MINISTERIO DE SALUD
INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA
"Dr. Francisco Contreras Campos"

REPUBLICA DEL PERU

Nº 210-2023-INO-D

Resolución Directoral

Lima, 29 de Noviembre del 2023

VISTOS:

La Nota Informativa N° 176-2023-OEPE/INO, Nota Informativa N° 092-2023-OC-DG/INO, Informe N° 001-2023-MHQS-OC-DG/INO, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Supremo Nº 008-2017-SA, modificado por el Decreto Supremo Nº 011-2017-SA, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, estableciendo al Instituto Nacional de Oftalmología "*Dr. Francisco Contreras Campos*", como un órgano desconcentrado del Ministerio de Salud, dependiente de la Dirección General de Operaciones en Salud;

Que, mediante Resolución Ministerial Nº 447-2009/MINSA, modificado por la Resolución Ministerial Nº 660-2010/MINSA, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Oftalmología;

Que, mediante Resolución Ministerial Nº 388-2022/MINSA, el Ministerio de Salud designó temporalmente al señor FELIX ANTONIO TORRES COTRINA, en el puesto de Director de Instituto Especializado (CAP-P Nº 001), de la Dirección General del Instituto Nacional de Oftalmología del Ministerio de Salud, en adición a sus funciones de Director Adjunto del citado Instituto;

Que, mediante el artículo 12.1 de la Resolución Ministerial Nº 026-2023/MINSA, de fecha 06 de enero de 2023, se delegó a los/las Directores/as Generales de las Direcciones de Redes Integradas de Salud (DIRIS) de Lima Metropolitana, Institutos Nacionales Especializados y Hospitales del Ministerio de Salud, la facultad de emitir actos resolutivos sobre, acciones de personal en sus respectivas instituciones;

Que, la Ley N° 26842 – Ley General de Salud, en el numeral II del Título Preliminar, establece que la protección de la salud es de interés público, por tal motivo, el Estado tiene como responsabilidad establecer las pautas de su regulación, vigilancia y promoción, asimismo, el numeral VI del mismo título y norma, se señala también la responsabilidad del Estado de promover las condiciones que garanticen una adecuada cobertura de prestaciones de salud a la población en términos socialmente aceptables de seguridad, oportunidad y calidad;

Que, el Ministerio de Salud como organismo del Poder Ejecutivo que ejerce rectoría del Sector Salud a nivel nacional, tiene como misión proteger la dignidad personal, promoviendo la salud, previniendo las enfermedades y garantizando la atención integral de salud de todos los habitantes del país; proponiendo y conduciendo los lineamientos de políticas sanitarias en concertación con todos los sectores públicos, privados y actores sociales;

Que, conforme lo precisa la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se define como publicidad estatal, a toda aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, así como promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, entre otros, por tanto, la importancia de las actividades publicitarias relacionadas con medios masivos tiene como objeto lograr el mayor número de impactos en el público usuario de los medios masivos;

Que, en ese sentido y como parte de las funciones de gestionar los procesos relacionado a la comunicación estratégica y la información pública, tal y como lo establece el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, aprobado mediante Decreto Supremo N° 008-2017-SA, modificado por el Decreto Supremo N° 011-2017-SA y Decreto Supremo N° 032-2017-SA, la Oficina General de Comunicaciones del Ministerio de Salud, tiene como función gestionar los procesos relacionados a la comunicación estratégica y la información pública y articularla en el sector, al igual que dirigir acciones de prensa, relaciones públicas, publicidad en el campo de la salud;

Que, por ello, con la finalidad de promover una cultura preventiva en asuntos relacionados a la seguridad y salubridad pública y gestionar procesos relacionados con la comunicación estratégica, es importante mencionar que el Informe de Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicaciones de Hogares del INEI, de diciembre del año 2019 (Informe Técnico Marzo 2021), señala que el 90.2% de hogares utiliza Internet para comunicarse, el 89.3% de la población navega por internet para la obtención de información, y el 85.5% recurre a internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos entre otros. Asimismo, precisando, además, que el Perú urbano, hay alrededor de 11 millones de usuarios de redes sociales entre los 8 y 70 años, entre sus principales cuentas se encuentran Facebook, WhatsApp y YouTube. El 98% navega por Facebook y el 33% en YouTube, según reporte de Ipsos Apoyo;

