

# NORMAS DEL COI SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES Y MEDIOS DIGITALES PARA LOS ATLETAS QUE PARTICIPAN EN LOS JUEGOS OLÍMPICOS PARIS 2024

## Preguntas más frecuentes

### - **¿Cuándo se aplican estas Normas?**

Las presentes Normas se aplicarán desde la apertura de la Villa Olímpica, el 18 de julio de 2024, hasta su cierre, el 13 de agosto de 2024, durante su participación en los Juegos Olímpicos Paris 2024 (los «Juegos»). El uso de cualquier contenido producido de conformidad con estas Normas debe cumplir en todo momento lo dispuesto en ellas y cualquier otra norma relevante publicada por el COI para los Juegos.

### - **¿Qué incluyen las presentes Normas?**

Fotos, vídeos y grabaciones de audio tomadas por los atletas con el fin de compartir su experiencia en los Juegos. No obstante, se recuerda que los atletas no deben actuar como medios de comunicación en sí mismos.

Cualquier forma de contenido Olímpico transformado en formatos gráficos animados, como GIF animados, se considerarán «vídeos» a efectos de estas Normas.

### - **¿A quiénes aplican estas Normas?**

Estas normas se aplican únicamente a los atletas que participan en los Juegos (con acreditaciones Aa o Ap). Estas Normas también se aplicarán a los atletas cuando asistan como espectadores a los Juegos.

Todas las demás personas acreditadas para los Juegos, incluidos entrenadores, personal técnico, personal del entorno de los atletas, representantes de los equipos, voluntarios, personal de los Comités Olímpicos Nacionales, de las federaciones internacionales o del Comité Organizador y otro personal del equipo que participe en los Juegos, deben cumplir con las «Normas del COI sobre el uso de redes sociales y medios digitales para personas acreditadas distintas a los atletas que participan en los Juegos Olímpicos Paris 2024».

### - **¿Los atletas pueden utilizar las redes sociales o actualizar sus sitios web durante su participación en los Juegos?**

El COI anima a todos los atletas a compartir su experiencia en los Juegos con el público a través de sus cuentas personales de redes sociales y sitios web (p. ej., Facebook, X [anteriormente Twitter], Instagram o TikTok) cumpliendo siempre las presentes Normas.

Los atletas no pueden crear sitios web o cuentas de redes sociales específicos relacionados con los Juegos Olímpicos utilizando términos o dominios considerados «Propiedades Olímpicas» (p. ej., [www.nombredelatletajuegosolimpicos.com](http://www.nombredelatletajuegosolimpicos.com)) pero,

cuando sea posible, sí se les permite crear una subcarpeta dentro de su sitio web o sus cuentas de redes sociales (p. ej., [www.nombredelatleta.com/juegosolimpicos](http://www.nombredelatleta.com/juegosolimpicos)).

Todas las publicaciones deben ser coherentes con los valores Olímpicos, respetar la privacidad de los demás y no resultar discriminatorias ni obscenas. Toda actividad en línea queda sujeta a la legislación aplicable (p. ej., sobre difamación).

- **¿Los atletas pueden publicar fotos o vídeos tomados dentro de la Villa Olímpica?**

Los atletas pueden tomar fotografías y grabar audio y vídeos dentro de la Villa Olímpica. Pueden compartir dicho material en su sitio web personal y en sus cuentas de redes sociales. No obstante, es importante tener en cuenta que, si en una publicación se incluye o se hace referencia a la imagen de otra persona, se debe obtener el permiso de dicha persona de antemano. Los atletas que se alojen en la Villa Olímpica también deben respetar la atmósfera protegida y la privacidad de esta, y no se les permite informar sobre las actividades de otros residentes, a menos que hayan obtenido previamente el consentimiento de dichas personas.

Tenga en cuenta que está prohibido tomar fotografías o grabar audio o vídeo en zonas restringidas, incluidas, entre otras, las áreas médicas o la estación de control de dopaje.

Una publicación no se puede compartir si: (i) es comercial, (ii) muestra las áreas médicas, (iii) utiliza IA o contenido o resultados generados por IA, o (iv) si alguno de los vídeos es en directo o dura más de dos minutos.

