

# DOCUMENTOS

## PLAN INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN

# 6

CUADERNO



**salesianos**  
SANTIAGO EL MAYOR





# DOCUMENTOS

PLAN  
INSPECTORIAL DE  
COMUNICACIÓN

# 6

CUADERNO



**salesianos**  
SANTIAGO EL MAYOR



# índice

PRESENTACIÓN .....	4
2. Introducción .....	8
3. Objetivos y líneas de acción.....	11
4. Públicos.....	14
5. Canales .....	15
6. Cronograma de Canales .....	20
7. Estructura .....	28
8. Relación de la Delegación de Comunicación con el Inspector, su Consejo, las delegaciones y los ambientesn .....	33
9. Evaluación .....	36
Anexo I .....	37

# presentaci

**Madrid, mayo 2018**

**D**espués del Capítulo Inspectorial (CI'16), el primero de nuestra Inspectoría, han ido apareciendo documentos que estructuran y organizan diversos ámbitos de nuestra vida y misión. Ahora os presento el Plan Inspectorial de Comunicación (PIC), aprobado en la sesión de Consejo Inspectorial del 16 de abril de 2018.

Ciertamente todos somos conscientes de la importancia de la comunicación en nuestra tarea y en la vida de cada día. Como educadores y evangelizadores, somos comunicadores y cuanto más mejoremos en este aspecto, más eficazmente realizaremos nuestra misión. Pero, además, somos usuarios de medios de comunicación y, especialmente, de las tecnologías digitales de la comunicación. Nosotros, nuestros educadores y colaboradores y, muy especialmente, los jóvenes, esa “porción más delicada de la sociedad”, como decía Don Bosco. Precisamente él es también modelo, para nosotros, en el uso creativo de los medios de comunicación a nuestro alcance para trabajar por la salvación de los jóvenes.

Pero es que, además, vivimos en un tiempo en el que las instituciones tienen que cuidar la comunicación, su manera de gestionar los mensajes que envían a su entorno y su relación

# ón

con los agentes de comunicación. Y más aún en un momento de cambio de paradigma en la comunicación, de revolución en cuanto a los medios y canales que se utilizan, y de aparición de nuevos actores en la arena de la comunicación con capacidad para generar opinión, transmitir informaciones y valores y relacionarse con las instituciones de forma diversa a como se hacía antes. En medio de este ambiente, nuestros centros tienen que comunicar, ponerse en contacto con la sociedad, con los medios, con los diferentes públicos con los que estamos en contacto.

Esa realidad nos exige planificar la comunicación, definir a qué públicos queremos llegar y qué medios vamos a utilizar. Nos pide contar con una estructura que responda a estas necesidades y precisar qué hacer y cómo organizarnos a nivel inspectorial y local. Esto es lo que pretende el Plan Inspectorial de Comunicación.

Como todos los planes, se trata de marcarnos el marco general de trabajo en este ámbito para ir alcanzando, poco a poco, los objetivos que nos hemos marcado. Objetivos que, como sucede en los demás planes de la Inspectoría, recogen muchas de las ideas que están en el POI, en el PEPSI y en el Directorio Inspec-

torial. Esto también nos ayuda a concretar todo lo que aparecía allí y que aprobamos ya en su momento.

Ciertamente el mundo de la comunicación, entendida en sentido amplio, nos plantea muchos retos. La presencia de los jóvenes en el mundo digital nos llama, como salesianos, para estar en medio de ellos, “de modo significativo y educativo en el mundo digital”, como nos ha pedido el Capítulo General 27 (CG 27, 75.4). Por eso os animo a seguir formándonos en estos campos, a continuar con las muchas iniciativas que ya se están realizando en nuestras casas, y a poner en marcha procesos que nos ayuden a dar a la comunicación el espacio y la profesionalidad que sean más adecuados.

Las propuestas que aparecen en este PIC deben servir para que, también se vaya realizando el plan de comunicación de cada una de nuestras casas. Y, permitidme soñar. Me gustaría, el PIC actual puede ser un momento de arranque, que la Inspectoría como institución, las casas, las diferentes federaciones o fundaciones, los grupos de la Familia Salesiana, trabajasen cada vez más conjuntamente en el ámbito de la comunicación. Seríamos, estoy convencido, más eficaces, alcanzaríamos a más personas e influiríamos positivamente en la opinión pública. No podemos



---

dejar de hacerlo. No nos estamos vendiendo a nosotros mismos, sino cumpliendo el mandato de “id al mundo entero y proclamad el Evangelio a toda la creación” (Mc 16, 15), aprovechando todas las posibilidades que tenemos a nuestro alcance. No son éstos, tiempos para que tu mano izquierda no sepa lo que hace tu derecha, ni para ocultar la ciudad encendida en lo alto del monte, sino para poner la luz sobre el candelero.

Con afecto fraterno y mi oración.

**JUAN CARLOS PÉREZ GODOY, SDB**  
*Inspector SSM*

# Introducción

**L**a Comunicación en la Inspectoría Santiago El Mayor (SSM) se define en varios niveles desde el local, Inspectorial, nacional e internacional. El Plan Inspectorial de Comunicación puede llegar a incidir en todos ellos realizando acciones que mejoren la propia comunicación, pero, sobre todo a nivel local, son las obras las responsables de esta mejora.

El análisis de la realidad Inspectorial viene definido en el Proyecto Orgánico Inspectorial (POI) y en otros documentos del Capítulo Inspectorial 2016 y en lo que se refiere a comunicación este Plan lo tendrá en cuenta para la propuesta de sus objetivos y líneas de acción.

