá por:

- i. **Administrador de cuenta:** Servidor público del Instituto adscrito a un área responsable, encargado de la operación, actualización, mantenimiento y retiro de información de cuentas institucionales en redes sociales.
- ii. **Área:** Aquellas unidades administrativas del Instituto Nacional señaladas en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en el Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral u otras disposiciones administrativas de carácter general, que en cumplimiento de sus atribuciones, funciones y competencias puedan tener información bajo su resguardo.
- iii. **Contenido:** Información, archivo o documento que se guarda en una infraestructura de almacenaje de datos, o se traslada a través de una infraestructura de telecomunicación.
- iv. **Contenido personal:** Información referente a las actividades desarrolladas por los funcionarios del Instituto fuera del ámbito laboral o que se refiere a su vida privada.
- v. **Consejeros Electorales:** Los Consejeros del Instituto Nacional Electoral.
- vi. **Cuenta o Perfil Personal:** Página personal utilizada por los usuarios de redes sociales que contiene información personal de los mismos, que se encuentra vinculada a una dirección de correo electrónico y permite la generación y publicación de contenidos.
- vii. **Cuenta institucional:** Las páginas o direcciones de Internet registradas bajo el dominio ine.mx, que utilicen el nombre del Instituto, de alguno de sus programas institucionales o que se promocionen en alguno de sus portales de Internet.

- viii. **Dominio:** Red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet.
- ix. **Instituto:** El Instituto Nacional Electoral.
- x. **Internet:** Es la red que permite el intercambio de datos, voz y video a nivel mundial.
- xi. **Lenguaje claro:** Conjunto de términos sencillos y comprensibles para todo el público que visita los portales de Internet del Instituto y las cuentas relacionadas con el mismo en las redes sociales.
- xii. **Ley:** Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- xiii. **Página:** Documento o información electrónica adaptada para la World Wide Web que generalmente forma parte de un sitio de Internet.
- xiv. **Plataforma o Soporte Digital:** Sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible.
- xv. **Red Social|:** Cualquier soporte digital que ofrezca a un conjunto de personas o grupos la posibilidad de compartir con otros usuarios mensajes, información y contenidos generados por ellos o por terceros, ya sea a través de páginas públicas o privadas.
- xvi. **Usuario:** Persona que tiene derechos especiales en algún servicio de Internet por acreditarse en el mismo mediante un identificador y una clave de acceso, obtenidos mediante previo registro gratuito o de pago.

5. Responsabilidades

En materia de Redes Sociales estarán sujetos al régimen de responsabilidades legales que correspondan:

- a) Los administradores de todas las páginas y cuentas que sean abiertas a nombre del Instituto o con direcciones de correo electrónico pertenecientes al dominio **ine.mx**; y
- b) Los funcionarios del Instituto que utilicen cuentas de correo electrónico con el dominio **ine.mx**.

Las publicaciones realizadas en las páginas y cuentas personales de los Consejeros Electorales y demás servidores del **Instituto Nacional Electoral** serán responsabilidad exclusiva de ellos.

Las cuentas de redes sociales abiertas, operadas y relacionadas directamente con el Instituto son consideradas como instrumentos de trabajo, por lo que cualquier uso indebido o fuera de las normas, lineamientos, políticas y principios rectores del Instituto será investigado y sancionado de conformidad a lo previsto en el Estatuto

del Servicio Profesional y del Personal del Instituto Nacional Electoral sin perjuicio de otras responsabilidades que pudieran derivarse de dichos actos.

5.1. Áreas Responsables

Los titulares de los órganos ejecutivos, técnicos y de control del Instituto serán los responsables de que las disposiciones plasmadas en este documento se cumplan en cuanto a la creación, actualización, mantenimiento y retiro de información de las cuentas institucionales en redes sociales, así como de la administración adecuada de las mismas.

Cada área responsable deberá designar a dos servidores públicos de su estructura para fungir como administradores titular y suplente de las cuentas. El administrador titular deberá tener nivel de mando medio o superior y el suplente podrá tener nivel de mando medio o ser personal operativo.

Las áreas responsables, por conducto de sus administradores de cuentas deberán cuidar la calidad y la actualización de la información publicada.

Solamente tendrán acceso a las cuentas los servidores públicos designados como administradores de las mismas, así como los titulares de las áreas responsables.

Con el objeto de atender adecuadamente a los usuarios de las cuentas, las áreas responsables informarán al público sobre los horarios de atención en ellas durante los periodos vacacionales y días de asueto o no laborables y establecerán los procedimientos internos necesarios para su monitoreo en estas fechas.

