

# MANUAL PARA LA ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

INSPECTORÍA SANTA ROSA DE LIMA (PER)







Manual para la Administración  
de Redes Sociales de la Inspectoría  
Santa Rosa de Lima (PER)



# Índice

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>7</b>
<b>I. Contexto</b>	<b>11</b>
<b>II. Consideraciones Generales</b>	<b>13</b>
<b>III. Manejo del Contenido de Redes</b>	<b>17</b>
<b>IV. Normas Básicas de las Redes Sociales</b>	<b>23</b>
<b>V. Estilo gráfico de las publicaciones</b>	<b>25</b>
<b>VI. Periodicidad de las publicaciones</b>	<b>27</b>
<b>VII. Puntos claves a tener en cuenta</b>	<b>29</b>

## ANEXO

<b>ACG423 - 2 Orientaciones y Directrices</b>	
<b>Presencia en las redes Sociales</b>	<b>33</b>
Introducción	<b>33</b>
La Congregación Salesiana y las Redes Sociales	<b>35</b>
Algunas líneas guías	<b>38</b>
1. Presencia en Redes Sociales: Identidad y Responsabilidad.	<b>38</b>
2. Presencia en Redes Sociales: Comunicación de Contenidos.	<b>39</b>
3. Presencia en Redes Sociales: Relaciones respetuosas con los demás.	<b>41</b>
4. Presencia en Redes Sociales: Problemas y Confidencialidad.	<b>42</b>
5. Presencia en Redes Sociales: Seguridad, derecho y obligaciones.	<b>42</b>



## Presentación

Quien más, quien menos, todos en estos últimos años hemos experimentado la influencia de las redes sociales. Ya sea para comunicar, informarse, interactuar o, simplemente, pasar el rato.

Es notable constatar el gran salto que ha sido pasar de la web 1.0, donde sólo éramos consumidores de contenidos que otros subían a internet, a la web 2.0, donde nos hemos convertido en generadores de información, productores de contenidos para socializar y hasta agentes de concientización y cambio.

Más de una vez me he preguntado ¿qué habría hecho Don Bosco si hubiera contado con este recurso de las redes? Y la respuesta que enseguida se me viene son dos opciones claras: las habría aprovechado al máximo para compartir su sueño y habría educado y acompañado a sus jóvenes para que pudieran integrarlas formativamente en sus vidas.

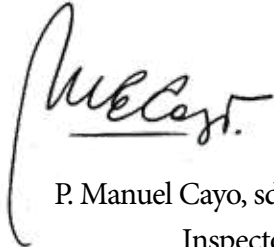
Este manual para la administración de las redes sociales de nuestra inspectoría busca, de alguna manera, ayudarnos a lograr estos mismos dos objetivos:

- Aprovechar los grandes recursos que nos ofrecen estos medios y usarlos de manera que sean potentes herramientas educativo-pastorales;



- Brindar pautas para poder comunicarnos bien, clara y propositivamente, respetando y ayudando en la construcción de la Iglesia y la sociedad.

Deseo, entonces, que esta publicación no sea solo un marco que brinde pautas y criterios; sino que se convierta en una invitación a meternos creativamente en este mundo de las redes, para comunicar con pasión el evangelio, para promover con entusiasmo la educación, para difundir nuestro proyecto y carisma, en fin, para estar presentes como educadores-pastores en este nuevo patio.



P. Manuel Cayo, sdb  
Inspector







La presencia de las redes sociales propone nuevas formas y espacios de relación e interacción entre las personas, sobre todo entre las más jóvenes, por lo cual las redes sociales se han convertido en espacios propicios para hacer contacto con nuestro público de interés, logrando un mejor posicionamiento de la imagen y la marca Salesianos.

Estas redes pueden ser muy útiles contribuyendo a la educación, la evangelización y la atracción de nuevas vocaciones con mensajes y diseños producidos o compartidos; además podemos entregar información inmediata a cientos o miles de personas en un segundo, pero esta misma ventaja puede convertirse en un riesgo, si tenemos en cuenta que una información descontextualizada, errada o malintencionada, puede generar una crisis de reputación en nuestra Inspectoría e incluso, al traspasar los límites geográficos, en toda la congregación.

En este documento, presentamos criterios y aspectos a tener en cuenta para el manejo de redes sociales, que debe ser socializado y aplicado por quienes se encargan de administrar o de producir de contenido:





# SOCIAL MEDIA

## CONSIDERACIONES GENERALES

- a) Según el trabajo en red para la comunicación, cada obra designará la responsabilidad a un laico o a un religioso salesiano para coordinar dicha área, según el ambiente.
- b) El coordinador local nombrado por la comunidad salesiana es avalado por el Delegado Inspectorial para la Comunicación Social (DICS). El coordinador local de CS asumirá con responsabilidad el cargo designado.
- c) Si se considera que en la obras no existe una persona que pueda dedicarse a la administración de las redes, ya sea por falta de tiempo o de conocimiento, se recomienda no abrir estos espacios de interacción digital. Es mejor no tenerlos que tenerlos mal administrados.
- d) Se hace necesario que el Inspector y los directores monitoreen constantemente las redes sociales de la Inspectoría y de las obras, velando por la veracidad y coherencia de los contenidos publicados.

