

# Las Administraciones ante las redes sociales. La participación ciudadana: cómo, cuándo y dónde.

---

**Félix Serrano Delgado, Mayo de 2010**

**Resumen:** Las redes sociales son un fenómeno social: relaciones entre personas. Pero la tecnología ha potenciado enormemente el desarrollo de las redes sociales. Existe una gran oportunidad de aprovechar este fenómeno para mejorar los servicios de la Administración y la relación de la Administración con los ciudadanos. Para conseguirlo, las Administraciones tienen que cambiar, aceptando el protagonismo de la persona, el ciudadano, y el empleado público, que son los elementos que componen las redes sociales. Así, conviene aclarar las condiciones de participación de los empleados públicos en las redes sociales, particularmente en aspectos tales como la identidad, la privacidad y la autoría. Por fin, la participación de las Administraciones en las Redes Sociales puede realizarse en términos de difusión de información, conversación y debate, o simplemente como escucha activa. En definitiva, las Administraciones deben participar en las redes sociales porque los ciudadanos están allí, pero siempre estudiando antes la participación en términos de cómo, dónde y cuándo.

**Palabras clave:** Redes Sociales, Estatuto Básico del Empleado Público (EBEP), identidad, privacidad, autoría, Twitter, Facebook, LinkedIn, email, DiMaio, Chamorro, Guadián.

**Summary:** Social networks are a social phenomenon: relations between people. But technology has greatly enhanced the development of social networks. There is a great opportunity to take advantage of this phenomenon to improve public services and relationship with the citizens. To achieve this, Governments must change, accepting the role of the person, the citizen, and public employee, the elements of social networks. In particular should clarify the conditions for the participation of public employees in the social networks, in areas such as identity, privacy and authorship. Finally, the participation of Governments in the social networks can be done in terms of dissemination of information, discussion and debate, or simply as active listening. In short, Governments must participate in social networks because citizens are there, but always considering participation in terms of how, where and when.

**Keywords:** social networks, Basic Statute of the public employee (EBEP), identity, privacy, authorship, Twitter, Facebook, LinkedIn, email, DiMaio, Chamorro, Guadián.

## Tabla de contenido

Las redes sociales y la tecnología .....	3
La incorporación de las TI en las Administraciones .....	4
Un cierto emborronamiento de las fronteras.....	5
Los empleados públicos y las redes sociales .....	6
Cuestiones esenciales: identidad, privacidad y autoría.....	8
Difundir .....	11
Conversar.....	13
Escuchar .....	15
La participación ciudadana .....	16

# Las Administraciones ante las redes sociales. La participación ciudadana: cómo, cuándo y dónde.

---

## Las redes sociales y la tecnología

*En el ámbito de las ciencias sociales, una **red social** es una **estructura social**, un grupo de personas relacionadas entre sí, y puede representarse analíticamente en forma de uno o varios **grafos**, en los cuales los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas representan las relaciones entre ellos.*

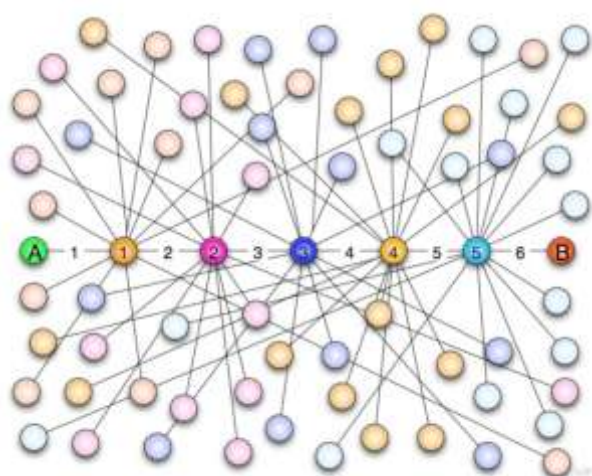
**En el ámbito de Internet**, las redes sociales son páginas web que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, a fin de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, etc.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)

Las redes sociales son, pues, al tiempo, un fenómeno social, y un conjunto de herramientas tecnológicas, que facilitan y modifican el desarrollo y el alcance de ese fenómeno.

La principal herramienta de redes sociales que utilizo actualmente es el Correo Electrónico. Probablemente es la herramienta electrónica más utilizada actualmente, y probablemente se utiliza primordialmente como medio de interacción social por la mayoría de la gente. Lo ilustraré con un ejemplo:

Hace poco puse un piso en alquiler. Antes de proceder al clásico anuncio en uno de los lugares al uso, decidí hacer una oferta y enviarla por correo electrónico, a unas cincuenta personas que podían estar interesadas, y en las cuales confiaba y creía tener su confianza para tratar un asunto de estas características, el cual principalmente es un asunto de confianza más que de dinero, al menos para mí.



Alrededor de unas 10 personas de esas 50 se mostraron inicialmente interesadas. Cinco de esas diez retransmitieron el mensaje a sus contactos. En varias de esas retransmisiones surgieron potenciales clientes, los cuales en alguna ocasión no eran intereses propios sino de un amigo o conocido. Finalmente, un contacto de tercera generación (*amigo de un amigo de una amiga*) visitó el piso, le gustó y se lo alquilé. No he necesitado, pues, alcanzar los [seis grados de separación](#) que, según la teoría del escritor húngaro [Frigyes](#)

[Karinthy](#) es la máxima *distancia social* entre dos personas cualesquiera del mundo conocido.

