**MINISTERIO DE COMERCIO E INDUSTRIAS
DIRECCION GENERAL DE NORMAS Y TECNOLOGIA INDUSTRIAL**

**NORMA TÉCNICA
DGNTI – GTC-ISO
22329:2021**

**SEGURIDAD Y RESILIENCIA.
GESTIÓN DE EMERGENCIAS.
DIRECTRICES PARA EL USO DE
LAS REDES SOCIALES EN CRISIS Y
EMERGENCIAS**

Correspondencia: Esta guía es una adopción idéntica por traducción (IDT) de la norma ISO 22329:2021

I.C.S.: 03.100.01

**DIRECCIÓN GENERAL DE NORMAS Y TECNOLOGÍA INDUSTRIAL (DGNTI)
ORGANISMO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ.
(Título II ley 23 de 15 de julio de 1997)**

PREFACIO

La Dirección General de Normas y Tecnología Industrial (DGNTI), del Ministerio de Comercio e Industrias (MICI) es el Organismo Nacional de Normalización encargado por el estado del proceso de Normalización Técnica, Evaluación de la Conformidad y Certificación de Calidad.

Esta Norma Técnica en su etapa de proyecto, ha sido sometida a un período de discusión pública de treinta (30) días.

La Norma Técnica DGNTI COPANIT ISO 22329:2021 ha sido oficializada por el Ministerio de Comercio e Industrias mediante la resolución N° XXX del XXXXX de XXXX de XXXX, y publicada en Gaceta Oficial N° XXXXX del XX de XXXXX de XXXX.

Esta Norma DGNTI COPANIT ISO 22329:2021 es equivalente a la Norma ISO 22329:2021.

Prólogo de la ISO

ISO (Organización Internacional de Normalización) es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros de ISO). El trabajo de elaboración de las Normas Internacionales se lleva a cabo normalmente a través de los comités técnicos de ISO. Cada organismo miembro interesado en un tema para el que se ha establecido un comité técnico, tiene derecho a estar representado en dicho comité. También participan en el trabajo organizaciones internacionales, gubernamentales y no gubernamentales, en colaboración con ISO. ISO colabora estrechamente con la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC) en todos los temas relacionados con la normalización electrotécnica.

Los procedimientos utilizados para desarrollar este documento y los destinados a su posterior mantenimiento se describen en las Directivas ISO/IEC. Describen en las Directivas ISO/IEC, Parte 1. En particular, deben tenerse en cuenta los diferentes criterios de adopción necesarios para los diferentes tipos de documentos ISO. Este documento se ha redactado de conformidad con las normas de redacción de las Directivas ISO/CEI, Parte 2 (véase www.iso.org/directives).

Se llama la atención sobre la posibilidad de que algunos de los elementos de este documento puedan ser objeto de derechos de patente. ISO no se hace responsable de la identificación de tales derechos de patente. Los detalles de los derechos de patente identificados durante la elaboración del documento figurarán en la introducción y/o en la lista ISO de declaraciones de patentes recibidas (véase www.iso.org/patents).

Cualquier nombre comercial utilizado en este documento es información facilitada para comodidad de los usuarios y no constituye un respaldo.

Para una explicación de la naturaleza voluntaria de las normas, el significado de términos y expresiones especificados de ISO relacionados con la evaluación de la conformidad, así como información sobre la adhesión de ISO a los principios de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en los obstáculos Técnicos al Comercio (OTC), véase www.iso.org/iso/foreword.html.

Este documento ha sido elaborado por el Comité Técnico ISO/TC 292, Seguridad y resiliencia.

Cualquier comentario o pregunta sobre este documento debe dirigirse al organismo nacional de normalización del usuario. A la lista completa de estos organismos puede consultarse en www.iso.org/members.html.

Introducción

Tener una comunicación eficaz entre las organizaciones y con el público son aspectos importantes de la gestión de emergencias. La aparición de las redes sociales, además de otros medios como la televisión, la radio y los periódicos, ha proporcionado más opciones de comunicación y ha mejorado su capacidad, pero también ha hecho que la comunicación sea más retadora.

Es importante que las organizaciones reconozcan los beneficios potenciales y las amenazas inherentes al uso de las redes sociales en su estrategia de comunicación, incluida la comunicación de crisis. Las redes sociales pueden mejorar el conocimiento de la situación y la capacidad de comunicación y ayudar a los ciudadanos a apoyarse mutuamente durante una emergencia o crisis.

Las redes sociales también pueden difundir información inexacta sobre un incidente y su respuesta.

Las organizaciones que tienen la capacidad de dar seguimiento y utilizar las redes sociales pueden aprovechar los beneficios potenciales y contrarrestar las posibles consecuencias negativas que pueden surgir de estas.