Que, al evidenciar que las redes sociales tienen una gran influencia y es de uso masivo, resulta de vital importancia que el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*", cuente con directrices que permitan encaminar todas acciones de tipo comunicacionales para fortalecer la comunicación estratégica del sector;

Que, en virtud de lo mencionado en el párrafo precedente, mediante Nota Informativa N° 092-2023-OC/DG/INO, la Oficina de Comunicaciones, remite a la Dirección General el Informe N° 001-2023-MHQS-PC-DG/INO, a través del cual propone la aprobación de la Directiva Administrativa N° 004-INO/OC-2023 Directiva Administrativa para el Buen Uso de las Redes Sociales en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*", la que establecerá un adecuado uso de las redes sociales institucionales que permitan mejorar las comunicaciones con el público usuario.

Que, mediante Informe N° 076-2023-UFEOM-OEPE/INO, se remitió al encargado de la Oficina de Comunicaciones, la propuesta de Directiva Administrativa para el Buen Uso de las Redes Sociales en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*", teniendo como finalidad un adecuado uso de las redes sociales institucionales lo que permitirá mejorar la comunicación con los públicos usuarios y mantener la relevancia en el entorno digital actual;

MINISTERIO DE SALUD
INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA
"Dr. Francisco Contreras Campos"

REPUBLICA DEL PERU

Nº 210-2023-INO-D

Resolución Directoral

Lima, 29 de Noviembre del 2023

Que, con Nota Informativa N° 176-2023-OEPE/INO, la Oficina Ejecutiva de Planeamiento Estratégico, remite a la Dirección General el Informe N° 076-2023-UFEOM-OEPE/INO, a través del cual emite opinión favorable a la propuesta de Directiva Administrativa para el buen uso de las redes sociales en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*", en cuanto cumple con los criterios formales y procedimentales establecidos en la Directiva Administrativa para la elaboración de documentos normativos en el INO;

Que, mediante Informe legal Nº 138-2023-OAJ/INO, el Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica, emitió opinión favorable a la Directiva Administrativa N° 004-INO/OC-2023 Directiva Administrativa para el Buen Uso de las Redes Sociales en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*";

MINISTERIO DE SALUD V°B° Of. Asesoría Jurídica Instituto Nacional de Oftalmología

Con la visación de la Directora Ejecutiva de la Oficina Ejecutiva de Planeamiento Estratégico, del encargado de la Oficina de Comunicaciones y Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

De Conformidad con el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Oftalmología, aprobado mediante Resolución Ministerial Nº 447-2009/MINSA y modificado por Resolución Ministerial Nº 660-2010/MINSA; y el artículo 12.1 de la Resolución Ministerial Nº 026-2023/MINSA.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA Dr. Francisco Contreras Campos V°B° T.L.Z.O. DIRECTORA EJECUTIVA DE LA OFICINA DE PLANEAMIENTO ESTRATEGICO

SE RESUELVE:

Artículo 1º.- APROBAR la Directiva Administrativa N° 004-INO/OC-2023 Directiva Administrativa para el Buen Uso de las Redes Sociales en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "*Dr. Francisco Contreras Campos*", la cual consta de nueve (9) folios que incluye un anexo, los mismos que forman parte de la presente resolución.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA V°B° OFICINA DE COMUNICACIONES

Artículo 2º.- DISPONER que el área de Trámite Documentario, proceda a notificar la presente Resolución Directoral a los diferentes estamentos de la Institución, para conocimiento y cumplimiento.

Artículo 3º.- AUTORIZAR al responsable del Portal de Transparencia la publicación de la presente Resolución en el Portal Web del Instituto Nacional de Oftalmología *"Dr. Francisco Contreras Campos"* www.ino.gob.pe.