- e) El delegado inspectorial de comunicación social (DICS) coordinará y supervisará el uso de las redes sociales de las diferentes obras.
- f) El DICS deberá velar por los portales oficiales administrados por la Congregación Salesiana del Perú, que representan la voz oficial de la inspectoría, por tanto:
- Quien administre debe abstenerse de hacer comentarios personales o que vayan en contra de los principios de la Congregación.
  - Cuando no se tenga claridad sobre la posición de la Congregación frente a algún tema, se debe evitar la publicación de comentarios y consultar al Director de la obra o al Inspector antes de hacerlo.
  - En caso de crisis en las obras o de no conocer la posición oficial de la Inspectoría, se debe consultar a la oficina de comunicación inspectorial.
  - En caso de crisis, ningún administrador está autorizado para emitir informaciones oficiales, éstas sólo deben publicarse con autorización del portavoz inspectorial o el vocero de la obra, quienes seguirán según el Manual de Crisis.
  - El uso del logo institucional y demás elementos de identidad de la Inspectoría, están sujetos al Manual de Imagen Corporativa.
- g) Cuando sea necesario ampliar la información publicada se incluirá un enlace a la página web institucional, páginas web de interés o redes sociales, siempre y cuando sean sitios confiables y cuyo contenido sea coherente con los objetivos institucionales.

- h) Se debe tener especial cuidado con las publicaciones y contenidos que incluyan a niños, niñas, adolescentes y jóvenes: Quien administre tendrá en cuenta la legislación vigente y debe solicitar permiso o realizar consulta a los padres de familia, autoridades o instituciones encargadas, cuando así se requiera.
- h) Se deberá contar con la Carta de consentimiento firmada por los padres de familia o apoderados que autoricen el uso del material para fines de la Institución.





The background of the top half of the page is a dark purple gradient. It features several social media icons (Pinterest, Instagram, LinkedIn, Facebook, YouTube, Twitter, and others) that appear to be hanging from thin, dark strings, creating a 3D effect. The icons are in a lighter shade of purple. To the right of the icons, there are three vertical white bars of varying heights, resembling a stylized 'III' or a decorative element.

# MANEJO DEL CONTENIDO DE REDES

- a) Se debe tener presente que existe un consentimiento informado, que deben firmar los padres de familia de los menores que aparecerán en las fotografías o material audiovisual publicadas.
- b) En el caso de las instituciones educativas escolares, se deberá tener la autorización escrita y firmada por los padres de familia de los menores de edad, en donde se les informe sobre el uso de las imágenes, con fines de difusión académica y promocional de la institución, y el respeto y responsabilidad total que garanticen la integridad de los menores.
- c) El chat de las redes sociales debe ser sólo una herramienta de contacto con los grupos de interés; las conversaciones personales no deben realizarse por este medio y el lenguaje que se use debe ser el mismo de las redes sociales.
- d) Las redes sociales institucionales se distinguirán porque siempre tratarán con respeto a sus públicos, no hay lugar para la difamación, la violación de los derechos humanos, la intolerancia, el desprecio al color de piel o al origen de nacimiento, ni ningún tipo de discriminación o actividad que pueda dar lugar a malentendidos en este sentido.

- e) Se debe evitar la generación de discusiones o involucrarse donde las haya. Si por algún motivo, el administrador resulta envuelto en alguna, debe permanecer sereno, ser objetivo y abierto al diálogo.
- f) Todo contenido pornográfico es moralmente inaceptable en la Congregación, por tales motivos toda publicación de este material queda prohibida.
- g) Se evitarán las declaraciones, imágenes, publicaciones con contenido político
- h) Tener en cuenta el acuerdo de confidencialidad con respecto al Código de ética que aplica para todos los medios, incluyendo redes sociales.

### **3.1 Sobre los roles de Administración**

- a) La administración de las redes sociales de la Inspectoría o de las obras la puede realizar un salesiano o laico encargado de la comunicación en la Inspectoría o la obra.
- b) Debe evitarse que menores de edad instituciones educativas, parroquias, oratorios, grupos juveniles u otros sean quienes suban información a las redes sociales institucionales.
- c) Se deben establecer criterios claros sobre los permisos de seguridad del administrador de las redes sociales, es decir, si sólo el administrador tiene la clave, si la tienen otras personas de la obra y en caso de que otras personas tengan el acceso, cuáles son las funciones y permisos específicos de cada uno.
- d) Se recomienda que sea una única persona la que publique la información en las redes sociales institucionales; en caso de que sean varias se deben tener claros los criterios comunes de diseño y redacción (línea gráfica) para que el visitante no note los cambios de un administrador a otro.