Este documento ofrece orientación sobre cómo se pueden integrar las redes sociales en la comunicación en la gestión de emergencias.

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

Este documento ofrece orientación sobre el uso de las redes sociales en la gestión de emergencias. Orienta sobre el modo en que las organizaciones y el público pueden utilizar las redes sociales e interactuar con ellas antes, durante y después de un incidente, así como sobre el modo en que dichos medios pueden apoyar la labor de los servicios de emergencia.

Este documento es aplicable a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que participan en la gestión de emergencias y la comunicación de crisis.

2. REFERENCIA NORMATIVAS

En el texto se hace referencia a los siguientes documentos de manera que parte o la totalidad de su contenido constituye requisitos de este documento. Para las referencias con fecha, sólo se aplica la edición citada. Para las referencias sin fecha, se aplica la última edición del documento referenciado (incluyendo cualquier enmienda).

NTC-ISO 22300, Seguridad y resiliencia. Vocabulario.

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

A efectos del presente documento, se aplican los términos y definiciones que figuran en la norma NTC-ISO 22300 y los siguientes.

La ISO y la IEC mantienen bases de datos terminológicas para su uso en la normalización en las siguientes direcciones:

- Plataforma de navegación ISO Online: disponible en <https://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: disponible en <http://www.electropedia.org/>

3.1 red social (social media). Tecnologías y prácticas en línea que las personas utilizan para compartir opiniones, conocimientos, experiencias y perspectivas entre ellas, transformando las tradicionales interacciones de uno a muchos en interacciones de muchos a muchos.

3.2 Información inexacta (*inaccurate information*). Información que es falsa.

Nota 1 a la entrada: La información inexacta puede difundirse a propósito o sin propósito.

Nota 2 de la entrada: El término científico “desinformación” incluye la información inexacta que se difunde sin propósito.

3.3 información engañosa a propósito (purposefully misleading information).

Información inexacta (ver apartado 3.2) que se distribuyó a propósito o que omitió intencionadamente información o modificó intencionadamente información.

Nota 1 a la entrada: El término científico es “desinformación”.

4. ENTENDER LAS REDES SOCIALES

4.1 Generalidades

Con la creciente digitalización, hay un número cada vez mayor de plataformas y canales de redes sociales, y la selección y popularidad de estos cambian continuamente. Las redes sociales están disponibles en todo el mundo, pero el acceso a algunas plataformas y canales puede estar restringido en algunos países. Algunas plataformas y canales se centran en el intercambio de mensajes de texto, otros se centran en compartir fotografías o vídeos, y algunos permiten compartir texto, fotos y vídeos. Muchas pueden incluir enlaces a cualquier contenido almacenado en Internet.

Existe una conexión entre las redes sociales y otros medios de comunicación, tales como las páginas web, los periódicos, la radio y la televisión. La gente también comparte artículos de noticias e información en las redes sociales.

En el anexo A se indican los tipos de canales, plataformas y herramientas relacionadas de las redes sociales.

La organización debería:

- Considerar el rol de las redes sociales en el contexto de su estrategia global de comunicación, incluida la comunicación de crisis, y cómo se aplica la estrategia de las redes sociales en la organización;
- Entender que el grado de compartición de la información depende de la aplicación en la que se compartió y de la configuración de privacidad del usuario que compartió el contenido;
- Entender que las redes sociales son operadas por empresas privadas, y se rigen por sus propios términos de servicio o acuerdo de usuario.

4.2 utilización de las redes sociales

4.2.1 Generalidades

El intercambio de información a través de las redes sociales dependerá de la estrategia de comunicación de la organización y de si ésta actúa antes, durante o después de los incidentes o crisis.

La organización debería considerar:

- Como las redes sociales pueden mejorar la capacidad de la organización para gestionar incidentes y crisis;
- Cómo las redes sociales pueden reducir los riesgos de la organización considerando los que potencialmente pueden verse afectados por una comunicación no efectiva;
- Qué tan adecuadas para el propósito son las políticas y procedimientos de la organización en materia de redes sociales para determinar si se requieren cambios.

4.2.2 Implementación

La organización debería:

- Identificar y obtener las herramientas apropiadas necesarias para implementar el uso de las redes sociales;
- Complementar los recursos internos recurriendo a recursos externos en caso necesario;
- Asegurar que los recursos sean capaces de cumplir con las responsabilidades asignadas.

Una progresión natural para el uso de las redes sociales es dar seguimiento a las comunicaciones en dichas redes y, a continuación, diseminar información para apoyar los objetivos de la gestión de emergencias. A continuación, se interactúa con los usuarios de las redes sociales (partes interesadas públicas o privadas) para responder a las preguntas y generar confianza con la audiencia de estas redes.

La organización debería realizar una revisión periódica de las redes sociales como parte de su proceso general de mejora continua.

