

**DIÓCESIS DE TYLER**  
**PLAN DE ACCIÓN SOBRE LOS MEDIOS SOCIALES**

**DECLARACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados reconocen que en el medio ambiente actual, con el incremento prevalente del Internet, empleados, clérigos y voluntarios usarán el Internet para ejecutar trabajos de sus ministerios y para comunicarse con sus asociados y amigos. El Internet ofrece varias maneras de interactuar y ha cambiado la forma de comunicarnos y de compartir información. La Diócesis de Tyler considera el Internet un importante instrumento educacional y evangelizador para promover programas escolares y ministeriales. La Diócesis aconseja a administradores, párrocos y directores escolares, apoyar el uso del Internet y suministrar a sus empleados, el clero y los voluntarios el entrenamiento y los instrumentos necesarios para interactuar segura y responsablemente en línea. Quienes usen el Internet deben tener en cuenta que ciertos comentarios e información pueden causar un efecto dañino en la Diócesis de Tyler, su reputación, sus empleados y sus constituyentes. En vista de esta posibilidad, se requiere que los empleados, el clero y los voluntarios se adhieran al siguiente plan de acción con relación al uso de websites personales y ministeriales, incluyendo redes (networks) y "blogs" y otras formas de comunicación en línea.

Este plan de acción fue aprobado el 6 de julio del 2015, Fiesta de Santa María Goretti.

---

Reverendísimo Joseph E. Strickland  
Obispo de Tyler

## **Introducción**

Los medios sociales de comunicación están cambiando rápidamente. Estas directivas ofrecen una síntesis de las mejores prácticas. Ellas incluyen material recopilado de entidades eclesiásticas, corporaciones productivas e improductivas. En la Diócesis de Tyler tanto la Oficina de Comunicaciones como la Oficina de Evangelización de los Jóvenes están disponibles como recursos para el uso de Medios Sociales en el ministerio.

En este documento, el "personal eclesiástico" se define como cualquier -- sacerdote, diácono, religioso, obispo, empleado laico o voluntario -- que provee ministerio o servicio o es empleado por una entidad asociada con la Iglesia Católica. Por favor busque definiciones adicionales en el apéndice.

## **Procedimientos**

### **Límites respetados y apropiados**

En la Diócesis de Tyler, todas las comunicaciones en línea y electrónicas deben hacerse de manera que ofrezcan un Entorno tan Seguro como cuando hacemos interacciones físicas. Estos procedimientos se ofrecen para guiar los esfuerzos de nuestra Iglesia. Para conseguirlo, la Diócesis de Tyler puede ofrecer ayuda por medio de las oficinas de Comunicaciones y de Evangelización de la Juventud.

### **Sitios protegidos con nombre de usuario y contraseña**

Algunos sitios en la red (websites) tanto de ministerios como personales pueden requerir el nombre del usuario/contraseña u otros medios semejantes para tener acceso a todas o a porciones del sitio. En caso de que un miembro del clero, un empleado o voluntario, sujeto a aprobación por la Diócesis de Tyler o sus afiliados, permita a un niño acceso a un sitio de la red que no es de otra manera abiertamente accesible al público, ese mismo acceso debe también ofrecerse a los padres/guardianes del niño, si los padres/guardianes lo desean.

### **Websites para Ministerios**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados apoyan la creación de websites para ministerios como un medio de conducir ministerios diocesanos o afiliados a la Diócesis. Los supervisores que aprueban individuos para crear una website en el ministerio para dispersar información son responsables de controlar esa website. Las websites deben ser organizadas de modo que sean fácilmente mantenidas y documentadas. La Oficina de Comunicaciones ofrece con mucho gusto ayuda en este esfuerzo.