Vemos pues que, en este ejemplo, tenemos una serie de características que pueden estar presentes, en mayor o menor medida, en una red social:

- Se trata de una relación entre personas
- Se trata de relaciones basadas en la confianza
- La red es acotada pero expandible
- En la red se producen comunicaciones entre las personas, que están basadas en los intereses de los que se comunican
- La comunicación entre los miembros de la red se ha producido en base a una herramienta tecnológica.

Es obvio que el correo electrónico, como herramienta de red social, es muy primaria y quizás limitada, a pesar de los esfuerzos, como Google Buzz, para dotarla de características más abiertas a la participación. Otras herramientas como Facebook, LinkedIn, Twitter (por citar sólo algunas de las que uso habitualmente) proveen muchas funcionalidades que potencian la creación de grupos de interés y la compartición de información, así como la generación de convocatorias y masas críticas que toda red social necesita para funcionar.

Un reciente artículo de El País Semanal, [Conectados](#), aborda en profundidad el fenómeno, aportando algunos datos de interés, como el hecho de que tres de cada cuatro españoles usuarios de internet se conectan a las redes sociales, convirtiéndonos en el segundo país del mundo que más las utiliza, después de Brasil. Deshace una serie de mitos sobre ellas, en especial de la red española de los adolescentes: Tuenti. Le pregunté a mi hijo porqué la utilizaba, y la respuesta fue sencillamente demoledora: *"porque es donde están mis amigos"*.

Pero no me voy extender en ello ya que no soy experto. Mi artículo aborda otros derroteros más relacionados con las posibilidades de interacción entre los ciudadanos y las administraciones públicas en ese terreno mixto tecnológico y social que acabamos de describir.

#### **En resumen:**

- Las redes sociales son un fenómeno social: relaciones entre personas
- La tecnología potencia el desarrollo de las redes sociales
- Existe una gran oportunidad de aprovechar este fenómeno para mejorar los servicios de la Administración y la relación de la Administración con los ciudadanos.

## **La incorporación de las TI en las Administraciones**

El modelo de servicios públicos en que se basa tradicionalmente el conjunto de las Administraciones Públicas del Estado Español, y me atrevería a decir de toda la Unión Europea, es un modelo netamente definido, donde se sabe qué es Administración y qué no, qué es servicio público y qué no, que cosas le compete al estado y que cosas puede hacer un ciudadano por sí mismo.

Así, los proyectos de eAdministración, diseñados según éste modelo de servicios y para ese modelo de sociedad, han sido diseñados sobre todo buscando la optimización de servicios, el acercamiento al ciudadano por la vía de abaratar y acortar los trámites, pero sin modificaciones sustanciales en ese modelo de servicios y para ese modelo de sociedad. La prueba más evidente de esto es la promulgación de la [Ley 11/2007, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos](#), que dice en su exposición de motivos:

*El mejor servicio al ciudadano constituye la razón de la reformas que tras la aprobación de la Constitución se han ido realizando en España para configurar una Administración moderna que haga del principio de eficacia y eficiencia su eje vertebrador siempre con la mira puesta en los ciudadanos. Ese servicio constituye también la principal razón de ser de la Ley de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos que trata, además, de estar a la altura de la época actual.*

Para ésta ley, pues, la modernización de la administración es fundamentalmente la aplicación de los principios de eficacia y eficiencia por medio de la tecnología. Es pues una ley que no altera el foco del papel de la Administración, y que sigue contemplando la Administración como proveedora de servicios y al ciudadano como consumidor, y por lo tanto no aborda aspectos tan en boga hoy en día como los “contenidos sociales”: *wikipedias, flickrs, youtubes*, etc. y la forma en que los ciudadanos pueden aportar contenidos a la sociedad.

**En resumen:**

- La incorporación de tecnología en las Administraciones sigue el modelo de la Administración tradicional
- No se contempla la posibilidad de nuevos modos de interacción con el ciudadanos habilitados por las nuevas tecnologías, en particular el que permiten las redes sociales

## Un cierto emborronamiento de las fronteras

Otro aspecto que se ha dejado de lado, a la hora de aplicar los proyectos de Administración Electrónica, es la intermediación. Por algún motivo, se ha dado en suponer que el uso de la tecnología elimina la necesidad de la intermediación en las relaciones entre el ciudadano y las AAPP, pero, como yo mismo decía en un comentario al artículo [“Intermediarios en la e-administración”](#): *La necesidad de la intermediación entre el ciudadano y la administración se deriva de la complejidad y hermetismo de los trámites y procedimientos administrativos, que los intermediarios (funcionarios u otros agentes) simplifican y habilitan. Algún iluminado pensó que la Administración Electrónica, por su propia naturaleza, simplificaba tanto los trámites que hacía innecesaria la intermediación, motivo por el cual no ha sido prevista ni instrumentada. Una vez más volvemos al concepto clave: las TIC pueden ser un agente potenciador del cambio, pero el auténtico cambio es de los procesos internos, sin el cual las tecnologías no sólo no arreglan nada sino que pueden incluso complicar las cosas”*

En mi experiencia, tanto actual en la OEPM como anterior en el Plan Avanza, la intermediación aporta un valor esencial a las relaciones entre los ciudadanos y las Administraciones, acoplando dos entornos tan disímiles y por lo tanto potenciando la relación entre ambos. En el caso de la OEPM, esto se realiza por medio de la red de Agentes de la Propiedad Industrial, que tienen su propio estatus legal y de representación reconocido. En el caso del Plan Avanza, mediante una red de consultores que individualmente o agrupados en empresas, adaptan los proyectos tecnológicos presentados al plan a los requisitos legales y de viabilidad técnico-económica que deben cumplir éstos proyectos para poder recibir la financiación propuesta.