4.2.3 Seguimiento

4.2.3.1 Propósito

La organización debería dar seguimiento al uso de las redes sociales para:

- Identificar las plataformas de redes sociales utilizadas por su audiencia;
- Mejorar el conocimiento del entorno en el que opera;
- Identificar como la percibe el público y las distintas partes interesadas que

pueden verse afectadas por sus operaciones y riesgos;

- Identificar los problemas actuales y emergentes, incluidos los que requieren una respuesta;
- Identificar a los usuarios influyentes de las redes sociales y las etiquetas de metadatos que pueden relacionarse con la organización;
- Entender cómo los ciudadanos o las partes interesadas utilizan las redes sociales relacionados con la organización;
- Identificar otros servicios de emergencia o proveedores de servicios con riesgos o mensajes de gestión de emergencias similares, o ambos.

NOTA una etiqueta de metadatos es una palabra clave utilizada en las redes sociales que se asigna a una pieza de información para facilitar la búsqueda. Un hashtag (#) es un ejemplo de etiqueta de metadatos.

4.2.3.2 Alcance del seguimiento

La organización debería:

- Darle seguimiento a temas, grupos o individuos relevantes para sus objetivos;
- Determinar el alcance geográfico apropiado del seguimiento, que puede ser desde un ámbito bastante reducido y restringido a una comunidad hasta mundial;
- Basar el alcance del seguimiento en el tamaño, la magnitud, la naturaleza y el impacto de un incidente.

4.2.3.3 La calidad de la información

La organización debería evaluar la calidad de la información obtenida a partir del seguimiento de las redes sociales para asegurarse de que es de alta calidad. Debería validar la exactitud y la calidad de la información antes de utilizarla para la prevención y la preparación, especialmente para mejorar el conocimiento de la situación durante la respuesta y la recuperación.

NOTA 1 Los factores que afectan a la calidad son, entre otros, dónde y cuándo se originó la información, quién la creó y por qué razón. Para más información, véase el anexo B.

La organización debería darles seguimiento a las redes sociales para obtener información acerca de los riesgos que presenta para el público y las distintas partes interesadas, así como incidentes y comentarios específicos sobre la capacidad o la reputación de la organización.

La organización debería:

- Seleccionar las herramientas digitales apropiadas para el seguimiento y el análisis de las redes sociales con el fin de mejorar la eficacia y la efectividad del seguimiento;
- Utilizar palabras claves y etiquetas de metadatos apropiadas para la información que desea rastrear para ayudar en el proceso de seguimiento;
- Incluir todos los medios de comunicación en su seguimiento general, así como los blogs y sitio web de la organización en los que los lectores pueden hacer comentarios;
- Utilizar las redes sociales para ayudar a corregir la información inexacta o las preocupaciones detectadas en estas plataformas.

NOTA 2 En el Anexo C se incluye información adicional para entender el uso de las redes sociales durante las diferentes fases de la gestión de emergencias. Existen herramientas y servicios disponibles que pueden dar seguimiento a múltiples redes y canales (véase el Anexo A).

4.2.3.4 Seguimiento durante la respuesta y la recuperación

La cantidad o la intensidad de la comunicación de las redes sociales puede ser significativamente mayor durante las fases de respuesta y recuperación, siendo la fase de respuesta la que probablemente sea mayor, ya que las necesidades de recursos pueden superar rápidamente los disponibles dentro de la organización.

La organización debería identificar los recursos externos necesarios para asegurar que se pueda mantener un seguimiento adecuado. Los recursos adicionales pueden incluir servicios de emergencia, organizaciones con intereses similares que estén dispuestas a ayudar y organizaciones especializadas en la prestación de servicios de las redes sociales.

4.2.4 Diseminación

La organización debería proporcionar información continua al público y a las distintas partes interesadas.

Antes de un incidente: mediante la transmisión de mensajes centrados en la prevención o preparación de emergencias y consejos para utilizar efectivamente las redes sociales durante un incidente.

Cuando ha ocurrido un incidente o una crisis: transmitiendo información centrada principalmente en la respuesta y la recuperación de un evento específico. La organización debería mantener un registro preciso de los mensajes comunicados, registrando la plataforma, la fecha, la hora, el texto y el nivel de aprobación, cuando

procesa.

Los mensajes típicos para el público y las diversas partes interesadas pueden incluir información acerca de:

- Métodos preferidos u oficiales para reportar un incidente y las consecuencias de no utilizarlos;
- Plataformas y canales disponibles para reportar incidentes o recibir información acerca de emergencias;
- Riesgos potenciales, tales como incendios forestales durante las épocas de sequía;
- Pruebas del sistema de alerta y acciones previstas, tales como la auto preparación y la prevención de situaciones de peligro;
- Dónde y cuándo se publicarán las actualizaciones oficiales;
- Que organizaciones están respondiendo al incidente y el rol de cada una.