5.2. Administradores de Cuentas

Los administradores de cuentas tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Publicar en las cuentas bajo su responsabilidad la información que las áreas responsables deseen difundir por este medio o, en su caso, realizar la solicitud pertinente ante la Coordinación Nacional de Comunicación Social.
- b) Verificar que la generación de los contenidos que desean publicar se apegue a estos Criterios, así como el carácter público de la información a proporcionar, debiendo proteger aquella que se encuadre en los criterios de reserva y confidencialidad establecidos en el Reglamento del Instituto Nacional Electoral en Materia Transparencia y Acceso a la Información Pública.

- c) Determinar la ubicación de los contenidos publicados en las cuentas bajo su resguardo.
- d) Verificar la vigencia de los contenidos y realizar las actualizaciones pertinentes.
- e) Responder y dar seguimiento a las dudas y comentarios expresados por los usuarios de las redes en las páginas o cuentas de las que son responsables.
- f) Informar a sus superiores o a las instancias competentes sobre los asuntos y temas relevantes que sean tratados a través de las Redes Sociales.
- g) Generar la contraseña de la cuenta respectiva atendiendo las mejores prácticas de generación de contraseñas seguras, respecto a la longitud de caracteres y composición de la misma mediante la combinación de letras, números y caracteres especiales.

5.3. Capacitación

La Coordinación Nacional de Comunicación Social organizará anualmente una reunión de capacitación con los administradores de las cuentas para mantener actualizados los conocimientos, resolver dudas y atender coyunturas.

Las áreas serán responsables de enviar a las personas convocadas a dicha capacitación.

6. Criterios Generales

La edición de contenidos para su publicación en las cuentas de redes sociales del Instituto, así como la administración de las mismas debe atender los siguientes criterios, con el fin de generar información clara, oportuna, veraz y vigente sobre el Instituto y las actividades que desarrolla.

- i. Solo serán publicados en las cuentas institucionales aquellos mensajes y contenidos que hagan referencia a las actividades del Instituto u ofrezcan información pública en poder del mismo.
- ii. Se privilegiará la publicación de mensajes que promuevan el diálogo con los ciudadanos, con el objeto de identificar por este medio, las áreas de mejora en el desempeño del Instituto.
- iii. Se restringirá la publicación de comentarios a título personal que puedan dañar la imagen pública del Instituto o que contradigan sus principios rectores, así como cualquier tipo de datos personales o información considerada como temporalmente reservada en la Ley, el Reglamento en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública y la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- iv. Se debe evitar la publicación de información errónea, confusa, contradictoria o de fuentes no identificadas, ya que toda la información publicada por los

- organismos públicos en las redes sociales suele ser considerada como oficial por los usuarios, lo cual puede causar un efecto contrario al esperado.
- v. Se evitará la publicación de información relacionada con la deliberación interna de los funcionarios del Instituto hasta que haya concluido en decisiones institucionales con carácter oficial.
 - vi. Podrán publicarse vínculos o información sobre instancias ajenas al Instituto únicamente cuando la información se vincule directamente con sus fines y programas institucionales. En el caso de artículos científicos y periodísticos podrán publicarse si hacen referencia explícita al Instituto o a sus actividades.
 - vii. En caso de que los administradores de cuentas posean información solicitada por los usuarios, podrán proporcionarla notificando por correo electrónico al área responsable de la misma para efectos de su conocimiento. En caso contrario, las solicitudes de información deberán ser dirigidas a INETEL o de la Plataforma Nacional de Transparencia.
 - viii. En caso de que las áreas o servidores públicos responsables tengan dudas sobre la pertinencia de publicar alguna información o contenido, los administradores de las cuentas consultarán por correo electrónico a la Coordinación Nacional de Comunicación Social antes de proceder a la publicación. La Coordinación contará con hasta 48 horas para emitir una respuesta; de no existir pronunciamiento no será procedente la publicación.
 - ix. Se podrán colocar enlaces a páginas en las que el Instituto presta servicios específicos al público o enlaces a páginas desde las cuales se puedan seguir en directo los eventos organizados por él, así como las sesiones públicas de sus órganos colegiados (www.ine.mx).
 - x. También se podrán colocar vínculos a boletines de prensa y comunicados públicos sobre las decisiones tomadas por los órganos de dirección del Instituto. En este caso, conviene redactar de nuevo el mensaje titular y añadir el enlace a su ubicación en Internet.
 - xi. Podrán publicarse herramientas y aplicaciones que les sirvan a los usuarios para estar informados sobre las actividades del Instituto, que les ayuden para ejercer sus derechos político-electorales o contribuyan al desarrollo de la cultura cívica democrática.
 - xii. Se publicarán declaraciones que informen a la ciudadanía sobre las acciones del Instituto y las expliquen, así como aquellas que fijen la postura institucional con respecto a un tema.
 - xiii. Con la finalidad de iniciar una conversación con los usuarios, los administradores podrán etiquetar a los involucrados que protagonicen la publicación que se planea hacer.
 - xiv. Los administradores de las cuentas deberán evitar conversaciones sobre asuntos cotidianos, ya que los temas abordados en las cuentas del Instituto deben tratarse desde una perspectiva institucional y no con carácter personal o privado.

