

Reglamento de los Medios de Comunicación Social

Diócesis Católica Romana de Dallas

Enero 2012

Contenido

Introducción	3
Principios	3
La Iglesia y la Comunicación Social: Una Síntesis	4
Definiciones	6
Reglamento de los Medios de Comunicación Social	9
Procedimientos	
Sitos Protegidos por Contraseñas, Sitios Cibernéticos y Blogs	10
Información Confidencial y Exclusiva, Marcas Registradas y Logotipos, Lenguaje e Imágenes Impropias, Derecho a Revisión, Protección de Niños	11
Comunicándose con Niños Utilizando los Medios de Comunicación Social u otras formas de Comunicación Electrónica	12
Implementación	14
Declaración de Verificación	15

Introducción

Estos reglamentos se ofrecen buscando una óptima implementación e incluyen el material recopilado por entidades eclesiales para corporaciones con y sin fines de lucro. Aceptamos sus sugerencias y comentarios en info@cathdal.org.

En este documento, el término “personal eclesiástico” se refiere a cualquier - sacerdote, diácono, religioso, obispo, empleado o voluntario laico - que presta un ministerio o servicio, o que es empleado por una entidad asociada a la Iglesia Católica.

Principios

El mundo de la comunicación digital, con su excesiva y casi ilimitada capacidad, nos lleva a apreciar aun más la exclamación de San Pablo: “Ay de mi sino predico el Evangelio” (1 Cor 9:16) – Papa Benedicto XVI, mensaje del Día Mundial de las Comunicaciones 2010.

Los medios de comunicación social son una de las formas de comunicación de mayor crecimiento en los Estados Unidos, especialmente entre los jóvenes y jóvenes adultos. Nuestra Iglesia no puede ignorarlo y debe utilizar los medios de comunicación social en forma segura, responsable y civil.

Tal como el Papa Benedicto XVI lo mencionó en su mensaje el 44^{vo} Día Mundial de la Comunicación, esta nueva forma de comunicación “puede ofrecer a los sacerdotes y a todos los trabajadores pastorales una exuberante cantidad de información y contenido que anteriormente era difícil de obtener, facilitando diversas maneras de colaboración y de mayor comunión en formas que eran impensables en el pasado.”

La iglesia puede utilizar los medios de comunicación social para promover el respeto, el diálogo y las relaciones honestas – en otras palabras, “una amistad auténtica” (43^{vo} Mensaje del Día Mundial de la Comunicación). Para lograrlo se requiere que consideremos los medios de comunicación social como un poderoso medio de evangelización y consideremos el papel de la Iglesia en proporcionar una perspectiva Cristiana a la habilidad de utilizar la tecnología digital.

Le recomendamos que lea los mensajes del 43^{vo} y 44^{vo} Día Mundial de la Comunicación. Estos se encuentran disponibles en

http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/document_s/hf_ben-xvi_mes_20090124_43rd-world-communications-day_en.html y http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/messages/communications/document_s/hf_ben-xvi_mes_20100124_44th-world-communications-day_en.html.

La Iglesia y la Comunicación Social: Una Síntesis

La enciclopedia virtual Wikipedia define medios de comunicación social como “... medios de comunicación diseñados para ser diseminados a través de interacción social, utilizando técnicas de publicación altamente accesibles y evaluables. Los medios de comunicación social utilizan tecnologías basadas en las redes sociales para transformar y transmitir monólogos de los medios de difusión en diálogos de medios sociales”.¹

Una definición más amplia y quizás más filosófica es ofrecida por Jon Lebkowsky, un especialista veterano en medios de comunicación social, en su sitio, weblogsky.com:

Los medios de comunicación social son una transformación fundamental en la(s) forma(s) en que la gente encuentra y utiliza información, desde los noticieros hasta las noticias de entretenimiento. Es una evolución en la transmisión - contenido creado por unos pocos y distribuidos a muchos - hasta una difusión en las redes sociales, en donde el contenido se puede crear por cualquier persona y publicar en forma masiva, en un contexto de “muchos a muchos.” Dicho de otra manera, la publicación y transmisión de profesionales a audiencias masivas ha cambiado. Ahora la publicación y transmisión pueden llevarse a cabo por cualquier persona, se trate o no de un profesional, a audiencias designadas a través de redes sociales. Esto es debido a que los medios de producción son ampliamente accesibles y económicos.

