Política sobre el Uso de Redes Sociales

Revisada: 2025.12.01

I. Propósito

La Universidad del Sagrado Corazón (también conocida como "Sagrado") reconoce el impacto de las redes sociales en la forma en que nos comunicamos, compartimos información y conectamos con nuestras comunidades. Aunque los medios tradicionales como la televisión, el correo electrónico, los boletines y la publicidad siguen siendo importantes, las redes sociales se han consolidado como canales clave y preferidos por diversas audiencias para informar, interactuar y generar conversación.

Esta política tiene como objetivo guiar el uso responsable y estratégico de las redes sociales vinculadas a Sagrado —incluyendo cuentas institucionales, escuelas, unidades, organizaciones estudiantiles y otros grupos afiliados— para:

1. Reafirmar la misión institucional.
2. Visibilizar la experiencia Sagrado.
3. Destacar la oferta académica, servicios e iniciativas.
4. Cultivar una comunicación clara, respetuosa y alineada con nuestros valores.
5. Promover el sentido de pertenencia.

Este documento indica el uso responsable de las redes sociales en Sagrado. Busca prevenir situaciones como la publicación de contenido sin autorización, el uso indebido de materiales protegidos o la divulgación de información sensible. Al adoptar y seguir estas guías, promovemos un manejo ético y consciente que protege tanto a Sagrado como a las personas que administran las diversas cuentas.

Dado que el entorno digital está en constante evolución, esta política será revisada y ajustada según evolucionen las plataformas, normas y prácticas en el ámbito de las redes sociales y el mundo digital.

II. Aplicabilidad

Esta Política aplica a toda la comunidad universitaria; esto incluye: estudiantes, facultad, personal administrativo y toda persona que, de alguna u otra razón, represente a Sagrado.

III. Definiciones

- ***Universidad:*** se refiere a todos los departamentos académicos y administrativos, unidades y juntas de gobernanza incluyendo la Junta Académica, la Junta Administrativa y la Junta de Síndicos.
- ***Asociaciones Estudiantiles***: significa todas las organizaciones estudiantiles oficiales de la Universidad que están autorizadas y registradas en la Vicepresidencia de Asuntos Estudiantiles.
- ***Administrador****:* es la persona responsable de gestionar la presencia de la cuenta creada en la red social, como Facebook, Instagram y TikTok, creando contenido, interactuando con la audiencia y analizando métricas para optimizar la estrategia.
- ***Redes Sociales****:* son las plataformas digitales donde los usuarios crean perfiles y se conectan con otras personas para compartir información, fotos, videos y mensajes, creando comunidades virtuales. Estas plataformas permiten la comunicación instantánea, la interacción entre individuos con intereses comunes y la difusión de contenido a gran escala. Ejemplos de redes sociales incluyen Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, X, LinkedIn, YouTube, Twitter, WhatsApp.
- ***Plataforma***: significa el foro, mecanismo o herramienta en línea a través del cual los usuarios participan en las redes sociales. TikTok es un ejemplo de una plataforma de redes sociales.

IV. Redes Sociales en la Universidad

La unidad de Comunicación Institucional de la Universidad del Sagrado Corazón supervisa las cuentas bajo la marca Sagrado, incluyendo las cuentas pertenecientes a escuelas, unidades, organizaciones estudiantiles y aquellas que representan a la universidad en general dentro de las plataformas de Facebook, Instagram, canal de WhatsApp, LinkedIn, TikTok, X, YouTube, entre otras.

Aunque el contenido de estas cuentas es gestionado directamente por cada grupo, la unidad de Comunicación Institucional tiene la potestad de crear o eliminar la cuenta, tener los accesos, revisar y, de ser necesario, eliminar cualquier contenido publicado que no esté alineado con la misión, visión, valores o la imagen de Sagrado. Toda cuenta creada bajo la marca Sagrado debe estar registrada en la unidad de Comunicación Institucional.

Esta política busca garantizar que la presencia digital de Sagrado sea coherente, responsable y acorde con su misión y valores, asegurando la integridad y reputación institucional en todas las plataformas.

V. Normas generales para toda la comunidad universitaria en el uso de las redes sociales

Procedimiento para abrir una cuenta nueva

1. Como primer paso, deberá enviar un correo electrónico a socialmedia@sagrado.edu incluyendo: la red social que interesa activar, unidad, propósito, persona(s) encargadas de la gestión diaria.
2. La unidad de Comunicación Institucional evaluará la solicitud e informará la decisión y pasos a seguir.
3. Una vez creada la cuenta, se deberán compartir las credenciales con la unidad de Comunicación Institucional.
4. En el caso de que la cuenta sea en la plataforma de Facebook, deberá otorgar acceso como administrador al perfil de *Comunicaciones Integradas*.

5. De interesar crear una cuenta adicional en otra red social, deberá repetir el mismo proceso. Toda nueva cuenta debe ser autorizada previamente para garantizar el control institucional y la coherencia de marca.

Aspectos legales y de privacidad

1. No debe divulgar información confidencial sobre la universidad, sus estudiantes, empleados o procesos internos. Utilice el buen juicio al compartir contenido en redes sociales.
2. No publique ni participe en actividades que puedan violar leyes o regulaciones locales, estatales o federales.
3. Está prohibido compartir opiniones personales como si fueran posiciones oficiales de la universidad o sus entidades afiliadas. Todo contenido publicado en las cuentas asociadas a la marca Sagrado, pueden representar un aval de la institución.
4. El uso del nombre de la universidad para promover productos, causas o candidatos políticos no está permitido.