### **Websites personales**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados reconocen que el personal de la iglesia, empleados y voluntarios pueden crear websites personales como medio de auto-expresión. El clero y los religiosos son personas públicas de modo que ninguna website o anuncio puede ser para ellos realmente "personal", todas son expresiones como personas públicas de la Iglesia. Los empleados, el clero y los voluntarios deben reconocer que publicar cualquier cosa en una website personal es lo mismo que hacerlo disponible en cualquier foro público. Cualquier programa contrario al magisterio de la Iglesia Católica o que cause o tenga el potencial de causar vergüenza a la Diócesis de Tyler o a sus asociados debe evitarse. Nota: Si el personal de la iglesia elige usar websites personales para conducir ministerio diocesano/afiliado, las websites personales deben ser aprobadas, y son sujetas a control por su jefe de personal o supervisor.

### **Blogs para Ministerios**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados apoyan el uso de "blogging" como un instrumento del ministerio para comunicación. Es una excelente plataforma para crear y distribuir información. Blogging para el ministerio debe ser aprobado por el supervisor. Aunque "blogging" es un poderoso instrumento de comunicación, los blogs para ministerio no deben ser usados para: 1) conducir o promover negocios externos 2) difamar el carácter de algún individuo o institución 3) causar vergüenza a la Diócesis de Tyler o a sus afiliados o 4) divulgar cualquier información personal sobre niños, particularmente aquello que comprometa su seguridad o su bienestar de alguna manera.

### **Blogs personales y perfiles personales en plataformas de medios sociales**

El clero y los religiosos son personas públicas de modo que sus comunicaciones en línea y electrónicas deben siempre ser de buen gusto y reflejar las enseñanzas y los valores de la Iglesia.

Cuando los empleados y voluntarios se identifican, o es obvio que son empleados o ministros/voluntarios de la Diócesis de Tyler o de sus afiliados en un blog personal, un perfil personal para la plataforma de un medio social, u otro sitio en la red con un propósito similar, el empleado automáticamente (aún sin intención) representa a la Iglesia Católica y sus enseñanzas. Para reducir la potencial confusión, declaraciones como:

"Las opiniones expresadas en este (website, perfil personal, etc.) son mías únicamente y no necesariamente reflejan los puntos de vista de mi empleador, o de la Iglesia Católica". Esta declaración no autoriza a quienes representan a la Diócesis oficial o no oficialmente a expresar opiniones contrarias a las enseñanzas Católicas.

### **Información confidencial y patentada**

El personal de la Iglesia tiene prohibido divulgar via internet información que se entiende se mantiene en confidencia por la Diócesis de Tyler y sus afiliados.

Los empleados, el clero y los voluntarios tienen prohibido divulgar via Internet cualquier información patentada o registrada por la Diócesis de Tyler o sus afiliados, excepto con explícito permiso de la autoridad apropiada.

### **Marcas registradas y logos**

Las marcas registradas y los logos diocesanos no deben usarse en ningún anuncio, correo, correo electrónico, video, o publicación sin consentimiento escrito de la Oficina de Comunicación Diocesana. El personal de la Iglesia que haya recibido permiso para usar marcas registradas o logos, puede usarlos únicamente para publicaciones que claramente promuevan o llamen atención positiva a eventos patrocinados por la diócesis, websites u organizaciones asociadas con la marca registrada o con el logo. El personal de la Iglesia no puede usar en sus websites marcas registradas personales o logos diocesanos o afiliados, volantes o anuncios que en cualquier forma puedan razonablemente sugerir patrocinio diocesano o consentimiento con cualquier punto de vista expresado.

### **Lenguaje o imágenes inapropiadas**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados no toleran que los empleados, el clero y los voluntarios anuncien acoso, comentarios obscenos, ofensivos, derogatorios, difamatorios o en cualquier otra manera potencialmente escandalosos, que reflejen, desacrediten o avergüencen a la Diócesis de Tyler o a sus afiliados, empleados, vendedores, socios, agencias, y escuelas. Todo lo mencionado es prohibido

### **Derecho de revisar**

La Diócesis de Tyler y sus afiliados se reservan el derecho de revisar cualquier sitio de la red, medio social o sistema de mensajes que haya sido usado para propósitos del ministerio por cualquier personal de la Iglesia si hay razones fundamentales para creer que esta política diocesana ha sido violada.