Como resultado de todo esto, la atención está fragmentada, existe un énfasis en relaciones, las nuevas formas de comunicación social son conversacionales, y los costos de comunicación casi llegan a cero.

Los medios de comunicación social ofrecen oportunidades y desafíos a las organizaciones Católicas. Dichos desafíos pueden ser agrupados en tres categorías principales:

- Visibilidad
- Comunidad
- Responsabilidad

1

Visibilidad

Las comunidades de los medios de comunicación social virtual son vastas y crecen rápidamente². Dado su tamaño y alcance, estas comunidades ofrecen excelentes foros para la visibilidad y evangelización de la Iglesia.

La incógnita a la que se enfrenta cada organización eclesiástica que decide utilizar los medios de comunicación social es: “¿Cómo los involucramos?” Por lo que debe determinarse cuidadosamente el potencial particular de cada medio social de comunicación (blogs, redes sociales, mensajes de texto, etc.), así como las necesidades de un ministerio, parroquia u organización. El potencial debe equiparar la necesidad. Por ejemplo, es posible que un blog no sea la manera más efectiva de recordar a estudiantes acerca de un evento. Sin embargo, un mensaje de texto masivo a todos los estudiantes y a sus padres haciéndoles saber que el retiro comienza a las 9 a.m. puede ser muy efectivo.

Además, los medios de comunicación social requieren una constante aportación y supervisión para mantener la visibilidad y atención de la presencia de la Iglesia a través de dicho medio social de comunicación particular. Para mantener a sus miembros, un sitio de comunicación social necesita renovar su contenido en forma regular. En el caso de los medios de comunicación social, el proverbio “edifica y ellos vendrán” no aplica. Sería importante establecer expectativas internas con respecto a que tan frecuentemente deben llevarse a cabo las entradas, para que los “seguidores” puedan acostumbrarse a un horario.

Comunidad

Los medios de comunicación social pueden ser una herramienta muy poderosa para fortalecer una comunidad, aunque la interacción a través de los medios de comunicación social no debe ser vista como un sustituto de reuniones cara-a-cara. Los medios sociales pueden apoyar comunidades en cuantiosas formas: conectando personas con intereses similares, compartiendo información acerca de eventos, facilitando formas de dialogo entre las personas, etc.

Se considera que el buen uso de la comunicación social tiene como meta final promover la “verdadera amistad” (43^{vo} Mensaje Mundial del Día de la Comunicación) y la comprensión del deseo humano por una comunidad significativa.

Responsabilidad

Los medios de comunicación social proporcionan una herramienta para edificar

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

comunidades. La membrecía en comunidades también conlleva una responsabilidad. Los usuarios de los medios de comunicación social esperan que los administradores de los sitios sociales permitan un diálogo, proporcionen información y reconozcan sus errores. La explosión de información disponible a los consumidores a través de los medios de comunicación social ha llegado a significar que los usuarios por lo general solamente utilizarán información de sitios confiables y recomendados por personas en las que ellos confían.

Aun cuando no cada una de las peticiones o investigaciones puede llevarse a cabo, es importante que los creadores y los administradores de los sitios de comunicación social entiendan la diferencia entre los medios de comunicación social y los medios de comunicación masiva, así como las expectativas de sus consumidores. Muchos expertos en comunicación han descrito la adaptación a los medios de comunicación social como transformación en la manera en la que los seres humanos se comunican, un desarrollo tan importante como el de la de la imprenta y el descubrimiento de la comunicación electrónica.

Definiciones

Las definiciones proporcionan claridad y un lenguaje común.

Web 2.0: El termino “Web 2.0” está comúnmente asociado a aplicaciones virtuales que facilitan la comunicación interactiva. Un sitio Web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí, modificar el contenido de un sitio virtual, proporcionar una reacción al contenido, compartir el contenido del sitio con otros usuarios, o filtrar el contenido proporcionado por el creador del sitio. Esto muestra un contraste con sitios virtuales no interactivos en los cuales los usuarios se limitan a la observación pasiva de la información que se proporciona en ellos.