- e) La configuración de la red social es fundamental para evitar ser etiquetado de forma indeseada.
- f) Es importante organizar de manera adecuada la configuración de privacidad y etiquetado antes de poner en marcha cualquier red social.
- g) El administrador responsable de las redes en cada ambiente debe entregar el usuario y contraseña al director de cada obra, para que este pueda tener control si se llegara a presentar alguna situación de crisis. Del mismo modo, cuando se realicen cambios de contraseña, se deben notificar al director.
- h) La administración de la cuenta en Facebook deberá realizarse desde un fanpage como sitio oficial y no desde un perfil. Las obras deberán adaptarse para el mejor uso profesional de esta red social.
- i) No se debe administrar ninguna red social desde un perfil personal. Se debe crear un perfil de la obra salesiana ajeno a las cuentas personales de los administradores. Y a partir de ahí la creación de la cuenta del fanpage Oficial.
- j) El administrador debe ser responsable con la información, las fotografías, videos y comentarios y todo contenido que se publique en las redes oficiales. Además, debe poner atención especial a las afirmaciones e intervenciones que se emitan en nombre de la institución, para evitar rumores, malas interpretaciones o sembrar sospechas infundadas.
- k) La persona encargada de las redes debe validar la información antes de compartirla, pero si se llegara a cometer un error, en fechas, lugares, fuentes, entre otros, se debe corregir de inmediato.

- l) Quien administre la red social debe abstenerse de invadir la privacidad de las personas, evitando ingresar en los perfiles de los seguidores o usuarios de las redes con fines personales, que van más allá de lo profesional.
- m) Para las páginas de Facebook, en el momento de la apertura se realizará configuración en los roles de página para que Congregación Salesiana (nombre de perfil: Giovanni Bosco) sea asignado como Administrador. Dicha labor favorecerá el tráfico de información por medio de las notificaciones en caso de publicaciones.
- n) En el caso, de que administrador comete un error deberá asumir su responsabilidad y tener en claro que un mal procedimiento afecta la imagen y reputación de la Inspectoría y de la Congregación. La administración de Congregación Salesiana tiene la facultad de borrar dicho contenido.
- o) Recordar que el contenido no es a título personal sino en representación de una entidad institucional.

### **3.2 Producción de contenido para las redes sociales**

- a) Las respuestas a los usuarios que escriban en la página en redes sociales (fan page) deben realizarse en un máximo dos días hábiles después de la recepción de la queja, reclamo o sugerencia. Lo recomendable es hacerlo, si es posible, el mismo día.
- b) Las preguntas o consultas deben responderse en máximo una hora. (Como no se tiene una persona monitoreando en la noche, ni los fines de semana, se debe responder inmediatamente se vea la inquietud publicada).
- c) En caso de que se encuentren comentarios que hagan referencia a otra dependencia, el encargado debe consultar con dicha oficina antes de dar respuesta.

- d) Por las características de viralidad e influencia del Facebook, los fanpage se deben supervisar todos los días. Por ello, es recomendable revisar la sección “notificaciones” y el impacto de los post que se publican. A este ejercicio se le debe dedicar, al menos, unos minutos al inicio o al final de la jornada. De igual forma se deberá hacer en el caso se cuente con otras redes como Twitter.
- e) Los créditos de la información producida será a título de la Institución Educativa o del equipo de comunicadores locales. En el caso, que la información no sea de su autoría, deberá incluir en los créditos la autoría del contenido.

### **3.3 El uso del lenguaje**

- a) Los mensajes deben ser claros y con un lenguaje sencillo, amable y respetuoso.
- b) Se debe hablar en segunda persona (tú) para generar interacción y confianza.
- c) La buena ortografía de las publicaciones es fundamental, da muestra de seriedad y conocimiento.
- d) En caso de debates polémicos, se debe usar un lenguaje sereno que manifieste estima y respeto.
- e) Evitar el lenguaje y los mensajes irónicos, doble sentido o ambiguos que lleve a una interpretación errónea.





