RESOLUCION EJECUTIVA REGIONAL Nº 163 -2025-GRU-GR

Pucallpa, 28 MAYO 2025

VISTO; El INFORME Nº 001-2025-GRU-SG-OII, OFICIO Nº 0109-2025-GRU-SG-OTI, INFORME TECNICO N° 011-2025-GRU-GRPP-SGDI/PPR, INFORME N° 071-2025-GRU-GRPP-SGDI, INFORME LEGAL Nº 038-2025-GRU-GGR-ORAJ/TTC, y el texto de la Directiva Nº 008-2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI;

CONSIDERANDO:

Que, conforme con el Artìculo 191º de la Constitucion Polìtica del Perú, concondante con el Artìculo 2º de la Ley Nº 27867, Ley Organica de Gobiernos Regionales, establece que los Gobiernos Regionales, son personas jurìdicas de derecho pùblico, con autonomia polìtica,econòmica y administrativa en asuntos de su competencia;

Que, el Artículo 4° de la Ley N° 27658 – Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, prevé que el proceso de modernización de la gestión del Estado tiene como finalidad fundamental la obtención de mayores niveles de eficiencia del aparato estatal, de manera que se logre una mayor atención a la ciudadanía, priorizando y optimizando el uso de los recursos públicos; siendo su objetivo, alcanzar un Estado al servicio de la ciudadanía, con canales efectivos de participación ciudadana, transparente en su gestión y con servidores públicos calificados, entre otros;

Que, mediante el Decreto Legislativo Nº 1412, se aprueba la Ley de Gobierno Digital, que establece el marco de gobernanza del gobierno digital para la adecuada gestión de la identidad digital, servicios digitales, arquitectura digital, interoperabilidad, seguridad digital y datos, así como el régimen jurídico aplicable al uso transversal de tecnologías digitales en la digitalización de procesos y prestación de servicios digitales por parte de las entidades de la Administración Pública en los tres niveles de gobierno;

Que, mediante Decreto Urgencia Nº 006-2020-PCM, se crea el Sistema Nacional de Transformación Digital, que comprende, de manera no limitativa, las materias de gobierno digital, economía digital, conectividad digital, educación digital, tecnologías digitales, innovación digital, servicios digitales, sociedad digital, ciudadanía e inclusión digital, confianza digital, salud digital, justicia digital, talento digital, comercio electrónico, y todas aquellas materias que tengan un impacto en el proceso de transformación digital del país, conforme al marco legal vigente;

Que, mediante Decreto Supremo Nº 042-2023-PCM, se aprueba la Política General de Gobierno para el presente mandato presidencial: Uso de tecnologías digitales y datos. La Política General de Gobierno para el presente mandato presidencial se desarrolla sobre nueve ejes, los cuales se encuentran interrelacionados y guardan consistencia con el marco de políticas y planes del país.

Que, la Directiva "*Lineamientos para la Gestión de Cuentas Institucionales del Ministerio de Economía y Finanzas en las Redes Sociales*", define, las redes sociales, son sitios o aplicaciones de internet que hacen posible elaborar comunidades virtuales que pueden ser integradas por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por uno o varios tipos de relaciones en común y que brindan la oportunidad de intercambiar mensajes, archivos con los miembros de la red, a través de plataformas como Facebook, Twiter y Youtuve, entre otras;

Que, mediante INFORME Nº 001-2025-GRU-SG-OII de fecha 04 de abril de 2025, el Director de la Oficina de Imagen Institucional, presenta el proyecto de "*Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales para las dependencias y entidades adscritas al Gobierno Regional de Ucayali*"; documento que ha sido corregida por la

Oficina de Tecnologías de la Información, conforme se indica en el OFICIO Nº 0109-2025-GRU-SG-OTI de fecha 16 de abril de 2025;

Que, la Subgerencia de Desarrollo Institucional, mediante INFORME N° 071-2025-GRU-GRPP-SGDI, remite el INFORME TECNICO N° 011-2025-GRU-GRPP-SGDI/PPR de fecha 25 de abril de 2025, el especialista de la Sub Gerencia de Desarrollo Institucional, previo desarrollo del objetivo, base legal y análisis de la propuesta normativa, CONCLUYE: Que el proyecto de Directiva Nº 008-2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI "*Disposiciones para crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las Unidades Ejecutoras y No Ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali*", se ha formulado conforme a lo establecido en la Disposición General 5.4 y Anexo Nº 1; asimismo CUMPLE con lo dispuesto en los numerales 6.3.1 y 6.3.3 de la Directiva Nº 016-2024-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI (…); por lo que recomienda, el trámite para su aprobación;

Que, la Oficina Regional de Asesoría Jurídica, mediante INFORME LEGAL Nº 038-2025-GRU-GGR-ORAJ/TTC de fecha 06 de mayo de 2025, Concluye: La propuesta de la Directiva ha sido elaborada por la Oficina de Imagen Institucional, revisada por la Oficina de Tecnologías de la Información y cuenta con la opinión técnica de la Subgerencia de Desarrollo Institucional en el marco de su competencia; y estando a las normas indicadas en el presente informe legal, corresponde al Titular de la Entidad APROBAR la **Directiva Nº 008-2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI** "***Disposiciones para crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las Unidades Ejecutoras y No Ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali***", mediante **Resolución Ejecutiva Regional**;

Que, el Artículo 41° de la Ley N° 27867 – Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, prescribe que las resoluciones regionales norman asuntos de carácter administrativo; concordante el Inciso h) del Artículo 21° de la Ley Nº 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, el Gobernador Regional, tiene atribuciones para aprobar las normas generales de carácter interno y reglamentario de las instancias administrativas;

Que, al amparo de la Ley Nº 27867 – Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificaciones, con la visación de la Gerencia General Regional, Gerencia Regional de Planeamiento y Presupuesto, Oficina Regional de Administración, Oficina Regional de Asesoría Jurídica, Sub Gerencia de Desarrollo Institucional, Oficina de Imagen Institucional;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR la **Directiva Nº 008-2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI** "***Disposiciones para crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las Unidades Ejecutoras y No Ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali***". El Texto completo de la Directiva, forma parte como Anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO. – DISPONER a la Oficina de Tecnologías de la Información, la publicación de la presente Resolución en el Portal Institucional de la Entidad (*www.gob.pe/regionucayali*).