### **Protección de los niños**

El personal de la Iglesia de la Diócesis de Tyler y sus afiliados cumplirán con todos los aspectos de la política de Ética e Integridad de la Diócesis de Tyler, los empleados, el clero y los voluntarios tienen prohibido anunciar o distribuir información personal identificable, incluyendo fotos y/o videos, de cualquier niño menor de dieciocho años sin consentimiento verificable de un padre o guardián. Identificación personal incluye nombre completo, fotos, dirección de su residencia, correo electrónico, número de teléfono o cualquier información que permita a alguien identificar o comunicarse con un niño. El consentimiento verificable puede ser un permiso/exoneración, un correo electrónico del padre o de la madre o de un guardián, o un permiso verbal de uno de sus padres o guardián en la presencia de otro adulto. La Diócesis de Tyler y sus afiliados revisarán individualmente supuestas violaciones del Acta de Protección de la Privacidad de los Niños, y la Política de Ética e Integridad de la Diócesis de Tyler,

### **Cuando hay comunicación con niños usando los medios sociales u otras comunicaciones electrónicas:**

- Debe haber por lo menos dos adultos con derechos administrativos por cada cuenta de Medio Social usada específicamente para ministerio de comunicación.
- Cuando algunas cuentas de Medios Sociales han sido usadas para comunicación, los Adultos no deben iniciar o continuar conversación con niños con el propósito de socializar.
- El principal propósito de tal comunicación debe ser para propósitos ministeriales, o para proveer información relacionada con un ministerio o evento y no para socialización u otra interacción personal.
- No es recomendable aconsejar a los niños mediante tales métodos de comunicación. En caso de que conversaciones como estas se inicien, deberán suministrarse copias impresas o electrónicas al ministro de jóvenes, coordinador de educación religiosa, párroco, director o supervisor y mantenerse en el archivo para sus records personales.
- Los padres deben ser notificados de los métodos de comunicación que se usan en cada ministerio en particular y debe garantizárseles acceso a tales comunicaciones.
- Los medios sociales, en línea u otras comunicaciones electrónicas no deben usarse para comunicarse con niños que no han cursado el noveno grado; en vez de eso deben ser dirigidas a sus padres.
- Los niños pueden "Gustar" ("Like") páginas públicas de Facebook y otras cuentas oficiales de medios sociales de un ministerio en que participan niños.
- Al personal de la Iglesia no le es permitido ser "Amigo" o "Seguidor" de medios sociales de niños sin el consentimiento de sus padres. Los adultos deben limitar el acceso a información personal a

jóvenes sin importar el consentimiento. Esto incluye dirección de su residencia, teléfonos celulares, fotos inmodestas o que muestran consumo de alcohol

- Cuando los niños forman sus propios grupos de Medios Sociales para sus propias reuniones de medios sociales, los adultos no deben unirse a esos grupos.
- Los mensajes de grupos con múltiples adultos entrenados en "ética e integridad" deben ser aconsejados en vez de mensajes personales. Si los niños contactan a adultos particulares comprometidos en el ministerio, es responsabilidad del adulto mantener la conversación limitada en tiempo, frecuencia, y solo con el propósito del ministerio.
- Cuando el contacto entre un adulto y un niño no es apropiado, es muy frecuente, o se hace durante tiempos inapropiados, el adulto debe evitar el uso de medios sociales o divisas para responder. En casos en que Medios Sociales o divisas electrónicas se usan para responder a los niños, los adultos deben mantener copias de todos los mensajes y notificar sobre esa correspondencia al directo supervisor de la iglesia y a los padres.
- Las horas aceptables para comunicación con niños via otras comunicaciones electrónicas deben ser entre las 8 a.m. y las 9 p.m. Las comunicaciones fuera de las horas aceptables pueden permitirse solamente en situaciones de emergencia o para comunicar información sensitiva de tiempo relacionada con el ministerio o con eventos relacionados con el ministerio.
- No es permitido "Chatear" en línea con niños por razones sociales.
- La comunicación con niños usando medios sociales debe hacerse solo para propósitos ministeriales, con el consentimiento de los padres y del personal de la iglesia. Únicamente se les permite comunicarse con menores a quienes tienen entrenamiento en "Ética e Integridad", y tienen una posición oficial como ministro de jóvenes, catequista, o adulto entrenador trabajando con adolescentes.

