

## LINEAMIENTOS N° 001-2024-GEG/INDECOPI

### LINEAMIENTOS QUE REGULAN LA GESTIÓN Y USO DE LAS REDES SOCIALES DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL – INDECOPI

#### I. OBJETIVO

Establecer acciones y lineamientos para las comunicaciones que proyectan las Unidades de Organización del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de Propiedad Intelectual – INDECOPI, a través de las redes sociales, a fin de promocionar y difundir las actividades y servicios que brinda a la ciudadanía; así como, disponer las pautas necesarias para la creación y administración de cuentas oficiales de la entidad en las plataformas digitales.

#### II. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Los presentes lineamientos son de cumplimiento obligatorio para todas las Unidades de la Organización del INDECOPI.

#### III. BASE LEGAL

- 3.1 Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del INDECOPI.
- 3.2 Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- 3.3 Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 3.4 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 04-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N° 003-2022-PCM/SCS, “Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo”.
- 3.5 Resolución N° 000003-2023-PRE/INDECOPI, que aprueba el Manual de Identidad Corporativa del INDECOPI.

#### IV. DEFINICIONES

- 4.1 **Consulta:** Son las preguntas, solicitudes de información, entre otros de similar naturaleza que se presentan en las redes sociales del INDECOPI y que pueden ser respondidas directamente por la Oficina de Promoción y Difusión.
- 4.2 **Denuncia:** Documento que se presenta o información que se hace pública a través de redes sociales, con el que se informa de la posible comisión de una infracción relacionada con alguna de las materias de competencia del INDECOPI
- 4.3 **Reclamo:** Manifestación oral o escrita realizada por el reclamante frente a la presunta infracción de sus derechos contenidos en la Ley N° 29571, Código de Protección y Defensa del Consumidor.
- 4.4 **Relación de consumo:** Contraprestación económica entre un consumidor y un proveedor para la obtención de un producto y/o servicio.

## **V. RESPONSABILIDADES**

- 5.1 La Oficina de Promoción y Difusión es la única Unidad de Organización encargada de crear, administrar y/o autorizar las cuentas de redes sociales del INDECOPI.
- 5.2 La Oficina de Promoción y Difusión es la única Unidad de Organización encargada de aprobar la redacción y autorizar el contenido que se publicará en las redes sociales del INDECOPI.

## **VI. DISPOSICIONES GENERALES**

- 6.1 Los contenidos para publicar en las redes sociales del INDECOPI son preparados con la información proveniente de las notas de prensa, artículos de opinión, conferencias de prensa, comunicados u otros materiales destinados para la comunicación externa institucional.
- 6.2 Las Unidades de Organización del INDECOPI contribuyen con el envío de información sobre sus actividades a la Oficina de Promoción y Difusión, como una fuente informativa para la elaboración de contenidos.

## **VII. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS**

### **7.1 De la atención de consultas, reclamos y denuncias**

- 7.1.1 La Oficina de Promoción y Difusión gestiona y atiende las consultas que se reciben de los usuarios a través de las redes sociales.
- 7.1.2 Las denuncias y/o reclamos que se reciban a través de las redes sociales del INDECOPI son derivadas a la Subdirección de Atención al Ciudadano y/o a las Unidades de Organización, según corresponda.
- 7.1.3 Las denuncias que se reciban a través de las redes sociales del INDECOPI contra la labor funcional y/o administrativa que realiza se canalizan a través de las Unidades de Organización competentes para su atención correspondiente.

### **7.2 Del uso del lenguaje y comportamiento de usuarios en redes sociales**

- 7.2.1 La Oficina de Promoción y Difusión promueve el buen comportamiento de los usuarios, frente a comentarios ofensivos, mensajes de odio, incitación a la violencia, mensajes discriminatorios u otro similar que se puedan recibir en las redes sociales del INDECOPI.
- 7.2.2 No está permitido el uso de palabras soeces, chistes, hostilidad contra la Institución, sus colaboradores o los usuarios de las redes sociales. La Oficina de Promoción y Difusión evalúa individualmente cada caso y puede adoptar las siguientes acciones:

7.2.2.1 **Primera vez:** invitar al usuario a mantener un adecuado comportamiento al momento de expresar sus ideas. En lo posible y de acuerdo con cada red social, se oculta el comentario no adecuado y se da una advertencia.

7.2.2.2 **Reincidencia:** de acuerdo con cada red social, oculta el comentario del usuario en las redes sociales usadas por la institución.

### 7.3 Del uso y la seguridad de las cuentas oficiales de redes sociales

7.3.1 El acceso a las cuentas y contraseña de las redes sociales del INDECOPI son de naturaleza institucional, intransferibles y están en posesión exclusiva de los siguientes funcionarios:

- El Jefe de la Oficina de Promoción y Difusión,
- El Ejecutivo 1 del Equipo de Producción y Comunicaciones, y
- El Analista de Redes Sociales.