- **¿Los atletas pueden publicar fotos o vídeos de otras personas?**

Debe respetarse en todo momento la privacidad de los atletas. Si se incluye a otra persona en una publicación, se deberá obtener previamente el permiso de dicha persona. Por ejemplo, a los atletas que se alojen en la Villa Olímpica no se les permite informar sobre las actividades de otros residentes, a menos que hayan obtenido previamente el consentimiento de dichas personas.

- **¿Los atletas pueden compartir fotografías tomadas en los recintos Olímpicos?**

Sí, los atletas pueden compartir dicho material en sus cuentas de redes sociales y sitios web personales. Una publicación con fotografías no se puede compartir si: (i) es comercial, (ii) muestra las zonas médicas o en la estación de control de dopaje, o (iii) utiliza IA o contenido o resultados generados por IA. Cualquier mensaje de agradecimiento a los patrocinadores debe cumplir con lo dispuesto en las Oportunidades comerciales del COI para los participantes (véase el resumen en el apéndice de las Normas para el uso de redes sociales por parte de los atletas).

- **¿Los atletas pueden publicar o autorizar la distribución de entrevistas hechas de manera remota desde los recintos Olímpicos y la Villa Olímpica?**

Los atletas pueden compartir su experiencia en primera persona en los Juegos, pero no pueden publicar ni autorizar la distribución de entrevistas con los medios (incluidos

podcasts) con terceros, excepto las realizadas desde áreas autorizadas dentro de los recintos Olímpicos (siendo estas la zona mixta, las zona para conferencias de prensa tras las competiciones y el centro de prensa del recinto), el centro de prensa principal y la Villa Olímpica (entendiéndose como zonas autorizadas el centro de prensa de la Villa Olímpica y la plaza de la Villa Olímpica, pero no la zona residencial), o allá donde lo permita el COI.

- **¿Los atletas pueden grabar y publicar un vídeo de las ceremonias de apertura o clausura?**

Sí, los atletas pueden grabar y publicar su experiencia en las ceremonias de apertura y clausura teniendo en cuenta que no podrán realizar publicaciones si: (i) son comerciales, (ii) utilizan IA o contenido o resultados generados por IA, o (iii) el vídeo se emite en directo o dura más de dos minutos por publicación.

- **¿Los atletas pueden publicar en las redes sociales un vídeo grabado por sus entrenadores (o cualquier otra persona) durante el entrenamiento o el calentamiento?**

No, los atletas solo pueden publicar contenido grabado por ellos mismos durante el entrenamiento o el calentamiento con la condición de que cumpla con el requisito de duración anteriormente mencionado.

- **¿Los atletas pueden autorizar el uso de sus fotos y vídeos por parte de otros?**

No, las fotos y vídeos de los atletas son para su uso personal de acuerdo con lo dispuesto en estas Normas. Esto incluye no autorizar el uso de sus fotos o vídeos por parte de sus patrocinadores personales (incluidos, si corresponde, los patrocinadores Olímpicos) o cualquier empresa de medios (que no sean las titulares de derechos oficiales de los medios en el país al que representa el/la atleta). Los titulares de derechos de medios oficiales en el país del/de la atleta pueden apoyar y ayudar a los atletas a interactuar con sus fans y seguidores mediante la distribución de dichas fotografías y vídeos.

Los atletas pueden decirles a sus fans que sigan su participación en las competiciones deportivas a través del titular de los derechos de los medios oficiales de su país (p. ej.: «pueden ver mi partido esta noche en el canal X) y pueden etiquetar al titular de los derechos de los medios en la publicación.

Además, los atletas no pueden realizar «publicaciones cruzadas» ni distribuir de ninguna otra forma su contenido en la cuenta de redes sociales de un tercero (que no sea el titular de los derechos de los medios del país del/de la atleta).

- **¿Los atletas pueden utilizar equipos profesionales para grabar sus vídeos?**

No, los atletas solo podrán hacer uso de su móvil personal.

- **¿Los atletas pueden compartir vídeos tomados desde el terreno de juego o las pistas dentro de los recintos Olímpicos?**

Sí, los atletas pueden publicar vídeos (de hasta dos minutos de duración por publicación) grabados hasta una hora antes del inicio de su competición y grabados tras abandonar la zona mixta y el puesto de control antidopaje. Los atletas no pueden publicar vídeos grabados en la hora previa al inicio de su competición ni grabados antes de abandonar la zona mixta y la estación de control de dopaje.