Por lo tanto, y tal como apunta Andrea Di Maio en su artículo [“The Blurring of Government”](#), los grandes planes de aplicar tecnología a las administraciones, como i2010, que prometía crear *“Una sociedad de la información europea para el crecimiento y el empleo”* no parecen haber tenido éxito. Por ello postula que lo que

está pasando es una gran transformación social en la que los límites entre las Administraciones y la Sociedad se están difuminando.

Esa difuminación cristaliza en una serie de aspectos, entre los que cita el emborronamiento de las **jurisdicciones**, la de los **canales** que relacionan a los ciudadanos con las Administraciones, las organizaciones que entregan los servicios y sus clientes, y por lo tanto y a la larga se difuminan las **relaciones** entre los empleados públicos, los intermediarios, los proveedores y los ciudadanos en general.

Además de estos emborronamientos “verticales” también se producen emborronamientos horizontales, producidos **por la generalización de procesos de negocio horizontales** entre Ministerios, Agencias, Comunidades Autónomas y Entidades Locales. En ese sentido son de vital importancia las iniciativas lideradas por la Dirección General para el impulso de la Administración Electrónica del Ministerio de la Presidencia, como son entre otros [la Red SARA](#), [la Plataforma de firma electrónica @firma](#), la [Comunicación de Cambio de Domicilio](#), el [Sistema de Interconexión de Registros](#) el [Registro Electrónico Común](#), o la [Pasarela de pagos](#), todos ellos catalogados, documentados y ofrecidos para su reutilización por medio del Centro de Transferencia de Tecnologías ([CTT](#)).

Por último las propias TI se emborronan, con la aparición de servicios basados en la nube (*cloud computing*), cuestionando el tradicional modelo “CPD” todavía aplicado de forma generalizada en la mayoría de los Ministerios, pero que poco a poco se va replanteando hacia un modelo basado en la externalización de servicios, como es el caso de [la externalización completa del Centro de Proceso de Datos del Ministerio de Ciencia e Innovación](#).

#### En resumen:

- La intermediación sigue siendo necesaria y vital para conectar la administración y la sociedad, aunque se usen medios electrónicos.
- Las fronteras se difuminan, tanto legalmente como tecnológicamente
- Los planes y proyectos tecnológicos de la Administración deben diseñarse teniendo en cuenta estos fenómenos, que van a acentuarse.

## Los empleados públicos y las redes sociales

Como decíamos al principio de éste artículo, las redes sociales se componen de personas y de las relaciones que éstas establecen entre sí. De modo que, para determinar el grado de implicación en las redes sociales de las Administraciones Públicas, empezaremos por analizar el comportamiento actual en las redes sociales de los empleados públicos, sean funcionarios, contratados o directivos.

Hoy en día, en España, es un hecho que la mayoría de los funcionarios disponen de acceso a internet y correo electrónico en su puesto de trabajo. Según el [Informe Reina 2009](#), el 97% de los ordenadores tenían conexión en red, el 78% conexión a intranet y el 61% conexión a internet. Además, el 1 de enero de 2009 había dados de alta más de 400.000 buzones de correo electrónico, lo que representa aproximadamente un 74% de empleados públicos con buzón de correo corporativo. Y es evidente que éstas cifras, a fecha de hoy, no hacen sino aumentar.

Así pues, si un empleado público tiene correo electrónico y tiene acceso a internet, está pues incluido en una o varias redes sociales. A principios de 2009 hice un pequeño análisis estadístico de la utilización que daba a mi buzón de correo, y lo publiqué en mi blog con el título [El Email: una pieza clave en el funcionamiento de las Administraciones](#). Actualmente, en mi correo, aproximadamente el 80% de los

mensajes son respuesta o redirección de otros mensajes, y la mayoría de ellos tienen más de un destinatario.

Así pues, si los datos del [informe de Nielsen](#) son ciertos, tres de cada cuatro funcionarios estatales tienen cuenta en alguna de las redes sociales, lo cual puede suponer una cifra en torno a los trescientos mil. Son muchos, muchos, muchos.

Por supuesto, entendemos que, cuando participan en una red social, los empleados públicos actúan fundamentalmente en su calidad de ciudadanos de a pie, no de funcionarios. Pero, ¿está esto suficientemente claro?. ¿Qué pasa cuando un empleado de alto rango que trabaja para el Estado publica información o emite una opinión sobre algún tema, por ejemplo en Twitter, (como podría ser el caso de [Sebas Muriel](#), [io yo mismo!](#))?. ¿Hasta qué punto representa o compromete a la Administración Pública para la que trabaja?.

Esta pregunta me ronda por la cabeza desde hace tiempo, y pensé que era necesario que las Administraciones clarificasen las condiciones de participación pública en los medios sociales tecnológicos de forma expresa, motivo por el cual escribí el artículo "[Antípodas](#)" donde me hacía eco de una iniciativa similar llevada a cabo por el Gobierno de Nueva Zelanda, y en la que reflejaba una serie de normas o recomendaciones que el Gobierno de Nueva Zelanda había establecido para las personas que publicaban en el blog del State Services Commission, un órgano encargado de coordinar la entrega de servicios públicos de calidad a los ciudadanos. Sin embargo, y tal como me comentaba Andrea Di Maio, probablemente no es necesario elaborar legislación ni normativa nueva, ya que la normativa actual es aplicable. Tan solo hay que desarrollarla y clarificarla.

Así, el [Estatuto Básico del Empleado Público](#), en su *Artículo 14. Derechos individuales* dice:

*Los empleados públicos tienen los siguientes derechos de carácter individual en correspondencia con la naturaleza jurídica de su relación de servicio:*

...