NOTA para las organizaciones que desempeñan una función de alerta pública, la norma ISO 22322 ofrece orientación sobre cómo integrar las alertas públicas con las redes sociales y sobre la toma de decisiones oportuna entre el seguimiento y la diseminación.

4.2.5 Interacción

La organización debería interactuar con los usuarios de las redes sociales de manera oportuna, ya que los usuarios de estas redes esperan una respuesta más rápida a los comentarios o preguntas publicados en línea que a una solicitud enviada por correo electrónico. Esto permite a la organización construir y mantener relaciones y confianza con el público, antes, durante y después de un incidente o una crisis.

La organización debería interactuar con los usuarios de las redes sociales para:

- Responder a las preguntas sobre los riesgos y cómo el público puede prepararse y responder a los incidentes;
- Responder a las preguntas sobre cómo puede ayudar el público (por ejemplo, gestión de donaciones, voluntariado);
- Solicitar y recopilar información para evaluar el nivel de preparación del público, el conocimiento de los procedimientos de emergencia, la voluntad de ayudar y la capacidad de mejorar el conocimiento de la situación;
- Proporcionar orientación para compartir la información pertinente;

- Orientar al público sobre el comportamiento apropiado en las redes sociales;
- Corregir la información inexacta mediante una aclaración;
- Ignorar los comentarios inapropiados de acuerdo con criterios predefinidos.

5. PLANIFICACIÓN

5.1 Generalidades

La organización debería:

- Considerar las implicaciones de las regulaciones, sus propias políticas, los beneficios potenciales y las amenazas al planificar el uso de sus redes sociales;
- Desarrollar sus objetivos y estrategia en materia de redes sociales;
- Proporcionar recursos suficientes para su implementación.

5.2 Políticas

La organización debería asegurarse de que sus políticas son adecuadas para apoyar el uso de las redes sociales.

5.3 Riesgo

La organización debería:

- Considerar el riesgo de utilizar y no utilizar las redes sociales para apoyar la gestión de emergencias;
- Desarrollar estrategias y objetivos para hacer frente a estos riesgos;
- Minimizar el riesgo proporcionando un apoyo financiero adecuado y recursos humanos formados para desarrollar y mantener la capacidad de utilizar las redes sociales, especialmente durante una situación de emergencia o crisis;
- Identificar cómo se evaluará y verificará la información de las redes sociales para asegurar una calidad adecuada para su uso previsto;
- Desarrollar procedimientos para prevenir la publicación de información confidencial o inapropiada;
- Desarrollar procedimientos sobre cómo abordar la información inexacta y, especialmente, la información engañosa publicada en las redes sociales;

- Gestionar las expectativas del público y de las partes interesadas en relación con el uso de las redes sociales para reportar acerca de las emergencias, responder a las publicaciones en dichas redes y el uso de estas para mantenerse informado.

NOTA En la norma NTC-ISO 31000 se ofrecen orientaciones sobre la gestión de riesgos.

5.4 Objetivos de las redes sociales

La organización debería apoyar su gestión de emergencias alineando su política de redes sociales con sus objetivos de comunicación considerando:

- Estrategias para mejorar el conocimiento de la situación e incrementar la eficiencia mediante la mejora del flujo de información;
- Deberes de informar a los ciudadanos y mejorar la confianza y su relación con el público y las distintas partes interesadas;
- Formas de proporcionar información de primera mano utilizando sus propias plataformas y canales de las redes sociales;
- La necesidad de incrementar el control sobre una situación utilizando un canal directo adicional;
- Sus procedimientos operativos estándar para gestionar la participación en las redes sociales;
- La necesidad de identificar los recursos extremos apropiados y de mejorar el conocimiento de las organizaciones cooperantes y su alineación con ellas.

NOTA La mejora de la interacción con el público y las diversas partes interesadas incluye: la capacidad de ejecutar acciones inmediatas utilizando canales directos; proporcionar información clara y oportuna; estar presente donde el público y las diversas partes interesadas buscan información; establecer la organización como una fuente confiable de información; y establecer la comunicación con las partes interesadas externas.

5.5 Estrategia de redes sociales

La organización debería identificar cómo el uso de las redes sociales apoya su estrategia global de comunicación. Esta debería abordar:

- Cómo informar a los empleados sobre la estrategia de medios de comunicación sociales de la organización y las responsabilidades en la gestión de dichas redes;
- Formación del personal para cumplir con las responsabilidades asignadas en relación con el uso de la tecnología de las redes sociales;

- Objetivos a corto o largo plazo sobre el uso de las redes sociales para el seguimiento, la diseminación y la interacción;
- La identificación del público objetivo;
- Los tipos de mensajes que deben transmitirse y las relaciones que deben establecerse o reforzarse con las audiencias destinatarias para apoyar todas las fases de un incidente o crisis;
- La responsabilidad de dar seguimiento y diseminar oportunamente los mensajes e interactuar con los usuarios de las redes sociales en los canales seleccionados;
- Cómo puede participar el personal externo controlado o los voluntarios que prestan apoyo virtual en la gestión de emergencias a través las redes sociales.