ARTÍCULO TERCERO. - NOTIFICAR la presente Resolución y la Directiva a la Oficina de imagen Institucional y todas las Unidades Ejecutoras y No Ejecutoras.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI

Manuel Gambini Rupay
GOBERNADOR REGIONAL

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI - GERENCIA GENERAL - V°B°
Gerencia Regional de Planeamiento y Pre... - G.R.U. - V°B°
GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI - IMAGEN INSTITUCIONAL - V°B°
OFICINA REGIONAL DE ASESORIA JURIDICA - G.R.U. - V°B°
GERENCIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL - SUB - GRPP - V°B°

DIRECTIVA Nº 008 -2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI

"DISPOSICIONES PARA CREAR, ADMINISTRAR Y SUPERVISAR LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES DE LAS UNIDADES EJECUTORAS Y NO EJECUTORAS DEL GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI"

I. OBJETIVO

La presente Directiva tiene por objetivo, establecer disposiciones generales y específicas que permita crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las unidades ejecutoras y no ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali.

II. FINALIDAD

La presente Directiva tiene por finalidad, contar con un instrumento normativo orientador que regule los procedimientos para crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las unidades ejecutoras y no ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali.

III. ALCANCE

Las disposiciones establecidas en la presente Directiva, son de aplicación y cumplimiento obligatorio en las oficinas de comunicaciones o la que haga sus veces de las unidades ejecutoras y no ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali, en el marco de sus funciones.

BASE LEGAL

- Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y modificatorias.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado y su Reglamento aprobado con Decreto Supremo N° 030-2002-PCM.
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, modificada por la Ley N° 31515.
- Ley N° 27815, Ley del Código de Ética de la Función Pública.
- Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública y modificatorias.
- Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales y modificatoria.
- Decreto Legislativo N° 1412, aprueba la Ley de Gobierno Digital y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 029-2021-PCM.
- Decreto de Urgencia N° 007-2020, aprueba el Marco de Confianza Digital y dispone medidas para su fortalecimiento.
- Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.
- Ordenanza Regional N° 003-2019-GRU-CR, modifica el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Gobierno Regional de Ucayali aprobado con Ordenanza Regional N° 002-2018-GRU-CR, por la creación de la Gerencia Regional Forestal y de Fauna Silvestre.
- Resolución Ejecutiva Regional Nº 442-2023-GRU-GR, aprueba la Directiva Nº 018-2023-GRU-GCR-GRPP-SGDI, "Directiva de Comunicación Institucional del Gobierno Regional de Ucayali", modificado mediante Resolución Ejecutiva Regional Nº 247-2024-GRU-GR.

DISPOSICIONES GENERALES

5.1. DEFINICIONES:

5.1.1. Campañas comunicacionales: Es el conjunto de acciones y/o actividades de

comunicación que se desarrollan con el objetivo de lograr un cambio de comportamiento, actitudes o prácticas en la ciudadanía. Las campañas comunicacionales del Gobierno Regional de Ucayali, orientan respecto a diferentes temas, principalmente servicios que brinda el estado en su nivel intermedio de gobierno; previenen e informan a la población respecto a situaciones de riesgo de desastres, salud, bienestar económico o social, cuidado del medio ambiente, entre otros. Además, responden a los criterios de un modelo de comunicación moderna de 360 grados y pueden ser publicitarias y no publicitarias (campañas de comunicación social u orgánicas). En cualquiera de sus dos modalidades utilizan técnicas y herramientas especializadas durante su proceso de formulación e implementación. La propuesta de la campaña comunicacional debe sustentar la necesidad de realizarla, así como su finalidad pública, indicar el contexto en que se plantea, el tema que se va a abordar, el objetivo de la campaña, el público al cual se va a dirigir, el concepto (lo que se quiere transmitir), el nombre de la campaña, la estrategia, las acciones y el cronograma a implementar y el presupuesto, de ser el caso, además de las piezas que se desarrollarán, guiones, storyboards, entre otros elementos. Las campañas comunicacionales deben considerar una difusión continua mínima de sus mensajes durante dos semanas, de lo contrario, solo se les puede considerar acciones de comunicación. La implementación de las campañas comunicacionales debe contener como mínimo, entre sus acciones, lo siguiente:

a) Desarrollar contenido informativo (notas de prensa, ayuda memoria, entrevistas, informes, preguntas y respuestas, ideas fuerza y/o reportajes) que se publicará en medios de comunicación masiva, redes sociales institucionales y otros espacios.
b) Desarrollar contenido audiovisual y gráfico (spots, fotografías, gráficas, infografías, los pódcast, reportajes, etc.)
c) Desarrollar plan de vocería para entrevistas, conferencias de prensa o actividades públicas.
d) Desarrollar un plan de estrategia digital y/o transmisiones en vivo mediante redes sociales.
e) Desarrollar activaciones, ferias y otros.

5.1.2. Campañas orgánicas: Son estrategias de comunicación digitales diseñadas para informar, educar y promover cambios de conducta, actitudes o prácticas en la ciudadanía o dar a conocer los servicios o acciones del Gobierno Regional de Ucayali. Sus contenidos son difundidos por medio de plataformas digitales institucionales (redes sociales, portales web, blogs, newsletter), sin que se realice un pago por la difusión de los mensajes.