Regístrese, comuníquese y publíquese

FATC/LECD.
Distribución:
( ) DG
( ) OEA
( ) OP
( ) OAJ
( ) OGC
( ) DEIDEODT
( ) DEAEO
( ) UFEGRD
( ) DEDSOPPSO
( ) Archivo

PERU Ministerio de Salud INO

M.O. FELIX ANTONIO TORRES COTRINA
Director de Instituto Especializado
CMP. 38356 RNE. 17309

PERÚ | Ministerio de Salud

INO INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA "Dr. Francisco Contreras Campos"

OFICINA DE COMUNICACIONES

DIRECTIVA ADMINISTRATIVA N° 004- INO/OC-2023

DIRECTIVA ADMINISTRATIVA PARA EL BUEN USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA- INO "Dr. Francisco Contreras Campos".

LIMA- PERU

2023

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA
V°B°
OFICINA DE COMUNICACIONES

I.- FINALIDAD.

Establecer un adecuado uso de las redes sociales institucionales lo que permitirá mejorar la comunicación con los públicos usuarios del Instituto Nacional de Oftalmología – INO "Dr. Francisco Contreras Campos."

II.- OBJETIVO

2.1 Objetivo General.

Posicionar las redes sociales del Instituto Nacional de Oftalmología – INO "Dr. Francisco Contreras Campos.", a través de herramientas de comunicación digital que permitan el incremento de los seguidores y el reconocimiento de la institución en el espacio digital y tecnológico.

2.2 Objetivo Específico.

Facilitar la difusión en las redes sociales que permitan propagar noticias, actualizaciones y contenidos de interés de manera ágil y oportuna a nuestros usuarios.

2.2.1 En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para la comunicación y el compromiso con el público. El INO reconoce la importancia de aprovechar estas plataformas para cumplir sus objetivos estratégicos y mejorar la viabilidad de sus iniciativas.

2.2.2 La presente propuesta tiene como objetivo presentar argumentos sólidos que respalden la implementación de redes institucionales y de esta forma promover una comunicación más efectiva y una mayor interacción con nuestra audiencia.

III AMBITO DE APLICACIÓN

Es de aplicación para todas las unidades orgánicas del Instituto Nacional de Oftalmología - INO "Dr. Francisco Contreras Campos" en adelante INO.

IV.- BASE LEGAL

4.1. Ley N° 26842, Ley General de Salud y sus modificatorias.

4.2. Ley N° 27658, Ley Marco de la Modernización de la Gestión de la Gestión del Estado, sus modificaciones y reglamentos.

4.3. Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.

4.4. Decreto Legislativo N° 1161, que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud y sus modificaciones.

4.5. Decreto Supremo N°030- 2002- PCM, que aprueba el Reglamento de la Ley Marco de la Modernización de la Gestión del Estado.

4.6. Decreto Supremo N° 008- 2017- SA, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud sus modificatorias.

4.7. Decreto Supremo N° 004- 2019- JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444- Ley del Procedimiento Administrativo General.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA V°B° OFICINA DE COMUNICACIONES

4.8. Resolución Ministerial N° 447- 2009/MINSA, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Oftalmología.

4.9. Resolución Directoral N° 055-2023-INO-D que aprobó la Directiva Administrativa N° 001-INO/OEPE-2023 "Directiva Administrativa para la Elaboración de Documentos Normativos en el Instituto Nacional de Oftalmología – INO "Dr. Francisco Contreras Campos."

V.- DISPOCISIONES GENERALES

La presente Directiva regulará y permitirá hacer buen uso de las redes sociales institucionales

5.1 Disposiciones Operativas

Aumento de visibilidad en el espacio digital a través de las redes sociales del INO.

5.1.1 Cuentas de redes sociales

Son los espacios digitales de uso gratuito, que las entidades del sector público han creado en las plataformas: Facebook, tiktok, Instagram, YouTube, whats app, twitter, LinkedIn, flicker, entre otras. Son un mecanismo de comunicación directo con el ciudadano ya que la difusión de los mensajes se realiza, frecuentemente, en tiempo real. Su uso puede ser gratuito (campañas orgánicas) y pagado (campañas publicitarias).