NOTA Este personal contratado a veces se denomina “equipos virtuales de apoyo a las operaciones (VOST, por sus siglas en inglés)”.

Los objetivos y la estrategia de las redes sociales demuestran cómo los usos de estas redes pueden apoyar la toma de decisiones operativas.

La organización debería considerar cómo:

- Mejorar el conocimiento de la situación;
- Mejorar la calidad del diálogo entre los ciudadanos y las autoridades;
- Diseminar las alertas de manera oportuna;
- Evaluar las actividades de gestión de emergencias a través de la realimentación de los ciudadanos;
- Identificar, evaluar y gestionar las oportunidades de apoyo al voluntariado;
- Apoyar el desarrollo y el funcionamiento de las comunidades de autoayuda durante una emergencia.

5.6 Recursos

5.6.1 Generalidades

La organización debería proporcionar recursos internos y externos adecuados para desarrollar y mantener la capacidad de utilizar las redes sociales, especialmente durante una emergencia o crisis.

Los recursos incluyen:

- Personal capaz de realizar las tareas asignadas;
- Acuerdos de recursos con otras organizaciones;
- Software y hardware para el seguimiento, la diseminación y la interacción.

5.6.2 Selección de herramientas digitales

La organización debería seleccionar las herramientas y métodos digitales apropiados para el seguimiento, la diseminación y la interacción, reconociendo la rápida evolución de las herramientas en las redes sociales. Al seleccionar las herramientas, la organización debería considerar los siguientes criterios:

- Plataformas y canales de redes sociales que se utilizan;
- Volumen de actividad en las redes sociales;
- La diversidad de la audiencia considerando el idioma, la accesibilidad y la ubicación geográfica;
- Recursos para apoyar;
- Carga de trabajo global, por ejemplo, cuando se produce más de una emergencia al mismo tiempo;
- Tamaño, tipo y duración de las emergencias, incluidas las gestionadas en cooperación con otras organizaciones o en solitario;
- Filtrar y organizar la información con propósitos específicos;
- Restricciones técnicas de la infraestructura de las herramientas digitales;
- Herramientas de apoyo a las redes y canales;
- Compatibilidad con las herramientas digitales utilizadas por las organizaciones cooperantes.

NOTA véase el Anexo B para una explicación sobre el filtrado y la evaluación de la información.

6. IMPLEMENTACIÓN

6.1 Generalidades

La organización debería utilizar sus objetivos y estrategias para implementar el uso de sus redes sociales.

6.2 Seguimiento

Para mejorar el conocimiento de la situación, la organización debería dar seguimiento a las redes sociales según sea apropiado para la organización y al incidente. Debería considerar la posibilidad de dar seguimiento a:

- Los canales de redes sociales utilizados durante las emergencias;
- Información incluida en otros medios;
- La zona geográfica especificada impactada;
- Quienes son los usuarios influyentes;
- Cualquier asunto que requiera una respuesta;
- Información inexacta y engañosa a propósito;
- información que se compartirá con otros servicios de emergencia u organizaciones con riesgos similares;
- información sobre los riesgos que presenta el incidente para el público y las distintas partes interesadas;
- información que afecta a la reputación de la organización;
- el impacto de las actividades de las organizaciones en las redes sociales.

NOTA La información obtenida del seguimiento puede utilizarse para evaluar la calidad y la exactitud de la información compartida. Véase el Anexo B.

La organización debería considerar formas de cooperación con otros servicios de emergencia y otras organizaciones con intereses similares. Debería identificar la información que se va a compartir de acuerdo con los procedimientos para identificar las prioridades y los puntos de acción para la difusión y la interacción en función de los niveles de amenaza percibidos.

6.3 diseminación

6.3.1 Generalidades

La organización debería utilizar las redes sociales para diseminar información que respalde sus políticas, estrategias y objetivos. Esta diseminación debería:

- Considerar las expectativas de las diferentes partes interesadas;
- Especificar el contenido de la información, posiblemente utilizando un texto

predefinido;

- Identificar la zona geográfica o el lugar al que se aplica la información;
- Utilizar los canales de información seleccionados;
- Respetar la cultura de los canales y los públicos específicos;
- Identificar a otras organizaciones que deben ser informadas;
- Coordinar con otras organizaciones colaboradoras;
- Proporcionar información clara a las poblaciones transitorias que no están familiarizada con la zona;
- Especificar cuándo se va a diseminar la información y el plazo al que se aplica;
- Dirigir a los usuarios de las redes sociales a las fuentes de información oficiales;
- Repetir la información cuando sea necesario para que aseguran alcanzar a un mayor número de usuarios de las redes sociales;
- Comunicar las políticas relativas al uso de las redes sociales en toda la organización.