* Ejemplo: La inclusión de los comentarios de los usuarios de Amazon.com aportando revisiones y recomendaciones basadas en la utilización del sitio por el consumidor lo hace un sitio Web 2.0.

- **Blog:** Un blog (una contracción del término “weblog”) es un tipo de sitio virtual que es usualmente actualizado por un individuo a través de la inserción regular de comentarios, descripciones de acontecimientos u otro material tal como imágenes o vídeos. Las entradas se exhiben comúnmente en orden cronológico inverso. “Blog” también puede ser utilizado como verbo, y significa mantener o agregar contenido a un blog.

* Ejemplo: Existen muchos tipos de blogs en sitios a través del Internet. Los cuales son comúnmente utilizados por celebridades, escritores, periodistas, etc. *WordPress* es una de las herramientas más populares usadas para crear blogs.

- **Micro-blog:** Una forma de multimedia *blogging* que permite a los usuarios enviar y publicar breves textos de actualización o micro media del texto tales como fotografías o clips auditivos, para ser vistos por cualquier persona o por un grupo restringido de personas que puede ser elegido por el usuario. Estos mensajes pueden ser insertados en una diversidad de maneras, incluyendo mensajes de texto, de mensajería instantánea, correo electrónico, audio digital o de la red. El contenido de un micro-blog se diferencia de un blog tradicional en que el tamaño del archivo que se agrega es típicamente más pequeño. Una entrada podría consistir de una sola oración o frase, una imagen o un breve video de diez segundos.

* Ejemplo: Twitter es una forma de micro-blogging en la cual las entradas están limitadas a 140 caracteres.

- **Medios de Comunicación Social/Redes Sociales:** Un sitio Web 2.0 cuyo contenido es conducido totalmente por sus miembros. Los individuos gozan de flexibilidad en el manejo del nivel de privacidad, en la inserción de textos, fotografías, vídeos, enlaces virtuales y otra información, así como en el nivel de interacción con otros miembros.

* Ejemplos: Facebook, LinkedIn, MySpace. Twitter, YouTube y Flickr son a menudo también incluidos en listas de sitios de red social, aun que a veces YouTube y Flickr son designados como sitios para compartir multimedia, mientras que Twitter es designado más frecuentemente como un sitio de aplicación micro-blogging.

- **Sitio Virtual Ministerial³:** Un sitio virtual/herramienta virtual creado por empleados, clérigos y voluntarios con el único propósito de conducir asuntos diocesanos/o de sus afiliadas.
- **Sitio Virtual Personal:** Una página en las redes social, blog o cualquier sitio virtual/herramienta creada por empleados, clérigos y voluntarios principalmente para compartir comunicación personal con amigos y familiares.

3 La definición de sitio virtual ministerial y sitio virtual personal fueron tomadas del Reglamento de los Medios Sociales de Comunicación de la Arquidiócesis de Cincinnati

- **Otro Tipo de Comunicación Electrónica:** Tecnología de comunicación electrónica que no es definida como Medios de Comunicación Social/Red Social (ejem., teléfono celular, correo electrónico, mensajes de texto, etc.)
- **Supervisor:** El agente de contratación y/o supervisión de personal de la parroquia, el párroco; de los voluntarios de la parroquia, el administrador (es decir, Director de Educación Religiosa o Director del Ministerio para Jóvenes); del personal de la escuela, el director.
- **Empleado:** Cualquier persona que es empleada por la Diócesis de Dallas o sus afiliadas. Un empleado puede ser un clérigo o un laico, quien así mismo puede ser miembro de un instituto religioso.
- **Clérigo:** Un sacerdote ordenado o un diácono ordenado que es incardinado en la Diócesis de Dallas, así como un sacerdote religioso o un diácono religioso, o un sacerdote o diácono incardinado en otra diócesis, comprometido a un ministerio bajo el control o el auspicio de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas.
- **Adulto:** Un individuo que ha cumplido 18 años de edad.
- **Niño:** Una persona menor de 18 años de edad o una persona discapacitada física o mentalmente menor de 21 años de edad.
- **Voluntario:** un adulto que trabaja sin recibir remuneración financiera o material en beneficio de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas, quien no es un empleado o un clérigo (por ejemplo, un interno, catequista, líder de scouts, entrenador, profesor y otros con aptitudes similares).