5.1.3. Cuentas de redes sociales institucionales (unidades ejecutoras y no ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali: Son los espacios digitales de uso gratuito, que las entidades públicas han creado en las plataformas Facebook, X (antes Twitter), YouTube, Instagram, TikTok y otras, para interactuar con la población. Se caracterizan por ser canales directos para comunicarse con el ciudadano y porque la difusión de sus mensajes se realiza en tiempo real. Su uso para difundir mensajes puede ser gratuito (campañas orgánicas) o mediante un pago (campañas publicitarias). Los contenidos que difunden representan la información oficial y la posición de la institución ante temas relacionados a su sector u otros acerca de las acciones del Estado en el marco de los lineamientos de política del Gobierno Regional de Ucayali. Estos contenidos deberán ser, además, de interés para el ciudadano y contribuir a los objetivos comunicacionales de la institución.

5.1.4. Comunicación digital: Es el intercambio o transferencia de mensajes (información o conocimiento) a través de un entorno digital y haciendo uso de las herramientas digitales disponibles por la investigación y desarrollo tecnológico. Su amplio alcance multidireccional, multinivel y multicanal facilita la interacción bilateral en tiempo real y por diferentes vías al mismo tiempo.

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° GOBERNACIÓN

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° GERENCIA GENERAL

Gerencia Regional de Planeamiento y P. G.R.U. V°B°

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° IMAGEN INSTITUCIONAL

OFICINA REGIONAL DE ASESORÍA JURÍDICA G.R.U. V°B°

SUB GERENCIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL GRPP V°B°

5.1.5. ***Community manager* o administrador de redes sociales:** Es el encargado de crear perfiles y contenido en redes sociales, gestionar la actualización de los mismos y dinamizar las comunidades de usuarios, incentivando a la interacción y retroalimentación.

5.1.6. **Insignia de verificación (check azul):** Es el distintivo que confirma la autenticidad de la cuenta de una determinada red social y contribuye a dar mayor credibilidad y confianza a los usuarios interesados en una cuenta.

5.1.7. **Métricas:** Son aquellos datos expresados numéricamente que analizan el rendimiento de una determinada campaña de comunicación digital. Existen métricas cuantitativas (representan numéricamente las tasas de clics, tiempo en los sitios o recuentos de visitantes, o cualquier otra medida que se pueda contabilizar) y métricas cualitativas (indican cómo los usuarios consumen tus contenidos, cómo interactúan con ellos y qué interés muestran por el medio digital en cuestión). Estas últimas indican el nivel de fidelización de tu audiencia y qué nivel de relevancia se tiene en la ciudadanía.

5.1.8. **La oficina o área de comunicaciones y/o imagen institucional:** Es la unidad orgánica o subunidad responsable de diseñar, proponer e implementar, entre otras acciones, estrategias, campañas y acciones de comunicación y difusión de una unidad ejecutora o no ejecutora del Gobierno Regional de Ucayali.

5.1.9. **Pieza comunicacional:** Es el producto físico o digital que contiene un mensaje destinado a informar, orientar o persuadir a una audiencia, con el propósito de motivar una acción o conducta de importancia social.

5.1.10. **Plan de comunicación digital:** Es el plan de acción que establece las estrategias de comunicación que implementará la unidad ejecutora o no ejecutora para llevar a cabo una campaña orgánica y/o publicitaria de contenidos en medios digitales.

5.1.11. **Público objetivo:** El público objetivo es la audiencia segmentada sobre la base de criterios acordes a los objetivos de la campaña comunicacional o publicitaria.

5.1.12. **Roles de página:** Los roles de página son las responsabilidades y tareas específicas que se asignan a cada miembro del equipo de comunicación digital de la entidad. Cuando se crea una cuenta, automáticamente se asigna a la persona que la creó el rol de administrador de la página. Cada cuenta debe tener dos o tres administradores, para que la gestión de la misma no dependa de una sola persona. Solo los administradores de la página pueden asignar roles, agregar personas, cambiar los roles de otras personas y eliminar a las personas de la administración de la cuenta. Cada rol asignado significa accesos y permisos específicos para el manejo de la cuenta. Aunque Facebook tiene una gama de roles, en esta directiva solo nos referiremos al rol de administrador para fines de seguridad de las cuentas, considerando que este rol tiene acceso total y pleno a la página y su configuración. Los administradores de la página de Facebook son personas que mantienen vínculo temporal o permanente con la institución, en el caso de terceros sus TDR (términos de referencia) señalan específicamente las actividades que deben realizar en la administración temporal del fan page.

5.2. CRITERIOS GENERALES:

5.2.1. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, se crean en función a sus necesidades y prioridades, según el marco normativo y de acuerdo a lo establecido en la presente Directiva.

5.2.2. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, pertenecen al patrimonio digital del Estado Peruano, por lo que, su administración y contenidos deben tener siempre, como propósito y fines, el servicio al ciudadano (información, orientación y promoción para el cambio de comportamientos), así como dar a conocer los avances en los objetivos y metas institucionales.

5.2.3. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, se desarrollan en un entorno digital seguro y se gestionan con los criterios que se maneja la información oficial.

5.2.4. Solo los titulares de las oficinas de comunicaciones y/o imagen institucional de cada unidad ejecutora o no ejecutora autorizan crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales que les corresponde, en coordinación con el responsable del órgano o unidad orgánica de la cual depende. Asimismo, designan a la(s) persona(s) que se harán cargo de las mismas.

5.2.5. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, responden a una frecuencia y continuidad en sus publicaciones.

5.2.6. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, deben contar con insignia de verificación (check azul), y para ello deben cumplir con los procesos y criterios que ha establecido cada red social.

5.2.7. Las cuentas de redes sociales institucionales del Gobierno Regional de Ucayali, sólo seguirán a otras cuentas institucionales, medios de comunicación y autoridades de los tres poderes del Estado, autoridades internacionales y líderes de opinión.

VI. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

6.1. PARA CREAR LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES Y LA SEGURIDAD:

6.1.1. Para crear las cuentas de redes sociales:

6.1.1.1. La oficina o área de comunicaciones y/o imagen institucional de cada unidad ejecutora o no ejecutora, es responsable de crear, administrar y supervisar sus cuentas de redes sociales.

