

GUÍA PARA EMPLEADOS DE EFE EN REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en los últimos años en un canal de comunicación de gran influencia en la opinión pública. La Agencia EFE no quiere ser ajena a este nuevo fenómeno y ha elaborado una Guía de actuación con la que quiere animar a sus trabajadores a participar en dichos foros.

El objetivo fundamental de esta Guía es establecer una clara distinción entre las cuentas profesionales de los empleados de EFE, que deberán ser autorizadas por escrito, y las cuentas personales, que serán responsabilidad exclusiva de sus titulares.

Esta Guía, que sólo afecta a los trabajadores de EFE y no a sus colaboradores, será regularmente actualizada en función del avance de las propias redes sociales y de las nuevas tecnologías de la información.

La Guía está orientada principalmente a la comunicación en redes sociales y blogs (especialmente en Twitter y Facebook).

El Estatuto de Redacción de Marzo de 2006 establece que EFE, como empresa informativa de titularidad pública, “carece de línea ideológica, no transmite opiniones propias”, y sus contenidos deben basarse en “la veracidad de los hechos”.

Tanto el Estatuto como el “Libro del Estilo Urgente”, actualizado en septiembre de 2011, serán por tanto las principales guías de actuación de los empleados de EFE con cuentas profesionales en las redes sociales.

Además la Dirección desea trasladar a todos los empleados una serie de normas básicas para el buen uso de las redes:

1. CUENTAS PROFESIONALES:

La Agencia EFE promoverá que sus empleados –tanto del ámbito informativo como de gestión- dispongan de **cuentas profesionales** ligadas a áreas de su especialidad, con el fin, entre otros, de facilitar el acceso a fuentes informativas que utilicen dichos canales.

La apertura de cuentas profesionales será **voluntaria**. Como ya ocurre con las direcciones de correo electrónico, estas cuentas serán “oficiales” y por tanto el propietario de las mismas será la Agencia EFE, aunque en el perfil de las mismas figure una persona física o titular.

Los trabajadores que deseen contar con una cuenta profesional deberán solicitarlo **por escrito** a su inmediato superior jerárquico.

En el caso de Twitter, todas las cuentas profesionales utilizarán el registro “**@EFEnombreapellido**” o similar, y sus titulares se identificarán en el perfil en función del área en la que trabajan.

El registro de estas cuentas se gestionará desde la Dirección de Desarrollo, al igual que ya se hace con las direcciones de correo electrónico.

En el caso de que haya empleados de EFE con cuentas o blogs personales con fines o en entornos profesionales, en las que indiquen que trabajan en EFE, podrán cambiar dicha cuenta a otra profesional modificando su perfil y conservando sus seguidores.

La actuación de los empleados de EFE identificados como tales en redes sociales, estará sujeta a los principios básicos del **Estatuto de Redacción**, y respetará de forma especial la objetividad, imparcialidad y rigor que marcan las señas de identidad de la Agencia EFE.

EFE confía en el buen juicio de sus empleados en las redes sociales, y en que no divulgarán información confidencial de la empresa.

El logotipo oficial de EFE está reservado para las cuentas corporativas de la Agencia en redes sociales. Se recomienda que en las cuentas profesionales los empleados utilicen una fotografía que les identifique como titulares de la misma.

Los empleados de EFE no podrán difundir **alertas** informativas en ningún formato (textos, fotos, audios o vídeos) a través de sus cuentas profesionales. La publicación de las **noticias** se realizará en las diversas plataformas comerciales que la Agencia reserva para sus clientes. Está prohibido difundir en las redes sociales textos, fotos, audios o vídeos descargados directamente de las plataformas o hilos de EFE.

Sí está permitido incluir **enlaces** a noticias de EFE que ya hayan sido publicadas en las distintas webs de la empresa (Canal EFE en Youtube, www.lafototeca.com, www.efe.com, www.efevisual.com, www.euroefe.com, y www.efeverde.com) y cuentas corporativas de EFE en las redes sociales. Se recomienda utilizar la etiqueta #EFE para facilitar el seguimiento de los comentarios.

Se aconseja especial cuidado antes de compartir un enlace ajeno a EFE, ante la posibilidad de que pueda interpretarse como un respaldo de EFE o del titular de la cuenta al contenido de dicho enlace, poniendo en peligro la independencia y el prestigio de la Agencia.

Los periodistas de EFE podrán narrar en sus cuentas detalles o anécdotas relacionadas con sus propias coberturas, así como cualquier circunstancia que habitualmente no se incluya en los servicios informativos de la Agencia.

Tanto la obtención de información como la difusión de comentarios en redes sociales se regirán por las normas

establecidas en el “**Libro del Estilo Urgente**”, así como por el Estatuto de Redacción.

Los empleados deberán ser muy cuidadosos en la difusión de las informaciones obtenidas a través de redes sociales, especialmente en el seguimiento de **cuentas no verificables** o enlaces dudosos. Se aconseja que en la obtención de información se realicen **capturas** de pantalla para documentar comentarios que puedan ser borrados con posterioridad.

Se recuerda que los comentarios en las redes sociales son públicos y fácilmente localizables. El diálogo de los empleados de EFE con sus fuentes, sus seguidores o sus compañeros de trabajo se basará en el **respeto** y la buena educación. Los insultos, descalificaciones o comentarios despectivos podrán ser objeto de **amonestación** o falta disciplinaria.

En las cuentas profesionales no deben incluirse comentarios sobre la **vida personal** de sus titulares.

En caso de incumplimiento de estas normas, la Dirección se reserva su derecho a preservar la buena imagen de la Agencia adoptando las decisiones que considere convenientes, de acuerdo siempre con el Convenio Colectivo de la empresa.

2. CUENTAS PERSONALES.

La Agencia EFE no se responsabiliza en ningún caso del contenido de cuentas, blogs o perfiles en redes sociales que no hayan sido autorizadas previamente por la Dirección.

La participación en redes sociales entraña riesgos, por lo que se ruega a los empleados de EFE que establezcan una **clara diferencia** entre sus cuentas personales y profesionales, y cuiden especialmente los niveles de privacidad de las mismas.

EFE subraya también que es especialmente recomendable ser muy cuidadoso a la hora de realizar comentarios que puedan revelar apoyo o **filiación** de cualquier tipo, en especial en el caso de los periodistas.

EFE se reserva el derecho de actuar judicialmente contra aquellos empleados que en sus cuentas personales utilicen contenidos propiedad de la Agencia.

Se ruega a los empleados de EFE con cuentas no autorizadas por la Dirección, que no se identifiquen como trabajadores de la empresa, para evitar cualquier tipo de confusión o **riesgo** para la Agencia.

Agencia EFE.

Madrid, 20 de Diciembre de 2011.