*k) A la libertad de expresión dentro de los límites del ordenamiento jurídico.*

Pero luego en el *Artículo 53. Principios éticos* dice:

...

*5. Se abstendrán en aquellos asuntos en los que tengan un interés personal, así como de toda actividad privada o interés que pueda suponer un riesgo de plantear conflictos de intereses con su puesto público.*

...

*12. Guardarán secreto de las materias clasificadas u otras cuya difusión esté prohibida legalmente, y mantendrán la debida discreción sobre aquellos asuntos que conozcan por razón de su cargo, sin que puedan hacer uso de la información obtenida para beneficio propio o de terceros, o en perjuicio del interés público.*

Y en el *Artículo 54. Principios de conducta*:

...

*4. Informarán a los ciudadanos sobre aquellas materias o asuntos que tengan derecho a conocer, y facilitarán el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones.*

...

*10. Pondrán en conocimiento de sus superiores o de los órganos competentes las propuestas que consideren adecuadas para mejorar el desarrollo de las funciones de la unidad en la que estén destinados.*

Es más, el *Artículo 95. Faltas disciplinarias* dice:

...  
2. Son faltas muy graves:

...  
e) *La publicación o utilización indebida de la documentación o información a que tengan o hayan tenido acceso por razón de su cargo o función.*  
f) *La negligencia en la custodia de secretos oficiales, declarados así por Ley o clasificados como tales, que sea causa de su publicación o que provoque su difusión o conocimiento indebido.*

De modo que sería interesante, al menos, que el desarrollo reglamentario del EBEP incluyese expresamente las aclaraciones y recomendaciones que deben seguir los empleados públicos cuando participan en medios públicos y específicamente en las redes sociales de internet. Y en ese desarrollo se debería incluir al menos lo siguiente:

- Que la identidad pública de un empleado público en una red social es únicamente con carácter individual y a título personal, sin representar a la entidad para la que trabaja.
- Que sus opiniones libremente expresadas, en virtud de lo dispuesto en el Artículo 20 de la Constitución Española, no son por tanto vinculantes para la Administración.
- Que en todo caso se deben abstener de tratar temas que puedan representar conflictos de intereses entre su actividad privada y profesional.
- Que pueden y deben difundir y promover informaciones y actuaciones que sean públicamente conocidas, aunque lo sean por motivo de su actividad profesional.
- Pero que no pueden ni deben publicar información secreta o confidencial de los asuntos que conozcan por razón de su cargo.

#### En resumen:

- Los empleados públicos son también ciudadanos.
- Los empleados públicos pueden participar (y de hecho participan) en las redes sociales.
- Los empleados públicos participarán, normalmente, a título individual.
- La participación de los empleados públicos está acotada por sus derechos y deberes recogidos en el Estatuto Básico del Empleado Público.
- El Reglamento del EBEP debería desarrollar las condiciones de participación de los Empleados Públicos en las Redes Sociales de Internet

## Cuestiones esenciales: identidad, privacidad y autoría

Dicho esto, hay varias cuestiones esenciales que deben contemplarse, y que marcan y cualifican la participación de las personas, y de los empleados públicos que intervienen en las redes sociales en su condición de tales.

La primera de ellas es la cuestión de **la identidad**. ¿Puede el empleado público utilizar alias o seudónimos distintos de su nombre real, incluso cuando toca temas relacionados con la propia Administración, o debe en ese caso mostrar la identidad real?.

Además, debemos partir del principio de que la identidad en las redes sociales actuales no está garantizada en absoluto, es decir, no podemos saber con seguridad si aquel que dice ser, lo es realmente. Y a la viceversa, podríamos encontrarnos con una identidad ficticia, y sin embargo llegar a conocer la identidad real asociada.

De modo que en ese marco y con esas salvaguardias, creo que la gestión de la identidad debe dejarse al libre albedrío de cada uno, aunque en mi opinión debe ser señalado y explicado claramente y públicamente por el interesado.

También, el funcionario ha de comprender claramente que la participación en una de éstas redes sociales puede no estar sujeta a la legislación española, y que en el supuesto de que exista algún problema o incompatibilidad en los asuntos relativos a su identidad puede ser bastante difícil de resolver, ya que, como la mayoría de los servicios de redes sociales, se suelen aplicar la legislación americana, mucho menos restrictiva que la europea. Así, por ejemplo, en el documento [Condiciones de uso de Twitter](#) dice:

*El uso de los Servicios de Twitter puede suponer **el procesamiento de los datos del usuario en los Estados Unidos y en cualquier otro lugar** y al utilizar los Servicios el usuario accede a tal transferencia y procesamiento.*

...

*Transferencias de empresas: En el caso de que Twitter esté involucrada en una bancarrota, fusión, adquisición, reestructuración o venta de activos, **puede vender o transferir la información del usuario** como parte de la transacción*

...

*Estas Condiciones o cualquier otra acción relativa a ellas estarán regidas por **las leyes del Estado de California** sin tener en cuenta o aplicación las cláusulas de Conflicto de leyes del estado o país de residencia del usuario*

Hemos entrado pues de lleno en la cuestión de **la privacidad**. Este término americano tiene su traslación española en lo referente al manejo de los datos de carácter personal, muy bien definida en nuestro país por medio de la LOPD.

Como vemos la legislación americana permite básicamente y de forma tácita el uso y transferencia de información personal, con muy pocas limitaciones, que además pueden cambiarse fácilmente, limitándose a publicar los cambios en las condiciones de uso, de forma unilateral, publicándolas en la página web del proveedor del servicio (Twitter, Facebook...) con una semana de antelación.