Reglamentos de los Medios de Comunicación Social

Declaración del Reglamento: La Diócesis de Dallas y sus afiliadas reconocen que en el ámbito actual, con el predominante aumento en el uso del Internet, los empleados, clérigos y voluntarios utilizarán el Internet para realizar su trabajo ministerial y para comunicarse con colegas y amigos. El Internet proporciona diversas formas de interacción y ha cambiado la manera en la que nos comunicamos y en la que comunicamos información. La Diócesis de Dallas reconoce el Internet como una importante herramienta educativa y evangelizadora en la implementación de programas educativos y ministeriales. La diócesis anima a administradores, sacerdotes y directores a fomentar el uso de internet y a ofrecer a sus empleados, clérigos y voluntarios el entrenamiento y las herramientas necesarias para interactuar de una manera segura y responsable en línea. Sin embargo, quienes hacen uso del internet deben considerar que ciertos comentarios e información pueden crear un efecto nocivo para la Diócesis de Dallas, su reputación y sus empleados. Tomando en cuenta dicha posibilidad, se requiere que los empleados, clérigos y voluntarios se adhieran a los siguientes reglamentos concernientes al uso de sitios virtuales ministeriales y personales incluyendo redes y blogs sociales.

Procedimientos

Sitios Protegidos por Contraseñas

Los sitios virtuales ministeriales y personales pueden implicar el uso del nombre del usuario/ contraseñas u otras formas de ingreso a todas o a porciones del sitio. En caso que un clérigo, empleado, o voluntario, sujeto a la aprobación de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas, proporcione el acceso a un niño a un sitio virtual, que no es accesible al público, se le debe proporcionar el mismo acceso al padre/ tutor, si el padre/ tutor así lo desea.

Sitios Virtuales Ministeriales

La Diócesis de Dallas y sus afiliadas apoyan la creación de sitios virtuales ministeriales como una forma de llevar a cabo un ministerio diocesano/o de sus afiliadas. Se recomienda que cuando se realicen programas educativos y de evangelización diocesanos/o de sus afiliadas, se utilicen sitios virtuales ministeriales. Los supervisores encargados de aprobar a los individuos a cargo de la creación de estos sitios virtuales ministeriales para la difusión de información, son también responsables de la supervisión del mismo.

Sitios Virtuales Personales

La Diócesis de Dallas y sus afiliadas reconocen que el personal de la iglesia, clérigos y voluntarios, pueden crear sitios virtuales personales como un medio de expresión. Asimismo, los empleados, clérigos y voluntarios deben reconocer que cualquier cosa publicada en un sitio virtual personal no es diferente que la publicación de dicha información en cualquier otro foro público. Debe evitarse la publicación de cualquier información que cause o tenga el potencial de avergonzar a la Diócesis de Dallas o sus afiliadas. Nota: Si personal eclesial elige utilizar sitios virtuales personales para llevar a cabo un ministerio diocesano/o de sus afiliadas, el sitio virtual personal debe ser aprobado, y estar monitoreado por el supervisor o personal designado.

Blogs Ministeriales

La Diócesis de Dallas y sus afiliadas apoyan el uso de *blogging* como una herramienta de comunicación ministerial. Estos representan una excelente plataforma para crear y distribuir información. Aun cuando el *blogging* es una poderosa herramienta de comunicación, los blogs ministeriales no pueden utilizarse para: 1) conducir o promover negocios 2) difamar el carácter de algún individuo o institución 3) avergonzar a la Diócesis de Dallas o sus afiliadas o 4) divulgar cualquier tipo de información personal sobre niños que pudiese, de alguna manera, poner en riesgo su seguridad o bienestar.

Blogs Personales y Perfiles Personales en Plataformas de Medios de Comunicación Social

Para ayudar a reducir una posible confusión, cuando un empleado o clérigo se identifique a sí mismo/a como, o evidentemente se entienda que es, un empleado o clérigo de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas en un blog personal, un perfil personal para una plataforma de medios de comunicación social o de otro sitio cibernético con un propósito similar, el empleado está obligado a poner el siguiente aviso en un lugar razonablemente prominente del sitio virtual o perfil:

“Las opiniones expresadas en este sitio virtual son sólo mías y no necesariamente reflejan la opinión de mi empleador.”