5.1.2 Administración de redes sociales

La administración de estos canales de comunicación constituye una gran responsabilidad para quienes lideran las estrategias digitales de cada una de las entidades y comprometen en materia disciplinaria, civil y penal administrativa a quienes ejecutan, siendo estos los responsables no solo de los contenidos emitidos sino del control de las cuentas (interacción con los usuarios, destinos de las bases, violación de datos y uso inadecuado de la información, entre otros.)

5.1.3 Principios en el manejo de las redes sociales

- **Seguridad y control**: La operación de las cuentas de redes sociales institucionales debe nacer bajo un protocolo de seguridad y control que garantice la confidencialidad de las claves de acceso y del manejo del contenido. Se recomienda el cambio periódico de las contraseñas y asociar todas las cuentas a correos institucionales y no personales.
- **Valoración del contenido:** Las redes sociales son un canal de doble vía. Antes de publicar algún mensaje se debe valorar las posibles interpelaciones o respuestas que este podría generar. Si bien habrá usuarios dispuestos a controvertir, criticar o incluso ofender, tenga en cuenta que existe siempre la posibilidad de una respuesta respetuosa hacia quien no está de acuerdo.
- **Calidad.** La información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos, deben someterse a criterios de pertinencia, respeto, adecuación y objetividad. Antes de publicar algo es importante dar una lectura final para asegurarse que el mensaje está bien expresado. De ser posible, hacer una revisión adicional con alguien que no haya participado en la redacción para asegurarse de que el mensaje se entiende claramente.
- **Veracidad de la información** que se comparte por las redes sociales debe prevenir de fuentes certificadas. Antes de publicar cualquier mensaje es indispensable preguntarse ¿es

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA
V°B°
OFICINA DE COMUNICACIONES

cierto lo que estoy diciendo? ¿es una información verificable? ¿proviene de una fuente confiable?

- **Corresponsabilidad:** debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, tener claro a quien representamos, saber que debemos comunicar y cómo hacerlo. Antes de publicar, revise si el mensaje será publicado por la cuenta institucional. Procure no mantener activas cuentas institucionales y personales al tiempo o en el mismo dispositivo.
- **Participación:** Debe ser profesional, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista y aportando comentarios constructivos, que animen a la participación. Antes de publicar la respuesta a un comentario es bueno preguntarse: Si fuera yo quien hubiera hecho un comentario como este ¿Me parecería apropiado recibir una respuesta como esta?
- **Respeto:** Las redes sociales son un espacio para intercambiar de ideas, opiniones y soluciones, no agresiones. Se debe evitar cualquier comentario que pueda tener una interpretación que resulte insultante u ofensiva hacia un género, una raza una opción sexual, un credo, una visión política o una religión del país, o que lleve a difamar o afectar la imagen o reputación. No haga en las redes sociales lo que no quieren que le hicieran a usted.
- **Legalidad:** Se debe acatar, respetar y cumplir lo establecido en la legislación y normatividad vigente sobre derechos de autor, marca registrada, derechos de publicidad y otros derechos de terceros. Bajo esta premisa, confirme siempre el origen de fotografías, videos o textos para asegurarse de que son de uso libre o tienen permiso de uso en canales del gobierno.

5.1.4 Redes sociales de las instituciones públicas

Para el manejo general de las publicaciones que se realizan en los medios digitales de nuestra institución, se presentan las siguientes recomendaciones:

- El contenido publicado (gráfico, texto, video o cualquier otra forma) debe corresponder a la línea grafica de la institución.
- En ningún caso el contenido publicado podrá ser utilizado por los administradores para benéficos personales o terceros, así como tampoco se permite que las publicaciones reflejen las opiniones o sentimientos personales del administrador.
- Las redes sociales de nuestra institución deben ser utilizadas para difusión de mensajes relacionados netamente con asuntos institucionales.
- El lenguaje utilizado debe ser amigable, de fácil entendimiento, cercano a los ciudadanos, que invita a conocer más nuestros servicios institucionales que involucran a los pacientes que acuden a recibir atención.
- Las publicaciones deberán ser dinámicas, animadas, didácticas y atractivas.
- En lo posible se hará uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual que acompañen los contenidos.
- El contenido publicado tendrá como referencia el link de la página web de la institución.
- La interacción en las redes sociales (seguidores, amigos, re tweets, etc.) se determinará mediante una estrategia que exija que las participaciones de las mismas tengan relación directa con los temas de interés