Cualquier persona que use medios sociales para contactar a menores en la Diócesis de Tyler debe estar dispuesto a permitir que examinen su sistema de mensajes en medios sociales. Como regla general, los adultos no deben comprometer a niños en medios sociales en mensajes, textos u otras formas de comunicación que ellos no permitirían a ningún adulto ver en su perfil.

- No es aceptable mostrar en los medios de comunicación; textos, fotos, videos u otros contenidos inapropiados en donde menores de la Diócesis de Tyler están presentes. Esto incluye lenguaje inapropiado o contenido, fotografías consumo de alcohol, actividad ilícita, comportamiento escandaloso, excesiva violencia, palabras o acciones discriminatorias, inmodestia, o cualquier cosa que pueda ser ofensiva. Estos anuncios publicados en áreas de comunicación social accesibles a los jóvenes serán removidas.

Las cuentas de medios sociales y comunicaciones accesibles a menores deben ser monitoriadas frecuentemente y por múltiples usuarios entrenados en "Ética e Integridad" quienes tengan su ACS al día. Múltiples adultos monitoreando una cuenta de medio social previene interrupciones en la comunicación y asegura que un mensaje importante sea respondido oportunamente.

Julio de 2015

## **Principios Guías**

*"El mundo de la comunicación digital, con su casi ilimitada capacidad de expresión, nos hace apreciar más la exclamación de San Pablo: "¡Pobre de mí si no proclamo el Evangelio!" (1 Cor 9:16) Papa Benedicto XVI, mensaje el Día Mundial de la Comunicación del Año 2010.*

Los medios sociales son uno de los medios de comunicación de más rápido crecimiento en los Estados Unidos, especialmente entre los adolescentes y los jóvenes adultos. Nuestra Iglesia no puede ignorarlo, pero al mismo tiempo debemos usar los medios sociales de manera segura, responsable y civil.

Como el Papa Benedicto XVI notó en su mensaje para el 44o Día Mundial de la Comunicación, esta nueva forma de comunicación "puede ofrecer a los sacerdotes y a todos los trabajadores pastorales un tesoro de información y contenido que fue difícil conseguir anteriormente, y facilita formas de colaboración y mayor comunión en formas que eran inimaginables en el pasado."

La Iglesia puede usar los medios sociales para inspirar respeto, diálogo y relaciones honestas - en otras palabras, "verdadera amistad" (Mensaje el 43o Día Mundial de la Comunicación). Hacer esto requiere considerar los medios sociales como una poderosa forma de evangelización y considerar el rol de la Iglesia de ofrecer una perspectiva Cristiana a la literatura digital.

Usted puede desear leer tanto el 43o como el 44o mensaje del Día Mundial de las Comunicaciones que están disponibles "Googling" Comunicaciones del Papa Benedicto.

## **La Iglesia y los Medios Sociales: Un examen general**

La enciclopedia Wikipedia en línea define los medios sociales como "...medios de comunicación diseñados para difundir información mediante interacción social, usando técnicas publicitarias altamente accesibles y escalables. Los medios sociales usan tecnología basada en la red (web) para transformar y difundir monólogos como diálogos"(1).