NOTA Para orientación sobre el contenido de la información, véase la norma ISO 22322:2022, 5.4.3.3.

6.3.2 Orientación sobre la especificación del contenido

Al determinar el contenido del mensaje, la organización debería considerar:

- Incluir las alertas sobre un incidente o emergencia específicos;
- Utilizar un estilo de redacción apropiado a la cultura del canal de redes sociales seleccionado para asegurar que los mensajes comunicados y los comentarios recibidos se traten de forma apropiada;
- Cómo informar al público y a las distintas partes interesadas sobre las zonas que deberían evitarse debido a las condiciones de peligro;
- información para el público y las diversas partes interesadas sobre las organizaciones que responden al incidente, el rol de cada una y dónde y cuándo se publicarán las actualizaciones oficiales;
- Aclarar que las redes sociales no deberían utilizarse para reportar de una emergencia; proporcionar información sobre las aplicaciones, tales como las móviles, que se usan para reportar emergencias o recibir información.

La organización debería asegurarse de que la información compartida sea objetiva e inteligible.

6.4 Interacción

Al interactuar con los usuarios de las redes sociales, la organización debería responder a las preguntas y proporcionar orientación en respuesta a la información publicada de manera oportuna.

Debería solicitar información a los usuarios de las redes sociales para que la aclaren si es necesario, corregir la información inexacta e identificar y cuestionar los comportamientos inadecuados.

6.5 Orientación al ciudadano

La organización debería orientar al público sobre cómo utilizará las redes sociales para la gestión de emergencias y sobre cómo el público puede interactuar de manera más efectiva con la organización en las redes sociales.

NOTA En el Anexo D se presentan las directrices para la elaboración de orientaciones para los ciudadanos.

7. REVISIÓN Y MEJORA

7.1 Revisión

La organización debería utilizar la información obtenida de su revisión del uso de las redes sociales como parte de su política de mejora continua. Las revisiones deberían producirse:

- De forma regular;
- Después de incidentes y ejercicios importantes;
- Después de cambios importantes en la organización o en su estrategia;
- Después de un cambio significativo en las tecnologías.

7.2 Mejora continua

Para mejorar continuamente su uso de las redes sociales, la organización debería considerar:

- La alineación con la estrategia y los objetivos de comunicación de la organización, las políticas y la estrategia de las redes sociales;
- Cambios en las expectativas de la sociedad y de las partes interesadas;

- Cambios en los canales de las redes sociales disponibles y la popularidad de los canales;
- Los avances tecnológicos (por ejemplo, las herramientas digitales) para el manejo de las redes sociales;
- Información analítica y lecciones aprendidas del uso de las redes sociales antes, durante y después de los incidentes, así como los resultados de las pruebas, ejercicios y auditorias;
- La interacción con el público y las distintas partes interesadas.

**Anexo A
(Informativo)**

**TIPOS DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES, CANALES Y
HERRAMIENTAS RELACIONADAS**

Las plataformas, los canales y las herramientas relacionados pueden utilizarse para el seguimiento, la diseminación o la interacción. Algunos tipos son los siguientes.

- Mensajes de texto: útil para proporcionar mensajes cortos a las personas que se han suscrito para recibirlos y para recibir información de esas personas.
- Blogging: útil para proporcionar mensajes más extensos, diagramas o fotografías a cualquier persona que quiera seguir el blog de la organización. No es necesario suscribirse para leer un blog. Puede haber interacción si el blog está configurado para recibir comentarios de los lectores.
- Microblogging: Útil para enviar mensajes cortos y enlaces a cualquier persona que quiera seguir la cuenta de la organización. Los mensajes pueden ser reenviados o respondidos.
- Páginas web: Útiles para proporcionar mensajes más extensos, diagramas o fotografías a cualquier persona que quiera leer el sitio web de la organización. La lectura de un sitio web puede hacerse con o sin suscripción. Un sitio web puede incluir un blog y puede haber interacción siempre que esté configurado para recibir comentarios de los lectores.
- Redes sociales: Útiles para compartir información y proporcionar interacciones. Incluye la posibilidad de crear grupos o unirse a grupos existentes para apoyar los objetivos de comunicación de una organización.
- Compartir fotos: Útil para comunicar información si ésta se puede comunicar de forma más eficaz con una fotografía. Útil para recibir fotos de los ciudadanos sobre una emergencia para mejorar el conocimiento de la situación.
- Compartir vídeos: útil para la difusión audiovisual de información. La interacción es posible al permitir que los espectadores comenten los vídeos. Útil para recibir vídeos de los ciudadanos sobre una emergencia para mejorar el conocimiento de la situación.
- Podcasts: útiles para la difusión auditiva o audiovisual de la información.
- Cartografía: útil para compartir información que puede ser comunicada más eficazmente con un mapa.