Actualmente Salesianos SSM cuenta con una delegación de comunicación consolidada: dispone de una oficina de comunicación profesional donde trabajan dos personas a tiempo completo y una a tiempo parcial, con el refuerzo de dos becarios, realizando una interesante labor de comunicación. Entre los retos que se proponen, estaría la consolidación del sentido de pertenencia a Salesianos SSM a través de la comunicación, la creación de una relación fluida con los coordinadores locales de comunicación y la animación para la puesta en marcha de planes de comunicación y equipos de comunicación a nivel local.

Este Plan tiene como objetivo fomentar un entorno comunicativo salesiano que sea comunión entre individuos, trabajos,

proyectos y actividades, por lo que trabajar en esos retos es prioritario para alcanzar este objetivo.

### Ámbitos de actuación

---

El Sistema Salesiano de Comunicación señala cuatro ámbitos de actuación en la comunicación social salesiana (Sistema Salesiano de Comunicación Social, 2ª edición, página 28).

#### **Animación**

La animación es un modo fundamental y salesiano de pensar y actuar, el cual, entre otras cosas, implica seguir las indicaciones contenidas en las Orientaciones para la formación de los Salesianos en Comunicación Social. Contenidos y Metodologías para las diversas fases formativas (Roma 2006), y emplearlas en la gestión de la comunicación utilizada en procesos educativos y en relaciones internas y externas.

#### **Formación**

La formación permite a la gente contar con habilidades comunicativas y gestionar la comunicación en procesos educativos y en las relaciones internas y externas de la Congregación.

#### **Información**

La información salesiana promueve el sentido de pertenencia y de comunión, la educación y evangelización de la juventud,

crea conciencia y atrae a la gente para participar en la misión de Don Bosco; permite también presentar una adecuada imagen de la Congregación.

### **Producción**

La producción tiene como objetivo apoyar proyectos, ofrecer recursos, crear o mantener empresas y obras, sitios web, etc., que estén al servicio de la misión educativo-pastoral a favor de los jóvenes.

Es necesario distinguir entre la actividad productiva en general según los diversos niveles de comunicación y entre atender empresarialmente a necesidades más específicas.

# Objetivos y líneas de acción

# 3

**L**a Comunicación en Salesianos SSM pretende promover un ecosistema comunicativo salesiano como comunión de personas, de obras y de actividades; y el desarrollo y la aplicación de los recursos de este sector en la misión de la educación y evangelización de los jóvenes, especialmente de los más pobres, y en las relaciones con la sociedad. (CI'16-Directorio-Apartado IV-pág.46). Para ello se proponen los siguientes objetivos:

- 1. Caminar para que la comunicación sea parte intrínseca de la vocación y misión educativa del educador (cfr. C. 43).**
  - a) Dar una estructura inspectorial a la comunicación como medio de formación de nuestros destinatarios y familias, y como una manera de influir en la opinión pública.
  - b) Aprobar el Plan Inspectorial de Comunicación en el que se refleje el trabajo y estructura existente en la Inspectoría sobre comunicación.
  
- 2. Poner la comunicación social al servicio de los jóvenes, en especial de los más necesitados, educando para un uso adecuado de los medios desde el punto de vista técnico, carismático y ético, según los valores salesianos.**
  - a) Empezar actuaciones salesianas conjuntas en el entorno digital, los nuevos patios digitales, que contribuyan a la comunicación directa con los jóvenes y a la proyección social del carisma salesiano.
  - b) Perseguir una presencia más significativa, educativa y evangelizadora, en el mundo digital (CG27, 75, 4), y en las redes sociales.

- c) Potenciar el protagonismo juvenil en los canales de comunicación y en los productos elaborados por la Inspectoría, mediante la participación de los jóvenes en la creación de contenidos y la promoción de una imagen positiva de la juventud.
- d) Promocionar formas y expresiones de comunicación cercanas al mundo juvenil, con espacios y momentos de expresión artística utilizando diferentes lenguajes (digital, teatro, música, artes visuales...) y educando a la belleza.

**3. Comunicar lo que vivimos y lo que somos (POI), ofreciendo a la opinión pública una visión salesiana del mundo.**

- a) Reflexionar sobre la Comunicación como anuncio y denuncia sobre situaciones actuales para una transformación de la sociedad.
- b) Promover en las casas el nombramiento de un delegado de comunicación encargado junto con un equipo de promover la comunicación en el ámbito de su obra y de cuidar las relaciones con los organismos salesianos, eclesiales y civiles de comunicación.
- c) Favorecer el intercambio de información entre los salesianos, los miembros de las comunidades educativo-pastorales, los agentes de pastoral; para que a todos llegue información relevante de la vida salesiana y se crezca en sentido de pertenencia.
- d) Construir una red de “creadores de opinión”, adultos y jóvenes, con contenidos y mensajes destinados a los jóvenes y viceversa.
- e) Ofrecer testimonios de personas que muestren la vida como compromiso y servicio, con la prioridad en la educación, la evangelización y el trabajo, y con sensibilidad por los jóvenes más vulnerables.

**4. Presentar la misión salesiana actual y la Inspectoría, así como posicionar a los Salesianos en la opinión pública, en línea con las directrices marcadas por el Consejo Inspectorial.**

- a) Cuidar la política comunicativa de la Inspectoría, coordinando las estructuras de comunicación de otros sectores a nivel Inspectorial y con las casas.
- b) Consolidar y ampliar los canales de comunicación y los productos que se realizan, para llegar a todos los públicos, tanto internos como externos, de la manera más eficaz posible.
- c) Proyectar mejor nuestra identidad, llegar a diferentes públicos, para conseguir notoriedad y posicionamiento.
- d) Afianzar nuestra imagen de marca “Salesianos” a través de la comunicación, con el desarrollo y aplicación de nuestra imagen corporativa. (POI C.3.2).

