



Uso de medios sociales para promover la participación electoral

Directrices para las organizaciones 501(c) (3)

Las organizaciones sin fines de lucro están usando cada vez más los medios sociales para comunicarse con sus partidarios y el público, y para atraer a miembros nuevos, movilizar la opinión pública y fomentar la participación cívica. **La prohibición de que una organización sin fines de lucro participe en actividades políticas partidistas es la misma para los medios sociales que para cualquier otra clase de comunicación.** Ustedes pueden motivar imparcialmente a la gente para que se registre y vote, pero no pueden usar los medios sociales para indicar su apoyo u oposición a candidatos a cargos públicos.

¿Puedo usar mi cuenta personal para apoyar a candidatos?

Todas las personas tienen derecho a expresar sus preferencias a favor o en contra de los candidatos. Esto se aplica a las cuentas personales de medios sociales. La única excepción sería si la cuenta es usada principalmente por una persona o por otros como vehículo de comunicación de la organización sin fines de lucro.

¿Qué ocurre con el director ejecutivo?

El director ejecutivo de una organización sin fines de lucro tiene los mismos derechos de libertad de expresión que cualquier miembro del personal, siempre que no represente oficialmente a la organización. Sin embargo, cuando los clientes o las partes interesadas pueden percibirlo como representante de la organización sin fines de lucro, el director ejecutivo debe expresarse con cautela por Internet para evitar cualquier sospecha de partidismo.

¿Cuáles son las normas para colocar etiquetas, difundir información o reenviar tuits?

No use las cuentas de la organización para colocar etiquetas ("tags"), reenviar tuits o enviar mensajes a campañas políticas u organizaciones partidistas que han apoyado a candidatos.

¿Se puede difundir información publicada por una organización 501 (c) (4), o que no trabaja para una campaña y cuyo propósito principal no es elegir candidatos?

Se puede difundir información siempre que sea de carácter educativo y claramente no partidista. En caso de duda, lo más seguro es divulgar contenido de, por ejemplo, una organización sin fines de lucro 501(c)(3), una fuente educativa o un medio de comunicación no afiliado a una campaña política partidista.

¿Es responsable mi organización sin fines de lucro de la manera en que otros difunden lo que publicamos?

No, la organización no es responsable de la manera en que otros divulgan sus publicaciones.

¿Qué sucede con lo que otros publican en nuestras plataformas de medios sociales?

(Página de Facebook, fuente RSS o "feed" de Twitter, etc.)

Aunque es imposible controlar lo que otros tuitean o lo que publican en su pared de Facebook, se puede publicar un descargo general de responsabilidad en la plataforma de medios sociales explicando que la organización no se responsabiliza por las opiniones expresadas por personas que no trabajan para ustedes. Establezca normas para borrar contenido o publicaciones partidistas (por ejemplo, actividad comercial no autorizada).

Recursos

Legal Tips on Using Social Media for Advocacy, *Bolder Advocacy* (Consejos legales acerca del uso de medios sociales para abogar a favor de una causa), www.bolderadvocacy.org/resource/tips-on-using-social-media-for-advocacy

Friends, Tweets, and Links: IRS Treatment of Social Media Activities by Section 501(c)(3) Organizations ("Amigos, tuits y enlaces: Tratamiento por parte del IRS de las actividades en medios sociales de organizaciones 501(c)(3)"), Allen Mattison, *The Exempt Organization Tax Review* May 2011