



RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD PARA EL USO DE REDES SOCIALES

1. Introducción
2. Cuidado de la información personal
 - a. Publicaciones personales
 - b. Cuentas institucionales
3. Aspectos tecnológicos
4. Aspectos legales
5. Uso adecuado de redes sociales en la UADY

1. INTRODUCCIÓN.

Resulta difícil ya para muchos acordarse de aquella época de internet en la que las redes sociales no existían. Desde la llamada socialización de la Web, las aplicaciones y herramientas con un componente social adquirieron un protagonismo innegable que hace que millones de personas se conecten cada vez más a través de estos espacios. La Web se torna humana, la información ya no se distribuye unidireccionalmente y las conexiones entre individuos se multiplican: las personas tienen mayor poder de participación.

Los beneficios de las redes sociales son evidentes. Ante todo, pueden ser una herramienta académica eficaz para difusión masiva de información, e invaluable para promover a la Institución y se puede orientar a servicios sociales y de interés para la IES. Pueden elevar el prestigio de la Institución, pero también afectarlo, observamos que muchos jóvenes académicos y alumnos crecieron con Internet; por lo que limitar el uso de las redes sería restrictivo.

No obstante, si bien es cierto que las Instituciones pueden beneficiarse al usar las redes sociales para promocionar sus servicios y que sitios como Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram ya son inseparables del uso comercial moderno, los riesgos del uso descontrolado de las redes sociales son evidentes.

Al igual que otras instituciones, la UADY ha optado por entrar al mundo de las redes sociales, marcando los límites y objetivos que le ayudan a desempeñar mejor su actividad académica y tener un plan de acción. Porque en las redes sociales no todo tiene valor, no todo es comunicable, y hay contenidos que pueden ser irrelevantes para nuestra audiencia o incluso dañinos para nuestra actividad.

Se mencionan brevemente las características generales de dos de las redes sociales actuales:

TWITTER. Es un conector, un acelerador de enlaces e información. Si una marca o negocio no está en Twitter, ocupará otro lugar.

FACEBOOK. La red social de Mark Zuckerberg es un lugar imprescindible para toda empresa que quiera promocionar sus servicios o productos y además estar cerca de sus usuarios para conversar con ellos. Facebook, en términos generales, tiene tres tipos de presencia en su red social, si bien no todas las opciones son válidas para las empresas:

Perfiles: destinado a personas físicas

Grupos: Pueden ser abiertos o cerrados y están destinados a unir bajo el paraguas de un tema común a múltiples empleados.

Páginas: abiertas están destinadas a la promoción de marcas, negocios, artistas, organizaciones, etc.



2. Cuidado de la información personal

a. Publicaciones personales

Los empleados, el capital humano son el motor de la actividad de cualquier organización, tienen una vida fuera de la organización que, en determinados casos puede que no encaje con la filosofía de la empresa o con la imagen de la misma.

Al ser cuentas de carácter personal, la Institución no tiene ningún derecho a pedirle a un empleado que cierre su cuenta en Twitter o su perfil de Facebook. Sin embargo hay una delgada línea que se debe trazar y un equilibrio que se debe mantener para separar las opiniones personales de la postura oficial de la Institución.

A nivel de información, las publicaciones personales pueden representar inseguridad de datos personales. Como son: publicación de imágenes impropias, bullying, posible suplantación de identidad a personal directivo, académico, investigador, administrativo de la Institución. Posiblemente utilizado para ofender, amenazar, mofarse o difamar a personal de la Institución.

¿Entonces a quién pertenece la cuenta? ¿Al empleado o a la Institución?, otra pregunta que nos es nada fácil de responder puesto que algunas políticas empresariales parecen asociar las cuentas en redes sociales a herramientas de trabajo. Existen varios casos reales donde la propiedad de la cuenta no ha quedado clara y las empresas se han visto perjudicadas.

Como conclusión debe primar el sentido común aunque los empleados son libres de tener cuentas en las redes sociales que quieran y a título personal deberían ser libres de comentar lo que quisiese. Dado que utilizan el nombre de la Institución, por ejemplo en la descripción de su perfil, para darse cierta notoriedad y ganar solvencia en sus opiniones, los empleados deberían poner al menos cierta coherencia a su actividad y evitar poner a la Institución en un aprieto o conflicto por un comentario desafortunado y, lógicamente intentar no autoproclamarse portavoces de la institución, dejando claro que hablan a título personal.

b. Cuentas institucionales

Se recomiendan considerar al menos las siguientes características para las cuentas Institucionales:

Contenido de calidad. Los usuarios quieren ver cosas interesantes de una forma divertida.

Respuesta rápida. La buena imagen dependerá de la rapidez a la hora de responder las demandas.

Rápida adaptación. Las redes sociales cambian y rápido.

Identidad. Las cuentas institucionales tienen que tener una clara identidad

Objetivos. La cuenta en redes sociales de la institución debe tener objetivos claros.

3. Aspectos tecnológicos

El panorama tecnológico indica que el malware sigue creciendo de forma exponencial a la vez que aumentan los riesgos de seguridad derivados de la distribución de amenazas a través de las redes sociales cada día

El uso de las Redes Sociales por parte de los alumnos y profesores es una de las primeras preocupaciones del personal de IT. El evitar infecciones por malware que utilizan estas plataformas para distribuirse es la principal razón que les ha llevado a implementar políticas en algunos casos restrictivas.

Las redes sociales tienen un costo para la Universidad si se considera el ancho de banda que consumen y las horas laborales empleadas en su uso y el tiempo empleado para la atención de problemáticas relacionadas con incidentes en redes sociales.



4. Aspectos legales

Las redes sociales se han convertido en un distractor para algunos empleados, por ellos es recomendable su utilización para uso personal fuera de la institución.

Para cualquier institución es complejo controlar si lo que se publica es "adecuado" y en consecuencia sancionar a los empleados que rompen las reglas, ya que no puede supervisar lo que hacen los empleados en sus tiempos libres y desde dispositivos personal.

El empleado debe considerar que lo que uno escribe en un dominio público como Facebook es diferente de lo que se dice en una sala con personas de confianza: mientras que una situación es privada, en la otra sus palabras podrían repetirse un millón de veces, fuera de contexto, y poner su empleo en peligro, no porque tenga una opinión sino por haber afectado el prestigio de la empresa.

Recomendaciones

Como empleado, tenga presente que representa a la Institución
Nunca divulgue información confidencial: esto constituye una violación de la confidencialidad
No critique a la administración, a los colegas o las actividades de la Institución
No difunda rumores de oficina
No critique a los alumnos.
No publique videos tontos de la Institución
En resumen, no publique nada que pueda afectar el prestigio de la Institución.

Como afirma Fergal Dowling, un especialista en leyes laborales de Irwin Mitchell Solicitors, "el abuso de las redes sociales puede ser causal de sanciones, que incluyen la rescisión de contrato, según el nivel de abuso y las políticas aplicadas por la empresa".

Las Instituciones cada vez más cuentan con políticas para redes sociales que cubren el acceso y el uso adecuado en el ámbito laboral, agregando nuevos términos en las políticas de confidencialidad que cubren el uso de redes sociales por parte de los empleados, tanto en privado como en el trabajo. Hasta que exista legislación que cubra estas cuestiones, las empresas estarán obligadas a crear sus propias reglas y decidir si los comentarios negativos hechos por empleados causan problemas lo suficientemente graves como para justificar el despido o una sanción disciplinaria.



Uso adecuado de las Redes Sociales en la UADY

- La Coordinación administrativa de Tecnologías de Información ofrece el servicio de difusión automática de contenidos a través de redes sociales. Las secciones del portal que se difunden por redes sociales son las de "Convocatorias y Avisos" y "Eventos" del Portal Institucional (<http://www.uady.mx>).
- Las cuentas administradas por la Coordinación son

Facebook: www.facebook.com/uady.mx

Twitter: @uady_mx

- Los recursos de red destinados al acceso de las redes sociales deben ser definidos por parte de la Dependencia. Con base en estas decisiones, la CATI apoyará en la aplicación de políticas de acceso en las tecnologías.
- Las cuentas en Redes Sociales de las Dependencias serán responsabilidad de las mismas.
- Las cuentas de Facebook de las Dependencias usadas para difusión deberán ser de tipo "Fan Page", siendo que las cuentas de tipo personal requieren la confirmación "de amistad" por cada usuario que quiera seguir los contenidos divulgados.
- Las cuentas deberán tener asignado un responsable técnico y un responsable de la información que ahí se difunda. Es responsabilidad de este último que la información divulgada sea pertinente para la comunidad, y cumpla con las leyes aplicables de privacidad y datos personales.
- Las imágenes de perfil de las cuentas creadas, deberán contener elementos de la imagen institucional universitaria como son los colores y el escudo.
- No se recomienda usar las redes sociales para compartir material educativo (envío de tareas, almacenar material de asignaturas, etc) toda vez que la Universidad cuenta con herramientas enfocadas a esta tarea, como es el Sistema de Educación en Línea (<http://sel.uady.mx/>).
- Se deberá agregar la información de la o las cuentas usadas por la Dependencia como parte del Catálogo de Servicios del Directorio Universitario en el Portal Institucional, a través el Sistema de Actualización de Directorios (<http://www.sad.uady.mx>).
- Para fines de seguridad, las contraseñas de redes sociales deben incluir frases difíciles de adivinar y combinar letras mayúsculas y minúsculas, números y caracteres especiales. Asimismo, las contraseñas deberán ser diferentes para cada cuenta, de esta manera, incluso si una cuenta es comprometida, las demás estarán a salvo.
- La Dependencias deberán adoptar una buena política de uso de redes sociales en un ambiente académico a fin de disminuir riesgos para su comunidad.



UADY

SECRETARÍA GENERAL

COORDINACIÓN
ADMINISTRATIVA
DE TECNOLOGÍAS
DE INFORMACIÓN

- La Dependencias deberá contar con programas concientización en seguridad para los alumnos y profesores sobre los riesgos así como las principales tácticas empleadas por los cibercriminales usando redes sociales.

REFERENCIAS

[1] 2 abril de 2009, Universidad de Melbourne

[2] Estudio de Seguridad IT en colegios en USA, realizado por Panda Security

[3] Políticas de seguridad informática de la Red de Seguridad en Cómputo Sur-sureste de la ANUIES

[3] Paván Bárbara, et. Al. Las mejores prácticas en redes sociales para empresas