Normas de contenido

1. Toda publicación debe ser respetuosa y responsable.
2. El contenido deberá seguir en todo momento la narrativa institucional y alineado a su escuela o unidad, según aplique.
3. No se permitirá contenido que contenga lenguaje amenazante, ilegal, obsceno, violento, abusivo, discriminatorio, difamatorio, humillante o que infrinja derechos de propiedad intelectual.
4. Está prohibido compartir contenido que muestre o pueda ser percibido como: actividades peligrosas, conductas ilegales, como el uso o promoción de drogas, mensajes racistas, sexistas, intolerantes o degradantes hacia cualquier grupo, una persona herida, atacada o humillada.
5. Al publicar imágenes que incluyan a menores, obtenga el permiso por escrito de los padres o tutores legales del menor antes de publicar la imagen.

6. De surgir alguna situación en la cuenta vinculada a la marca Sagrado, ya sea en comentarios públicos, contenido etiquetado o mensajes privados, deberá comunicarse con la unidad de Comunicación Institucional para los pasos a seguir.

Responsabilidad individual

1. Al publicar contenido, usted acepta que:
   (a) posee o tiene derechos de uso sobre el material,
   (b) está alineado a la misión, visión y valores de Sagrado,
   (c) no publicará información falsa o engañosa,
   (d) que indemniza y exime de responsabilidad a la Universidad por cualquier reclamo que resulte del contenido.

Propiedad intelectual

1. Cuando utilice citas, ideas, imágenes, videos o materiales de terceros, debe dar el crédito correspondiente e incluir enlaces al material original cuando sea posible.
2. La universidad prohíbe las publicaciones que infrinjan derechos de autor.
3. La Universidad también prohíbe el uso no autorizado de marcas, logotipos o recursos de la Universidad.

Contraseñas y control de acceso

1. El acceso administrativo a las cuentas institucionales debe ser compartido con la unidad de Comunicación Institucional.
2. En caso de que el administrador actual de la cuenta abandone la Universidad, se debe comunicar a la unidad de Comunicación Institucional para tomar las acciones correspondientes y garantizar el funcionamiento.

Cumplimiento de leyes

1. Toda comunicación debe cumplir con la Ley de Derechos Educativos y Privacidad Familiar (Family Educational Rights and Privacy Act - FERPA), que protege la información académica y personal de los estudiantes.
2. En situaciones que involucren temas de salud, se debe cumplir con la Ley de Portabilidad y Responsabilidad del Seguro de Salud (HIPAA).

VI. Normas para estudiantes / organizaciones estudiantiles

1. Todo estudiante, ya sea en su carácter como colaborador del programa de estudio y trabajo (*work study program)* o en representación de una organización estudiantil, debe solicitar permiso al Decanato de Estudiantes y a la unidad de Comunicación Institucional antes de abrir una cuenta relacionada con la Universidad.
2. Todo estudiante debe seguir esta Política al momento de gestionar cuentas asociadas a la marca Sagrado.

VII. Normas para unidades académicas y oficinas administrativas

- La cuenta institucional de Sagrado (@sagradoedu), en todas las plataformas de redes sociales, tendrá la primicia en comunicar anuncios y reconocimientos destacados, ya sean institucionales, académicos o estudiantiles. Algunos ejemplos son: conferencias magistrales - acuerdos colaborativos - premios o reconocimientos a la institución o miembros de la comunidad universitaria - simposios/jornadas - campeonatos deportivos - eventos donde participe el presidente o la provost - eventos de carácter institucional.
- Los estudiantes del programa de estudio y trabajo (*work study program)* no deben ser responsables únicos del manejo de las cuentas en redes sociales vinculadas a la marca Sagrado.

- Los mensajes y comentarios deben ser respondidos en un periodo de 2 a 3 horas y ser revisados constantemente.
- Todo contenido deberá incluir mención de Sagrado en su narrativa y texto que acompañe la publicación. A su vez deberá etiquetar la cuenta oficial de la universidad (@sagradoedu/@sagradopr).

VIII. Preguntas sobre esta Política

Esta política ha sido aprobada por el presidente de Sagrado con la asesoría de la oficina de la Asesora Legal General. Las preguntas sobre el alcance y la interpretación de esta Política deben dirigirse a la unidad de Comunicación Institucional a través del correo electrónico socialmedia@sagrado.edu.

La Universidad del Sagrado Corazón se reserva el derecho de interpretar esta política en su administración, implementación y cumplimiento. En caso de ambigüedad en alguna disposición de esta política, la Universidad se reserva la discreción de interpretarla de acuerdo con el propósito para el que fue establecida, el impacto en las operaciones de la universidad y la buena fe, a menos que la ley disponga lo contrario.

IX. Denuncias de Violaciones a la Política

Las violaciones a esta política deben dirigirse a la oficina de Cumplimiento, Auditoría e Integridad Institucional al correo electrónico: cumplimiento@sagrado.edu. Cualquier violación de esta política será atendida de conformidad con las políticas y procedimientos institucionales.

Gilberto J. Marxuach Torrós
Presidente