## **5. Incluir la formación en aspectos de comunicación como eje transversal en los diferentes ambientes inspectoriales.**

- a) Definir y desarrollar la competencia en comunicación, sobre todo en lo relacionado con la cultura digital, para estar presentes como educadores en los “patios digitales”.
- b) Favorecer la formación de especialistas salesianos y seglares en el campo de la comunicación e incluir la comunicación como tema en los planes de formación inicial y permanente a fin de usar de manera responsable y educativa las TIC's y los medios de comunicación social como productores y consumidores de mensajes.
- c) Ofrecer recursos y difundir iniciativas para la formación en este ámbito a través de los canales de comunicación disponibles.

## **6. Conservar y poner en valor el patrimonio cultural de la Inspectoría.**

- a) Elaboración del inventario-catálogo de Bienes Culturales de la Inspectoría.
- b) Promover una política activa en preservación digital, poniendo en marcha la digitalización de documentos con valor para la Inspectoría y la Familia Salesiana en España.
- c) Ofrecer formación para saber conservar y poner en valor el patrimonio cultural de las casas salesianas.

Cada vez es más difícil diferenciar entre públicos internos y externos porque los canales que se utilizan para la comunicación son externos, aunque en ocasiones la construcción del mensaje esté más pensada para un público más interno que externo.

Por definición, público interno es el que se considera parte de la organización o con el que existe una relación y afinidad muy directa con el fin de la misma. Por otro lado, el público externo es aquel que no tiene relación directa con la organización pero conforma grupos de interés para el mensaje que se trasmite.

La Inspectoría Salesiana Santiago el Mayor considera:

- **Públicos Internos:** Salesianos, Familia Salesiana, Miembros de las Comunidades Educativo Pastorales: educadores y personal no docente, Familias de los destinatarios.
- **Públicos externos:** Entorno social inmediato, medios de comunicación (según nivel: territorial, generalistas, especializados), instituciones educativas y religiosas, administración pública, empresas, entidades sostenedoras, sociedad en general.



# Canales

# 5

## 5.1. Propios

Salesianos SSM cuenta con diversos canales de comunicación:

- **Boletín Inspectorial.** Revista para las comunidades salesianas de la Inspectoría y miembros de la Familia Salesiana. Recoge noticias de la vida de la Inspectoría que han aparecido en la web Inspectorial estructuradas por secciones, ofreciendo una visión conjunta de diversos ambientes. Tiene una periodicidad mensual.
- **Circulares del Inspector.** Informaciones a las comunidades y salesianos sobre acontecimientos relevantes de la Inspectoría, Congregación o Iglesia, o en los que estén implicados los salesianos o puedan verse afectados. Los comunicados se envían a través de correo electrónico y se publican en la web. Algunas más destacadas se imprimen y se envían a las casas.
- **Documentos oficiales de la Inspectoría.** La Delegación de Comunicación coordina la preparación y diseño de los mismos, contando para ello con una empresa externa de Diseño: Artia Comunicación.
- **Página web: [www.salesianos.es](http://www.salesianos.es).** En ella se recoge la información institucional de la Inspectoría y de cada una de las obras. Recoge, asimismo, noticias de actividades salesianas, recursos y materiales para la pastoral y el trabajo educativo. Se procura la actualización permanente: Diariamente noticias; semanalmente recursos y materiales diversos; las Campañas pastorales en el tiempo que se inician; etc.
- Junto a la web principal, existe una web dedicada a la Pastoral Juvenil y otra a los proyectos de Innovación de Escuelas.

- **Newsletter web:** Cada viernes, se envía por correo electrónico una newsletter que recoge todo lo publicado en la web en esa semana.
- **Redes Sociales.** La Inspectoría está presente con un perfil corporativo en distintas redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr, YouTube...). La presencia en estas redes sociales está actualizada y supervisada por la gestión del Community Manager y se rige por unos principios que se especifican en los correspondientes manuales.
- **Imagen Corporativa.** La Delegación de Comunicación vela por el correcto uso de la imagen corporativa, especialmente por los elementos corporativos y gráficos (publicidad, logos, publicaciones, tarjetones, invitaciones) de la presencia en acontecimientos públicos y/o en medios de comunicación de cualquier ámbito (local, regional, nacional).
- **Productos informativos y de marketing.** Tarjetones, invitaciones, merchandising...
- **Revista de prensa.** Se recopila a través del correo electrónico, con artículos, noticias y reflexiones sobre acontecimientos de la vida eclesial y social que pueden tener cierta relevancia para la tarea inspectorial. En algunos casos, se envía a los miembros del Consejo Inspectorial y a los directores.
- **Ediciones Especiales.** Notas, Boletines e Informaciones puntuales con motivo de acontecimientos especiales y señalados de la vida de la Inspectoría.
- **Vídeo y multimedia.** Realización de vídeos de actividades de la Inspectoría o de promoción de diferentes casas en su diversos ambientes: colegios, parroquias, Familia Salesiana, etc. Se publican tanto en las redes sociales como en el canal de YouTube de Salesianos España.
- **Archivo fotográfico y audiovisual.** Gestión del archivo fotográfico y audiovisual ya sea mediante la producción propia de fotografías y archivos multimedia o la copia de recursos gráficos elaborados por otros.
- **Asesoramiento, formación y consultoría.** En materia de comunicación al Inspector y su Consejo, a los organismos

y entidades inspectoriales, a los delegados locales y a los directores de las obras, comunidades y ambientes pastorales y empresas.