# IV NORMAS BÁSICAS DE LAS REDES SOCIALES

Tener presentes las normas de netiqueta (significado: es un conjunto de normas de comportamiento que hacen de internet y las TIC, sitios más agradables, en donde la convivencia y el respeto mutuo son primordiales) para evitar:

- a) Envío indiscriminado de correos, mensajes o invitaciones.
- b) Uso de las mayúsculas y minúsculas de manera inadecuada. Evitar la mayúscula sostenida.
- c) Etiquetado indiscriminado.
- d) Mensajes personales en los muros, para eso se puede usar el mensaje directo o inbox. No ser invasivos.
- e) Mal uso de derechos de autor. Cada vez que se tome un elemento de otra página, perfil o documento, se debe poner el crédito respectivo.
- f) En el caso de Twitter la publicación de un tweet en varios. La idea completa de una publicación debe quedar clara en 280 caracteres. Los mensajes no deben estar divididos. Usen el sistema de redacción SEO.



- g) No es necesario ni correcto seguir a todas las personas que nos siguen en redes.
- h) Abusar de las etiquetas, también llamadas numerales o hashtags. En Facebook y Twitter usar máximo dos, en Instagram el número se amplía, pero no deben superar las 5.
- i) Malas interpretaciones por los emoticones. Como quien lee no ve la expresión de quien escribe, es preferible evitar el uso de estos dibujos para evitar los malos entendidos.



# ESTILO GRÁFICO DE LAS PUBLICACIONES

- a) El uso del logotipo de la Congregación y de las obras de la Inspectoría en las redes sociales, son usados solo para los sitios oficiales. En el caso de usarse sin autorización, deberá prohibirse su uso.
- b) En las publicaciones está permitido el uso de todos los colores, teniendo en cuenta las siguientes recomendaciones en sintonía con la línea gráfica de la Inspectoría según el manual de Marca corporativa.
- c) Predominarán las imágenes sobre el texto, por tanto se debe evitar saturar las publicaciones.
- d) Sólo en la página web predominará el texto sobre la imagen.
- e) Si se usa una imagen de fondo y hay espacio libre para el texto, éste se puede poner ahí, de lo contrario, la imagen debe llevar transparencia para poner texto encima.
- f) Se puede usar también la imagen con una franja blanca en la parte inferior o superior para el texto.


- g) Se recomienda que las imágenes que se manejen en redes sociales sean subidas en un tamaño no menor a 1200 píxeles.
- h) Los videos de Youtube deber tener una buena producción, no deben presentarse como un video casero, sino que deben tener un corte profesional (guion, iluminación, sonido) Llevarán sólo texto cuando se requiera e imágenes cuando sea necesario para explicar temáticas.
- i) En los videos se deben evitar al máximo los efectos de cualquier tipo (transiciones, ecos, etc.), tanto para audio como para video.
- j) Las fotografías, videos y diseño de banners y audios deben tener buena calidad y resolución, sea el caso.
- k) Las fotografías deben tener buena resolución. Cuidar los encuadres y el sentido de la imagen. Es recomendable seleccionar y editar las imágenes previas a su publicación.



# VI PERIODICIDAD DE LAS PUBLICACIONES

- a) La periodicidad de las publicaciones está establecida en el formato de publicaciones. Se debe tener en cuenta en la parrilla de programación el publicar mínimo una vez a la semana. En el caso de los colegios e instituciones de educación superior es recomendable hacerlo más de una vez a la semana bien sea Facebook, Twitter o Instagram. Para Youtube, el tiempo puede ser máximo un mes.
- b) En el caso de la cuenta Inspectorial en Facebook la publicación de contenidos es diaria.
- c) En el caso de la web de la Inspectoría la publicación es frecuente, de preferencia diaria. Con noticias salesianas del ámbito nacional e internacional. Las mismas que llegan desde las obras a través de la Red de Comunicadores Salesianos, así como del portal InfoANS, y que se replican en las redes sociales.
- d) Las obras salesianas deben publicar las noticias más importantes de la obra en la web de la Red de Comunicadores Salesianos <http://comunicador.salesianos.pe/> al menos una vez a la semana, para su posterior réplica en la web inspectorial y las redes sociales.





# VII PUNTOS CLAVES A TENER EN CUENTA

Lo que se debe favorecer al aplicar el Manual para la administración de redes sociales:

- a) El posicionamiento de la Congregación Salesiana como una comunidad religiosa de consagrados fundada por Don Bosco, para una misión evangelizadora y educativa en favor de los niños, adolescentes y jóvenes de los ambientes populares, con mensajes cortos y claros.
- b) La información sobre las actividades de la Inspectoría, sus sectores y sus obras (escuelas, parroquias, oratorios, misiones, centros de acción social, empresas y productos de comunicación, etc).
- c) Compartir, además de la información propia, el contenido de las páginas oficiales de la Inspectoría, de [www.sdb.org](http://www.sdb.org) y del sitio de ANS [www.infoans.org](http://www.infoans.org), cuando éste sea de interés general o de la Inspectoría.
- d) Transmisión de una imagen positiva de nuestra misión de manera transparente, auténtica y moderna.