6.1.1.2. Así como, elabora un informe técnico justificando y sustentando la creación de cuentas de redes sociales en el interior de la institución, la estrategia para implementar de acuerdo al objetivo que busque los nombres de los responsables del manejo de las cuentas. El documento se remite al correo electrónico institucional del director de la Oficina de Tecnologías de la Información o quien haga de sus veces.

6.1.1.3. Los correos electrónicos, nombres de usuarios y contraseñas que administra la oficina o área de comunicaciones y/o imagen institucional de cada unidad ejecutora o no ejecutora, son entregados, bajo responsabilidad, con cargo y custodia al administrador de redes sociales institucionales o *community manager*. Esta responsabilidad se incluye formalmente en sus funciones de trabajo.

6.1.1.4. La creación de cuentas de redes sociales se realizará utilizando correos electrónicos institucionales. En caso existan cuentas de redes sociales creadas con correos electrónicos personales, deben realizar el cambio a correo electrónico institucional.

6.1.1.5. Toda página institucional se creará con un correo electrónico institucional. Se incluirá, además, como administrador de la página al titular de la oficina o área de comunicaciones y/o imagen institucional y a su segundo en funciones, para asegurar un buen traslado de la administración, en caso uno de ellos deje de pertenecer a la institución. La cuenta personal con la que se creó la página institucional no genera dependencia funcional ni vínculo de propiedad con la misma. No hay riesgo que la página quede inutilizable si la persona con cuya cuenta se creó ya no forma parte de la institución.

6.1.1.6. Adicionalmente, se agrega a la Oficina de Tecnologías de la Información dependiente de Secretaría General del Gobierno Regional de Ucayali, como administrador en el perfil de las cuentas institucionales (roles de página), para ampliar, más allá de la institución,

la cadena de seguridad que actúe ante situaciones de emergencia en la administración de la cuenta.

6.1.1.7. En materia de incidentes de seguridad digital, las cuentas de redes sociales de las unidades ejecutoras y no ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali, seguirán los lineamientos emitidos por Secretaría de Gobierno y Transformación Digital y por Decreto de Urgencia N° 007-2020, que aprueba el Marco de Confianza Digital y dispone medidas para su fortalecimiento.

6.1.1.8. Para dar mayor seguridad digital a las cuentas, los nombres de usuarios tendrán de 6 hasta 15 caracteres, en altas y bajas; se procurará que sean de fácil identificación, aplicando el criterio de uniformidad.

6.1.1.9. En la biografía de la cuenta incluirá la ubicación de la institución (unidad ejecutora o no ejecutora) y estará enlazada a una web oficial para evitar su uso fraudulento. Si al momento de abrir la cuenta existieran cuentas falsas o apócrifas de la entidad, se usará la extensión "oficial" de manera temporal hasta que se consiga eliminar las cuentas falsas o apócrifas.

6.1.1.10. Todas las cuentas de redes sociales llevarán como imagen de perfil (avatar) el logotipo del sector o institución, de acuerdo al Manual de Identidad Gráfica del mismo.

6.1.2. Para la seguridad de las cuentas de redes sociales:

6.1.2.1. Las cuentas de redes sociales tendrán activado el sistema de seguridad denominado "autenticación en dos pasos", que se encuentra ubicado en la configuración de cada red social.

6.1.2.2. Para mayor seguridad, las contraseñas se crearán utilizando mayúsculas, minúsculas, números y signos, formando una cadena impredecible de caracteres que no se asemejen a palabras o nombres.

6.1.2.3. Se recomienda crear contraseñas distintas para cada cuenta de red social que utilice el sector o la institución (unidad ejecutora o no ejecutora).

6.1.2.4. La custodia de las cuentas y contraseñas, así como los correos asociados a las redes sociales institucionales, estarán a cargo del administrador de las cuentas de redes sociales o community manager y del titular de la Oficina de Imagen Institucional o la que haga sus veces.

6.1.2.5. Para mayor seguridad, las contraseñas de las redes sociales y correos electrónicos asociados se modificarán con una frecuencia mensual.

6.1.2.6. No se compartirán las contraseñas de las cuentas de redes sociales a través de aplicaciones de mensajería instantánea. Solo se utilizarán los canales seguros y oficiales, como el correo electrónico institucional.

6.1.2.7. Está prohibido cambiar el nombre de usuario de la cuenta de red social y de la página, sin previa coordinación con el titular de la Oficina de Imagen Institucional o la que haga sus veces, bajo responsabilidad, con la finalidad de evitar el riesgo de perder la insignia de verificación (check azul) de la red social; para tal fin, deben utilizar el **Anexo I: Declaración Jurada del Acuerdo de Confidencialidad**, de la presente Directiva.

6.1.2.8. Se recomienda no ingresar a páginas web, enlaces sospechosos y software maliciosos desde los dispositivos con los cuales se administran las redes sociales institucionales, para evitar el posible hackeo a las cuentas.

6.1.2.9. Se recomienda no usar herramientas digitales para monitoreo o recolección de datos de dudosa procedencia en el mismo equipo en el que se administran las cuentas, ya que pueden contener malwares o causar ataques de phishing.

6.1.2.10. Durante la implementación de campañas publicitarias digitales, en las que se debe

otorgar accesos a las agencias de medios, se les asignará el rol de anunciante. También se les podrá brindar permisos desde el Business Manager, dando a la agencia el rol de socio con su ID (Identidad Digital). Es importante verificar que la agencia de medios no tenga permisos de campañas anteriores. El rol de anunciante se elimina una vez concluida la campaña.

6.1.2.11. El director de la Oficina de Imagen Institucional o la que haga sus veces, o la persona que este designe, supervisará mensualmente los permisos y roles de la página, a fin de verificar la vigencia de las mismas.