- **Base de datos.** Con un servicio de información actualizada sobre personas, datos, actividades y acontecimientos de la Inspectoría.
- **Relación con canales de comunicación de la Congregación.** Salesianos SSM, además, establece una relación de comunicación y colaboración con diversos canales de comunicación salesianos (delegación de Comunicación Salesianos SMX, delegación nacional de Comunicación, Boletín Salesiano, ANS - Agencia Info Salesiana y Dicasterio para la Comunicación).

## 5.2. Oficina de Comunicación Salesianos España

---

Tareas en colaboración con la Oficina de Comunicación de Salesianos España:

- **Página web: [www.salesianos.info](http://www.salesianos.info).** Es un portal de noticias salesianas que incluye información nacional e internacional. Recoge noticias, reportajes, entrevistas, artículos de opinión... Semanalmente se elabora un calendario de previsiones entre el equipo nacional de Comunicación para poder mantener un ritmo constante de publicación.
- **Newsletter web.** Cada viernes, se envía por correo electrónico una newsletter que recoge las noticias más relevantes publicadas en la web durante la semana.
- **Redes Sociales.** Salesianos España está presente con un perfil corporativo en distintas redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Flickr, Ivoox, YouTube...). La presencia en estas redes sociales está actualizada y supervisada por la gestión del Community Manager y se rige por unos principios que se especifican en los correspondientes manuales.
- **Boletín Salesiano.** Revista para las comunidades salesianas de la Inspectoría y miembros de la Familia Salesiana.

Recoge noticias de la vida de la Inspectoría que han aparecido en la web Inspectorial estructuradas por secciones, ofreciendo una visión conjunta de diversos ambientes. Tiene una periodicidad mensual.

- **Productos informativos** adecuados en cada ocasión: **actos con los medios, notas de prensa, noticias, reportajes, fotografías, etc.** Se realiza una actividad habitual de envío de notas de prensa a los medios sobre temas considerados de interés: fechas salesianas relevantes (Don Bosco y María Auxiliadores), tiempos litúrgicos (Adviento, Navidad, Cuaresma y Pascua), actividades propias (inicio de curso en los colegios, encuentros de Pascua, campamentos de verano...) u otro tipo de informaciones (sobre los jóvenes, la Iglesia, la espiritualidad...).
- **Relaciones con los Medios de Comunicación.** Existe un contacto fluido con los responsables de medios de comunicación (agencias, prensa, radio, televisión) de cualquier ámbito (local, regional, nacional).
  - **Grupos de correo para envío de comunicaciones:**
    - Medios nacionales de información religiosa.
    - Medios nacionales de prensa generalista.
    - Medios por comunidades autónomas.
    - Oficinas de comunicación de las Diócesis.
    - Instituciones eclesiales y educativas.
- **Imagen Corporativa.** La Oficina de Comunicación vela por el correcto uso de la imagen corporativa, especialmente por los elementos corporativos y gráficos (publicidad, logos, publicaciones, tarjetones, invitaciones) de la presencia en acontecimientos públicos y/o en medios de comunicación de cualquier ámbito (local, regional, nacional).
- **Revista de prensa.** Se recopila a través del correo electrónico, con artículos, noticias y reflexiones sobre acontecimientos de la vida eclesial y social que pueden tener cierta relevancia para la tarea salesiana a nivel nacional. En algunos casos, se envía a los miembros de los Consejos Inspectoriales y a los directores.

- **Ediciones Especiales.** Notas, Boletines e Informaciones puntuales con motivo de acontecimientos especiales y señalados para los Salesianos en España y en el mundo.
- **Podcast.** Realización de Podcast en tiempos litúrgicos o salesianos a lo largo de año. Se realizan teniendo en cuenta los diferentes tiempos programados.
- **Vídeos y multimedia con carácter corporativo.** Realización de vídeos de actividades de relevancia a nivel nacional. Se publican tanto en las redes sociales como en el canal de YouTube de Salesianos España.

# Cronograma de Canales

## 6.1. CANALES PROPIOS

Canal	Público prioritario	
Boletín Inspectorial	Salesianos, Familia Salesiana	
Circulares del Inspector	Salesianos	
Documentos oficiales de la Inspectoría	Salesianos, Familia Salesiana	
Página web	Familia Salesiana, Sociedad en general	
Newsletter web	Suscriptores	
Facebook	Seguidores	
Twitter	Seguidores	
Flickr	Familia Salesiana, Salesianos	
Productos informativos y de marketing	Familias, Alumnos, futuros alumnos, Sociedad en general	

# 6

	Responsables	Contenidos principales	Calendario
	Oficina de Comunicación	Noticias salesianos. es y mensajes Consejo Inspectorial	Mensual
	Inspector y delegado CS	Formación, informaciones, comunicaciones del Inspector.	Mensual
	Consejo Inspectorial, Oficina de Comunicación y Artia Comunicación	Capítulos Inspectoriales POI PEPSI PAI	Variable
	Oficina de Comunicación y coordinadores locales	Noticias de la vida Inspectorial, de las casas, artículos de opinión, etc.	Diaria
	Oficina de Comunicación	Noticias publicadas en la web durante la semana.	Semanal
	Oficina de Comunicación	Enlaces a noticias de la web Inspectorial, elementos compartidos de las casas, los ambientes...	En diferentes horas en el día
	Oficina de Comunicación	Enlaces a noticias de la web Inspectorial, elementos compartidos de las casas, los ambientes...	En diferentes horas en el día
	Oficina de Comunicación	Fotografías de acontecimientos inspectoriales, etc.	Variable
	Oficina de Comunicación y Artia Comunicación	Los definidos en cada caso.	Variable