Información Confidencial y Exclusiva

Se prohíbe que el personal eclesiástico divulgue vía internet información que se entiende debe ser tratada en forma de confidencialidad por la Diócesis de Dallas o sus afiliadas.

Se prohíbe que empleados, clérigos y voluntarios divulguen vía internet cualquier información que es propiedad de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas, a menos que se cuente con el permiso explícito de las autoridades apropiadas.

Marcas Registradas y Logotipos

El personal eclesiástico puede utilizar marcas registradas o logotipos diocesanos o de sus afiliadas en sitios cibernéticos solamente cuando claramente promuevan o llamen positivamente la atención a eventos diocesanos, sitios cibernéticos u organizaciones asociadas con la marca registrada o el logotipo. El personal eclesiástico no puede utilizar marcas registradas o logotipos diocesanos o de sus afiliadas en sus sitios cibernéticos personales de ninguna manera que pudiese razonablemente sugerir que la diócesis o sus afiliadas apoyan o están de acuerdo con las opiniones expresadas.

Lenguaje e Imágenes Impropias

La Diócesis de Dallas y sus afiliadas no tolerarán que sus empleados, clérigos o voluntarios publiquen comentarios, enlaces de sitios virtuales, y/o imágenes, intimidantes, ofensivas, derogatorias, difamatorias, o potencialmente escandalosas que desacrediten o avergüencen a la Diócesis de Dallas, sus afiliadas, empleados, vendedores, socios, agencias, escuelas u otros. Está prohibida cualquier actividad a través de los medios de comunicación social o cualquier otra comunicación electrónica que contenga cualquiera de lo anteriormente mencionado y/o que cause una imagen

negativa de la Diócesis de Dallas o sus afiliadas, empleados, vendedores, socios, agencias, escuelas u otros.

Derecho a Revisión

La diócesis de Dallas y sus afiliadas se reservan el derecho de revisar el sitio virtual personal de cualquier empleado eclesiástico si existen argumentos razonables para creer que este reglamento diocesano está siendo violado.

Protección de Niños

El personal eclesiástico de la Diócesis de Dallas y sus afiliadas cumplirá con todos los aspectos de los *Reglamentos de Ambiente Seguro* de la Diócesis de Dallas <http://www.cathdal.org/pages/a-safe-environment>. Se prohíbe a empleados, clérigos y voluntarios publicar o distribuir información personal identificable, incluyendo fotografías y/o vídeos, de cualquier niño menor de 18 años sin el consentimiento comprobable de un padre o tutor. Información personal identificable incluye el nombre completo, fotografías, dirección, correo electrónico, número telefónico o cualquier información que permita que cualquier persona identifique o se ponga en contacto con un niño. El consentimiento comprobable puede ser otorgado a través de una forma de liberación de responsabilidad/permiso, un correo electrónico de un padre o tutor, o el permiso verbal de un padre o tutor en presencia de otro adulto. La Diócesis de Dallas y sus afiliadas revisarán, caso por caso, las supuestas violaciones a la *Ley de Protección de Privacidad de los Niños en Línea* y del *Reglamento de Ambiente Seguro* de la Diócesis de Dallas.

Comunicándose con Niños Utilizando los Medios de Comunicación Social u otras formas de Comunicación Electrónica:

- Debe haber, por lo menos, dos adultos con derechos administrativos para cada cuenta con los medios de comunicación social utilizadas en comunicación ministerial.
- Las cuentas personales con los medios de comunicación social no deben ser utilizadas para conducir comunicación ministerial. Los adultos no deben iniciar o aceptar solicitudes de "amigo" de niños que utilizan sus perfiles personales en Facebook y otras plataformas de los medios de comunicación social.
- El propósito principal de dicha comunicación deberá tener como finalidad el proporcionar información relacionada a un ministerio o evento y no para socializar o llevar a cabo alguna otra interacción de tipo personal. La consejería de niños no es permitida a través dichos métodos de comunicación.