6.2. PARA ADMINISTRAR LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES:

6.2.1. Para administrar las cuentas de redes sociales:

6.2.1.1. El administrador de las cuentas de redes sociales o community manager es el responsable de generar, posicionar y sostener las relaciones de la institución con sus seguidores en el ámbito digital, de acuerdo a sus demandas de información y a la estrategia de comunicación de la institución.

6.2.1.2. El administrador es responsable de las cuentas de redes sociales o community manager y el director de la Oficina de Imagen Institucional o el que haga sus veces, tendrán acceso a las contraseñas, para no dispersar responsabilidades y evitar posibles hackeos o pérdida de accesos. La responsabilidad de la custodia de correos electrónicos, usuarios y contraseñas será parte de las funciones del administrador.

6.2.1.3. El jefe de la Oficina de Imagen Institucional o el que haga sus veces en la unidad ejecutora o no ejecutora, designa al administrador de las cuentas de redes sociales oficiales o community manager de la institución.

6.2.1.4. El administrador de las cuentas de redes sociales o community manager elaborará reportes con métricas cualitativas y cuantitativas en las que se detalle estadísticas y cifras del alcance, impacto, crecimiento de usuarios y demás datos que ayuden a realizar un análisis en mejora de las publicaciones.

6.2.1.5. Las personas que están a cargo de gestionar y administrar las cuentas de redes sociales institucionales, desarrollarán sus labores en el marco del Código de Ética de la Función Pública y las disposiciones administrativas aplicables.

6.2.2. De los contenidos en las cuentas de redes sociales:

6.2.2.1. Las cuentas de redes sociales de las entidades del Gobierno Regional de Ucayali se utilizan para orientar, informar y educar a la ciudadanía respecto de los servicios que el Estado ha puesto a su disposición, de las decisiones que toman sus autoridades; para sensibilizar y generar cambios de actitud en diferentes temas, así como para dar a conocer las acciones y avances de la institución en el marco de sus objetivos. Sus contenidos responden a la necesidad de información de la población y a la estrategia de comunicación de la institución evidenciada en su Plan de Comunicación Digital; según el **Anexo II: Estructura del Plan de Comunicación Digital**, de la presente Directiva.

6.2.2.2. El titular de la Oficina de Imagen Institucional el que haga sus veces, o la persona que designe, será responsable de validar y aprobar la publicación de contenidos en las redes sociales. Las iniciativas de contenidos pueden llegar de diferentes áreas o de cualquier miembro del equipo.

6.2.2.3. La redacción de contenidos referidos al estilo, tono, ortografía y uso de elementos multimedia estará de acuerdo con lo establecido en el Manual de Estilo de Redes

Sociales del Gobierno Regional de Ucayali.

6.2.2.4. Los contenidos de las cuentas de redes sociales se actualizan de manera constante y permanente; la periodicidad de publicaciones diarias dependerá de cada plataforma:
- **Facebook:** mínimo tres (3) post al día y con un margen de dos horas de diferencia entre publicación y publicación.
- **X (antes Twitter):** mínimo cinco (5) tuits al día.
- **Instagram:** mínimo una o dos veces al día.
- **TikTok:** mínimo tres veces a la semana.
- **YouTube:** mínimo tres veces a la semana.

6.2.2.5. El contenido publicado debe estar alojado en los sitios web correspondientes de cada institución, a fin de contar con un mayor respaldo y credibilidad respecto de la información proporcionada.

6.2.2.6. Está prohibido utilizar imágenes o lenguaje que pueda ser considerado ofensivo, discriminatorio, denigrante o difamatorio contra alguna(s) persona(s) o grupo social. Asimismo, se respetarán las normas de convivencia que aparecen en el **Anexo VI: Propuesta de normas de convivencia de redes sociales**, de la presente directiva.

6.2.2.7. Se respetarán los derechos de autor, la protección de datos personales, el honor de las personas y demás deberes y obligaciones contenidos en las normativas vigentes.

6.2.2.8. Los materiales gráficos realizados por terceros deberán indicar siempre la fuente y no alterar su contenido de forma y fondo.

6.2.2.9. Está prohibido hacer propaganda política, proselitismo, publicidad sobre algún bien o servicio privado en las cuentas de redes sociales de las instituciones (unidades ejecutoras y no ejecutoras) del Gobierno Regional de Ucayali.

6.2.2.10. Es obligación de las instituciones del Gobierno Regional de Ucayali dar estricto cumplimiento a lo dispuesto por el Jurado Nacional de Elecciones con respecto a la difusión de publicidad estatal en período electoral de acuerdo a la ley vigente.

6.2.2.11. La información que se difunda por medio de las cuentas de redes sociales de las instituciones del Gobierno Regional de Ucayali será considerada oficial, por lo que, deberá evitarse la publicación de información errónea, confusa, contradictoria o de fuentes no identificadas.

6.2.2.12. Las interrogantes que realicen los usuarios mediante las redes sociales serán derivadas a las áreas correspondientes para su registro y atención, conforme a Ley. La interacción con los usuarios debe ser autorizada por la Oficina de Imagen Institucional o la que haga sus veces en la institución.

6.2.2.13. No se bloquearán o eliminarán mensajes de los usuarios, es importante recoger la percepción y sentir del usuario mediante sus expresiones. Los mensajes agresivos, ofensivos y amenazantes se ocultarán o se denunciarán en la plataforma respectiva. El community manager solo tiene potestad de ocultar comentarios con contenido inapropiado y grosero que atenten contra la moral y respeto a los usuarios.

6.2.2.14. Los responsables del manejo de redes sociales deberán informar a sus superiores o a las instancias competentes acerca de los asuntos y temas relevantes que sean tratados por medio de las redes sociales y que puedan afectar la imagen de la institución.

6.2.2.15. Toda pieza gráfica, así como de audio y video, publicada por una cuenta institucional deberá estar alineada al Manual de Identidad Visual vigente del Gobierno Regional de Ucayali.