Canal	Público prioritario	
Revista de prensa	Consejo Inspectorial, directores	
Ediciones Especiales	Salesianos, Familia Salesiana, Sociedad en general	
Vídeo y multimedia	Familia Salesiana, Sociedad en general	
Archivo fotográfico y audiovisual	Salesianos, Familia Salesiana	
Asesoramiento, formación y consultoría	Delegados locales, profesores, salesianos, Familia Salesiana	
Base de datos	Consejo Inspectorial, Archivo, Delegados locales	
Relación con canales de comunicación de la Congregación	Salesianos en el mundo, misioneros, Familia Salesiana	

## 6.2. OFICINA DE COMUNICACIÓN DE SALESIANOS ESPAÑA

Canal	Público prioritario	
Página web Salesianos.info	Familia Salesiana, Sociedad en general	
Newsletter web	Suscriptores	



	Responsables	Contenidos principales	Calendario
	Oficina de Comunicación	Contenidos de los medios de comunicación relevantes para la actividad salesiana.	Semanal
	Oficina de Comunicación	Los propios de un evento especial.	Variable
	Oficina de Comunicación	Cobertura audiovisual de diferentes acontecimientos, así como realización de vídeos corporativos.	Variable
	Oficina de Comunicación, Coordinadores locales	Imágenes y vídeos de la actividad de la Inspectoría y las diferentes obras.	Semanal
	Oficina de Comunicación	Herramientas y estrategias para comunicar desde las casas.	Variable
	Oficina de Comunicación	Datos relevantes.	Constante
	Oficina de Comunicación	Noticias e informaciones relevantes.	Semanal

	Responsables	Contenidos principales	Calendario
	Oficina de comunicación y coordinadores locales	Noticias salesianas en España y en el mundo. Reportajes, entrevistas, opinión...	Diaria
	Oficina de Comunicación	Noticias publicadas en la web durante la semana.	Semanal

Canal	Público prioritario	
Facebook	Seguidores	
Twitter	Seguidores	
Instagram	Seguidores	
Flickr	Familia Salesiana, Salesianos	
Boletín Salesiano	Salesianos, Familia Salesiana, Sociedad en general	
<p>Productos informativos adecuados en cada ocasión: actos con los medios, notas de prensa, noticias, reportajes, fotografías, etc.</p>	<p>Medios Comunicación. Públicos específicos para los reportajes, depende del tema.</p>	

	Responsables	Contenidos principales	Calendario
	Oficina de Comunicación	Enlaces a las noticias y los artículos publicas en Salesianos.info. Eco de otras cuentas salesianas, eclesiales, institucionales... Fotos, vídeos y otros recursos.	En diferentes horas en el día
	Oficina de Comunicación	Enlaces a las noticias y los artículos publicas en Salesianos.info. Eco de otras cuentas salesianas, eclesiales, institucionales... Fotos, vídeos y otros recursos.	En diferentes horas en el día
	Oficina de Comunicación	Fotografías o fotomontajes con diferentes etiquetas.	Habitual
	Oficina de Comunicación	Fotografías de acontecimientos relevantes de la vida salesiana.	Variable
	Oficina de Comunicación	Mirada salesiana de la realidad.	Mensual
	Oficina de Comunicación	Notas de prensa a los medios sobre temas considerados de interés: fechas salesianas relevantes (Don Bosco y María Auxiliadores), tiempos litúrgicos (Adviento, Navidad, Cuaresma y Pascua), actividades propias (inicio de curso en los colegios, encuentros de Pascua, campamentos de verano...) u otro tipo de informaciones (sobre los jóvenes, la Iglesia, la espiritualidad...).	Momentos del año: Adviento, Navidad, Don Bosco, Cuaresma, Pascua, María Auxiladora, Tiempo de Verano.

Canal	Público prioritario	
Relaciones con los Medios de Comunicación	Medios de Comunicación	
Revista de prensa	Consejo Inspectorial, directores	
Ediciones Especiales	Salesianos, Familia Salesiana, Sociedad en general	
Podcast	Familia Salesiana, Sociedad en general	
Vídeos y multimedia con carácter corporativo	Familia Salesiana, Sociedad en general	

	Responsables	Contenidos principales	Calendario
	Oficina de Comunicación	Contacto fluido con los responsables de medios de comunicación (agencias, prensa, radio, televisión) de cualquier ámbito (local, regional, nacional) en la zona de influencia geográfica de la Inspectoría.	Habitual
	Oficina de Comunicación	Contenidos de los medios de Comunicación relevantes para la actividad salesiana.	Semanal
	Oficina de Comunicación	Los propios de un evento especial.	Variable
	Oficina de Comunicación	Recursos	Variable
	Oficina de Comunicación	Cobertura audiovisual de diferentes acontecimientos, así como realización de vídeos corporativos.	Variable

# Estructura

La Delegación Inspectorial de Comunicación está formada por el Delegado Inspectorial de Comunicación, la Comisión Inspectorial de Comunicación, la Oficina de Comunicación y las Asambleas de Delegados Locales.

## 7.1. ORGANIZACIÓN INSPECTORIAL

---

La Delegación Inspectorial de Comunicación está formada por el Delegado Inspectorial, la Comisión Inspectorial, la Oficina de Información y las Asambleas de Coordinadores Locales.

### 7.1.1. - El Delegado Inspectorial de Comunicación

El Delegado Inspectorial de Comunicación es nombrado por el Inspector.

Puede ser un salesiano o un laico. Promoverá la comunicación en la Inspectoría en nombre del Inspector; pertenece a la Delegación Nacional de Comunicación social y forma parte de la Oficina de Comunicación Salesianos España. Es recomendable que su dedicación sea a tiempo completo.