Una definición más larga y quizás más filosófica es la que ofrece Jon Lebkowsky, un especialista en medios sociales por mucho tiempo, en su sitio en la red, [weblogsky.com](http://weblogsky.com):

Los Medios Sociales son una transformación en la forma en que las personas encuentran y usan información y contenido, desde noticias importantes hasta ligero entretenimiento. Es una evolución de la forma de difundir el contenido - contenido creado por unos pocos y distribuido a muchos - a difusión por la red, donde el contenido puede ser creado por cualquiera y publicado a todo el mundo, en un contexto que es "mucho a muchos." Dicho de otra manera, la publicación y distribución por profesionales a las masas de audiencia ha cambiado -ahora la publicación y la distribución puede ser por cualquiera, profesional o no profesional, para un nicho de audiencias por una red de muchos canales. Esto es porque los medios de producción son ampliamente accesibles y económicos.

Como resultado, la atención y la interpretación son fragmentadas, hay énfasis en relación, nuevas formas de comunicación son conversacionales, y los costos de transacción para la comunicación se aproximan a cero.

Los medios sociales ofrecen tanto oportunidades como retos a las organizaciones Católicas. Estos pueden agruparse en tres categorías primarias:

- Visibilidad
- Comunidad
- Responsabilidad

### **Visibilidad**

Las comunidades sociales en línea son numerosas y crecen a pasos agigantados (2). Dado el tamaño y la cobertura de esas comunidades, ellas brindan a la Iglesia excelentes foros de visibilidad y evangelización.

La pregunta clave que enfrenta cada organización de la Iglesia que decide comprometerse con los medios sociales es: “¿Cómo nos comprometeremos?” Debe prestarse cuidadosa consideración para determinar los puntos fuertes de cada forma de medio social (blogs, red social, mensajes de textos, etc.) y las necesidades de un ministerio, parroquia u organización. Las fortalezas deben compararse a las necesidades. Por ejemplo, un puesto en un blog puede no ser el modo más efectivo de recordar a los estudiantes un evento. Sin embargo, un texto en masa a todos los estudiantes y sus padres diciéndoles que el retiro comienza a las 9 a.m. puede ser muy efectivo.

---

1 [http://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media)

2 Por ejemplo, el número de usuarios efectivos en Facebook es mayor que la población de los Estados Unidos. (<http://www.facebook.com/pres/info.php?statistics>)

Los medios sociales requieren constante ingreso y control para mantener visibilidad y conocimiento de la presencia de la Iglesia mediante ese particular medio social. Para mantener los miembros, un sitio social en la red necesita tener nueva información con regularidad. En el caso de los medios sociales, el axioma "constrúyelo y ellos vendrán" no es aplicable. Sería importante fijar metas sobre la frecuencia con que se publicarán los anuncios, para que los que nos "siguen" puedan acostumbrarse al horario.

### **Comunidad**

Los medios sociales proveen un poderoso instrumento para fortalecer comunidades, aunque la interacción por medios sociales no debe considerarse un sustituto para reuniones cara a cara. Los medios sociales pueden apoyar a las comunidades de mil maneras: Conectando a personas con intereses similares, compartiendo información sobre eventos en-persona, ofreciendo a las personas diversas formas de dialogar, etc.

Un uso bien considerado de los medios sociales tiene como meta final apoyar "verdaderas amistades" (Mensaje del 43o Día Mundial de la Comunicación) y de comprender la necesidad humana de pertenecer a una comunidad significativa.

### **Responsabilidad**

Los medios sociales ofrecen una herramienta para construir comunidad. Ser miembros de una comunidad también requiere responsabilidad. Los usuarios de los medios sociales esperan que los administradores de los sitios permitan dialogar, ofrezcan información y reconozcan los errores. La explosión de información disponible a los consumidores en los medios sociales significa que ellos con frecuencia solo usan información de fuentes confiables.

Aunque no todas las demandas o requerimientos pueden satisfacerse, es importante que los creadores y administradores de sitios de medios sociales comprendan la diferencia entre los medios sociales masivos y las expectativas de sus consumidores. Muchos expertos en comunicación han descrito la adaptación de los medios sociales como un cambio paradigma (ejemplo) del cambio en la comunicación de los humanos, como un suceso tan importante como el invento de la imprenta y el descubrimiento de la comunicación electrónica.