- Los padres de familia deben ser notificados acerca de los métodos de comunicación que son utilizados en cada ministerio particular y se les debe conceder el acceso a dichas comunicaciones.
- Los Medios de Comunicación Social/ Redes Sociales u otras comunicaciones electrónicas no pueden ser utilizadas para comunicarse con niños que no han llegado al noveno grado, sino que deben ser dirigidas a sus padres.
- Los niños pueden presionar "Like" en páginas públicas de Facebook y otras cuentas oficiales de Medios de Comunicación Social para un ministerio donde los niños están involucrados.
- Cuando los niños formen sus propios grupos utilizando los medios de comunicación social, los adultos no deben integrarse a estos grupos.
- Como regla general, ninguna cuenta personal o ministerial con los medios de comunicación social debe ser utilizada para ponerse en contacto con niños en forma individual. Si los niños se ponen en contacto con adultos involucrados en un ministerio, la cuenta ministerial debe ser utilizada para contestar enviando un mensaje a todos en el grupo (es decir, cuando el contacto personal se llevó a cabo para enviar información relevante a todo el grupo). Cuando el contacto se hace de tal manera que una respuesta al grupo no resulte apropiada, el adulto debe evitar utilizar una cuenta personal en los medios de comunicación social para responder. En esos casos inusuales, donde los medios de comunicación social son utilizados para responder, los adultos deben conservar copias de dichos mensajes.
- Las horas aceptables para comunicarse con niños utilizando otros medios de comunicación electrónica deben ser entre 8:00 a.m. y 9:00 p.m. La comunicación fuera del horario adecuado deber ser utilizada solamente en situaciones de emergencia o para comunicar información relacionada al ministerio o a un evento relacionado con el ministerio que requiera una respuesta inmediata.
- No esta permitido "charlar" en línea con niños.

Comment [A1]: Removed, as this line does not reflect current social media terminology.

Implementación

La Diócesis de Dallas, sus afiliadas, así como sus respectivos administradores intentan implementar los reglamentos estipulados aquí y esperan que el personal eclesiástico los cumpla. El incumplimiento de cualquiera de las provisiones estipuladas en los Reglamentos de los Medios de Comunicación Social es motivo para tomar una acción disciplinaria, la cual puede llegar hasta el despido de un empleado o clérigo, o el retiro de su posición si se trata de un voluntario.

La Diócesis de Dallas y sus afiliadas se reservan el derecho de efectuar cambios en este reglamento en cualquier momento y a su entera discreción e interpretar y administrar el reglamento a la luz de circunstancias y eventos variables.

La Diócesis de Dallas agradece y reconoce la generosidad de la Conferencia de los Obispos Católicos de los Estados Unidos y de la Arquidiócesis de Cincinnati por permitirle utilizar sus reglamentos y guías para el uso de redes virtuales sociales como un recurso en el desarrollo de este reglamento.

Diócesis de Dallas
Reglamento de los Medios de Comunicación Social

Apellido	Nombre	Inicial del Segundo Nombre
-----------------	---------------	-----------------------------------

Posición: Centro Pastoral/Parroquia/Escuela

Declaración de Confirmación

Como con cualquier otro reglamento diocesano, las violaciones a este reglamento pueden ser consideradas en las evaluaciones de rendimiento y pueden resultar en una acción disciplinaria e inclusive llegar al despido.

La Diócesis de Dallas/Parroquia/Escuela se reserva el derecho de suspender, modificar o retirar este reglamento en cualquier momento y no se responsabiliza, bajo ninguna circunstancia, por errores, omisiones, pérdidas o daños reclamados o incurridos debido a alguna de sus actividades en línea.

Verifico que he leído y comprendido este reglamento. Estoy de acuerdo en acatarlo y entender que la Diócesis de Dallas/Parroquia/Escuela podrá modificarlo o cambiarlo a su completa discreción y sin previo aviso.

Firma del Empleado/Voluntario

Fecha

**POR FAVOR ESCRIBA EN LETRA DE MOLDE Empleado/Voluntario
REGRESE LA FORMA FIRMADA a su Empleador/Supervisor**