#### **Funciones:**

1. Promueve y coordina, en nombre del Inspector, la comunicación en la Inspectoría
2. Asesora al Inspector y su Consejo en lo referente a la comunicación.
3. Colaborar en el diseño y aplicación del Proyecto Inspectorial de Comunicación Social.

4. Acompaña y anima todo lo relacionado con la comunicación en la Inspectoría.
5. Colaborar con los diversos equipos de la Inspectoría al servicio de la misión salesiana a favor de los jóvenes para lograr una aplicación integral, trabajando especialmente en coordinación con los delegados de otros sectores.
6. Convoca y preside la Comisión Inspectorial de Comunicación y las Asambleas de Delegados Locales.
7. Propone al Inspector los nombres de los miembros de la Comisión Inspectorial de Comunicación y del Director de la Oficina de Información.
8. Presenta al Inspector los nombres de los Delegados Locales, designados por los Directores de la Obra Salesiana.
9. Orienta y anima la actuación de los Delegados locales.
10. Canaliza la información de jornadas, cursos y talleres de interés para los hermanos.
11. Promueve, a través del delegado local, el uso de los medios audiovisuales y las redes sociales en la vida comunitaria y en la acción educativo-pastoral.
12. Personalmente o a través de un encargado, se responsabiliza del Boletín Inspectorial, del portal *web*, de los perfiles en Redes Sociales y de los elementos de información y publicidad de los diferentes acontecimientos de la vida inspectorial.
13. Promueve y realiza con su equipo actividades y proyectos de formación, información y producción.
14. Participa en el Equipo Inspectorial Amplio de Pastoral Juvenil.
15. Mantiene relaciones de intercambio con las demás Delegaciones de la Comunicación de la Conferencia Ibérica, con la Delegación Nacional de Comunicación, con el

- Boletín Salesiano y el portal nacional salesiano, con ANS, y con el Dicasterio para la Comunicación.
16. Se relaciona con los organismos locales, eclesiales y civiles de los MCS y busca formas de colaboración, cuando sea posible.
  17. Cuando sea necesario, y de modo ordinario, actúa de portavoz oficial de la Inspectoría, pudiendo delegarse esta misión, cuando convenga, en otra persona que el Inspector designe.

### 7.1.2.- La Comisión Inspectorial de Comunicación

Contribuye, con el Delegado en la tarea de promover la comunicación.

#### Nombramiento:

1. La Comisión Inspectorial de Comunicación es nombrada por el Inspector, a propuesta del Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Se reúne, por lo menos, dos veces cada curso.

#### Composición:

1. El Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Un miembro del Consejo Inspectorial, en el caso de que el Delegado Inspectorial no pertenezca al Consejo.
3. Seglares o salesianos especialistas en Comunicación.
4. El Director de la Oficina de Información, en caso de que no sea el propio Delegado Inspectorial.
5. Un representante de la Delegación de Pastoral Juvenil

#### Funciones:

1. Asesorar y hacer propuestas al Inspector y su Consejo en el ámbito de la comunicación.
2. Potenciar la formación y la reflexión en este campo en la misma Comisión.
3. Anima el trabajo en comunicación al servicio de la educación y de la evangelización de los jóvenes y de los ambientes populares y asesora en el uso de los medios de comunicación en la tarea educativo-pastoral.



4. Proponer iniciativas de formación en comunicación para salesianos, colaboradores y destinatarios, mediante encuentros, jornadas y cursillos.
5. Impulsar la creación de producciones audiovisuales y otros subsidios para ponerlos a disposición de la Comunidad Inspectorial y de los destinatarios.
6. Diseñar la programación anual, valorar el seguimiento del Plan Inspectorial de Comunicación y presentarlos al Inspector y su Consejo

### 7.1.3.- Asamblea de Delegados Locales de Comunicación (DLC)

#### Composición:

1. La Asamblea de Delegados Locales de Comunicación está formada por los Delegados Locales de cada Obra y el Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Se reúne, al menos, una vez cada curso, o cuando lo juzgue necesario el Delegado Inspectorial de Comunicación.

#### Funciones:

1. Diseñar y revisar la Programación Anual de Comunicación así como proponer iniciativas y líneas de actuación para la Inspectoría en este sector.
2. Intensificar la formación de sus componentes en asuntos concretos de su interés.
3. Poner en común la realidad comunicativa de cada Obra.

### 7.1.4.- La Oficina de Comunicación

Es un equipo reducido de trabajo, bajo la dirección del Delegado Inspectorial de Comunicación, que se responsabiliza de llevar adelante las iniciativas referentes a la comunicación social en la inspectoría y que aparecen, en este mismo Plan, en el apartado Canales/medios y cronograma.

## 7.2. ORGANIZACIÓN LOCAL

### 7.2.1 - Delegado Local de Comunicación

Promover la Comunicación en la Obra local y en sus diversos sectores.

#### Nombramiento:

1. En cada Casa hay un Delegado Local para la Comunicación (DLC), éste puede ser un salesiano o un seglar.
2. Lo nombra el Director de la Obra y lo comunica al Inspector y al Delegado Inspectorial de Comunicación. Lo presenta también al COS para darle la adecuada proyección en toda la Obra.
3. Aunque en Obras con diversos ambientes pueda haber varios encargados de comunicación, uno de ellos constará como DLC de la Obra.