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGIA
V°B°
OFICINA DE COMUNICACIONES

- Se debe tener en cuenta que no hay que saturar al usuario con mensajes publicitarios de la institución, esto genera una reacción de rechazo por parte de los usuarios no solo frente a la cuenta de red, sino frente a la imagen institucional.
- Está prohibido revelar información privada y confidencial de nuestra institución.
- No se debe realizar publicaciones mentirosas o engañosas.
- Se recomienda establecer un inventario de las cuentas institucionales en redes sociales y efectuar las acciones necesarias para su custodia.
- El acceso y manejo de las cuentas de la entidad en una red social bien sea de Facebook, twitter o Instagram debe estar a cargo de una sola persona o funcionario. De esta manera las acciones y publicaciones que se realicen allí corresponderán a la gestión de esa única persona.
- Entiéndase que ninguna dirección servicio u oficina puede tener perfil en redes sociales, solo la oficial, la institucional.
- Las publicaciones que se realicen deben ser institucionales.
- Las personas que hagan mal uso de las redes sociales se les realizará el debido proceso que amerite una sanción administrativa.

5.1.5 Redes sociales de servidores públicos

Incluye a funcionarios y servidores que representan a nuestra institución. Las redes sociales forman parte de nuestra órbita personal y hay que tener en cuenta los siguientes principios de las buenas prácticas:

- Siempre que utilice alguna de las redes sociales debe ser consciente de que esta actuación puede ser interpretada como oficial representando a la institución.
- Es recomendable dejar expreso y de manera visible en los perfiles de sus cuentas que su comunicación es personal y no representa los puntos de vista de la institución.
- Al abrir cuentas personales en medios sociales, no use las cuentas de correo institucional.
- Los servidores públicos no deben hacer uso de los diferentes medios sociales para hacer proselitismo político y otros comportamientos que no son apropiados, ni permitidos, de conformidad con la prohibición legal vigente.
- Se recomienda mantener siempre respeto y cordialidad con los demás usuarios de los medios sociales al momento de hacer uso de la comunicación personal de los servidores.
- Los servidores públicos que usen redes sociales deben abstenerse de revelar información de carácter confidencial de la institución y de sus compañeros de trabajo.

5.1.6 Beneficios de las Redes Sociales Institucionales

La implementación de redes sociales institucionales conlleva una serie de ventajas estratégicas y operativas, tales como:

- **Comunicación Efectiva:** Las redes sociales proporcionan un canal directo para compartir información relevante con la comunidad, incluyendo anuncios, actualizaciones, eventos y logros.
- **Ampliación del Alcance y Audiencia:** Al tener presencia en plataformas populares, aumentamos la posibilidad de llegar a una audiencia más amplia y diversa.

- **Participación y Retroalimentación:** Las redes sociales proporcionan un canal para interactuar con nuestra comunidad de manera inmediata y en tiempo real, fomentando la participación activa de la comunidad al permitir comentarios, preguntas y retroalimentación inmediata.

- **Promoción de la Marca:** Ayudan a posicionar la marca del Instituto Nacional de Oftalmología y a destacar sus valores y logros, mostrando una presencia activa en redes sociales y proyectando una imagen moderna y comprometida con las nuevas tecnologías.
- **Difusión de Contenido Educativo:** Se podrá facilitar la distribución de contenido educativo, investigativo y cultural de la institución.
- **Interacción con Audiencias Diversas:** Alcanzan a una audiencia diversa, incluyendo estudiantes, personal, exalumnos, socios y el público en general.