- Crowdsourcing: útil para obtener servicios de la multitud. Divide el trabajo entre los participantes para conseguir un resultado acumulado. La palabra crowdsourcing es una combinación de multitud y externalización.

CONSULTA PÚBLICA

**ANEXO B
(Informativo)**

EVALUACIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LAS REDES SOCIALES

B.1 OBJETIVOS

El seguimiento debería centrarse en la información relevante y de alta Calidad para evitar una sobrecarga y para identificar la información irrelevante, inexacta e intencionadamente engañosa.

Para evaluarla y verificarla en las redes sociales se deberían considerar los siguientes aspectos:

- Origen: ¿Es un contenido original?
- Fuente: ¿Quién subió el contenido?
- Fecha: ¿Cuándo se creó el contenido?
- Lugar: ¿Dónde se creó el contenido?
- Razón: ¿Por qué se creó el contenido?
- Validez: ¿Es la información correcta, inexacta o intencionadamente engañosa?

B.2 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD

La evaluación de la información puede incluir, pero no se limita a:

- a) Criterios de calidad (por ejemplo, pertinencia, credibilidad, comprensibilidad, actualidad, exhaustividad) para evaluar la información;
- b) Uso de filtros pertinentes (por ejemplo, etiquetas de metadatos);
- c) Uso de herramientas relacionadas;
- d) Uso de recursos/servicios externos;
- e) Lecciones aprendidas en materia de evaluación y verificación de la calidad.

B.3 EJEMPLOS DE CRITERIOS DE CALIDAD

Los criterios de calidad útiles son los siguientes.

- a) Comprensibilidad: puede indicarse mediante métricas como la legibilidad, el lenguaje utilizado y la longitud media de las palabras.

b) Credibilidad:

- 1) Número de seguidores: un número elevado de seguidores indica una red valiosa y es un indicador de reputación en las redes sociales. El indicador es el número total de seguidores del autor de una publicación que proporciona la red social.
- 2) Estatus: los autores que estaban activos antes del evento real tienen un estatus más alto. Los mensajes de autores activos pueden considerarse más creíbles. Es probable que la cuenta no haya sido creada recientemente para difundir información intencionadamente engañosa. El indicador es el número total de mensajes de estado del autor de una publicación, proporcionado por la red social.
- 3) Cuentas verificadas: algunas redes sociales permiten que los usuarios sean verificados, lo que suele afectar a los usuarios que están en el ojo público. Los mensajes publicados con una cuenta verificada son más creíbles porque es poco probable que la cuenta sea falsa. El autor adquiere una mayor reputación y el mensaje tiene un mayor valor de credibilidad. El indicador indica si la cuenta del autor está verificada según lo dispuesto por la red social.
- 4) Cuenta de confianza: si el mensaje se envía desde una cuenta de confianza, la reputación es muy alta. Se puede predefinir una lista gestionada manualmente de cuentas de confianza de autores fiables. La lista puede incluir cuentas de los servicios de emergencia locales, autoridades o gobiernos. Este indicador indica si la cuenta del autor es de confianza o no.

c) Oportunidad: la oportunidad incrementa si el mensaje se publicó en un marco temporal cercano al incidente.

Utilice métricas apropiadas a las circunstancias locales. En una región concreta, un número elevado de seguidores es 100, mientras que, en otra región, un número elevado de seguidores empieza en 500.

B.4 USO DE RECURSOS EXTERNOS

Los acuerdos con personal externo contratado o con voluntarios que prestan apoyo virtual a la gestión de emergencias utilizando las redes sociales pueden apoyar el filtrado y la evaluación de la información:

- Seguimiento de varios canales;
- Verificar información;
- Filtrar, evaluar y transmitir a las autoridades la información a la que se le ha

dado seguimiento con respecto a los criterios de calidad;

- Apoyar la detección de informaciones inexactas y comportamientos abusivos;
- Reaccionar ante una información inexacta o intencionadamente engañosa;
- Ampliar el alcance de los ciudadanos compartiendo la información;
- Proporcionar consejos y sugerencias al público y a los servicios de emergencia;
- Apoyar la difusión de la información y la interacción con el público.

NOTA Este personal contratado se denomina a veces “equipos virtuales de apoyo a las operaciones (VOST, por sus siglas en inglés).