#### Funciones:

1. Ser enlace de la comunidad local con el Delegado Inspectorial de Comunicación y representarla en la Asamblea de Delegados Locales.
2. Animar y coordinar la Comunicación en la propia Obra, según las pautas del Sistema Salesiano de Comunicación.
3. Cooperar en la elaboración y aplicación del Plan de Comunicación a nivel local.
4. Enviar a la Delegación, de forma regular, el material más representativo (revistas, programas de actos y otros documentos, materiales y publicaciones...) que se elabora en los diversos sectores de la Obra.
5. Enviar a la Delegación informaciones y noticias que aparezcan en los medios locales de comunicación y que puedan ser útiles para la Inspectoría.
6. Garantizar la realización de una "crónica gráfica" (vídeo o fotografía) de las actividades de la comunidad y de la obra, especialmente en ocasiones más importantes.

# Relación de la Delegación de Comunicación con el Inspector, su Consejo, las delegaciones y los ambientes

## 8

**L**a Delegación tiene conciencia de ponerse al servicio del inspector y su consejo y colaborar con otros servicios y entidades inspectoriales en todo lo referente a la comunicación.

### **A. Con el Inspector y su Consejo**

Los Reglamentos describen los compromisos que el Inspector y su Consejo deben asumir en la comunicación: promover la presencia pastoral en el sector, asegurar la preparación de hermanos, nombrar el Delegado de Comunicación y los miembros de su equipo, cuidar y evaluar la calidad de la comunicación en la Inspectoría, enriquecer la calidad de la presencia salesiana en los MCS, entre otras iniciativas. Si el Delegado Inspectorial de Comunicación no pertenece al Consejo, se hará presente de forma periódica en el mismo.

### **B. Con la Delegación de Pastoral Juvenil**

Favorecer la comunicación de iniciativas y campañas de esta Delegación.

Colaborar en los procesos de evangelización y catequesis produciendo materiales y favoreciendo el intercambio de recursos entre los distintos ambientes.

Suscitar el interés por las distintas formas de expresión artística (música, teatro, arte, etc.) como medio válido para la espiritualidad y la evangelización, apoyando a la Delegación de Pastoral Juvenil en todo lo referente a sus iniciativas en este campo.

### **C. Con la Delegación de Formación**

---

Cuidar la formación de los hermanos en el campo de la comunicación señalando iniciativas y programas concretos para los salesianos en formación inicial y, estableciendo acciones de cara a la formación permanente.

Ofrecer iniciativas formativas en comunicación a la Familia Salesiana, los seglares de nuestros ambientes, así como a nuestros destinatarios, con especial dedicación en la Jornada Salesiana de Comunicación.

### **D. Con la Secretaría Inspectorial**

---

Asesorar al secretario inspectorial en la edición y difusión de documentos propios de su servicio como las Circulares del Inspector, Cartas Mortuorias, Elenco, Necrologio, etc.

Coordinar actuaciones respecto al archivo fotográfico de hermanos y obras de la Inspectoría.

### **E. Relación con la Delegación Familia Salesiana**

---

Favorecer la comunicación entre los distintos grupos de la Familia Salesiana en la Inspectoría como vínculo de unión, plataforma para la expresión y foro donde compartir experiencias. Apoyar a los distintos grupos de la FS en la producción de información y en su difusión donde pueda ser interesante.

## **F.** Con la Delegación de Economía

---

Mantener informado al ecónomo inspectorial de los movimientos y necesidades económicas de la Delegación y recabar su asesoramiento en asuntos empresariales o laborales que afecten a la delegación, en tiempo y forma adecuados.

## **G.** Otras entidades inspectoriales

---

Asesorar en asuntos de la comunicación propia de estas entidades.

# Evaluación

# 9

**E**ste Plan de Comunicación se revisará cada 3 años. Será la Comisión Inspectorial de Comunicación la encargada de realizarla y el Delegado de Comunicación el responsable de trasladar esta evaluación al Consejo Inspectorial.

Sería interesante también tener evaluaciones intermedias cada curso, que permitan ir mejorando la propuesta.

La evaluación cualitativa vendrá precedida de una evaluación cuantitativa recogida según diferentes indicadores definidos para cada canal y cada línea de acción.

# Anexo I

## La Comunicación en los documentos de Capítulo Inspectorial 2016 de Salesianos Santiago el Mayor

**I**ncluimos, los aspectos que, después de propuestas y discusiones, y lo que las diversas comisiones reflexionaron, se aprobó en el Capítulo Inspectorial 2016 de SSM y que se refiere, específicamente, al campo de la comunicación, que aparece en tres documentos:

- A)** El Directorio Inspectorial, con un apartado específico.
- B)** El Pepsi.
- C)** El documento sobre “rediseñar el futuro de nuestras comunidades y obras”.

En cada documento se trata de una manera distinta. Son referencias que nos marcan cómo organizar nuestro trabajo y nuestras intervenciones. Los números, hacen referencia a la numeración interna de cada documento.

### **A. Documento: Directorio Inspectorial**

---

#### **Capítulo I: Comunidad**

#### **4.- FIGURAS Y FUNCIONES**

##### **4.1.Figuras y funciones**

- 40.** Además del Director, Vicario y Ecónomo, las figuras y funciones de los responsables de los principales

sectores de actividad en la comunidad que ha de establecer el Capítulo Inspectorial (C 185), son: Coordinador General de Pastoral de la Obra, Delegados para los grupos de la Familia Salesiana, Coordinador de Animación Vocacional y Coordinador de Comunicación Social. Por lo que hace a las funciones asignadas a estas figuras se tendrá en cuenta lo indicado en los artículos siguientes.