- e) Poner en contacto a adolescentes, jóvenes, educadores y padres de familia con nuestras ideas, propuestas y acciones, ofreciéndoles la oportunidad de participar de modo concreto y corresponsable.
- f) Ser un punto de referencia y de intercambio para muchas personas interesadas en temas juveniles, familiares, recreativos, musicales, educativos y sociales desde la Espiritualidad Salesiana de Don Bosco.
- g) Mostrar a los Salesianos como una opción vocacional para los jóvenes.

# ANEXO





# ACG423 - 2

## Orientaciones y Directrices

### Presencia en las redes Sociales<sup>1</sup>

Padre Filiberto GONZÁLEZ

Consejero General para la Comunicación Social

## Introducción

Las redes sociales<sup>2</sup> son un nuevo estilo de comunicación. Se usan prioritariamente para intercambiar experiencias y opiniones, para encontrarse con amigos y estar en contacto con los conocidos, en una sociedad cada vez más Internet - conectada.

---

1 Carta del PAPA FRANCESCO al P. Ángel Fernández Artime, Rector Mayor de los Salesianos, en el Bicentenario del nacimiento de San Juan Bosco: Como Don Bosco, con los jóvenes y para los jóvenes, 24.06.2015: “Señalo en particular dos tareas que nos llegan hoy del discernimiento sobre la realidad juvenil: la primera es la de educar según la antropología cristiana en el lenguaje de los nuevos medios de comunicación y de las redes sociales, que plasma en profundidad los códigos culturales de los jóvenes, y por lo tanto, la visión de la realidad humana y religiosa ...”.

2 Con la expresión redes sociales hacemos referencia a todos los contenidos y a las plataformas de Internet, que permiten a los usuarios intercambiar información y contenidos, como fotos, vídeos, historias, experiencias y opiniones.

Su rol llega a ser indispensable en la realidad de muchas personas e instituciones, pues permiten conocer gente y lugares nuevos, enterarse de eventos y sucesos de modo inmediato, entrar en diálogo y crear grupos con diversos objetivos y funciones.

Vía Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, MySpace, LinKedin, Whatsapp y muchos otros medios sociales, se crean vínculos con personas de tantos lugares del mundo que no hubiera sido posible ni imaginar hace pocos años. Con un solo click podemos enterarnos instantáneamente de lo que sucede a miles de kilómetros de distancia.

De esta manera, las plataformas en línea traen grandes ventajas para los usuarios que se convierten en consumidores y en productores de información, porque están prácticamente al alcance de todo el mundo. En las redes sociales todos los usuarios son creadores, protagonistas, simultánea y permanentemente visibles.

Debemos reflexionar sobre nuestra presencia y participación, sobre el cambio cultural y relacional que han introducido<sup>3</sup>, sobre el uso que hacemos de las redes sociales. Las redes aportan grandes beneficios, pero al mismo comportan riesgos para las personas y para la institución si no sabemos convivir en ellas, si no las manejamos adecuadamente. La tecnología no es mala o buena, forma parte de la cultura, por ello hemos de comprender y de aprender sus lenguajes, sus ventajas y sus límites<sup>4</sup>.

Estas directrices son para todos los salesianos y laicos colaboradores en las obras e instituciones que hacen referencia a cada Inspectoría y Visitadurías de los Salesianos de Don Bosco<sup>5</sup>.

---

3 Sistema Salesiano de Comunicación Social, Líneas Orientativas para la Congregación Salesiana, Editrice SDB, 2a Edizione, Roma, 2011, p. 9.

4 Cfr. Capítulo General XXVI de los Salesianos de Don Bosco, N° 99, 109; Cfr. La Formación de los Salesianos de Don Bosco, Ratio Fundamental Institutionis Studiorum, Tercera Edición, Roma, 2000, N°141.

5 Este documento, en su estructura y en su contenido, está inspirado en las líneas guías adoptadas en la Inspectorías Salesiana del Alemania (GER), y ha sido revisado y enriquecido por todos los Delegados para de la CS y el Consejo General.

## La Congregación Salesiana y las redes sociales<sup>6</sup>

Hoy día decir Web 2.0 supone básicamente dos cosas: “En primer lugar, el usuario de la red pasa de ser un consumidor de contenidos a participar en la construcción y elaboración de los mismos. En segundo lugar, la Web 2.0 es una plataforma, no es la red social en sí misma”. A su vez, permite crear un espacio de trabajo colaborativo y participativo que rompe con anteriores modelos jerarquizados y unidireccionales de enseñanza aprendizaje, de producción y creación de conocimiento, de comunicación e información.