6.2.2.16. Las siguientes medidas de las gráficas varían según la plataforma, así como, su uso es de carácter obligatorio.
- **X (antes Twitter):** 1080x600
- **Facebook e Instagram:** 1080x1080
- **Historias de Instagram:** 720x1280

6.2.2.17. Antes de publicar fotografías y/o videos, se debe solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparecen en ellos. Si se utiliza una imagen que no ha sido producida por el propio equipo de comunicación del sector, se identificará y reconocerá la imagen original con los créditos correspondientes.

6.2.2.18. Las cuentas de redes sociales también se usarán para transmisiones en vivo de una organización o entidad externa del Gobierno Regional de Ucayali, solo si existe un convenio interinstitucional de por medio, o previa solicitud autorizada por el titular de la Oficina Imagen Institucional del sector. Estas transmisiones no deberán exceder de los 30 minutos. En caso se trate de eventos de mayor duración, solo se transmitirán los momentos más importantes.

6.2.3. De la transferencia de administración de las cuentas de redes sociales:

6.2.3.1. La transferencia de la administración de las cuentas de redes sociales institucionales es supervisada por el titular de la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali, quien cautela las contraseñas de las mismas, para un traslado ordenado y seguro de su administración.

6.2.3.2. Por seguridad y para preservar la formalidad del acto, se recomienda que el community manager que deja la administración de las cuentas entregue correos electrónicos, usuarios y contraseñas vigentes al titular de la Oficina de Imagen Institucional mediante el correo electrónico institucional, como parte de su entrega de cargo.

6.2.3.3. El titular de la Oficina de Imagen Institucional, deberá verificar la vigencia de los correos electrónicos, usuarios y contraseñas y las entregará al nuevo community manager bajo las mismas condiciones de seguridad que las tuvo su antecesor y como parte de sus funciones de trabajo.

6.2.3.4. Una vez establecidos los nuevos roles de página por el nuevo responsable de la administración de las redes sociales, se retirará de la administración al responsable anterior.

6.2.3.5. No se permite mantener en los roles de página a personal que ya no trabaje en el área de gestión de redes sociales de la institución. El titular de la Oficina de Imagen Institucional será responsable por dicha omisión.

6.2.4. De la difusión de contenidos de actos oficiales:

6.2.4.1. Las conferencias de prensa de la Gobernación, los mensajes (tuits, post y videos) se difunden bajo el liderazgo de las cuentas oficiales de redes sociales del Gobernador Regional y se publican primero en las cuentas oficiales de redes sociales de la Gobernación. Posteriormente, procederán a realizar su publicación las cuentas de redes sociales de las Direcciones Regionales, previa coordinación con la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali. Todo material audiovisual (fotos o videos) que se publica en redes sociales sobre las acciones referidas a la conferencia de prensa de la Gobernación Regional será coordinado con la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali para su posterior difusión.

6.2.4.2. En actividades y viajes del Gobernador Regional, Gerente General y de los directores regionales, cuando los gerentes, subgerentes y/o directores de oficinas participen en eventos o viajes a regiones con el Gobernador Regional o con el Gerente General, se tendrá en cuenta las indicaciones y disposiciones dadas respecto a publicación y difusión de los mensajes desde la Oficina de Imagen Institucional, así como, la secretaria del despacho de Gobernación.

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI - GOBERNACIÓN - V°B°

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI - GERENCIA GENERAL - V°B°

Gerencia Regional de Planeamiento y Pres. - G.R.U. - V°B°

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI - IMAGEN INSTITUCIONAL - V°B°

OFICINA REGIONAL DE ASESORÍA JURÍDICA - G.R.U. - V°B°

SUB GERENCIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL - GRPP - V°B°

6.3. PARA SUPERVISAR LAS CUENTAS DE REDES SOCIALES INSTITUCIONALES:

6.3.1. Todas las cuentas de redes sociales institucionales serán sometidas a ejercicios de evaluación sobre su actividad de manera mensual por parte de la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali, cuando esta lo considere necesario.

6.3.2. La Oficina de Imagen Institucional, remitirá trimestralmente a la Gerencia General del Gobierno Regional de Ucayali un informe con métricas cualitativas y cuantitativas, utilizando el **Anexo III: Estructura del informe trimestral sobre cuentas de redes sociales** de la presente Directiva, en las que muestre estadísticas y cifras de alcance, impacto, crecimiento de usuarios, interacciones y demás datos que ayuden a evaluar la eficiencia y eficacia de las cuentas de redes sociales implementadas.

6.3.3. Para tener un mayor impacto con las publicaciones institucionales, se recomienda a la unidad orgánica de Imagen Institucional del sector o institución, realizar a la interna reportes semanales y/o quincenales de tendencias de la audiencia de las plataformas, identificando los contenidos de más éxito, los horarios de mayor interacción y las conversaciones que se posicionaron para poder actuar proactivamente, realizando los ajustes correspondientes en el Plan de Comunicación Digital.

6.3.4. Se recomienda hacer un monitoreo diario de los mensajes que se difunden en las redes y tener la capacidad de ajustar el plan en base al momento y al contexto. Una publicación en el momento inadecuado puede ser contraproducente e incluso generar una crisis, por más que el contenido haya estado bien trabajado.

6.3.5. En el marco de la supervisión que la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali necesita realizar a la creación y gestión de herramientas digitales del sector o la que haga sus veces, informará al correo electrónico imagen.goreu@regionucayali.gob.pe de la Oficina de Imagen Institucional, la relación de cuentas oficiales en redes sociales de su sector o institución para conocimiento, utilizando el **Anexo IV: Relación de cuentas de redes sociales a cargo de los sectores**, de la presente Directiva.

6.4. DE LAS CAMPAÑAS MULTISECTORIALES DE COMUNICACIÓN DIGITAL:

6.4.1. La Oficina de Imagen Institucional o la que haga sus veces en la institución del sector, remite al correo electrónico gerencia.general@regionucayali.gob.pe de la Gerencia General del Gobierno Regional de Ucayali, su propuesta de campaña multisectorial de comunicación digital, utilizando el **Anexo V: Propuesta de campaña multisectorial de comunicación digital**, de la presente Directiva.