7.3.2 De efectuarse una filtración en la seguridad de las cuentas de redes sociales, la Oficina de Promoción y Difusión procede inmediatamente a denunciar el hecho directamente en las redes sociales intervenidas. Asimismo, se dispone de los mecanismos legales pertinentes dentro del Perú para denunciar a quienes se vieran involucrados en dichas intervenciones ilícitas e indebidas.

### 7.4 De las líneas de conducta, publicación de contenido y confidencialidad – colaboradores

7.4.1 Los colaboradores autorizados a acceder a las redes sociales usando los recursos asignados por el INDECOPI, deben alinearse al cumplimiento de las disposiciones aplicables del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI) de la institución.

7.4.2 Los colaboradores del INDECOPI deben guardar determinados lineamientos de conducta cuando expresen sus comentarios en las cajas de comentarios de las cuentas institucionales en las redes sociales, dado que éstos son vistos por la ciudadanía.

7.4.3 Los colaboradores de la institución no pueden divulgar en las cajas de comentarios de las redes sociales del INDECOPI, información confidencial o reservada de la entidad, a la que tengan acceso por su condición laboral.

7.4.4 Los colaboradores se encuentran prohibidos de difundir en las redes sociales del INDECOPI, fotos, audios, videos o cualquier otro formato de archivo que pueda vulnerar, directa o indirectamente, aspectos referidos a la seguridad de la información de la Institución, bajo responsabilidad administrativa, civil o penal que corresponda.

## 7.5 Del cumplimiento al Derecho de Autor en redes sociales

Para la difusión de contenidos en las redes sociales, la unidad de organización a cargo debe contar con la autorización expresa y por escrito del titular de derecho o, de ser el caso, de la sociedad de gestión colectiva que los represente.

## 7.6 Sobre la cita del autor en una obra y/o producción empleada en las redes sociales del INDECOPI

La Cita del Autor permite utilizar una obra sin requerir la autorización previa y expresa del Autor de la obra que se use en las redes sociales del INDECOPI; para lo cual se debe indicar el nombre del autor y la fuente. Para estas Citas del Autor se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- **No debe causar perjuicio injustificado al autor.**- Solo se puede citar breves extractos de la obra, puesto que la reproducción de gran parte de ella o de su totalidad causaría un perjuicio injustificado al autor de dicha obra. Cabe mencionar que, en el caso de dibujos, pinturas, diseños, o similares, por su misma naturaleza no es posible citar solo un breve extracto de las mismas; por lo que en estos casos especiales, sí se podrá reproducir la totalidad de la obra.
- **La cita debe perseguir siempre un fin.**- La cita debe estar destinada a la crítica, a ilustrar mediante un ejemplo o apoyar una posición. Por ejemplo: Si se desarrolla el tema sobre el estilo literario de Mario Vargas Llosa, podrá citar un extracto de su obra en el que se pueda advertir lo señalado en el texto explicativo; en el caso de obras artísticas, por ejemplo, se puede consignar la obra “La Persistencia de la Memoria” de Dalí a fin de enumerar las características del Surrealismo en la pintura de dicho autor.

**Otras excepciones:** Aquellas señaladas en los literales a), b) y c) del artículo 45 del Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor:

- La difusión, con ocasión de las informaciones relativas a acontecimientos de actualidad por medios sonoros o audiovisuales, de imágenes o sonidos de las obras vistas u oídas en el curso de tales acontecimientos, en la medida justificada por el fin de la información
- La difusión por la prensa o la transmisión por cualquier medio, a título de información de actualidad, de los discursos, disertaciones, alocuciones, sermones y otras obras de carácter similar pronunciadas en público, y los discursos pronunciados durante actuaciones judiciales, en la medida en que lo justifiquen los fines de información que se persiguen.
- La emisión por radiodifusión o la transmisión por cable o cualquier otro medio, conocido o por conocerse, de la imagen de una obra

arquitectónica, plástica, de fotografía o de arte aplicado, que se encuentren situadas permanentemente en un lugar abierto al público.

## **VIII. DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

- 8.1 Los aspectos no establecidos en los presentes lineamientos son absueltos por la Oficina de Promoción y Difusión.
- 8.2 A fin de prevenir el mal uso de las redes sociales, la Oficina de Promoción y Difusión revisa a diario las redes sociales institucionales y frente a cualquier indicio o sospecha razonable de incumplimiento del presente lineamiento podrá coordinar con las Unidades de Organización competentes para la adopción de las medidas disciplinarias que resulten pertinentes, en concordancia con el Reglamento Interno de Servidores Civiles del INDECOPI.

=====