- xv. La publicación de contenidos y las respuestas a los usuarios debe ser considerada de manera responsable por las áreas del Instituto, ya que cualquier actividad en las redes sociales queda registrada.
- xvi. Los usuarios o seguidores que publiquen comentarios ofensivos, insultantes y denigrantes hacia otros usuarios o personas, no serán bloqueados de las cuentas institucionales; sólo deberán ser ignorados y no tomados en cuenta en ninguna conversación.
- xvii. Las áreas propietarias de las cuentas deberán proporcionar respuestas claras, concretas y personalizadas a los comentarios o mensajes de los usuarios a través de sus respectivos administradores.
- xviii. Se responderá a todos los comentarios que expresan los usuarios con la mayor celeridad, certeza y objetividad, en la medida de lo posible. Por la cantidad de comentarios, se deberá poner atención a las dudas más recurrentes de los usuarios y publicar información relacionada, para frenar la afluencia de dudas.
- xix. La información utilizada en las cuentas en redes sociales deberá estar avalada por la Institución, en atención a que fungen como sitios de almacenamiento.
- xx. Queda prohibido responder a los comentarios de los usuarios con insultos, descalificaciones, faltas de cortesía o de respeto.
- xxi. Se actualizarán los contenidos publicados de acuerdo con la dinámica de la red social utilizada (periodicidad diaria o semanal).
- xxii. Se privilegiará la generación de contenidos multimedia para ser utilizados en todas las redes sociales. Estos se diferenciarán para cada red social de manera que Twitter se use para lo inmediato; Facebook para productos de mayor alcance que generen comunidad, y YouTube para productos audiovisuales y campañas de medios.
- xxiii. Se redactarán entradas con información de calidad y cercana a los usuarios.
- xxiv. Los desarrolladores de contenidos deberán cuidar la sintaxis y la ortografía en los textos a publicar.
- xxv. Para la escritura de los mensajes deberán utilizarse preferentemente letras mayúsculas y minúsculas, y utilizar mayúsculas únicamente para resaltar palabras.
- xxvi. Todas las publicaciones, tanto en Twitter como en Facebook, irán acompañados de una imagen, no se debe publicar sólo texto.
- xxvii. Durante el seguimiento de las sesiones de los Consejos Generales es recomendable apostar por la publicación de dos o tres temas relevantes, para publicar la información en tiempo real, y no hacer un seguimiento a la sesión completa, y evitar así la saturación de las redes sociales.
- xxviii. No debe enviarse indiscriminadamente información o mensajes a los usuarios o a los seguidores (*spam*).

- xxix. La autenticidad de las cuentas institucionales deberá ser solicitada a los administradores de la red social en caso de que esto sea posible y tan pronto como se cumplan con los requerimientos necesarios para tal efecto.
- xxx. En caso de que alguna cuenta propiedad del Instituto sea operada por funcionarios no autorizados o intervenida por usuarios ajenos al Instituto (*hackers*), los funcionarios encargados de la misma deberán notificarlo al titular del área, a la Coordinación Nacional de Comunicación Social y a UNICOM, tan pronto como estén enterados de la situación, con el objeto de tomar las medidas pertinentes.
- xxxi. Los servidores públicos que posean una cuenta personal en redes sociales vinculada al dominio `ine.mx` o publicada en las páginas de Internet del Instituto no podrán publicar mensajes o contenidos que perjudiquen la imagen pública del mismo.
- xxxii. Se deberán estrechar vínculos con los OPLES para llevar a cabo un diálogo en redes sociales y llevar a cabo estrategias conjuntas de ser posible. Por su parte, las Juntas Locales del INE informarán a la Coordinación Nacional de Comunicación Social su estrategia en redes sociales, para encontrar mecanismos que permitan compartir contenidos.
- xxxiii. Por seguridad, las contraseñas de todas las cuentas se actualizarán por lo menos una vez cada dos meses.