Para los Salesianos de Don Bosco (SDB) y sus colaboradores laicos, la Web 2.0 es una oportunidad para estar presentes, para difundir los valores del carisma y de la Institución salesiana, para entrar en contacto con tantas personas, especialmente jóvenes y educadores que pueblan las redes sociales. A través de ellas podemos ser multiplicadores del mensaje y misión de Don Bosco<sup>7</sup>. Hoy las buenas ideas y los valores personales e institucionales se pueden poner en común con todo el mundo con un click. Por supuesto que no es cuestión automática, tienen que ser presentados con lenguajes actuales, en momentos oportunos y con la modalidad y la tecnología adecuadas. No todo medio ni toda modalidad es adecuada para todo contenido, para toda información o para toda comunicación, si se desconoce este principio elemental, se puede perder el tiempo y banalizar el mensaje.

A muchas personas que ven los perfiles de los salesianos y de sus colaboradores laicos en las redes sociales, les cuesta distinguir entre sus identidades, su trabajo y sus vidas privadas. Salesianos y colaboradores son vistos no sólo como individuos, sino como representantes de Don Bosco y de la Congregación Salesiana. Por

---

6 Cfr. DON PASCUAL CHÁVEZ, “Con el coraje de Don Bosco. En las nuevas fronteras de la Comunicación Social” Actas del Consejo General, 390.

7 Cfr. Capítulo General XXVII de los Salesianos de Don Bosco, N° 25

tal motivo es muy importante ser conscientes de que existe una línea muy delgada entre el derecho fundamental de libertad de expresión y la relación de pertenencia, casi de representantes, a la Congregación Salesiana.

Cualquier comentario, expresión o imagen individual, puede ser interpretada como muestra de lo que los salesianos del mundo creen, piensan o hacen. De allí la gran responsabilidad al habitar y usar las redes, cuya privacidad es muy diversa de la que se mantiene en las relaciones sociales físicas, en tiempos y espacios físicos. Es muy importante saber usar el tiempo y el espacio digital, pues allí convivimos y nos hacemos visibles a todas las personas, de modo especial a aquellos adolescentes, jóvenes y adultos, para quienes somos un referente importante en sus vidas.

En esta nueva realidad digital, que crea sus propios conceptos de presencia, relación, información y trabajo, la Congregación Salesiana utiliza estos canales de comunicación para:

- Colaborar en la misión evangelizadora<sup>8</sup> de la Iglesia Católica ofreciendo información sobre los eventos más importantes y sobre los mensajes del Papa.
- Posicionar la Congregación Salesiana como una comunidad religiosa de consagrados fundada por Don Bosco, para una misión evangelizadora y educativa en favor de los niños, adolescentes y jóvenes de los ambientes populares<sup>9</sup>.
- Informar sobre las actividades de la Inspectoría, sus sectores y sus obras (escuelas, parroquias, oratorios, misiones, centros de acción social, empresas y productos de comunicación, etc.)<sup>10</sup>.
- Transmitir una imagen positiva de nuestra misión en modo transparente, auténtico, moderno.

---

8 Cfr. Constituciones de la Sociedad de San Francisco de Sales, art. 6

9 Ibid, art. 2, 43

10 Cfr. La Formación de los Salesianos de Don Bosco, Ratio Fundamental Institutionis Studiorum, Tercera Edición, Roma, 2000, N°71

- Mantener una actitud de aprendizaje constante intercambiando conocimientos y experiencias del trabajo diario, de acuerdo a los objetivos y valores de la institución.
- Animar a conocer a Don Bosco, a la Congregación y a la Familia Salesiana para participar en sus proyectos, extendidos por 130 países del mundo<sup>11</sup>.
- Poner a los adolescentes, jóvenes, educadores y padres de familia en contacto con nuestras ideas, propuestas y acciones, ofreciéndoles la oportunidad de participar de modo concreto y corresponsable de acuerdo a su estatus.
- Acompañar, como hacía Don Bosco, siendo “asistentes” de adolescentes y jóvenes<sup>12</sup> en el mundo virtual.
- Proporcionar subsidios pastorales, espirituales, sociales y culturales que favorezcan la formación de la Familia Salesiana y de las personas interesadas<sup>13</sup>.
- Ser un punto de referencia y de intercambio para muchas personas interesadas en temas juveniles, educativos y sociales desde la perspectiva de Don Bosco.

---

11 Cfr. Capítulo General XXVI de los Salesianos de Don Bosco, N° 11

12 Cfr. Constituciones de la Sociedad de San Francisco de Sales, art. 39

13 Cfr. Dicasterio para la Formación y Dicasterio para la Comunicación Social, “Elements for the Formation of Salesians in Communication”, Salesianos de Don Bosco, Roma, 2015.