- **¿Con cuanta antelación al inicio de mi competición puedo publicar algo?**

Los atletas pueden publicar vídeos grabados hasta una hora antes del inicio de su competición, pero no en la hora previa. Esto puede incluir sus traslados al recinto Olímpico, la preparación y el calentamiento. Los atletas no pueden publicar vídeos grabados durante los descansos de la competición.

- **¿Los atletas pueden compartir vídeos de sus reacciones directamente después de competir en los Juegos en el mismo terreno de juego o en la pista?**

Después de abandonar la zona mixta y el puesto de control antidopaje, los atletas pueden grabar y compartir su reacción.

Los atletas no pueden compartir vídeos del terreno de juego ni de las pistas asociados con la competición deportiva (incluidos los himnos, el lanzamiento de moneda y las celebraciones).

- **¿Los atletas pueden grabar un vídeo en el podio recibiendo sus medallas?**

No.

- **¿Los atletas pueden grabar y publicar un vídeo del Parque de los Campeones?**

Sí, los atletas pueden grabar y publicar su experiencia en el Parque de los Campeones teniendo en cuenta que no podrán realizar publicaciones si: (i) son comerciales, (ii) utilizan IA o contenido o resultados generados por IA, o (iii) el vídeo se emite en directo o dura más de dos minutos por publicación.

- **¿Los atletas pueden publicar los momentos más destacados de su competición personal en las redes sociales?**

No, los atletas no pueden publicar los momentos más destacados de su competición personal en las redes sociales.

Un/a atleta puede volver a publicar o compartir lo más destacado publicado por el titular oficial de los derechos de los medios en su país.

- **¿Los atletas pueden publicar contenido de otros atletas entrenando o compitiendo durante los Juegos?**

No, los atletas no pueden publicar vídeos de las actuaciones de otros atletas ni durante los entrenamientos ni durante la competición deportiva.

- **¿Los atletas pueden tener un acuerdo con una plataforma de redes sociales o con un titular de derechos no relacionado con los medios en virtud del cual puedan compartir contenido creado de conformidad con estas Normas?**

Los atletas pueden tener acuerdos preexistentes con plataformas de redes sociales o titulares de derechos no relacionados con los medios, pero dichos acuerdos no pueden incluir ningún contenido creado por los atletas bajo estas Normas ni actuar en capacidad de periodista, reportero/a o en cualquier otra función de prensa exclusiva del personal de los medios de comunicación.

- **¿Los atletas pueden compartir fotos y vídeos captados de conformidad con estas Normas en juegos, actividades digitales de interacción con los fans, entornos inmersivos y plataformas del metaverso (incluidos Roblox, Fortnite, Decentraland y portales de juegos de fantasía)?**

No. Los juegos, las actividades digitales de interacción con los fans, los entornos inmersivos y las plataformas del metaverso no se consideran incluidos en la definición de «redes sociales» a los efectos de estas Normas. Las fotos y vídeos de los atletas son para su uso personal, que no se extiende al uso en juegos, actividades digitales de interacción con los fans, entornos inmersivos ni plataformas del metaverso. Esto incluye desautorizar el uso de sus fotos y vídeos, como objetos de colección digitales, NFT u otros productos virtuales (ya sea mediante un servicio de blockchain o no).

- **¿Los atletas pueden firmar un acuerdo con el titular oficial de los derechos de los medios de comunicación de los Juegos en sus países para respaldar su promoción de los Juegos?**

Sí, pero no pueden actuar en capacidad de periodistas, reporteros/as o cualquier otra función de la prensa, lo que incluye actuar en nombre del titular de medios relevante.

- **¿Los atletas pueden firmar acuerdos de patrocinio con patrocinadores Olímpicos?**

Sí. Cualquier uso de fotografías debe cumplir con lo dispuesto en las Oportunidades Comerciales para los Participantes del COI; no obstante, no se permite el uso de vídeos.

- **¿Los atletas pueden publicar sobre sus patrocinadores durante los Juegos?**

Sí, pero sus publicaciones deben limitarse a mensajes de agradecimiento de acuerdo con lo dispuesto en las [Oportunidades comerciales del COI para los participantes](#).

Los mensajes de agradecimiento no pueden incluir ningún vídeo ni promocionar ningún producto o servicio.