7. Procedimiento de apertura y baja de cuentas

- i. Los responsables de las áreas del Instituto deberán valorar adecuadamente la pertinencia de poseer una cuenta en redes sociales para el desarrollo de sus planes de trabajo institucionales, privilegiando en todo momento la posibilidad de utilizar las cuentas institucionales administradas por la Coordinación Nacional de Comunicación Social para la publicación de sus contenidos.
- ii. En caso de considerar necesaria la operación de una cuenta específica en redes sociales, las áreas responsables y/o los servidores públicos del Instituto presentarán la propuesta mediante oficio firmado por su titular ante la Coordinación Nacional de Comunicación Social. Dicha propuesta deberá justificarse con base en sus programas y actividades institucionales.
- iii. La Coordinación Nacional de Comunicación Social deberá evaluar la propuesta, rechazarla o autorizarla conforme a los fines establecidos en este documento, según sea el caso y proporcionar los elementos necesarios para la imagen gráfica de la misma en caso de aprobarla. Posteriormente, el área o servidor público responsable procederá a la apertura de la cuenta e informará al Presidente y al Secretario Técnico del Comité de Gestión y Publicación Electrónica sobre el nombre de ésta, su dirección electrónica, propósitos, operación y administradores.

- iv. En caso de haber algún cambio en los administradores o los titulares de las cuentas, será notificado al Titular de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, así como a los servidores públicos mencionados en el inciso iii.
- v. Las áreas responsables que deseen tener una cuenta en alguna red social, deberán realizar los trámites necesarios ante la UNICOM. Todas las cuentas autorizadas serán abiertas con direcciones de correo electrónico pertenecientes al dominio ine.mx. En el caso de la red social Twitter, las direcciones contarán invariablemente con el sufijo ine.
- vi. Únicamente los Consejeros Electorales podrán solicitar la publicidad de sus cuentas personales, ligadas o no al dominio ine.mx en las páginas de Internet del Instituto.
- vii. Las áreas del Instituto que decidan dejar de utilizar alguna cuenta a su cargo, deberán proceder a la cancelación de la misma e informar sobre su desaparición mediante oficio dirigido a los servidores públicos señalados en el inciso iii.
- viii. Las áreas y los servidores públicos titulares de las cuentas serán los encargados de cancelarlas, borrar sus contenidos y verificar que no sean abandonadas.
- ix. En lo referente a la homologación de cuentas, las cuentas oficiales son aquellas autorizadas por la Coordinación Nacional de Comunicación Social y que se encuentran publicadas en el portal de Internet. El resto de las cuentas no se consideran oficiales.
- x. En estricto apego a las atribuciones que el Reglamento Interno del Instituto confiere a la Coordinación Nacional de Comunicación Social, y con el objeto de garantizar la claridad de los mensajes y el correcto funcionamiento de los canales de difusión, se establece la homologación de cuentas institucionales. Serán únicamente las 32 Juntas Locales las facultadas para contar con cuenta de Twitter y Facebook. La Coordinación Nacional de Comunicación Social recibirá las propuestas y decidirá la pertinencia de apertura de dichos canales.
- xi. La homologación de las cuentas institucionales tiene como finalidad impulsar una estrategia de comunicación coordinada que emita mensajes claros y precisos a nivel federal y local en observancia de la Coordinación Nacional de Comunicación Social.

8. Evaluación

- i. Todas las cuentas serán sometidas a ejercicios de evaluación sobre su eficacia al menos semestralmente. El procedimiento de evaluación será emitido por el Comité de Gestión y Publicación Electrónica y aplicado por la Coordinación de Nacional de Comunicación Social.

- ii. Todas las áreas que operen una cuenta en alguna red social deberán analizar y dar respuesta a las propuestas y sugerencias de los usuarios, ya que el objeto de las redes sociales es precisamente la interacción entre sus miembros.
- iii. Los administradores de las cuentas deberán contar con archivos o bitácoras de las actividades de las cuentas bajo su resguardo.
- iv. La Coordinación Nacional de Comunicación Social presentará de manera trimestral un informe sobre el comportamiento de las redes sociales del Instituto. Este informe contendrá al menos: el número de mensajes, objetivos, frecuencia, usuarios.