**PROTOCOLO PARA PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES PERSONALES**

**ANTECEDENTES**

La Fundación Charles Darwin es una ONG privada, sin fines de lucro, que mantiene un contrato con el gobierno ecuatoriano a través del Parque Nacional Galápagos (PNG).

Todos los proyectos que la Fundación Charles Darwin ejecuta, ya sea con financiamiento propio o con alianzas con otras ONG deben alinearse a las directrices de comunicación que provienen del PNG, en cuanto a fotos, videos y notas de prensa. Las reglas generales para redes sociales son las siguientes:

1. No subir fotos ni videos en donde se manipula animales, o se evidencia el trabajo invasivo y estresante para el animal que se realiza durante el trabajo sin autorización previa de FCD. (Por ejemplo: Tortugas o tiburones con tag, procedimientos de investigación).
2. No compartir información confidencial de la actividad científica (ubicación de especies en su entorno natural, accidentes/lesiones de especies, etc).
3. En términos generales, si en su cuenta menciona a que institución pertenece, se recomienda observar el comportamiento que maneja en redes sociales a fin de que sus comentarios no sean atribuidos a la institución, desde su postura de empleado de esa organización.
4. Bajo ningún concepto se puede propagar el odio o la discriminación de ninguna índole.
5. En caso de duda, siempre verificar con el área de comunicación de la FCD.

**PROTOCOLO PARA PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES PERSONALES**

Tanto la Fundación Charles Darwin como los proyectos que se desarrollan en colaboración con otras entidades mantienen contratos laborales con las personas vinculadas a la ejecución de cada proyecto.

Los contratos emitidos por la Fundación Charles Darwin contemplan la propiedad del contenido tanto escrito como audiovisual, que se realiza por parte de las personas vinculadas a la ejecución de los proyectos, por un límite de tiempo de dos años. Existen casos en los que se establece la propiedad del contenido por un periodo más prolongado (revisar cláusulas contractuales relativas a la propiedad de la información).

Con este antecedente el protocolo para la publicación de contenido en redes sociales personales establece lo siguiente:

1. Para poder publicar contenidos audiovisuales o de texto en redes sociales personales, la información a ser publicada debe pasar por la revisión y aprobación de la Dirección o coordinación de [comunicación y marketing de la FCD](mailto:mariajose.utreras@fcdarwin.org.ec,camila.bermudez@fcdarwin.org.ec?subject=Solicitud%20de%20publicación%20en%20Redes%20Sociales%20bajo%20protocolo).
2. No se debe publicar fotografías o videos que se produzcan en el contexto del trabajo, antes de que las redes oficiales de los proyectos lo hagan.
3. Para publicación de fotografías y videos en redes personales es obligatorio publicar los créditos de los fotógrafos o productores audiovisuales.
4. La publicación en redes sociales personales debe estar orientada a fortalecer la diseminación de la información concerniente al proyecto y no a la promoción de la persona que publica.
5. Toda comunicación en redes sociales personales orientada a la diseminación de los mensajes institucionales debe llevar hashtags apropiados (correspondientes al contenido a publicar) con mención correcta de la FCD y el proyecto en el que se está trabajando.
6. No se debe publicar mensajes políticos o discriminatorios en cuanto a temas de género, religiosos o de origen étnico en nombre de la Fundación y de los proyectos adjuntos.
7. No se debe publicar fotografías de eventos o reuniones sociales personales en donde la persona esté usando el uniforme de la Fundación.
8. El contenido a publicarse debe estar alineado a la misión de la FCD, y no debe ser utilizado para fines comerciales.

**Usuarios de Redes Sociales Oficiales de la Fundación Charles Darwin:**

**Facebook:** charlesdarwinfoundation

**X:** @DarwinFound

**Instagram:** @charlesdarwinfoundation

**Youtube:** @charlesdarwinfoundation

**TikTok:** @charlesdarwinfoundation

**Website:** darwinfoundation.org

**Manejo de crisis y periodos sensibles**:  
En situaciones de crisis o periodos sensibles, es fundamental que se coordine directamente con el área de comunicación antes de hacer cualquier tipo de publicación relacionada con la Fundación o sus proyectos.

**Consecuencias de incumplimiento**:  
El incumplimiento de cualquiera de las reglas y protocolos establecidos puede llevar a consecuencias disciplinarias.

**Actualización del protocolo**:

Este protocolo será revisado periódicamente (al menos una vez al año) para asegurar que siga alineado con las mejores prácticas y las normativas legales, así como para adaptarse a las tendencias emergentes en el uso de redes sociales.