No sólo eso, sino que, con alguna frecuencia, se revelan fallos técnicos que exponen en todo o en parte la información personal, esa información que los proveedores dicen guardar tan celosamente, como por ejemplo esta noticia reciente:

[Facebook privacy hole 'lets you see where strangers plan to go'](#) 26-abr-2010  
(Un agujero de seguridad de Facebook permite ver donde van a ir los extraños)

*El nuevo sistema de Facebook para conectar por la web parece tener un serio agujero de privacidad, según ha descubierto un desarrollador web. Algunas personas señalan que pueden ver los "eventos" públicos que los usuarios de Facebook han dicho que van a ir - incluso si la persona no es uno de sus "amigos" en la red social.*

La tercera es la cuestión de **la autoría** (derechos de autor) de aquello que se escribe, dice, dibuja, fotografía, filma... o sea de todos los contenidos que el usuario (empleado público) aporta en Internet y en las Redes Sociales.

Para ilustrarlo nos referiremos ahora a algunos de los aspectos contenidos en la [Declaración de derechos y responsabilidades](#) de Facebook:

1. Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y video (en adelante, "contenido de PI"), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de privacidad y aplicaciones: **Nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con posibilidad de ser sub-otorgada, sin royalties, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook** (en adelante, "licencia de PI")...

### **15. Conflictos**

1. Resolverás cualquier demanda, causa de acción o conflicto (colectivamente, "demanda") que tengas con nosotros surgida de o relacionada con la presente Declaración o exclusivamente con Facebook en **un tribunal estatal o federal del condado de Santa Clara...**

En relación a la Ley de Propiedad Intelectual aplicable, Facebook dice lo siguiente:

*Para denunciar un incumplimiento de los derechos de autor por parte de un usuario de Facebook, debes rellenar nuestro formulario automatizado de la **DMCA (Digital Millennium Copyright Act de EE.UU.)**.*

Es decir, se da por sentado que la legislación aplicable en lo referente a los derechos de propiedad intelectual es la americana, muy diferente, como es sabido, de la española.

Por lo tanto, hay que concluir que varias cuestiones básicas que afectan a la participación de los empleados públicos en las redes sociales, como son la identidad, la privacidad y la autoría, están sujetas normalmente a normas ajenas al estado español, y por ello pueden llegar a plantear problemas legales en caso de surgir conflictos.

Efectivamente, tal como señalaba Andrea Di Maio (otra vez) en el mundo de internet, las fronteras, y con ellas las legislaciones, se difuminan. ¿Hasta qué punto es de aplicación la Ley de Propiedad Intelectual o el resto de las leyes, en el entorno globalizado?.

Aunque hay iniciativas que persiguen resolver algunos de éstos problemas, como el [Portal Multimedia Mercurio](#) (una especie de YouTube a la extremeña), de la Junta de Extremadura, desgraciadamente no parece que se avance mucho en ese sentido. El folleto que se descarga del sitio dice expresamente que se revisarán los contenidos antes de publicarlos para cumplir todas las legislaciones vigentes, pero ahí se queda: no aclara exactamente ni qué, ni cuándo ni cómo. Además, se atribuye competencias de "censura previa" que parece deberían estar reservadas al Juez. Todo ello con la duda de si un servicio con éstas limitaciones será realmente aceptado por los usuarios, o únicamente un brindis al sol.

#### **En resumen:**

- La gestión de la identidad, la privacidad, y la autoría en las redes sociales está sujeta a legislaciones ajenas a la española.
- Existen también posibles problemas derivados de un mal uso o custodia de las informaciones y sistemas utilizados en las redes sociales.
- El empleado público debe ser consciente de estas limitaciones y condiciones, en su condición de ciudadano y usuario.
- Las iniciativas españolas para el desarrollo de medios sociales no parecen mucho mejor diseñadas para proteger los derechos de identidad, privacidad y autoría que las americanas.



**desdelamoncloa**

✓ Seguidores



Listas



María Teresa Fernández de la Vega agradece a la sociedad española su contribución a Haití en el Congreso:  
<http://tinyurl.com/3366u88>

hace 43 minutos via Picotea.com

El Ministerio de Medio Ambiente apela a incrementar el esfuerzo en la lucha contra la contaminación acústica:

<http://tinyurl.com/38ahhnz>

hace 43 minutos via Picotea.com

Probablemente fue el presidente Obama quien hizo patente a escala mundial el poder de internet en general y de las redes sociales en particular, como medio de comunicación y de difusión de sus propuestas, y de promoción de su candidatura, [durante su campaña electoral de 2008](#), utilizando estas técnicas que se han venido a denominar "[marketing viral](#)".

Con posterioridad, y ya durante su periodo presidencial, la actividad de la Administración Obama ha continuado su "love affair" con las redes sociales. En marzo de 2009, la GSA ( [General Services Administration](#)) anuncia los acuerdos con [YouTube](#), [Flickr](#), [Vimeo](#), y [blip.tv](#), que establecen los términos en los que las agencias gubernamentales podrán oficialmente publicar información en esos medios. En abril de 2009 se firmó el acuerdo con Facebook.