## Definiciones

Las definiciones proveen claridad y un lenguaje común.

**Blog:** Un blog (una contracción del término "web log") es un tipo de sitio en la red, usualmente mantenido por un individuo con regulares entradas y comentarios, descripciones de eventos, u otro material como gráficos o videos. Las entradas son comúnmente desplegadas en orden cronológico. "Blog" puede también usarse como un verbo, que significa mantener o agregar contenido al blog. *Ejemplos: Hay muchos tipos de blogs en muchos sitios del Internet. Son comunes para celebridades, escritores, periodistas, etc. WordPress es uno de los instrumentos más populares usado para crear blogs.*

**Micro-blog:** Una forma de multimedia blogging que permite a los usuarios enviar breves textos publicar fotos o audio clips, que pueden ser vistos por todos o por un grupo restringido que puede ser escogido por el usuario. Esos mensajes pueden ser sometidos por varios medios, incluyendo mensajes de textos, mensajes instantáneos, correos electrónicos, audio digital o la red. El contenido de un micro-blog difiere de un blog tradicional en que es típicamente más pequeño en tamaño real y en el tamaño del archivo agregado. Una simple entrada podría ser una simple frase o el fragmento de una imagen o un breve video de diez segundos.

*Ejemplo: Twitter - Una forma de micro-blogging, entradas limitadas a 140 caracteres.*

**Medio Social/Network:** Un sitio Web 2.0 que es enteramente manejado por acuerdo de sus miembros. A los individuos se les permite flexibilidad en privacidad de settings, en colocar textos, fotos, videos conexiones y otra información, y en nivel de interacción con otros miembros.

*Ejemplos: Facebook, LinkedIn, MySpace. Twitter, YouTube y Flickr son con frecuencia también incluidos en listas de sitios en la red, aunque a veces YouTube y Flickr pueden compartir multimedia mientras que Twitter es con más frecuencia designado como una aplicación de micro-blogging.*

**Ministerio en el website<sup>3</sup>:** Un sitio/instrumento en la red creado por los empleados, el clero y los voluntarios con el solo propósito de conducir negocios diocesanos/afiliados.

**Website personal:** Una página social en la red, un blog o algún sitio/instrumento creado por los empleados, el clero y los voluntarios principalmente para compartir comunicación personal con amigos y familiares.

**Otras comunicaciones electrónicas:** Tecnologías de comunicación electrónica no definidas como Medio Social/Network (e.g., teléfono celular, correo electrónico, mensajes de texto, etc.)

**Supervisor:** El empleado y/o agente supervisor: para el personal de la parroquia, el párroco; para voluntarios de la parroquia, el administrador apropiado (e.g., Director de Educación Religiosa o Director del Ministerio para Jóvenes); para el personal de la escuela, el director escolar/Principal.

**Empleado:** Cualquier persona empleada por la Diócesis de Tyler o un afiliado. Un empleado puede ser un miembro del clero o una persona laica que pueda también ser miembro de una institución religiosa.

**Clero:** Un sacerdote ordenado o un diácono ordenado que es incardinado en la Diócesis de Tyler, al igual que un religioso sacerdote o diácono, o un sacerdote o diácono incardinado en otra diócesis, que está comprometido en un ministerio bajo control o auspicio de la Diócesis de Tyler o de un afiliado.

**Adulto:** Un individuo de 18 años de edad o mayor.

**Niño:** Una persona menor de 18 años de edad o una persona física o mentalmente incapacitada, menor de 21 años de edad.

**Voluntario:** Un adulto que trabaja sin obtener ganancia financiera o material de la Diócesis de Tyler o sus afiliados y no es un empleado o un miembro del clero (por ejemplo, un interno, catequista, líder de scouts, entrenador, estudiante para maestro y otras capacidades similares).

**Afiliado:** Un miembro participante que tiene lazos o relación con una entidad mayor. Esto incluye grupos diocesanos, voluntarios, líderes de organizaciones, miembros de una comunidad o cualquier otra persona con conexión o asociación conocida.