**ANEXO C
(Informativo)**

EJEMPLOS DE USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE LAS ORGANIZACIONES DE GESTIÓN DE CRISIS Y EMERGENCIAS

Tabla C.1. Ejemplos de seguimiento, diseminación e interacción antes, durante y después de un incidente

Acciones				Antes	Durante	Después
A	diseminar las recomendaciones de actuación	diseminar		✓	✓	✓
B	aceptar las preguntas del público	interacción		✓	✓	✓
C	movilización de voluntarios	seguimiento	interacción	✓	✓	✓
D	obtener y proporcionar realimentación	interacción		✓	✓	✓
E	diseminación de avisos	diseminar		✓	✓	
F	sensibilizar sobre los riesgos/promover la prevención	interacción	seguimiento	✓		✓
G	compartiendo actualizaciones del estado de la emergencia	diseminar			✓	
H	seguimiento y análisis de la situación utilizando la información de las redes sociales	interacción	seguimiento		✓	✓

**ANEXO D
(Informativo)**

ORIENTACIÓN AL CIUDADANO

D.1 GENERALIDADES

Los ciudadanos reciben orientación sobre el uso de las redes sociales para apoyar la gestión de emergencias:

- Incrementar la efectividad del uso de las redes sociales informando a los ciudadanos sobre cómo la organización las utiliza, y no las utiliza, para apoyar la gestión de emergencias;
- Enterar a los ciudadanos sobre dónde encontrar información sobre la gestión de emergencias en las redes sociales y la importancia de validarla;
- Proporcionar orientación sobre cómo publicar información sobre la gestión de emergencias para incrementar su valor y efectividad.

D.2 INFORMACIÓN PARA LA ORIENTACIÓN DE LOS CIUDADANOS

D.2.1 Generalidades

Se debería instruir a los ciudadanos para:

- Interactuar con respeto y cortesía;
- Asumir la responsabilidad de la información publicada;
- Comprobar la configuración de la privacidad y proteger su intimidad;
- Respetar los derechos de propiedad intelectual sobre las imágenes, los gráficos, los archivos de audio y vídeo;
- Añadir referencias y especificar las fuentes;
- Citar a terceros sólo con autorización previa;
- Verificar toda la información antes de publicarla;
- Corregir errores o equivocaciones que hayan cometido.

D.2.2 Estar preparado

Se debería animar a los ciudadanos para que:

- Conozcan las cuentas de las redes sociales de los servicios de emergencia locales y nacionales y sígalas;
- Se informan sobre lo que se puede esperar de los servicios de emergencia en las redes sociales, confirmando si están siempre en línea y responderán a las publicaciones en las redes sociales;
- Descarguen las aplicaciones proporcionadas por los servicios de emergencia para mantenerse informado durante una emergencia;
- Siguen la información de los servicios de emergencia sobre las formas de mantenerse a salvo.

D.2.3 Mantenerse al día

Se le debería recordar a los ciudadanos:

- Seguir las cuentas oficiales y obtener información actualizada;
- Que las redes sociales no sustituyen a los números de emergencia locales (por ejemplo, 123, 119);
- Utilizar las redes sociales para actualizar la información, pero que esto no sustituye a las llamadas de emergencia;
- Llamar primero a un número de emergencia local en caso de peligro;
- Ser responsable y evitar esparcir rumores;
- Que al publicar información sobre una emergencia en las redes sociales:
 - Mencionar siempre la cuenta de los servicios de emergencia o incluir las etiquetas de metadatos utilizados actualmente;
 - Reportar la ubicación y utilizar fotos cuando sea posible;
 - Compartir sólo información oficial y fiable, no enviar información no confirmada y publicar solo hechos;
 - Corregir o reportar la información falsa que usted compartió y que fue publicada por otros;
 - Para reenviar los mensajes oficiales recibidos a sus contactos o para compartirlos;
 - Para comprobar la hora de publicación al leer o reportar acerca de algo.

D.2.4 Iniciativas de voluntariado

Se debería aconsejar a los ciudadanos que busquen iniciativas de voluntariado en los grupos de Facebook, en los mapas de crisis de Google o en los usuarios de confianza en Twitter y que comprueben las iniciativas de voluntariado existentes antes de crear una nueva.

D.2.5 Recuperación

Se debería animar a los ciudadanos para:

- Seguir las cuentas oficiales para obtener información actualizada;
- Continuar la comunicación después de una crisis utilizando las redes sociales;
- Obtener información a las autoridades;
- Restablecer el contacto con la familia y los amigos y confirmar su bienestar;
- Ayudar a otros con un análisis de la gestión del evento.

BIBLIOGRAFÍA

[1] NTC-ISO 22322:2021, Seguridad social. gestión de emergencias. Directrices para la alerta pública.

[2] NTC-ISO 31000:2018, Gestión del riesgo. Directrices.

CONSULTA PÚBLICA