Hoy día esta tendencia [continúa el proceso de consolidación](#), como herramienta de contacto entre la Casa Blanca y sus ciudadanos:

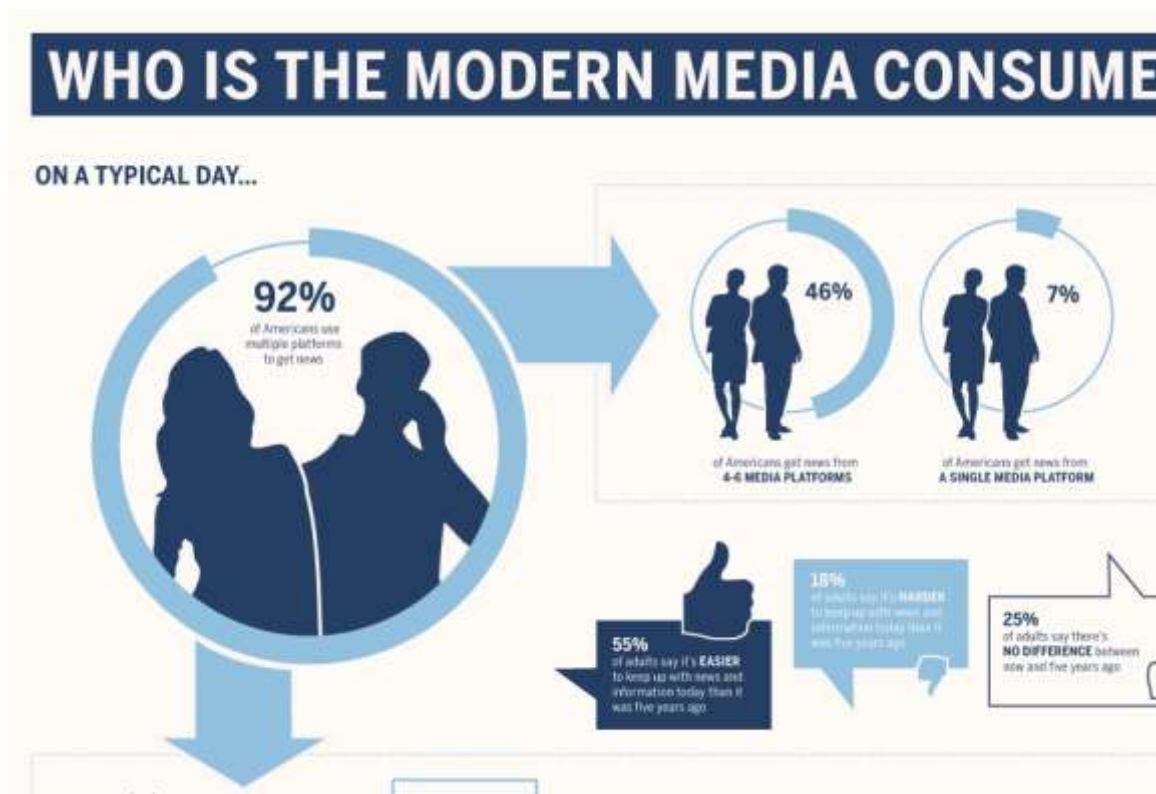
*'Para nosotros las redes sociales y las nuevas tecnologías son una herramienta para que la gente esté actualizada y en contacto con la Administración ... Definitivamente (son una herramienta de gobierno) ',  
(Luis Miranda, portavoz presidencial hispano de Obama).*

Así pues, la potencia de estas herramientas ha sido finalmente captada, aunque no siempre comprendida, por los altos estamentos políticos. En España tenemos ya numerosos ejemplos, quizá el más conocido de los cuales es el Twitter [@desdelamoncloa](#), que desde julio de 2009 nos tiene al corriente de las últimas novedades referidas al Presidente y su entorno, y que actualmente tiene 86.938 Seguidores y sigue a 1.247 *twitteros*.

En varios interesantes [Análisis de cuentas Twitter del Parlamento de Cataluña](#), (y 2), [Carlos Guadián](#) analiza en cifras algunos de los aspectos que definen la posición de las cuentas *twitter* de los parlamentarios, y de los partidos políticos representados que tienen cuenta institucional, como pueden ser impacto, compromiso, influencia y generosidad.

El potencial de difusión de estos medios es impresionante, pues permiten multiplicar fácilmente la difusión de una información de impacto mediante un

simple "RT", muchas veces cualificando o matizando la información, en cuestión de minutos.



La evolución del uso de estos medios, [objeto de numerosos estudios](#), permite vaticinar que, al igual que el fenómeno de la movilidad ha acabado por inundarnos a todos, el fenómeno de la interactividad, la presencia, la personalización, en el flujo de noticias e informaciones (fenómeno del siglo XXI) de un lado a otro del planeta acabará también por abarcarlo todo, seguramente no como sustitución pero sí como complemento inseparable a los medios de comunicación de masas (fenómeno del siglo XX).

Lo importante a señalar aquí es que el ciudadano ya no partirá de una única fuente de información, sino de varias, contrastará, comentará y retransmitirá aquello que le resulte relevante. **Los estados de opinión no van a ser, por tanto, dependientes primordialmente del canal que difunde, sino de la capacidad de la información de crear "efecto virus" por el interés que despierta.**

Lo esencial pues es que, cuando una Administración intervenga en una red social con el objeto de difundir información, lo haga entendiendo y respetando las leyes de esa red, que en definitiva son las de las relaciones personales: transparencia, coherencia, consistencia, lealtad, es decir, en definitiva todo aquello que hace generar confianza entre las personas. Es muy costoso y lento generar esta confianza. Es muy fácil y rápido perderla. De modo que, una vez se da el paso, es muy importante la solidez, valorar lo que se ha ganado y no desperdiciarlo por descuidos o por desatenciones.