5.1.7 Alternativa de Implementación:

Para llevar a cabo esta iniciativa, proponemos lo siguiente:

- **Creación de Perfiles Oficiales:** Establecer perfiles oficiales del INO en las principales redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram y Tiktok.
- **Política de Uso Responsable:** Desarrollar una política de uso responsable de redes sociales que establezca pautas claras para el personal de la institución y promueva una comunicación respetuosa y efectiva.
- **Equipo de Administración:** Designar un equipo de administración de redes sociales responsable de la creación de contenido, la gestión de comentarios y la medición de resultados.
- **Capacitación:** Proporcionar capacitación periódica al personal involucrado en la gestión de redes sociales para garantizar buenas prácticas y seguridad en línea.

5.1.8. **Medición de Resultados:**

Se establecerán métricas clave para evaluar el éxito de esta iniciativa, que incluirán la cantidad de seguidores, el alcance de publicaciones y la participación de la audiencia. Estos datos se utilizarán para ajustar y mejorar continuamente la estrategia de redes sociales. Para evaluar el impacto de nuestra presencia en redes sociales, se proponen los siguientes indicadores clave de rendimiento (KPIs):

- **Crecimiento de la Comunidad:** Seguidores, likes y sus tasas de crecimiento.
- **Participación y Engage:** Interacciones *(likes, comentarios, compartidos*), alcance de publicaciones y menciones.
- **Tráfico y Conversión:** Tráfico dirigido desde las redes sociales a nuestro sitio web oficial y tasas de conversión.

5.2 Siglas y/o Acrónimo

OC : Oficina de Comunicaciones.

MINSA : Ministerio de Salud.

INO : Instituto Nacional de Oftalmología.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA V°B° OFICINA DE COMUNICACIONES

ROF : Reglamento de Organización y Funciones.

DG : Dirección General.

OEPE : Oficina de Ejecutiva de Planeamiento Estratégico.

VI.- Disposiciones Específicas.

6.1.1. La Oficina de Comunicaciones es la responsable de la creación, administración y supervisión de las cuentas de las redes sociales de la institución.

6.1.2. Los correos, claves y contraseñas que crea y administra la Oficina de Comunicaciones, son entregadas bajo responsabilidad, cargo y custodia al responsable de redes sociales. Esta se incluye formalmente en sus funciones de trabajo.

6.1.3. La creación de cuentas de redes sociales se realizará utilizando correos institucionales. En caso existan cuentas de redes sociales creadas con correos personales, se realiza el cambio a correos institucionales. Solo en el caso de Facebook, la página institucional se creará con una cuenta personal de un miembro de la Oficina de Comunicaciones. Se incluirá como administrador de la página al jefe de la Oficina de Comunicaciones y a su segundo en funciones, para asegurar un buen traslado de la administración, cuando uno de ellos deje el cargo.

6.1.4. La biografía de la cuenta incluirá la ubicación de la institución y estará enlazada a una web oficial para evitar su uso fraudulento.

6.1.5. Todas las cuentas de redes sociales llevarán como imagen de perfil el logotipo de la institución.

6.1.6. El administrador de las cuentas de redes sociales elaborará reportes trimestrales con métricas cualitativas y cuantitativas en las que se detalle estadísticas y cifras del alcance, impacto y crecimiento de usuarios.

6.1.7. Las interrogantes que realicen los usuarios mediante las redes sociales serán absueltas por la Oficina de Comunicaciones y en caso no encontrarse en el ámbito de sus funciones serán derivados a las áreas correspondientes para su registro y atención.

6.1.8. No se bloquearán o eliminarán mensajes de los usuarios ya que es importante recoger la percepción de los usuarios. Los mensajes agresivos, ofensivos y amenazantes se ocultarán o se denunciarán en sus respectivas plataformas.

6.1.9. Antes de publicar fotografías y/o videos se debe solicitar permiso a las personas que aparece en ellos (anexo 1). En caso de utilizar material audiovisual no producido por la Oficina de Comunicaciones se deberá consignar el crédito del autor.