6.4.2. La Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali, por medio de la Coordinación de Comunicación Digital, revisa la propuesta y, en el marco de sus funciones, emite opinión técnica con aportes y sugerencias respecto a los criterios de necesidad de comunicación, viabilidad, durabilidad y exclusividad.

6.4.3. La coordinación e implementación de dicha campaña será liderada por el sector que realiza la propuesta y tendrá acompañamiento técnico de la Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS, TRANSITORIAS Y FINALES

PRIMERO: La Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali, emite opinión acerca del alcance e interpretación de las disposiciones de la presente Directiva.

SEGUNDO: La Oficina de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ucayali, en el marco de sus funciones, brinda soporte técnico, formula sugerencias y supervisa su implementación.

TERCERO: Mediante coordinación de comunicación digital, la Oficina de Imagen Institucional del

Gobierno Regional de Ucayali, elabora el directorio de redes sociales del Gobierno Regional de Ucayali, para lo cual, las oficinas de comunicación o imagen institucional o relaciones públicas de los sectores (unidades ejecutoras y no ejecutoras) remiten la información requerida utilizando el formato del **Anexo IV: Relación de cuentas de redes sociales a cargo de los sectores** de la presente Directiva, la cual deberá ser actualizada continuamente.

IX. ANEXOS:

Anexo I: Declaración Jurada del Acuerdo de Confidencialidad
Anexo II: Estructura del Plan de Comunicación Digital
Anexo III: Estructura del informe trimestral sobre cuentas de redes sociales
Anexo IV: Relación de cuentas de redes sociales a cargo de los sectores
Anexo V: Propuesta de campaña multisectorial de comunicación digital
Anexo VI: Propuesta de normas de convivencia de redes sociales

ANEXO I: DECLARACIÓN JURADA DEL ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Conste por la presente Declaración Jurada del Acuerdo de Confidencialidad para utilizar las cuentas de redes sociales institucionales u oficiales; los que suscriben:
El Titular de la Unidad Ejecutora _____, o Unidad No Ejecutora _____ del Sector _____, con RUC N° _____, con domicilio real en _____, distrito de _____, provincia _____, departamento de Ucayali, debidamente representado por _____, en adelante **el SECTOR**; y, la otra parte, el trabajador _____, con DNI N° _____, con domicilio real _____, distrito de _____, provincia _____, departamento de Ucayali, en adelante **el ADMINISTRADOR**; en los términos y condiciones que se desprenden de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: DE LAS PARTES
El SECTOR creó cuentas en diversas redes sociales, que tienen el carácter de oficial e institucional, por medio de las cuales suministra información con valor a la ciudadanía, cuyas publicaciones y actualizaciones se regulan en la Directiva N° 008-2025-GRU-GR-GGR-GRPP-SGDI "Disposiciones para crear, administrar y supervisar las cuentas de redes sociales de las Unidades Ejecutoras y No Ejecutoras del Gobierno Regional de Ucayali".

El ADMINISTRADOR, es el trabajador autorizado para administrar las cuentas de redes sociales oficiales e institucionales de la Unidad Ejecutora _____, o Unidad No Ejecutora _____ del Sector _____, que conforman el Gobierno Regional de Ucayali.

SEGUNDA: DE LA AUTORIZACIÓN Y OBLIGACIÓN
El ADMINISTRADOR está autorizado y obligado a mantener la reserva y debida custodia de los nombres de usuarios y las contraseñas proporcionada para usar las cuentas de redes sociales oficiales creadas del Sector, garantizando la seguridad de la información que en éstas se gestiona.

TERCERA: DEL ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD
En este contexto, **el ADMINISTRADOR** está obligado a los siguientes deberes de confidencialidad:

a) Hacer uso reservado de la información recibida, utilizándola solo para actualización y publicación de contenidos en las cuentas institucionales en redes sociales.
b) No divulgar, ni ceder total o parcialmente, la información confidencial o reservada proporcionada para el cumplimiento de sus funciones en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales. Igual deber se extiende a compartir, ceder o divulgar total o parcialmente los backup, resúmenes o copias de los contenidos en las cuentas oficiales institucionales en redes sociales.
c) No hacer uso personal de la información total o parcial, obtenida como operador o administrador en las cuentas institucionales en redes sociales.
d) No cambiar el nombre de la página y usuario de la cuenta, sin coordinación con el Titular de la Oficina de Imagen Institucional la que haga sus veces.
e) Estos deberes se extienden en el tiempo hasta _____ días calendarios adicionales, luego de concluido el vínculo de naturaleza laboral o civil.

En señal de conformidad, firmamos libre y voluntariamente, a los _____ días del mes de _____ del año _____

.....
EL SECTOR

.....
EL ADMINISTRADOR

ANEXO II: ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN DIGITAL

1. **Análisis**
   Se realizará un análisis respecto a ¿Cómo se gestionarán las redes sociales?, ¿Qué se quiere que vea tu público cuando te haya encontrado?, ¿De qué vas a hablar con tu público objetivo?, ¿Qué mensajes le harás llegar?, ¿Cuál va a ser tu tono?, ¿Cuáles son tus palabras clave (etiquetas)?

2. **Objetivos**
   ¿Qué objetivos se desea lograr por medio de las redes sociales? La respuesta debe abarcar los objetivos y las acciones de comunicación digital.

3. **Público Objetivo**
   Define tu público objetivo respondiendo a: ¿Quiénes son?, ¿Dónde están?, ¿Cómo hablan?, ¿Qué esperan de ti? Es importante segmentar el nicho de nuestro público para brindarles información.

4. **Mensaje**
   Su elaboración dependerá de lo que se va a decir, cómo lo vas a decir y por qué lo vas a decir, de acuerdo a la red social a utilizar.