No debemos olvidar, sin embargo, que los proveedores de los sitios web que alojan las redes sociales necesitan sobrevivir. En otras palabras, de un modo u otro acaban siendo un negocio, por supuesto legítimo. En la mayoría de los casos, este negocio se financia por medio de la publicidad que se ofrece en el sitio web.

La participación de los empleados públicos, o de las Administraciones de forma institucional en los sitios web de las redes sociales puede tener un efecto colateral, que es la generación de negocio para los proveedores. ¿Es éticamente correcto?. ¿No podría verse perjudicado uno de los proveedores por el hecho de que la Administración Pública haya elegido a otros y no a él?. Por esto es importante, una vez más, que existan acuerdos expresos y que se publique el contenido de los mismos de forma transparente.

Por otro lado, es barato; es decir, en estos tiempos en que “falta dinero” para casi todo, la Administración sería idiota si no aprovecharse las posibilidades de difusión por estos medios con un coste casi nulo, que podríamos evaluar aproximadamente como el coste que suponen las personas que hayan de dedicarse a la publicación de la información en las redes sociales.

#### En resumen:

- Las redes sociales tienen un gran poder para diseminar información.
- Los ciudadanos diversifican sus fuentes de información, y cada vez más, participan activamente como retransmisores y modulan la información.
- La participación de las Administraciones en las redes sociales al objeto de difundir información puede y debe hacerse, tanto a nivel personal como institucional.
- Pero siempre conociendo los mecanismos de las redes sociales que permiten generar confianza en los seguidores y saber cuidarla.
- Ha de tenerse en cuenta sin embargo que la participación de las AAPP supone forzosamente la intervención en la economía de mercado.
- Pero no podemos dejar de aprovechar las ventajas de ahorro que estos medios ofrecen.
- Es recomendable establecer las condiciones de participación institucional por medio de acuerdos con los proveedores de redes sociales.

## Conversar

### [El Twitter del Ministerio de Presidencia se compromete a trasladar las denuncias sobre el tema Windows Live](#)



Así se expresaba Marcelino Madrigal en su Blog, el once de enero pasado, cuando trasladó una denuncia sobre lo que él entendía como un comportamiento inadecuado de una red social, a través de su cuenta *twitter*.

De éste modo, un canal (@desdelamoncloa) que inicialmente estaba diseñado para una función informativa unidireccional entró en una conversación bidireccional, que por otro lado se puede entender como normal en una cualesquiera de las redes sociales al uso.

Lo que sería prácticamente impensable en un medio de comunicación tradicional, de repente se transforma en un medio de diálogo. Una especie de "tengo una pregunta para usted", pero en el ciberespacio.

Las personas tenemos una gran necesidad de saber, y una de las formas más eficaces de saber es preguntar. Sin embargo, los cauces tradicionales de las Administraciones están muy diseñados de forma unidireccional. La información y la interacción está siempre gobernada por los principios administrativos, lo cual puede tener sentido para ciertas cosas, pero dificulta mucho el acercamiento a las necesidades e inquietudes reales de los usuarios. Además, la Administración siempre se posiciona "arriba", y el ciudadano de a pie se ve forzado a una posición "inferior", por muchos motivos, entre ellos por la enorme complejidad administrativa, siempre cambiante.

En cambio, en las redes sociales, la relación es de igual a igual. No importa si uno tiene cinco o cinco mil seguidores, lo que importa es si la propuesta tiene valor. Si la idea gusta, acabará siendo retransmitida, valorada, comentada. No se suele tener miedo al debate, ya que el debate enriquece. Es más, muchas veces se provoca, ya que la innovación y la creatividad surgen sobre todo de la interacción y de la construcción de unas ideas sobre otras, de lo que unos saben sobre lo que otros aprenden y piensan.

No podemos olvidar que la interacción representa un peligro, uno muy conocido en el mundo de Internet: morir de éxito. Cuando algo o alguien es muy popular, genera mucha interacción. En una comunicación unidireccional, esto no es un problema, pues basta con proveer los suficientes "elementos multiplicadores" para aprovisionar la demanda. La tecnología lo resuelve. Pero cuando se trata de recibir respuestas, e incluso tratar de contestar a ellas, el problema es mucho más difícil de resolver.

En el mundo del debate y de la opinión, la herramienta por excelencia son los Blog. Cuando abrí mi blog [eFuncionario](#), recibí un [comentario](#) de [Antonio Arias](#), que siempre cito:

*iCarne fresca en la oficina! Hoy has sido observado, si. La regla de oro consiste en tener un excelente buen humor. No marques demasiado el territorio: demuestra debilidad. Comienza a buscar las alianzas ... Espero que nos mantengas informados. Y recuerda que siempre serás "iel nuevo, ese del blog!" .... Que se atrevan contigo: tienes **una potente arma de construcción masiva**.*

Con frecuencia me encuentro con compañeros de trabajo que me confiesen en privado que leen el blog, aunque nunca ponen comentarios. Efectivamente, la exposición de ideas, y las opiniones, son comprometidas y arriesgadas. Las palabras comprometen. El viejo dicho popular es "serás dueño de tus silencios y esclavo de tus palabras". Sin embargo, sin riesgo, sin compromiso, ¿para qué vivimos?.