## Algunas líneas guía

Las siguientes líneas guía<sup>14</sup> tienen como objetivo ofrecer algunas recomendaciones para el uso seguro y responsable de las redes sociales, para aprender y saber compartir y relacionarse éticamente en Internet.

### 1. Presencia en redes sociales: identidad y responsabilidad

Las nuevas tecnologías y las redes sociales del siglo XXI están borrando las fronteras entre la comunicación profesional y privada. Ciertamente es una decisión personal identificarse en el perfil privado como miembro de la Congregación Salesiana o como trabajador en alguna obra de los Salesianos de Don Bosco. Sin embargo, su identidad en cuanto salesiano consagrado, colaborador laico, debe ser reconocida por terceros ya sea amigos, conocidos y colegas, por su transparencia, autenticidad y responsabilidad y lo mismo por quienes están fuera de estos círculos.

Por lo tanto los SDB, trabajadores y los colaboradores laicos de nuestras obras que tienen un perfil en las redes sociales deben:

- Tener un perfil identificable con sus funciones, sus tareas y su misión en alguna obra.
- Aceptar ser responsables de la información que comparten, de los comentarios que generan, de las fotografías y vídeos que colocan. El mundo de la red no borra ninguna información, imagen o video emitido.

---

<sup>14</sup> Esta versión está inspirada en la Deutsche Bischofskonferenz, conferencia de obispos alemanes, los «Lineamientos de medios sociales para los colaboradores de la Iglesia» y las líneas guía para el uso de social medios para los miembros del personal de la Deutschen Ordensobernkongferenz e.V. (DOK), y las normas para el uso de los medios sociales en el Deutscher Caritasverband. Además, se hizo referencia a las «Orientaciones sobre los Medios de Comunicación Social» de la Comisión de la ciudad de Berlín y la Cruz Roja Austriaca.

- Tener mucho cuidado con sus afirmaciones e intervenciones para no alentar rumores, dejar verdades a medias o sembrar sospechas, entre otros.
- Comprometerse a corregir las declaraciones equivocadas o las indicaciones contradictorias, igual las fechas, lugares y fuentes, cuando sea necesario. Es de personas maduras reconocer fallos.

## **2. Presencia en las redes sociales: comunicación de contenidos**

Las redes sociales son espacios públicos de comunicación, por ende, lo publicado es potencialmente visible para todas las personas e implica riesgos tales como la distribución involuntaria de información, pero también ofrecen la posibilidad de un intercambio directo y rápido.

Por lo tanto, los salesianos, trabajadores y colaboradores son invitados a:

- Apoyar el trabajo de la Congregación Salesiana, compartiendo el contenido que se distribuye a través de los canales oficiales, abriendo espacio a la opinión y crítica objetiva y constructiva.
- Tomar parte en las discusiones llevadas a cabo en los canales oficiales de los Salesianos de Don Bosco, donde puede contribuir con su experiencia, conocimiento y opinión.
- Ofrecer ayuda o dar consejos pastorales, así como estar abiertos al diálogo y al intercambio de información. Si la solicitud está más allá de su experiencia y capacidad, debe indicar a qué personas competentes se pueden dirigir, teniendo presente que si la información ofrecida no es la adecuada, puede dañar la imagen y la labor educativa pastoral de la Institución.



- Aceptar amistad y conexiones con otras instituciones sociales o personas que pueden contribuir a generar un espíritu de solidaridad, pero tenga cuidado de no hacer click demasiado rápido en el botón «me gusta», «no me gusta», o entrar en relaciones con otras personas antes de observar su perfil y puntos de vista, ya que podrían ir en contra de las convicciones o de los valores de la Institución.
- Compartir contenidos (mensajes, imágenes o vídeos) que sean acordes a su vocación o función dentro de la Institución, que sean de buen ejemplo para los niños, adolescentes y jóvenes para quienes trabaja. Ellos, al igual que sus padres y sus colegas, pueden ver su perfil y los contenidos que comparte, por tal motivo evite las imágenes que no sean coherentes con su vocación o función y que puedan prestarse a malos entendidos.
- Antes de compartir o divulgar algún contenido en las redes sociales, es importante comprobar las fuentes y la veracidad de las informaciones. No es ni ético ni educativo compartir contenidos falsos. Las personas confían en nosotros y nos consideran como fuentes fidedignas. Tenemos el deber de ser responsables.
- Preservar el derecho del autor: para compartir o divulgar contenidos que no sean los suyos, es necesario mencionar el autor o al menos la fuente donde los copió.
- Superar la tentación de publicar y visualizar los problemas personales y los conflictos con otros (especialmente en el muro de Facebook o similares).
- Conocer y proceder en conformidad con las normas legales vigentes en el propio país cuando intercambie contenidos, especialmente con niños y adolescentes.
- Tener presente que todo contenido pornográfico es moralmente inaceptable en la Congregación y es ilegal, por tales motivos toda publicación de este material queda prohibido.
- Evitar que los lectores puedan sacar conclusiones equivocadas. Es aconsejable evitar declaraciones políticas.