6.1.10. Una vez concluido el vínculo laboral del administrador de las redes sociales, el jefe de la Oficina de Comunicaciones asignará los nuevos roles de página al nuevo responsable de las redes sociales bajo responsabilidad.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA V°B° OFICINA

VII.- Disposiciones Complementarias

- Se establecerán pautas para garantizar el uso responsable y coherente de las redes sociales institucionales, incluyendo el tono y estilo de la comunicación.
- Se definirán procedimientos para manejar comentarios y mensajes negativos o controversiales de manera constructiva y profesional.

VIII. Responsabilidad

La Oficina de Comunicaciones es la responsable de la creación, administración y supervisión de las redes sociales de la institución; así como del cumplimiento de las disposiciones establecidas en esta directiva.

IX. Disposiciones finales

La implementación de redes sociales institucionales es esencial para mantener la relevancia en el entorno digital actual y representa una oportunidad valiosa para mejorar la comunicación y el compromiso con nuestra comunidad. La aprobación de esta directiva permitirá el posicionamiento del entorno digital de nuestra institución.

PERÚ Ministerio de Salud

INO INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA "Dr. Francisco Contreras Campos"

ANEXO N° 1

AUTORIZACIÓN DE REPRODUCCIÓN DE IMAGEN FOTOGRÁFICA AUDIO Y/O VIDEO

Por la presente cedo los derechos de reproducción de mi imagen, retrato y/o voz, ya sean registrados en audio, video y/o fotografía a favor del Instituto Nacional de Oftalmología -INO "Dr. Francisco contreras Campos". Reconozco que cedo estos derechos en forma permanente sin esperar a cambio ningún pago ni retribución.

Tengo conocimiento de que mi imagen puede editarse, copiarse, exhibirse, publicarse, o distribuirse y renuncio al derecho a examinar y/o autorizar la reproducción del producto final en la que aparezcan mi imagen, retrato y/o mi voz. Además, renuncio a cualquier derecho, regalías u otra compensación resultante del uso de mi imagen, retrato y/o voz o relacionados con ellas. También entiendo que este material puede usarse en diversos entornos educativos y sin limitaciones geográficas.

Los registros fotográficos y las grabaciones de audio y/o video pueden usarse, entre otros para las siguientes finalidades:

- Presentaciones en conferencias
- Presentaciones o cursos educativos
- Presentaciones informativas
- Cursos educativos en línea
- Videos educativos
- Creaciones artísticas y publicaciones para asesores

Entiendo que con la firma de esta autorización los registros fotográficos y/o las grabaciones de video en que aparece mi imagen pueden difundirse y/o reproducirse electrónicamente por la internet o en el entorno educativo, lo que incluye, entre otros medios, los videos nacionales.

Para cualquier finalidad distinta mencionadas anteriormente deberán consultarme acerca de fotografías y/o grabaciones de video.

La presente autorización no tiene fecha de expiración ni se restringe a límite geográfico alguno en cuanto a distribución y/o reproducción de estos materiales.

Esta autorización hace referencia a los registros fotográficos y las grabaciones de audio y/o video realizadas como parte de las sesiones mencionadas en este documento únicamente.

Por medio de la firma de autorización reconozco que he leído íntegramente y entendido plenamente la autorización anterior consciente de las repercusiones legales acepto atenerme a ella. Por la presente renuncio a cualquier reclamación contra cualquier persona u organización que utilice este material para las finalidades y en la forma aquí descritas.

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA V°B° OFICINA DE COMUNICACIONES

PERÚ | Ministerio de Salud

INO INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA "Dr. Francisco Contreras Campos"

AUTORIZACIÓN DE REPRODUCCIÓN DE IMAGEN FOTOGRÁFICA AUDIO Y/O VIDEO

Nombre y apellidos: _____

DNI: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____

Provincia: _____

Teléfono: _____

Correo electrónico: _____

Firma: _____

Fecha: _____

Si esta autorización está firmada por una persona menor de 18 años de edad, también se requerirá la firma de uno de los padres o el tutor.

Firma del padre/tutor: _____

Fecha: _____

INSTITUTO NACIONAL DE OFTALMOLOGÍA
V°B°
OFICINA DE COMUNICACIONES