Es posible que nosotros queramos conversar, pero no el ciudadano. El pasado 12 de abril de 2010, Antonio Galindo decía en su blog ["¿Y si el ciudadano no quiere conversación?"](#)

*Si el ciudadano ve como una invasión que intentemos ser sus amigos y followers, ¿qué hacemos entonces con nuestra cuidada estrategia de comunicación en redes sociales? Además de la pregunta que se hacía Andrés Nin [¿Deben las AAPP estar en las redes sociales?](#) debemos preguntarnos también ¿Quieren los ciudadanos que estemos en ellas? ¿y de*

*qué modo debemos estar? Ya que la comunicación, la conversación, es cosa de dos.*

¿Tenemos miedo?. Quizás los funcionarios estamos demasiado acostumbrados a un lugar y un papel y tememos que esa situación pueda cambiar. Tememos que se puedan cuestionar la forma en que hacemos las cosas.

**En resumen:**

- Entrar en las redes sociales implica necesariamente una relación bidireccional.
- La conversación y la interacción tienen un gran potencial creador e innovador que se puede aprovechar.
- Aunque la posición tradicional de las Administraciones “por encima” de los ciudadanos dificulta la conversación de igual a igual.
- Existe el peligro de “morir de éxito” si se abre la comunicación bidireccional con los ciudadanos.
- Existe temor entre los empleados públicos a abrir el debate.

## Escuchar

En resumidas cuentas, el fenómeno de las redes sociales ofrece una oportunidad única para que las Administraciones cambien algunas de sus tradicionales posturas, para que, de cara a mejorar el servicio a la sociedad, empiecen a verse a sí mismas como humildes servidores públicos, y eso implica reconocer que tienen debilidades, imperfecciones, y sobre todo que se puede aprender mucho mirando afuera.

Las propuestas en ese sentido están bien definidas. Carlos Guadián lo expone en su artículo [Atendiendo a los ciudadanos con Social Media](#):

***Hay multicanalidad ya que es igual que sea contenido multimedia o texto. Éste se trasmite y se vehicula principalmente a través de los llamados Social Media ([Facebook](#), [Twitter](#), Blogosfera...). Esos contenidos contienen información que para una AAPP puede ser valiosa para detectar de forma temprana incidentes que estén ocurriendo en tiempo casi real, propuestas o quejas por parte de la ciudadanía. En fin, lo que **nos hace falta es recoger esa información haciendo una [escucha activa](#), procesar esa información y distribuirla a las áreas afectadas.*****

Porque la capacidad de escuchar es una de las más difíciles, si la escucha es verdaderamente abierta, pues precisa una enorme empatía. En este punto es importante recordar que el funcionario es también ciudadano. Por lo tanto actuará como ciudadano cuando él mismo es cliente de los servicios de la Administración. La coherencia y la honradez nos debe permitir no adoptar una doble postura, como funcionario o como ciudadano, sino a la vez como ambos.

De esa forma, si consideramos que las Administraciones no deben ser esos entes abstractos que tramitan, registran, notifican, sino que son personas que comprenden y se identifican con las inquietudes y necesidades de los ciudadanos, que tienen criterio y emotividad, que se pueden interesar y aún emocionar con las cosas que les pasan a las personas con las que tratan, entonces estaremos transformando la administración, haciendo movimientos en la dirección correcta.

Es decir, la capacidad de escuchar no es tanto de las Administraciones sino de las personas que las componen. Y debe de efectuarse a todos los niveles, tanto interna como externamente.

Quiere esto decir que esa capacidad de oír es necesaria también en el interior de las Administraciones. Del mismo modo que, con frecuencia, están sordas a las demandas ciudadanas, también en el interior de las administraciones se practica con frecuencia la ley del silencio. La excesiva jerarquía y rigidez de las organizaciones dificulta la comunicación, y sería bueno que se abriesen cauces eficaces para que se escuche la voz de los empleados públicos, que al fin y al cabo son los que están en contacto diario con los ciudadanos a los que prestan servicio.

**En resumen:**

- La capacidad de escuchar es vital para poder conocer qué visión tienen de nosotros nuestros clientes (los ciudadanos).
- Podemos entenderlos mejor si nos ponemos en su lugar, cosa que en realidad un funcionario hace todos los días.
- Es necesario que la capacidad de escuchar sea general, hacia fuera y hacia dentro de las Administraciones.

## La participación ciudadana

¿Realmente deberían las Administraciones entrar en las redes sociales?. Sin ninguna duda. En [su intervención en Tecnimap 2010](#), Rafael Chamorro lo definió perfectamente: **porque los ciudadanos están allí**.

¿Son las redes sociales un vehículo posible para la participación ciudadana en los asuntos del estado?. **Sí**. Las redes sociales facilitarán la participación ciudadana si son alimentadas con la información correcta, fiable, en el momento apropiado, y se entrega de la forma en que las redes pueden aprovecharla más eficazmente. Además, se puede fomentar, dentro de estas redes, la apertura de debates, grupos de interés, foros, blogs, cualquier elemento de intercambio bidireccional, pero siempre y cuando se parta de un principio de igualdad y no de superioridad. En todo caso se precisa un principio de humildad que permita a las Administraciones entrar en las redes sociales, escuchar, comprender y por último intervenir.

**¿Cómo?** Por medio de una estrategia definida, y hasta donde sea posible fijando y exponiendo de forma transparente las reglas del juego, las condiciones en que las Administraciones, y los empleados públicos que las componen, participan.

**¿Cuándo?** Ahora mismo. Pero sin precipitación. Lo sensato es que se aborden solamente proyectos en los que se vea claro que ventajas y beneficios se pueden obtener con esa participación.

**¿Dónde?** Mejor empezar por lo pequeño. El impacto, para lo bueno y para lo malo, siempre es superior en una de las grandes redes o servicios de difusión. Quizás es conveniente sin embargo empezar con cosas más modestas, ver cómo funcionan, y luego ir progresivamente aumentando la calidad y cantidad de la participación.