5. **Estrategia digital**
   ¿Cuáles son las herramientas que vas a utilizar? y ¿Qué acciones en cada una de ellas? Se sugiere plantear nuevos formatos de contenidos, de corte utilitario y de interés para la ciudadanía y públicos a los que se va a dirigir.

6. **Herramientas de comunicación digital a utilizar**
   Los sitios o páginas web, blogs, redes sociales, boletines informativos o boletín de noticias y los podcasts.

7. **Las 4 C:** Contenido, Contexto, Conexión y Comunidad. Elaborar un plan de costeo por semana.
   - ¿Cómo conseguir fans, seguidores?
   - Storytelling
   - Publicidad
   - Relaciones Públicas
   - Integración en la web/blog... etc., etc.

8. **Indicadores**
   - ¿Qué puedes medir? Monitoriza relaciones / reputación online
   - Atención: tráfico, tiempo en la web, usuarios únicos, usuarios recurrentes...
   - Participación: comentarios en los blogs, vistas en YouTube, "me gusta" en Facebook...
   - Autoridad: citas a nuestra marca, menciones, links entrantes...
   - Influencia: seguidores, suscriptores por mail, sindicación de feeds, fans en Facebook, followers en X

9. **Recursos requeridos**

10. **Cronograma de implementación**

ANEXO III: ESTRUCTURA DEL INFORME TRIMESTRAL SOBRE CUENTAS DE REDES SOCIALES

1. **Facebook:** Las 10 mejores publicaciones de cada mes se deberán medir por los posts que obtuvieron el número de alcance más alto.

FACEBOOK (10 mejores publicaciones del mes) - MES 1					
N°	Alcance	Interacción	Engagement Rate Interacción x 100 / alcance	Fecha	Link de la publicación
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

2. **X (antes Twitter):** Las 10 mejores publicaciones de cada mes se deberán medir por los tuits que obtuvieron el número de impresiones más alto.

TWITTER (10 mejores publicaciones del mes) - MES 1					
N°	Impresiones	Interacción total	Engagement Rate Interacción x 100 / impresiones	Fecha	Link de la publicación
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

3. **YouTube:** Los 10 mejores videos de cada mes.

YOUTUBE (10 mejores videos del mes) - MES 1				
N°	Visualizaciones	Duración promedio de visualizaciones	Fecha	Link del video
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				

4. **Instagram:** Las 10 mejores publicaciones de cada mes.

INSTAGRAM (10 mejores publicaciones del mes) - MES 1					
N°	Impresiones	Interacción total	Engagement Rate Interacción x 100 / impresiones	Fecha	Link de la publicación
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

5. **TikTok:** Las 10 mejores publicaciones de cada mes.

N°	Visualizaciones	Interacción	Tiempo promedio de visualización	Alcance	Fecha	Link del video
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

ANEXO IV: RELACIÓN DE CUENTAS DE REDES SOCIALES A CARGO DE LOS SECTORES

1. Nombre de la Unidad Ejecutora o Unidad No Ejecutora
2. Nombres y apellidos del responsable o responsables de las cuentas y número de teléfonos celulares
3. Correo electrónico que se utiliza para gestionar la cuenta
4. Redes sociales en las que se abrió la cuenta
5. Denominación de la cuenta
6. Descripción de la cuenta
   Objetivos
   Público objetivo
   Funciones
7. Tipo de contenido que difunde la cuenta

EN EL CASO PROPONE CREAR CUENTAS EN REDES SOCIALES:

1. Nombre de la Unidad Ejecutora o Unidad No Ejecutora
2. Nombres y apellidos del responsable o responsables de las cuentas y número de teléfonos celulares
3. Correo electrónico que se utilizará para gestionar la cuenta
4. Redes sociales en las que se abrirá la cuenta
5. Denominación de la cuenta (un par de propuestas)
6. Descripción de la cuenta
   Objetivos
   Público objetivo
   Funciones
7. Tipo de contenido que difundirá la cuenta

ANEXO V: PROPUESTA DE CAMPAÑA MULTISECTORIAL DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Nombre de la Campaña	Sectores participantes	Público objetivo	Mensaje	Redes sociales a utilizar	Inicio de difusión	Término de difusión

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° GOBERNACIÓN

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° GERENCIA GENERAL

Gerencia Regional de Planeamiento y Pptto. V°B° G.R.U.

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI V°B° IMAGEN INSTITUCIONAL

OFICINA REGIONAL DE ASESORÍA JURÍDICA V°B° G.R.U.

SUB GERENCIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL V°B° GRPP

ANEXO VI: PROPUESTA DE NORMAS DE CONVIVENCIA DE REDES SOCIALES

El Gobierno Regional de Ucayali mediante sus cuentas en redes sociales, promueve y garantiza una convivencia respetuosa y armoniosa con sus usuarios, por lo tanto:

a) Evita conflictos y comentarios negativos que puedan afectar a cualquier usuario y atentar contra su honor, intimidad y propia imagen.
b) Crea un ambiente agradable para las intervenciones entre el autor principal de la cuenta y sus contactos.
c) Reconoce y aprecia la intervención de los seguidores, agradeciendo los posts y contenidos publicados, especialmente aquellos que agregan valor a la cuenta
d) institucional.
e) Respeta la privacidad de los demás no publicando contenido privado extraído de cuentas personales sin el consentimiento de sus autores.
f) Las cuentas institucionales tienen la potestad de utilizar los sistemas de denuncia que brindan las redes sociales, si fuera necesario, en los casos que un usuario no cumpla con las normas de convivencia de su comunidad digital.
g) Evita el cyberbullying.
h) Modera las críticas hacia otras personas. Tu libertad de expresión termina donde comienzan los derechos de los demás. Si atentas contra el honor o intimidad de una persona puedes cometer un delito.
i) Utiliza etiquetas positivas. No utilices etiquetas que resulten ofensivas para otras personas.

OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL
GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI