




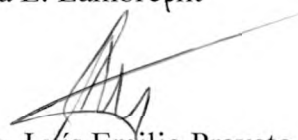
Sede Atlántica - Abogacía

TRABAJO FINAL DE GRADO.-

EL ESTADO como USUARIO de REDES SOCIALES –

Aspectos Legales.-


Alumna: Ana E. Lambrecht


Director: Mg. Luis Emilio Pravato

Año 2016

I. INTRODUCCIÓN.-

Estando inmersos en la tan mencionada Sociedad de la Información, reconocida como “la creciente capacidad tecnológica para almacenar informaciones y hacerlas circular cada vez de forma más rápida y con mayor difusión. Esa sociedad de la información surge como consecuencia de la implantación de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) en las relaciones sociales, culturales y económicas de las comunidades, eliminando las barreras del espacio y del tiempo en ellas y facilitando una rápida y eficaz comunicación.”¹ Se puede entender el fenómeno de cambio que social, cultural y económicamente se percibe en la actualidad.

En este contexto, el surgimiento de las plataformas virtuales han traído aparejados cambios significativos en la vida humana, modificando sustancialmente la forma de reacción, relación y comunicación de las personas.

El relevante crecimiento y expansión de las redes sociales a nivel mundial dan la pauta clara de un fenómeno que no se puede perder de vista y es absolutamente necesario su estudio desde una mirada interdisciplinaria, por su complejidad multifasética en el desarrollo de las relaciones humanas.

El advenimiento de las redes sociales y la masificación del uso de las mismas, particularmente en Argentina, ha llevado a los organismos del Estado a verse en la necesidad de compartir mediante ellas, información pública y de gestión, haciéndose cada vez más presentes en estas nuevas plataformas virtuales.

Desde una concepción administrativa, las redes sociales son concebidas como mecanismos que facilitan el acceso a la información pública por parte de los

¹ Fernandez Delpech, Horacio, Manual de Derecho Informatico, ed. Abeledo Perrot. 2012

ciudadanos. Por un lado facilitan, posibilitan y masifican el acceso a la información pública y por el otro dan un viso de transparencia y efectividad en las actividades de los Organismos, lo que resulta atractivo para estos en su gestión de gobierno.

Las ventajas que se visualizan al utilizar redes sociales, parecen a simple vista ser claras y múltiples, pero asimismo su uso trae aparejado ciertos conflictos jurídicos, dado que, para hacer uso de las redes sociales, es necesario adherir a un contrato con cláusulas preestablecidas, las cuales a priori pueden ir en contra de ciertos principios aplicables a la Administración Pública.

La proliferación de las redes sociales y su creciente utilización en el ámbito público ha hecho que investigadores presten especial atención a este fenómeno, muchos de ellos parten de una visión de ventajas o desventajas desde una perspectiva puramente administrativa y de gestión de gobierno. Sin embargo no se visualizan análisis con enfoque jurídico en este campo, que refieran específicamente a analizar el uso de las redes sociales en el Estado en referencia al sistema normativo argentino. En lo que atañe a este trabajo se prevé realizar un examen legal referente a la utilización de redes sociales por parte del Estado en cualquiera de sus formas y niveles.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio estará enfocado al análisis del ordenamiento jurídico argentino vigente y su aplicación específica al uso de redes sociales por parte del Estado. Además se pretende la observación por un lado de la cantidad de usuarios de las diversas plataformas virtuales en las que el Estado está presente a través de las cuentas oficiales de sus diferentes Organismos; y por otro la relevancia que éstas adquieren a partir de la cantidad de personas que la utilizan en cuanto a su relación con la cantidad de habitantes de Argentina.

En esta presentación se aspira a hacer un análisis del uso de las redes sociales, particularmente en el Estado analizando el caso específico del Estado Argentino.

Para concretar el objeto del trabajo, se propone dar una definición conceptual del término redes sociales, dado que se considera oportuno partir de la base que cuando se nombra un concepto, todos entienden lo mismo a los efectos de esta presentación, como así también permitirá comprender las funcionalidades que tienen estas surgentes plataformas virtuales.

Posteriormente se hará un análisis exhaustivo de las condiciones de adhesión, como así también las pautas y aspectos generales de uso establecidos en los contratos de adhesión de cada una de los medios sociales. Este análisis resulta necesario para el ulterior desarrollo del trabajo de investigación que se propone. Al analizar cada una de las pautas y desmembrarlas de los contratos en general, se podrán vincular de una forma más clara con el estudio legal que se realizará luego.

Para concretar el objeto del presente trabajo se analizará el régimen jurídico argentino desde una concepción amplia, integral y abarcativa, en aplicación a cada una de las cláusulas establecidas en los contratos de las plataformas virtuales, particularmente aquellas que tengan injerencia directa en los efectos jurídicos entre el Estado y los administrados. Asimismo, se tiene como finalidad última determinar si el sistema normativo argentino contempla el uso de redes sociales por parte del Estado o si éste se debe adecuar, modificar o crear para adaptarse a la nueva realidad. En este último caso, si es necesaria una adecuación o modificación, establecer cuáles deberían ser los lineamientos generales a seguir para poder cumplir con el fin último del Estado que no es más que velar por el cumplimiento de la legalidad en vista al bienestar social.-

II. HACIA UN CONCEPTO DE REDES SOCIALES

Normalmente se hace referencia a conceptos presumiendo que todo interlocutor comprende acabadamente de que se trata, sin embargo este trabajo, partirá describiendo conceptos, cuyo entendimiento previo, resulta necesario para la comprensión correcta del análisis a realizarse con posterioridad.

En efecto, se puede definir una red social como *“un medio de comunicación social que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea. Están formadas por personas que comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen intereses y actividades en común, o están interesados en explorar los intereses y las actividades de otros”*.²

Por su parte, Tomeo se refiere a ellas identificándolas como *“...Sitios de Internet (plataformas informáticas) que permiten a los usuarios mostrar su perfil, subir fotos, contar experiencias personales, chatear con sus amigos y, en general, compartir e intercambiar contenidos de todo tipo (información, opiniones, comentarios, fotos y videos)”*.³

Es posible decir entonces que estos sitios del espacio virtual que se constituyen como un vehículo de comunicación social, tienen como objeto el compartir e intercambiar contenidos con otras personas estableciendo una relación libre en Internet.

En el entorno digital aparecen diversas redes sociales, a nivel mundial hay algunas que se han hecho popularmente muy conocidas y en la actualidad son las que se tornan más relevantes en cuanto a la cantidad de usuarios que tienen y a las recaudaciones económicas que perciben. Entre ellas se pueden mencionar, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Snapchat, Periscope, Whatsapp, LinkedIn, Google Plus, Foursquare, etcetera.

² http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_red_social

³ TOMEO, Fernando. Las redes sociales y su régimen de responsabilidad civil, ed. La Ley. 2010.

En mayor o menor medida, las redes sociales adquieren popularidad y su función ya no se limita a la de ser meros canales de comunicación, sino que su utilización puede ser analizada desde muchas fases, como puede ser desde lo técnico por la incalculable circulación de información, desde lo económico por la generación continua de dinero que la circulación de datos e información genera; también desde lo psicosocial por el sentido de pertenencia y la necesidad que genera el tener que estar presente utilizando redes sociales ya sea para crear lazos con personas tanto conocidas como desconocidas del mundo entero, generando vinculaciones sociales, laborales, personales, etc.

III. CLÁUSULAS DE CONTRATACIÓN DE LAS REDES SOCIALES.

En este apartado se pretende realizar un análisis de las cláusulas generales de uso de las redes sociales, que luego serán analizadas en particular aplicadas al caso concreto de estudio que tiene que ver con el uso de las plataformas virtuales en el ámbito de las Administraciones Públicas.

En el presente trabajo se analizarán específicamente las cláusulas de contratación de Facebook y Twitter, porque sus lineamientos generales y específicamente sus condiciones de contratación⁴, que es lo que importa a los efectos de este análisis, no guardan significantes diferencias con el resto de las redes sociales, además de ser las plataformas virtuales en las que se visualiza mayor presencia de cuentas pertenecientes al Estado.

Con respecto a Facebook, se ha convertido en la red más importante en número de usuarios y rentable del mundo, contando en la actualidad con más de mil millones de

⁴ Condiciones de Contratación Twitter: <https://twitter.com/tos>, Declaración de Derechos y Responsabilidades de Facebook <https://www.facebook.com/about/privacy/>

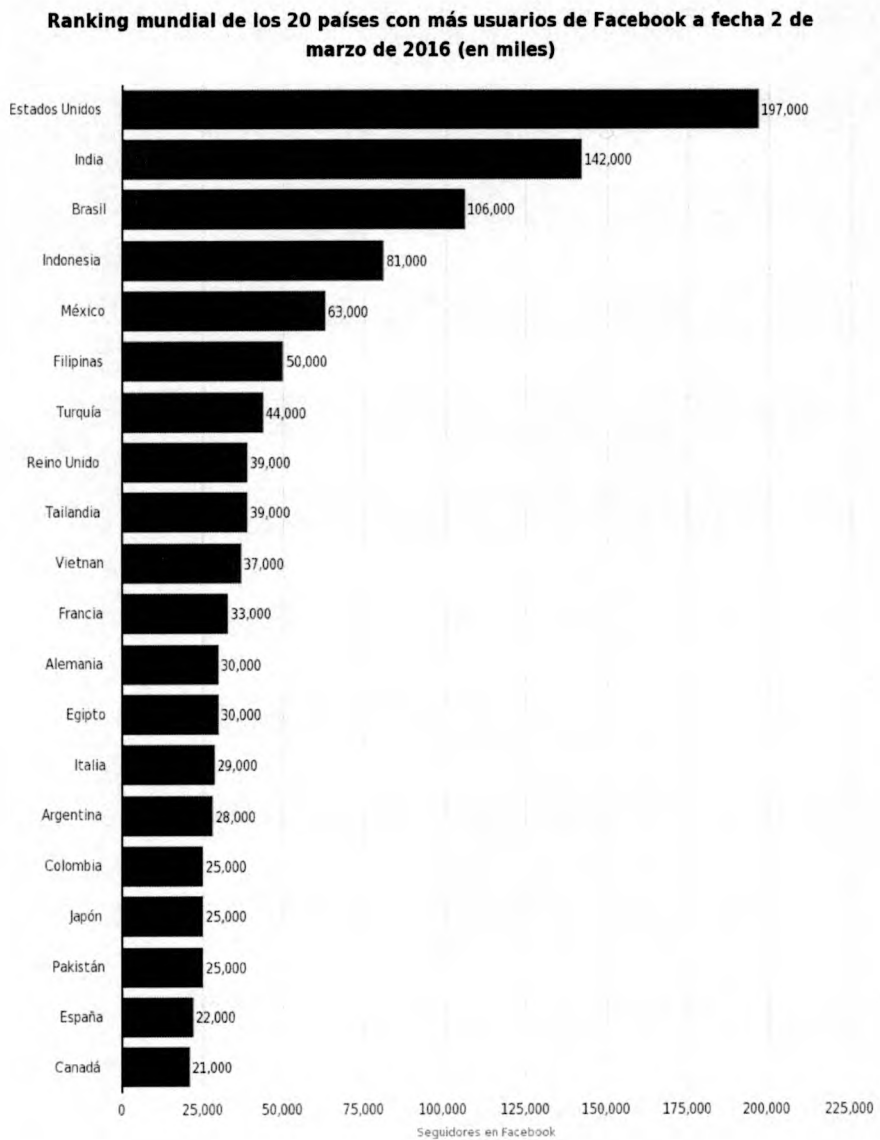
usuarios⁵ y teniendo una valuación en el mercado de capitales en más de US\$ 367.000 millones⁶.

La presencia y uso de esta red social en Argentina, hizo que la empresa fundara en el año 2011, Facebook Argentina S.R.L., contando en la actualidad con aproximadamente 28 millones de usuarios registrados en el país, lo que es una evidencia clara de la relevancia que esta red tiene en cuanto a su alcance y expansión en el territorio argentino, dado que alcanza a más del 50% de la población, y como se puede ver en el siguiente gráfico, ubica a Argentina dentro de los veinte países en el mundo con mayor cantidad de usuarios de Facebook y el segundo país de la región, ubicándose después de Brasil⁷.

⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

⁶ <http://www.eleconomista.es/empresa/FACEBOOK>

⁷ Fuente: Estudio Owloo, disponible en <https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/>



El poder y crecimiento de esta plataforma virtual se centra en el almacenamiento de información y datos personales, lo que le permite además la creación de algoritmos para determinar las preferencias de sus usuarios y establecer las publicidades direccionadas al consumo.⁸

⁸ TOMELO, Fernando. Redes Sociales y Tecnologías 2.0, 2ª Edición, ed. Astrea. Buenos Aires. 2014.

La relación jurídica del usuario con la red social se va a formar mediante un contrato de adhesión, donde el usuario acepta un conjunto de declaraciones ya determinadas por la empresa. En este contexto, como el contrato ha sido redactado unilateralmente, el usuario no tiene la posibilidad de negociar ninguna de las estipulaciones establecidas en él.

Al contratar Facebook, el usuario acepta un contrato de adhesión compuesto por varios documentos complementarios, en los que se establecen las pautas generales de uso, entre ellas se encuentran: la Declaración de Derechos y Responsabilidades de los Usuarios; Política de Datos, describe el tipo de información que es recopilada por la red social, como así también la forma que la misma será usada y compartida; Condiciones de pago, estableciendo las normas aplicables a los pagos realizados a través de la plataforma; Normas de la plataforma; Políticas de publicidad, Promociones y Recursos referentes a la marca; Condiciones y Normas de la página. Cada uno de estos documentos son aceptados por el usuario al crear su cuenta en la red social, mediante un click y muchas veces sin ser percatados de ello.

Como se mencionó, Facebook cuenta con la Declaración de Derechos y Responsabilidades de los Usuarios (DDR)⁹, (de acuerdo a la última actualización con fecha de 29 de septiembre de 2016), la que resulta pertinente analizar con mayor detenimiento dado que establece las pautas generales de uso de datos aportados a la plataforma virtual, licencias concedidas, aspectos legales y de jurisdicción aplicable; aspectos sumamente relevantes a los efectos de esta presentación.

Al aceptar la DDR y los documentos complementarios, el usuario:

- Se adhiere automáticamente a las cláusulas establecidas en los mismos.

⁹ Disponible en <https://www.facebook.com/legal/terms>

- Da su consentimiento para que sus datos sean transferidos y procesados en Estados Unidos. Conforme lo establecido en la sección 16 – 1 de la Declaración.
- Cede a Facebook una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de derechos de autor, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de propiedad intelectual que sea publicado en Facebook. La licencia finaliza cuando se elimina el contenido, salvo que haya sido compartido con terceros y no hayan sido eliminado. En efecto la DDR indica
- Cuenta con un aplicativo para denunciar contenidos ilegales, baja de perfiles falsos o publicidad engañosa, que son dados de baja previo análisis.
- Tiene la obligación, en cuestiones de derechos de propiedad intelectual, de cumplir las leyes aplicables, específicamente la Digital Millenium Copyright Act y la Video Privacy Protection Act, de Estados Unidos.
- Se establece la exención unilateral de responsabilidad por parte de Facebook. En lo que respecta a esta situación, la Sección 15 establece: *“intentamos mantener facebook en funcionamiento, sin errores y seguro, pero lo utilizas bajo tu propia responsabilidad... No seremos responsables de pérdidas de beneficios ni de otros daños emergentes, especiales, indirectos o accesorios derivados de esta declaración de facebook o relacionados con ella, aunque se haya avisado de la posibilidad de que se produzcan dichos daños. Nuestra responsabilidad conjunta derivada de la presente declaración o de facebook no podrá sobrepasar la cantidad de cien dólares (100 usd) o, si es mayor, el importe que nos hayas abonado en los últimos doce meses. Las leyes aplicables podrían no permitir la limitación o exclusión de responsabilidad por daños accesorios o emergentes, por lo que la limitación o exclusión anterior podría no ser aplicable en tu caso. En tales casos, la responsabilidad de facebook se limitará al grado máximo permitido por la ley aplicable.”*

■ Se somete a jurisdicción para dirimir conflictos en el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito del Norte de California o en un tribunal estatal del condado de San Mateo.¹⁰

Todas las cláusulas descritas, como ya se mencionó, son aceptadas por el usuario al registrarse en la red social, y, en principio, debieran ser cumplidas por este sin poder oponerse a ellas.

En lo que respecta a Twitter, es una red social con una importante suma de adherentes y se ha convertido en otras de las redes sociales líderes de la web, por su capacidad de sumar diariamente usuarios, por las recaudaciones monetarias y por la valuación económica que tiene. Actualmente esta red social cuenta con aproximadamente un total de 320 millones de usuarios en el mundo, de los cuales aproximadamente 11,8 millones son usuarios argentinos¹¹.

En cuanto a las políticas de privacidad y cláusulas de uso de Twitter coinciden en líneas generales coinciden y no guardan mayores diferencias con las establecidas en los contratos de Facebook y analizadas anteriormente.

Las Redes Sociales, como Instagram, Snapchat, Youtube, establecen pautas de contratación que establecen principios similares a los establecidos en la Declaración de Derechos y Responsabilidades de Facebook, en cuanto lo referente a jurisdicción, cesión de derechos de contenidos, derechos de propiedad intelectual, protección de datos y exenciones de responsabilidad. A los efectos del presente trabajo, no resulta relevante analizar cada una de ellas en particular, dado que son coincidentes con las estudiadas.

¹⁰ Autores como TOMEIO han realizado análisis in extenso de las políticas de contratación de Facebook. TOMEIO, 2013.

¹¹ Según informó el vicepresidente de la empresa para América latina. En <http://www.infotechnology.com/online/Twitter-tiene-118-millones-de-usuarios-en-la-Argentina-20160314-0001.html>

Todas las cláusulas del contrato de adhesión para acceder al uso de redes sociales que se apuntaron como mas relevantes, como principio general del derecho, son ley para las partes, dado que ha habido una aceptación de parte del usuario. Sin embargo, al estudiarlas en profundidad hay determinadas cláusulas que no resultarían aplicables al usuario de acuerdo a lo establecido en el sistema jurídico argentino por aplicación del artículo 42 de la Constitución Nacional y la ley 24240 que tutelan derechos y responsabilidades de los consumidores y usuarios en las relaciones de consumo.

IV. - USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL ESTADO.-

Habiendo definido el concepto de redes sociales y estudiado las cláusulas generales de los contratos de adhesión al uso, lo que permite tener un panorama de la funcionalidad de estas plataformas virtuales, es posible a partir de esta base comenzar con el análisis de la utilización de éstas por parte de las administraciones públicas en cualquiera de sus formas y niveles.

El surgimiento de las redes sociales y su imponente y continuo crecimiento, principalmente en cantidad de usuarios, ha llevado inevitablemente a que el Estado se vea en la profunda necesidad de estar presente en estas plataformas a través de sus diferentes organismos.

Este fenómeno no ha escapado de la mirada de estudiosos y académicos que se han dedicado a analizarlo para intentar entender, por un lado la necesidad de que tienen los Estados de incorporarse a estas redes y por el otro el impacto social, político y económico que su utilización trae aparejado.

Se han realizado múltiples estudios sobre el impacto del uso de las redes sociales en las administraciones públicas, entre los que se pueden mencionar, Calderón 2008, Criado y Rojas 2012, Valenti y otros 2015, Criado y otros 2015, entre otros. Todos ellos coinciden en las incalculables ventajas que han traído aparejado el surgimiento de las plataformas virtuales en el ámbito del Estado. Asimismo concuerdan en la imperiosa necesidad que surge dentro de las administraciones públicas de estar presentes en la web a través de las plataformas virtuales. La utilización de éstas, resulta vital en la vida gubernamental, dado que desde el punto de vista administrativo y democrático, se convierte en esencial tanto para la administración como para los ciudadanos.

La presencia del Estado en las redes sociales da una visión de un Estado transparente, confiable, que gestiona, que se muestra a los ciudadanos, abierto, con perspectiva social, de cara a la gente, confiable y eficaz. Muestra la imagen de un Estado que se desarrolla en todos sus aspectos y sentidos, que es eficiente y eficaz, da luz de las políticas de gobierno y de estado que se llevan a cabo, lo que tiene un resultado social y político muy favorable para la gestión de gobierno y el desarrollo de un Estado sustentable. Muy por el contrario del oscurantismo en el que se veía inmerso tradicionalmente el Estado, con la pesada burocracia que era constantemente creciente, interminable y no solo perjudicaba al Estado hacia adentro si no que hacia afuera, por parte de los administrados, el respeto, la confianza y la institucionalidad era decreciente, llegando a niveles extremadamente bajos.

Los beneficios tan satisfactorios que surgen del uso de las redes sociales son innumerables y resultaría imposible realizar una lista taxativa de ello dado que ha modificado la forma de comunicar en todos los ámbitos de la comunicación pero particularmente del Estado. Dentro del amplio espectro de posibilidades que las plataformas virtuales permiten, se puede comunicar desde sentencias judiciales,

pasando por la inauguración de obras públicas, publicación de obras y servicios públicos, hasta ser el medio de comunicación necesario y determinante para ganar elecciones. Un claro ejemplo de esto último son las elecciones de estados Unidos de 2008 donde la campaña electoral presidencial de Obama se realizó casi exclusivamente a través de redes sociales y le permitió llegar a la Casa Blanca con la mayoría de los votos de los electores, atribuyendo en gran medida la victoria a la utilización y presencia en las plataformas virtuales con mayor afluencia de usuarios¹².

En efecto, las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial y vital para las Administraciones Públicas. Actualmente se parte de la idea de que el Estado no puede estar ausente en las plataformas virtuales de mayor preponderancia y donde se registra mayor presencia de usuarios del país. Da cuenta de ello la presencia en redes sociales de Estados de todo el mundo en todos sus niveles. Desde países desarrollados hasta países del tercer mundo se encuentran presentes a través de cuentas en los medios sociales. Los ejemplos de cuentas que se encuentran son muy diversos y variados, el uso que se les da a estas también difieren de un país a otro. Pero todos al parecer coinciden con lo mismo, estar ausentes no es una posibilidad.

A modo ejemplificativo se pueden citar algunos países cuyos Estados son usuarios activos de redes sociales y la importancia que le dan a ello es muy significativa. Tal es el caso de Estados Unidos, cuya cuenta oficial de la Casa Blanca en Twitter twitter.com/WhiteHouse, con un total de 12,9 millones de seguidores. Por su parte España se encuentra registrado con la cuenta oficial del Gobierno Español twitter.com/desdelamoncloa que actualmente cuenta con 506.000 de seguidores. Del mismo modo, por su parte el Estado Colombiano, desde el año 2011 se encuentra como

12 <http://www.nytimes.com/2008/11/10/business/media/10carr.html>

usuario a través de la cuenta oficial <https://twitter.com/infopresidencia> acumulando un total de 605.000 seguidores.

Todos los países mencionados como ejemplos en los casos anteriores cuentan además de la cuenta oficial de sus presidencias con cuentas oficiales de los diversos organismos que conforman sus Administraciones Públicas, y en ellas se puede observar un gran trabajo de comunicación y gestión para estar presentes en los medios sociales con el objeto claro de unirse a una realidad de la que no pueden ser ajenos.

Como se puede apreciar, la cantidad de seguidores o amigos que tienen cada una de estas cuentas son muy significativos y están en crecimiento constante. He aquí la relevancia que tienen estas plataformas y lo significativo que resulta para los Estados de los diversos países estar presentes en ellas cada vez con mayor frecuencia e intensidad.

V. - EL ESTADO ARGENTINO COMO USUARIO DE REDES SOCIALES.-

La Administración Pública Argentina siempre ha sido un caso objeto de estudio por sus particularidades especiales. Estudiar detenidamente el caso del Estado Argentino como usuario de redes sociales, no es la excepción.

El Estado Argentino a través de sus diferentes organismos en todos los niveles se ha convertido en el último tiempo en un usuario permanente y muy presente de las plataformas virtuales como Facebook, Twitter, Instagram, y hasta Snapchat.

En la actualidad la cuestión de las redes sociales se ha establecido como un tema de suma importancia para el gobierno argentino. Esto es así dado que se percibe la necesidad profunda que los nuevos gobiernos tienen de no ausentarse de las plataformas, por los múltiples beneficios que esto trae. Estar presentes y hacer uso de los medios sociales es un requerimiento básico para estar en contacto con la población. Las nuevas formas de comunicación han dejado obsoletas los antiguos métodos de

acceso a la información pública, a la justicia y a toda gestión que se realiza a través de todos los niveles del Estado mediante el cúmulo de Organismos con los que éste cuenta. Tanta relevancia adquiere este tema que el Gobierno Nacional Argentino ha destinado una parte importante del presupuesto nacional a cubrir los gastos que demandan el manejo y control de las redes sociales.

En el último año se creó la Subsecretaría de Vínculo Ciudadano dependiente de la Secretaría de Comunicación Pública de Presidencia, que cuenta con aproximadamente un centenar de empleados cuya función es establecer las estrategias de comunicación mediante redes sociales. Para el funcionamiento de la Subsecretaría se destinaron del presupuesto nacional más de 160 millones de pesos.¹³ Se sienta como base la necesidad de comunicar los actos de gobierno y la vinculación directa con los ciudadanos que el uso de medios virtuales permiten.

En este marco, donde las cuestiones comunicacionales parecen ser tan relevantes, y los datos con los que cuenta el Estado tanto internos de gestión como de sus ciudadanos, el cruzamiento de datos entre los diferentes organismos aparece como una posibilidad de a clara luz es atractiva y beneficiosa. Han aparecido múltiples controversias¹⁴ con respecto a este tema, pero no se profundizará en la cuestión dado que excede los lineamientos generales del presente trabajo. Pero en líneas generales es posible decir que, el Estado entre sus dependencias en el cumplimiento de sus competencias, se encuentra facultado a ceder los datos de las bases de datos de los Organismos Estatales, conforme lo establecido en el Artículo 11 Inciso 2 -c) de la Ley de Protección de Datos Personales N.º 25.326.

13 <http://noticias.perfil.com/2016/08/17/como-funcionan-las-redes-sociales-del-pro/>

14 Uno de los conflictos más característicos y recientes ha sido el enfrentamiento que el Gobierno Argentino ha tenido con la oposición por un decreto que establecía el cruzamiento de datos de ANSES. http://www.clarin.com/politica/Usaran-confidenciales-ANSeS-publicidad-oficial_0_1619838185.html

Sin embargo, el Estado Argentino ha seguido avanzando en su estrategia comunicacional teniendo cada vez una presencia más fuerte en redes sociales.

En Argentina la presencia en redes sociales del Estado Nacional, Provincial y Municipal, es sumamente relevante e intenso. Es posible encontrar numerosas cuentas estatales tanto en Facebook, Twitter, o Instagram.

En Facebook, la cuenta oficial de Presidencia de la Nación Argentina es <https://www.facebook.com/casarosadaargentina/>, y cuenta con más de 1 (un) millón de adherentes. En Twitter la cuenta oficial es <https://twitter.com/CasaRosada>, que al igual que la cuenta oficial de Facebook, tiene numerosos seguidores.



(Imagen extraída de la cuenta oficial de Facebook @casarosadaargentina – 17 de Noviembre 2016)



(Imagen extraída de la cuenta oficial de Twitter @casarosada – 17 de Noviembre 2016)

Los mencionados solo son ejemplos que permiten ver efectivamente la presencia del Estado en las redes sociales. Se toman esas dos cuentas a modo ejemplificativo, dado

que aparecen múltiples cuentas de Organismos Estatales pertenecientes a los diferentes poderes del Estado Nacional, Provincial y Municipal.

En efecto, el Estado Argentino es un usuario de las redes sociales, por lo tanto para serlo, previo debió haber aceptado los contratos de adhesión estudiados en el apartado anterior.

Al aceptar estos contratos, el adherente, en este caso el Estado, genera un vínculo jurídico que trae aparejadas ciertas consecuencias jurídicas desfavorables para el Estado y además genera efectos en terceros, que en este caso serían los administrados.

En lo que respecta a normativa de uso de redes sociales por parte del Estado, no es posible hallar legislación específica aplicable al caso. Por lo tanto resulta necesario indagar en todo el ordenamiento jurídico para establecer las normas que son aplicables al caso en concreto.

En general, si se analiza la normativa comparada de diversos países solo es posible encontrar lineamientos generales en cuanto al uso que se le da a las redes sociales. En principio, no se visualizan normas que establezcan a priori condiciones de contratación con las empresas de plataformas virtuales que se adapten a que el usuario que se encuentra utilizando el medio no es un mero usuario común si no que se trata del Estado a través de sus Organismos, y como tal requiere normas concretas y específicas que les permitan desempeñarse adecuadamente respetando debidamente sus respectivos ordenamientos jurídicos.

Se pueden citar casos como México que cuenta con el Manual de Políticas y lineamientos para el uso de las redes sociales de la Internet en el Gobierno del Estado de México¹⁵, el cual establece políticas claras sobre los lineamientos generales a seguir dentro del Estado en cuanto al uso de los medios sociales. Este Manual fue creado para

15 Políticas y lineamientos para el uso de las redes sociales de la Internet en el Gobierno del Estado de México, Dirección General del Sistema Estatal de Informática, 2010.

determinar cuales son los objetivos a seguir para aprovechar al máximo los beneficios que brindan las redes sociales.

Por su parte países como República Dominicana, también cuenta con lineamientos generales en el uso de las redes sociales en la Administración Pública. Estos se encuentran establecidos en las Políticas de Cuentas de Redes Sociales Gubernamentales¹⁶. En ella se establecen las estrategias a tener en cuenta a la hora de utilizar las plataformas virtuales, cuales deben ser las políticas a seguir para el correcto uso.

En cuanto a Argentina, aún no cuenta con una legislación específica referente al tema. En el último tiempo se ha profundizado en cambios paradigmáticos en las estrategias de comunicación, creando diversos organismos tendientes a modernizar la Administración Pública, con una clara y marcada intención de que parte de ello es la necesaria presencia virtual en los medios sociales.

Sin embargo, hay Organismos del Estado que han establecido sus propias pautas de uso de redes sociales. A modo de análisis es posible observar la metodología de uso de plataformas virtuales en uno de los poderes del Estado de la provincia de Río Negro. El Poder Judicial de la Provincia de Río Negro, mediante la Resolución 214/2014, ha autorizado el uso de redes sociales en todo el organismo, concibiendo a estas como una herramienta comunicacional masiva cuyo objeto es informar al ciudadano. Considerando “... *que el Poder Judicial debe también acudir al uso de dicha posibilidad digital, en pos del más eficaz y eficiente servicio de justicia; ello, claro está, bajo los imperativos del uso razonable, prudente y con directa relación con dicho servicio.*”

16 Disponible en <http://www.gob.do/index.php/politica-de-redes-sociales>

Por tal motivo, habilita el uso de redes sociales, Facebook y Twitter, exclusivamente como herramienta de trabajo.

- Proceso para operar con las redes sociales dentro del organismo:
 - Cada Titular de organismo deberá efectuar presentación ante la Gerencia de Sistemas -vía correo electrónico a la cuenta: gerenciasistemas@jusrionegro.gov.ar.
 - Deberá señalar cuales son los puestos de trabajos que operaran con las mismas.
 - Fundamentar cada solicitud con estrictas y explícitas razones de servicio.
 - La Gerencia de Sistemas, en forma previa a disponer la operatividad.
 - Cuando el requerimiento no resulte suficiente o sea infundado o innecesario, podrá consultarlo ante Presidencia del Superior Tribunal de Justicia o de la Procuración General -según corresponda jerárquicamente.
 - La decisión final que se adopte no estará sometida a recurso alguno.

- Quienes utilicen redes sociales en el Organismo tienen prohibido:

1 - El utilizar dichas herramientas para acceder a páginas que ofrezcan contenido de carácter pornográfico, páginas de transmisión de chats, en cualquiera de sus formas, páginas que ofrezcan actividades lúdicas, páginas de videos, radios, televisión on line y toda página que de una u otra manera refleje o promueva violencia racial, violencia de género o violencia religiosa, o se encuentre reñida con la moral y las buenas costumbres.

2 - El efectuar descargas masivas de imágenes audios, software o videos;

3 - La apertura de cuentas para uso personal del usuario, en las redes sociales habilitadas al solo fin de la labor judicial o administrativa;

4 - El incurrir en la conducta tipificada como falta grave de disciplina por el Artículo 28 del “Reglamento Judicial” (sanción expulsiva de cesantía).

- La Gerencia de Sistemas es la encargada de llevar a cabo el control del buen o mal uso. Para este fin podrá realizar inspecciones generales que se consideren necesarias.

Como se puede observar, la reglamentación que autoriza el uso de redes sociales dentro del Poder Judicial de Río Negro, no contempla cuestiones básicas en cuanto al uso de las mismas. Lo único que hace es establecer el procedimiento administrativo para hacer uso de lo que según este poder del Estado, es considerado una herramienta de trabajo.

De este modo, se puede observar que toda la normativa referente no es suficiente para subsanar la cuestión fundamental que se presenta en este caso, que tiene que ver con la aceptación por parte del Estado de un contrato de adhesión con diferentes empresas recolectoras de datos, que mas allá de la gratuidad o no del servicio, lo someten a clausulas como un usuario común no contemplando las características particulares que tiene.

1. Es el Estado Argentino como Usuario.-

Quienes utilizan redes sociales son los denominados usuarios y son tratados por las empresas como tales.

En lo que respecta a la normativa argentina vigente, cuenta con protección de usuarios y consumidores, de acuerdo a lo establecido por el artículo 42 de la Constitución Nacional y la Ley de Defensa del Consumidor N.º 24.240. Esta ley tiene como objeto la defensa

de consumidores y usuarios, para lo que establece pautas necesarias para cumplir con su objetivo.

En el artículo 1 de la mencionada ley se encuentra la definición de Usuario, según establece: *“Se consideran consumidores o usuarios, las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social:*

a) La adquisición o locación de cosas muebles;

b) La prestación de servicios;

c) La adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas.”.

En este marco, se puede entender que la definición del concepto usuario, no integraría al Estado como un usuario común. Esto nos da como resultado, que el Estado no se encuentra amparado por las estipulaciones de esta ley, por lo tanto debe constituirse un marco específico de protección y estipulaciones propias de sus características.

2. Sobre la Protección de Datos Personales.-

La cuestión de protección de datos personales aparece como una de los factores fundamentales a la hora de utilizar las redes sociales. Como se analizó en las cláusulas de uso, al aceptar el contrato de adhesión a la plataforma, el usuario da su consentimiento para que sus datos sean transferidos y procesados en Estados Unidos.

Conforme lo establecido en la sección 16 de la Declaración: *“Disposiciones especiales aplicables a usuarios que no residen en los Estados Unidos. Nos esforzamos por crear una comunidad mundial con normas coherentes para todos, pero también por respetar la legislación local. Las siguientes disposiciones se aplicarán a los usuarios y a las personas que no sean usuarios de Facebook que se encuentran fuera de los Estados Unidos: 1.-Das tu consentimiento para que tus datos personales se transfieran y se procesen en los Estados Unidos...”*

La Ley de Protección de Datos Personales N.º 25.326, en su artículo 1 define los datos personales como: *Información de cualquier tipo referida a personas físicas o de existencia ideal determinadas o determinables.*

Asimismo la norma referida establece las pautas mínimas necesarias en lo referente a la calidad de datos receptados, en cuanto a que deben ser ciertos, adecuados y pertinentes; solo podrán ser utilizados para la finalidad y con el objeto para el cual fueron obtenidos y su tratamiento solo está permitido mediante el consentimiento libre, expreso e informado del titular de estos datos.

Del mismo modo, respecto a la cesión de datos y la transferencia internacional, los artículos 11 y 12 respectivamente de la citada ley, establecen:

“Art. 11.- (cesión) 1 . Los datos personales objeto de tratamiento sólo pueden ser cedidos para el cumplimiento de los fines directamente relacionados con el interés legítimo del cedente y del cesionario y con el previo consentimiento del titular de los datos, al que se le debe informar sobre la finalidad de la cesión e identificar al cesionario o los elementos que permitan hacerlo.”

“Art. 12.- (Transferencia internacional). 1. Es prohibida la transferencia de datos personales de cualquier tipo con países u organismos internacionales o supranacionales, que no proporcionen niveles de protección adecuados.”.

En efecto, se está frente a una situación en la que el Estado, que es quien debe garantizar el cumplimiento efectivo de la leyes del ordenamiento jurídico argentino, en el afán de utilizar nuevos medios de comunicación e incorporarse a las nuevas formas de gestionar la Administración Pública, no solo no garantiza el cumplimiento de las normas si no que la infringe deliberadamente.

El Estado, como organización máxima de poder en la sociedad, recoge datos continuamente de los ciudadanos en todos los aspectos de su vida. Dentro del conglomerado de datos que conforman su base de datos, es posible encontrar datos que van desde datos personales como nombre, apellido, documento de identidad, hasta datos personales sensibles, que son aquellos que develan orígenes raciales o étnicos, cuestiones referentes a la salud, etc.

Este aspecto es tan sensible y su estudio requiere mayor detenimiento, dado que se está frente a uno de los recolectores de datos más grandes e importantes, el Estado en su conjunto, en todos sus poderes y niveles; en el cúmulo de datos que tiene de los ciudadanos, sabe desde la fecha de nacimiento de una persona, pasando por su historia clínica, sus ingresos, hasta sus antecedentes penales.

En este contexto, al utilizar redes sociales, publicar contenido, siempre referido a los ciudadanos, no solo está haciendo uso de los grandes beneficios que tiene la utilización de las plataformas, si no que además está cediendo todos esos datos a una empresa extranjera para que haga uso de ellos en el exterior.

Son varias las fases del incumplimiento desmedido de las leyes de protección de datos por parte del Estado. En principio desde la recolección de los datos, la falta de información al titular sobre el tratamiento y destino de los mismos, por ende la ausencia del consentimiento expreso y tácito requerido por la legislación. Luego la transferencia de esos datos, sin tener el consentimiento expreso de su titular a una empresa extranjera

para que esta los transfiera y procese en un país extranjero, sumando a esto el desconocimiento del tratamiento que se le da a los datos recolectados.

A toda la situación descrita, resulta necesario mencionar el agravante respecto a quien el Estado ha aceptado transferirle todos los datos que publica de sus ciudadanos, se trata de empresas cuya mayor actividad económica y determinante de las cifras millonarias de su recaudación, es justamente el tráfico, tratamiento y recepción de datos que todos los usuarios que la conforman le ceden continuamente, incluidos el Estado Argentino, el Estado Mexicano, el Colombiano, como así también todos los Estados que se registran en estas redes sociales.

3. Sobre la Jurisdicción.-

De acuerdo a lo estudiado anteriormente, cuando un usuario acepta las cláusulas de contratación de una red social, en el caso de Facebook, éste se somete a jurisdicción para dirimir conflictos en el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito del Norte de California o en un tribunal estatal del condado de San Mateo.

Esta condición se encuentra establecida por la Declaración de Derechos y Responsabilidades, que se estudió al principio de esta presentación. La misma en su Sección 15, apunta: *“Conflictos. 1- Resolverás cualquier demanda, causa de acción o conflicto (colectivamente, "demanda") que tengas con nosotros surgida de la presente Declaración o de Facebook, o relacionada con estos, únicamente en el Tribunal de Distrito de los Estados Unidos para el Distrito del Norte de California o en un tribunal estatal del condado de San Mateo y aceptas que sean dichos tribunales los competentes a la hora de resolver los litigios de dichas demandas. Las leyes del estado de California*

rigen esta Declaración, así como cualquier demanda que pudiera surgir entre tú y nosotros, independientemente de las disposiciones sobre conflictos de leyes.”

En referencia a este tema las cuestiones a analizar son múltiples, por un lado el Estado, si bien puede ceder su soberanía en determinados casos y someterse a jurisdicción extranjera, no resultaría ser este el caso de aplicación, dado que el Estado como Soberano cede su soberanía solo por cuestiones referentes a litigios que no ha podido dirimir en sus jurisdicción natural por cuestiones referentes a .

Por otro lado, si se sometiera a jurisdicción extranjera, tal como ha aceptado en el contrato de adhesión, renunciando tanto a su jurisdicción como a la soberanía que como Estado tiene, se vería en un gran conflicto, dado que al someterse a un laudo extranjero, además de ceder su soberanía, se estaría exponiendo a ser juzgado por normas ajenas a su ordenamiento jurídico natural. Lo que implicaría además de una gravedad institucional, como consecuencia de la pérdida de soberanía, la imposibilidad de darle cumplimiento a las sentencias judiciales prima facie si fueran contrarias al ordenamiento jurídico nacional.

Sin embargo, sería posible que en el conflicto sobre la validez de esta cláusula el Estado Argentino pudiera determinar que resultaría una cláusula inaplicable dado que renunciar a la jurisdicción y ceder su soberanía, lo pondrían frente a la situación de ser juzgado como un privado, no siendo el caso, debería establecerse la jurisdicción conforme el foro que resulte aplicable al caso en concreto.

4. Sobre los Derechos de Propiedad Intelectual

Los Derechos de Propiedad Intelectual, merecen ser analizados en un apartado exclusivo dado que requieren mayor atención por la implicancia de los efectos jurídicos que causaría el ceder una licencia en los términos establecidos en la Declaración de

Derechos y Responsabilidades de Facebook o en alguno de los contratos de adhesión de las demás redes sociales.

La cuestión referida a la protección de los derechos de propiedad intelectual en el uso de las redes sociales, resulta controversial por el advenimiento de intercambio a través de la red de contenidos protegidos por derechos de autor.

El usuario de redes sociales, al aceptar las cláusulas de contratación, efectúa automáticamente la cesión de licencias referentes a derechos de propiedad intelectual. En referencia a esta cuestión, la Declaración de Derechos y Responsabilidades de Facebook, establece en la Sección 2 que *“Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones. Asimismo:*

I. En el caso de contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotos y videos ("contenido de PI"), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la privacidad y de las aplicaciones: nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de regalías y aplicable en todo el mundo para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook ("licencia de PI"). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se compartió con terceros y estos no lo eliminaron.

II. Cuando eliminas contenido de PI, este se borra de forma similar a cuando vacías la papelera de reciclaje de tu computadora. No obstante, entiendes que es posible que el contenido eliminado permanezca en copias de seguridad durante un plazo de tiempo razonable (si bien no estará disponible para terceros).

III.*Cuando utilizas una aplicación, esta puede solicitarte permiso para acceder a tu contenido e información, y al contenido y a la información que otros compartieron contigo. Exigimos que las aplicaciones respeten tu privacidad, y tu acuerdo con la aplicación controlará el modo en el que esta use, almacene y transfiera dicho contenido e información. (Para obtener más información sobre la plataforma, incluido el modo de controlar la información que otras personas pueden compartir con las aplicaciones, lee nuestra Política de datos y la página de la plataforma).*

IV.*Cuando publicas contenido o información con la configuración "Público", significa que permites que todos, incluidas las personas que son ajenas a Facebook, accedan a dicha información, la utilicen y la asocien a ti (es decir, a tu nombre y foto del perfil).*

V.*Siempre valoramos tus comentarios o sugerencias acerca de Facebook, pero debes entender que podríamos utilizarlos sin obligación de compensarte por ellos (del mismo modo que tú no tienes obligación de proporcionarlos)."*

Fernando Tomeo¹⁷ realiza un breve análisis de las cuestiones establecidas en los contratos de adhesión de las redes sociales que tienen impacto jurídico para los usuarios.

Lo que surge de estas cláusulas de contratación en relación a las licencias de propiedad intelectual son las siguientes cuestiones:

- Titularidad de los contenidos: El contenido subido a la red social es de propiedad del usuario y éste puede pedir su eliminación en cualquier momento. Pero la excepción a esto es que ese contenido haya sido compartido por terceros y no eliminado, y como

¹⁷ Idem ¹⁰

esta es la esencia de las redes sociales, la licencia de propiedad intelectual que el usuario otorgó además de ser amplia, no finaliza.

-Naturaleza y Contenido de la Licencia: El usuario otorga una licencia no exclusiva y transferible de los contenidos, que pueden ser reproducidos, distribuidos, modificados, transmitidos, procesados, adaptados o expuestos.

-Licencia Gratuita: La licencia que otorga el usuario es gratuita, por lo tanto la red social, no pagará al usuario o a un tercero por el uso que haga de los contenidos que en ella se compartan.

-Ámbito Territorial de la Licencia: Es de alcance global, por lo tanto no hay restricciones territoriales a la licencia otorgada.

En lo que respecta a estas cuestiones, Argentina cuenta con la Ley de Propiedad Intelectual N.º 11.723, la cual es muy clara con respecto a la cesión de derechos de Propiedad Intelectual, en cuanto establece: **Art. 51.** — *El autor o sus derechohabientes pueden enajenar o ceder total o parcialmente su obra. Esta enajenación es válida sólo durante el término establecido por la Ley y confiere a su adquirente el derecho a su aprovechamiento económico sin poder alterar su título, forma y contenido.*

Art. 52. — *Aunque el autor enajenare la propiedad de su obra, conserva sobre ella el derecho a exigir la fidelidad de su texto y título, en las impresiones, copias o reproducciones, como asimismo la mención de su nombre o seudónimo como autor”.*

En este sentido, se presentan varias cuestiones, en lo referente a la titularidad de la licencia, de acuerdo a la norma argentina el usuario seguiría manteniendo la titularidad de los derechos, en cuanto a la extensión de la licencia, que de acuerdo al ordenamiento jurídico argentino va a finalizar de acuerdo al plazo establecido en la ley. Por otro lado en lo que refiere a las estipulaciones que el contrato establece de la naturaleza y

contenido de la licencia, conforme la ley 11.723 no podrían ser modificados, sustituidos o alterados.

Esto lleva inevitablemente a comprender que el Estado si bien es productor a mérito propio de algunas obras, no podría otorgar licencias de las características establecidas en los contratos de adhesión que impliquen el compromiso tal con contenidos tantos propios como ajenos.

VI.- CONCLUSIÓN

A modo de conclusión, se presenta una realidad en la que es ineludible tanto para las personas comunes como para los Estados estar presentes en el medio virtual. Para ello resulta necesario registrarse como usuario de plataformas virtuales que cuentan con un contrato de adhesión que debe ser íntegramente aceptado al momento de registrarse.

Cada vez más Estados de todo el mundo utilizan redes sociales como medios de comunicación porque han entendido que la forma de comunicar ha mutado y es imprescindible estar presente para darle a la gestión de gobierno un viso de transparencia, de eficacia y efectividad, acercándose a la gente común, convirtiendo a las plataformas virtuales en medios de acceso a la información pública, etc.

En este contexto la normativa existente en muchos países, incluida Argentina, se limita a ser meros lineamientos de uso de las redes sociales pero no se profundiza en la cuestión principal de la adhesión al contrato preestablecido por una empresa, que es lo que crea un vínculo jurídico con el Estado y que es lo que trae aparejado mayores consecuencias legales, desfavorables para este.

En Argentina se presenta un contexto donde es el Estado el que al adherirse a las redes sociales infringe sistemáticamente la Ley de Protección de Datos Personales, cuando es quien tiene que garantizar el íntegro cumplimiento de la norma y establecer los mecanismos necesarios para asegurar la debida protección de los datos personales, sobre todos de los que están en su poder.

Por otro lado la situación se profundiza cuando el Estado decide aceptar un contrato en el que somete su jurisdicción a tribunales extranjeros, cediendo de esta forma su soberanía y sometiéndose a sistemas jurídicos ajenos al que le es propio.

Asimismo se ha presentado en detalle el conflicto establecido con la exclusividad de la licencia de derechos de Propiedad Intelectual que se cede al aceptar las pautas de adhesión establecidas por la red social. Entonces el Estado está otorgando tanto a Facebook como a Twitter, una licencia amplia y gratuita de propiedad intelectual sobre los contenidos que se carguen a estas redes sociales. En principio, esta licencia no exclusiva y transferible, le va a permitir a las redes sociales, reproducir, distribuir, modificar, transmitir, procesar, adaptar o exponer los contenidos compartidos, que muchas veces incluyen datos personales de los ciudadanos, sin restricción territorial.

En estas condiciones, el Estado se somete como un usuario común al todas las normas establecidas en los contratos de adhesión de las redes sociales. El Estado aceptó estas cláusulas para vincularse con la red, luego el análisis que se hace si son válidas las estipulaciones, son a posteriori.

En este marco, el Estado debería establecer mecanismos claros, políticas, regulaciones, sobre el uso de las redes sociales, incorporando en ellos tanto el proceso administrativo de uso, como las condiciones bajo las cuales se debería regir en el uso y procesamiento de las redes sociales.

Los mecanismos que establezca el Estado en principio deberían estar dirigidos a la adecuación del sistema legal en miras a que se adapte a la realidad actual. Asimismo resulta pertinente que el Estado en su facultad potestativa arbitre los medios necesarios de negociación con las empresas dueñas de las plataformas virtuales, en aras de crear contratos bilaterales, con estipulaciones y condiciones que puedan ser aplicables al Estado en su calidad de tal.

VII.–BIBLIOGRAFÍA.-

- BALBÍN, Carlos F., Tratado de Derecho Administrativo, ed. La Ley, Buenos Aires, 2011.-
 - CASSAGNE, Juan Carlos, Tratado de Derecho Procesal Administrativo, ed. La Ley, Buenos Aires, 2007.-
 - CRIADO Grande y Otro, Las redes sociales digitales en las administraciones públicas iberoamericanas: retos y perspectivas de futuro, CLAD, 2012.-
 - FERNANDEZ DELPECH, Horacio, Manual de Derecho Informático, ed. Abeledo Perrot. 2012
 - Leyes Nacionales. Disponibles en <http://servicios.infoleg.gob.ar>
 - ROJAS MARTÍN, Francisco, Los 10 artículos imprescindibles sobre redes sociales en las Administraciones Públicas, 2014.-
 - TOMELO, Fernando. Las redes sociales y su régimen de responsabilidad civil, ed. La Ley. 2010
 - TOMELO, Fernando. Redes Sociales y Tecnologías 2.0, 2ª Edición, ed. Astrea. Buenos Aires. 2014.-
- **Páginas WEB Consultadas.-**
 - <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64790/texact.htm>
 - <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
 - <http://revista-redes.rediris.es/webredes/textos/cap8.pdf>
 - <http://www.dgsc.go.cr/dgsc/documentos/cladxvii/criadore.pdf>
 - <http://www.eleconomista.es/empresa/FACEBOOK>
 - <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/lampsakos/article/view/926>

[-http://www.infotechnology.com/online/Twitter-tiene-118-millones-de-usuarios-en-la-Argentina-20160314-0001.html](http://www.infotechnology.com/online/Twitter-tiene-118-millones-de-usuarios-en-la-Argentina-20160314-0001.html)

[-http://www.juanmejia.com/marketing-en-redes-sociales/estrategia-de-redes-sociales-para-entidades-publicas-y-del-estado-lo-unico-que-no-se-puede-hacer-es-estar-ausente/](http://www.juanmejia.com/marketing-en-redes-sociales/estrategia-de-redes-sociales-para-entidades-publicas-y-del-estado-lo-unico-que-no-se-puede-hacer-es-estar-ausente/)

[-http://www.novagob.org/blog/view/54492/los-10-articulos-imprescindibles-sobre-redes-sociales-en-las-administraciones-publicas](http://www.novagob.org/blog/view/54492/los-10-articulos-imprescindibles-sobre-redes-sociales-en-las-administraciones-publicas)

[-http://www.novagob.org/file/download/115667](http://www.novagob.org/file/download/115667)

[-https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/](https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/)

[-https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/](https://es.statista.com/estadisticas/518638/ranking-de-los-20-paises-con-mas-usuarios-de-facebook-a-nivel-mundial/)

https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6952/FMM_DP_El_gobernauta_latinoamerica_no.pdf?sequence=1

[-https://twitter.com/tos](https://twitter.com/tos)

[-https://www.facebook.com/about/privacy/](https://www.facebook.com/about/privacy/)

[-https://www.facebook.com/legal/terms](https://www.facebook.com/legal/terms)