- **¿Los atletas pueden utilizar los anillos Olímpicos u otros logotipos Olímpicos en sus publicaciones en Internet y en las redes sociales?**

Sí, siempre que los anillos Olímpicos u otros logotipos Olímpicos (por ejemplo, emblemas de los Juegos, mascotas, banderas, antorchas) no se utilicen con fines comerciales, para promover o crear una asociación no autorizada con cualquier causa, organización o cualquier producto o servicio. Se debe mantener la integridad de los anillos Olímpicos y otros logotipos Olímpicos y no deben distorsionarse, alterarse ni utilizarse en un contexto que no esté directamente relacionado con los Juegos.

- **Si los deportistas reciben atención no deseada en línea, ¿cómo pueden protegerse?**

Para notificar casos de acoso y abuso durante los Juegos, los atletas pueden visitar la zona dedicada a la salud mental en la Villa Olímpica, donde se encontrarán los responsables de protección del COI para brindarles orientación y apoyo. También puede encontrarse más información y recursos disponibles en: <https://olympics.com/athlete365/safe-sport/>.

Para obtener más información relacionada con la protección contra el acoso y el abuso en línea, los atletas pueden recurrir al curso de aprendizaje electrónico de Athlete365 [Mindful Social Media \(Uso consciente de las redes sociales\)](#).

Se ha implementado de manera proactiva una nueva medida de protección contra el abuso cibernético para todos los atletas participantes en los Juegos. Este servicio supervisa y denuncia en tiempo real el abuso dirigido en línea a los atletas a través de Instagram y Twitter, a menudo, antes de que estos tengan la oportunidad de verlo.

- **¿Qué se entiende por «comercial» en el marco de estas Normas?**

En las cuentas de redes sociales y sitios web personales de los atletas, las publicaciones (con vídeos o fotografías) tomadas de acuerdo con estas Normas no se pueden compartir si son comerciales, y dicho término incluye:

- permitir anuncios relacionados con las fotos y vídeos y
- crear contenido de marketing de pago;
- llegar a acuerdos con una plataforma de redes sociales u otra empresa de medios (que no sean los titulares oficiales de los derechos de los medios de los países de los atletas) o
- respaldar o promocionar a terceros, productos o servicios.

Los atletas pueden tener acuerdos preexistentes con plataformas de redes sociales o titulares de derechos no relacionados con los medios, pero dichos acuerdos no pueden incluir ningún contenido creado por los atletas bajo estas Normas ni actuar en capacidad de periodista, reportero/a o en cualquier otra función de prensa exclusiva del personal de los medios de comunicación.

Cualquier mensaje de agradecimiento a los patrocinadores debe cumplir con lo dispuesto en las Oportunidades comerciales del COI para los participantes (véase el

resumen en el apéndice de las Normas para el uso de redes sociales por parte de los atletas).

### - ¿Cómo desactivo los anuncios en las plataformas de redes sociales?

Cada plataforma de redes sociales tendrá una política propia sobre qué cuentas son elegibles para la monetización (por ejemplo, número mínimo de seguidores, cuenta verificada, etc.).