### 3. Presencia en las redes sociales: relaciones respetuosas con los demás

- Como parte de la Iglesia católica, los SDB y laicos colaboradores que trabajan con la Congregación Salesiana, aun teniendo formas diversas de pensamiento, deben expresarse de manera cortés, veraz y respetuosa hacia los demás. El «estilo del Sistema Preventivo»<sup>15</sup> debe estar presente en los mensajes y en los medios elegidos para darlos a conocer, asegurando que contengan las siguientes características: proactividad y prudencia, optimismo y realismo, innovación e interdisciplinariedad, ética y profesionalidad. Para nosotros es importante que, tanto en la realidad física como en la virtual, sin dejar de ser claros en nuestra postura, respetemos a quienes piensan diferente.

Por lo tanto, esto requiere:

- Ser tolerante y abierto a otras opiniones.
- Utilizar en el caso de los debates polémicos un estilo de lenguaje equilibrado y sereno que manifieste estima.
- Mantener la calma y ser objetivo, incluso si los argumentos que otros presentan no son convincentes.
- Respetar lo que para nosotros o para otras religiones es sagrado.
- Ser consciente de que en las plataformas en línea no hay lugar para la difamación, la violación de los derechos humanos, la intolerancia, el desprecio al color de piel o al origen de nacimiento o cualquier otra cosa que pueda dar lugar a malentendidos en este sentido.
- No provocar discusiones ni involucrarse donde las haya; si se ve envuelto en alguna permanezca sereno, sea objetivo y abierto al diálogo. Sea el primero en pedir disculpas cuando se equivoca.

---

<sup>15</sup> Cfr. Constituciones de la Sociedad de San Francisco de Sales, art. 20, 38

- Mantenerse alejado del lenguaje y de los mensajes irónicos, pues fácilmente encienden las pasiones y crean polémica.

#### **4. Presencia en las redes sociales: problemas y confidencialidad**

La obligación de confidencialidad y discreción también se aplica a las redes sociales. Por lo tanto:

- Toda la información interna, que forme parte de los datos institucionales protegidos, no puede ser publicada.
- La información reservada y los datos personales, no deben ser parte de la discusión pública en las redes sociales.
- Respete la privacidad de todas las personas, por tanto, no se hagan públicos los defectos, los errores o los problemas laborales y familiares.
- En caso de descubrir o ser testigo de delitos, acuda a las autoridades pertinentes.
- En caso de incertidumbre antes de una publicación, póngase en contacto con su supervisor, delegado para la Comunicación Social o, si fuera necesario, con el Inspector.

#### **5. Presencia en las redes sociales: seguridad, derechos y obligaciones.**

Se hace necesario actualizarse sobre el uso de las redes sociales. No olvidarse que los contenidos como las imágenes, los vídeos, la información del perfil y los comentarios, son potencialmente visibles para todas las personas y que algunas aplicaciones de Internet tienen acceso a sus datos. Es un hecho que cualquier tipo de publicación que realice se convierte en un elemento de su personalidad virtual.

Por lo tanto:

- Preste cuidadosa atención al perfil personal y profesional.
- No difunda demasiados datos personales en público.
- Compruebe la configuración de “seguridad y confidencialidad”.
- Antes de crear un perfil, lea atentamente los términos y condiciones de su red social. Si hubiera algún problema con la aplicación, póngase en contacto con el delegado de Comunicación Social.
- Respetar los derechos de autor aplicando siempre la siguiente regla: solo utilizar archivos, imágenes, gráficos, música o videos de los que se tengan los derechos de autor.
- Si publica imágenes, debe pedir autorización a quien aparece en la foto. Si hay niños y adolescentes, posiblemente requiera además la autorización por escrito de su mentor. Los formularios de solicitud pueden pedirse al delegado de Comunicación Social.
- Si desea utilizar las redes sociales como plataforma para establecer contactos de trabajo, incluyendo la imagen de la Congregación, hable primero con su superior.
- Las inspectorías y las respectivas obras de los SDB deben seguir los manuales de diseño corporativos y las reglas para el uso del logotipo de la Inspectoría y de los Salesianos de Don Bosco.
- Las personas pertenecientes en cualquier grado a la Institución, que hagan uso inadecuado de las redes sociales y los medios de comunicación, serán responsables moral y legalmente en primera persona de sus acciones.
- Las actividades de las Inspectorías de los Salesianos de Don Bosco en los medios de comunicación están dirigidos y coordinados por los Delegados de Comunicación Social bajo la supervisión del Inspector.