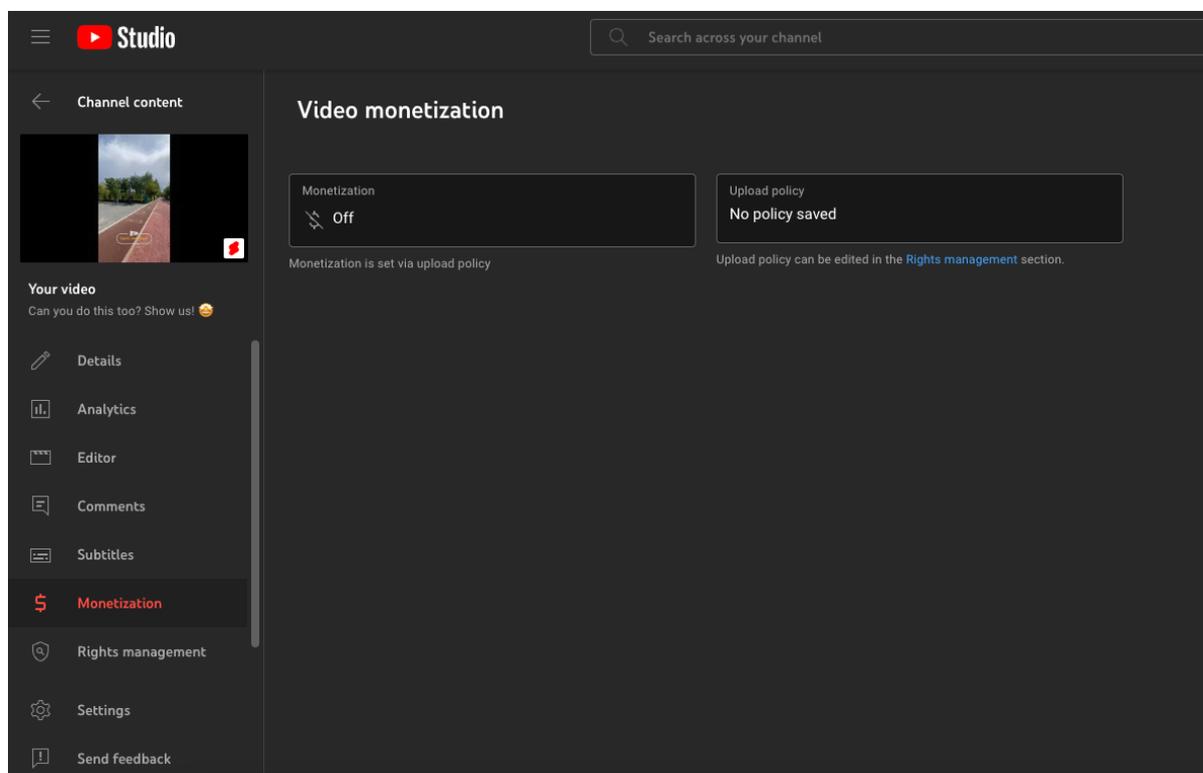
En los casos en que la cuenta de un/a atleta sea elegible para la monetización, se incluyen a continuación algunos recursos para desactivarla durante el periodo de los Juegos en las principales plataformas de redes sociales.

La monetización y las herramientas disponibles pueden depender del país.

#### [Ayuda de YouTube: desactivar los anuncios en vídeos concretos](#)

Puede desactivarse la monetización de cualquier vídeo que ya se haya subido.

1. Inicie sesión en YouTube.
2. Haga clic en su imagen de perfil > **YouTube Studio**.
3. En el menú de la izquierda, haga clic en **Contenido**.
4. Seleccione el vídeo para el que desea desactivar los anuncios.
5. En el menú de la izquierda, haga clic en **Monetización**.
6. En el cuadro superior «Monetización», haga clic en **Desactivada** > **Aplicar**.
7. En la parte superior derecha, haga clic en **Guardar**.



### [Facebook: desactivar los anuncios in-stream](#)

Cómo desactivar los anuncios in-stream de un vídeo

1. Diríjase a **Meta Business Suite** > **Contenido**.
2. Haga clic en la pestaña **Publicadas** de la parte superior.
3. Seleccione la publicación para la que desea desactivar los anuncios in-stream.
4. Haga clic en **Editar publicación** en la barra lateral izquierda.
5. En la barra lateral derecha, haga clic en **Anuncios in-stream**.
6. Desactive los anuncios in-stream.
7. Haga clic en **Guardar**

### [Instagram: desactivar la monetización](#)

Si cumple los requisitos y tiene acceso a la monetización de [anuncios en el feed del perfil](#) o de anuncios en Reels, puede desactivar los anuncios seleccionando **Anuncios en el feed del perfil** o **Anuncios en Instagram Reels** en su panel profesional y, después, pulsando la opción **Monetizar** para desactivar la monetización.

### [X: desactivar la monetización en Amplify](#)

Para todas las categorías de publicidad, quite la marca del botón **Monetizar este vídeo** en Media Studio antes de publicarlo.

### [TikTok](#)

Todo el contenido publicado en TikTok según estas Normas debe ser orgánico y estar libre de asociaciones comerciales, incluidas, entre otras, la monetización procedente de la promoción o asociación con una marca a través de una asociación pagada o contenido promocional u otros formatos como Creator Fund, Creator Marketplace y las opciones de propinas o regalos.

\*\*\*

### **Preguntas**

- Si los atletas tienen alguna pregunta sobre las Normas sobre el uso de redes sociales, pueden ponerse en contacto con la jefatura de misión de su Comité Olímpico Nacional.