41. El Coordinador General de Pastoral de la Obra es el responsable de la coordinación y animación pastoral de los ambientes que la forman. Es nombrado por el Inspector.
42. Los Delegados para los grupos de la Familia Salesiana, los animan y acompañan espiritualmente. Son nombrados por el Inspector, oído el parecer del Director y de los responsables de los diferentes grupos.
43. El Coordinador de Animación Vocacional, que es ordinariamente el Coordinador General de Pastoral, cuida en toda la Obra la cultura vocacional. Es nombrado por el Inspector.
44. El **Delegado Local de Comunicación** es nombrado por el Inspector y sus competencias son las que le atribuye el Proyecto de Comunicación Social de la Inspectoría.

## Capítulo VI: COMUNICACIÓN

### 1. INTRODUCCIÓN

- a) La Comunicación es un eje transversal de toda nuestra acción educativo-pastoral y de la organización de nuestra Inspectoría y de cada una de nuestras presencias. Es un “amplio y significativo campo de acción que forma parte de las prioridades apostólicas de la misión salesiana” (C 6, SSCS 22).
- b) La Comunicación en la Inspectoría pretende promover un ecosistema comunicativo salesiano como comunión de personas, de obras y de actividades; y el desarrollo y la



aplicación de los recursos de este sector en la misión de la educación y evangelización de los jóvenes, especialmente de los más pobres, y en las relaciones con la sociedad.

- c) La finalidad, estructura, funciones y organización de este sector, tanto a nivel inspectorial como local, se concretan en el Plan Inspectorial de Comunicación (PIC) que aprueba el Consejo Inspectorial trienalmente.

## 2. ORGANIZACIÓN INSPECTORIAL

### 2.1. Nivel inspectorial

- a) En la Inspectoría existe la Delegación Inspectorial de Comunicación que se guía por las pautas marcadas en el Sistema Salesiano de Comunicación (SSCS 148-161).
- b) El Inspector con su Consejo nombra al Delegado Inspectorial de Comunicación, salesiano o seglar que, a ser posible, desarrolla su labor a tiempo completo.
- c) La Delegación trabaja para consolidar y ampliar los canales de comunicación y los productos que realizamos, para llegar a todos nuestros públicos, tanto internos como externos, de la manera más eficaz posible.
- d) La Delegación cuida la política comunicativa de la Inspectoría, coordinando las estructuras de comunicación de otros sectores a nivel inspectorial y con las casas, para proyectar mejor nuestra identidad, llegar a diferentes públicos, gestionando nuestra imagen corporativa, notoriedad y posicionamiento.
- e) Cuidamos la formación de especialistas salesianos y seglares en el campo de la comunicación e incluimos la comunicación como tema en los planes de formación inicial y permanente a fin de usar de manera responsable y educativa las TIC s y los medios de comunicación social como productores y consumidores de mensajes.

### 3 2.2. Nivel local

- a) Favorecemos el intercambio de información entre los salesianos, miembros de la comunidad educativo-pastoral, agentes de pastoral, para que a todos llegue información relevante de la vida salesiana y se crezca en sentido de pertenencia.
- b) Cada casa cuenta con un delegado local de comunicación, salesiano o seglar, encargado de promover la comunicación en el ámbito de su obra y de cuidar las relaciones con los organismos salesianos, eclesiales y civiles de comunicación.
- c) Donde sea posible, creamos un equipo de comunicación que gestione todo lo referente a este sector a nivel local, integrando los canales de comunicación interna, externa, publicidad y relaciones públicas, de los diferentes ambientes de la obra.

## B. Documento: PEPSI

---

### V.- Otros sectores de animación pastoral de la Pastoral Juvenil Salesiana.

#### La comunicación social

**Objetivo 1:** Caminar para que la Comunicación Social sea parte intrínseca de la vocación y misión educativa de cada educador. (cfr. C. 43).

**Proceso 1:** Dando una estructura inspectorial a la comunicación como medio de formación de nuestros destinatarios y familias, y como una manera de influir en la opinión pública.

**INTERVENCIÓN 1:** Aprobación del plan Inspectorial de CS en el que se refleje el trabajo y estructura existente en la Inspectoría sobre comunicación y su relación con la Pastoral Juvenil.

**Calendario:** Curso 2016-2017.

**Responsables:** Comisión Inspectorial de Comunicación Social y Equipo Inspectorial de PJ. Consejo inspectorial.

**INTERVENCIÓN 2:** Reflexión sobre la Comunicación Social como anuncio y denuncia sobre situaciones actuales para una transformación de la sociedad.

Calendario: Curso 2017-2018.

Responsables: Comisión Inspectorial de Comunicación Social y Equipo Inspectorial de PJ.

**Proceso 2: Incluyendo la formación en aspectos de comunicación, especialmente relacionados con las tecnologías digitales y su influencia en la creación de la cultura actual, en los planes formativos de directivos, educadores, animadores, catequistas.**

**INTERVENCIÓN 1:** Red de “creadores de opinión”, adultos y jóvenes, con contenidos y mensajes destinados a los jóvenes y viceversa.

**Calendario:** Continuo.

**Responsables:** Comisión inspectorial de comunicación.

**INTERVENCIÓN 2:** Actuaciones salesianas conjuntas en el entorno digital, los nuevos patios digitales, que contribuyan a la comunicación directa con los jóvenes y a la proyección social del carisma salesiano.

**Calendario:** Continuo.

**Responsables:** Comisión inspectorial de comunicación.

**Objetivo 2:** Cultivar la capacidad de gestionar las dinámicas relacionales en todos los ámbitos, con todos los medios y utilizando todos los instrumentos.

**Proceso 1: Consolidando los canales de comunicación; mejora y continua actualización de los productos que realizamos, para llegar a todos nuestros públicos, tanto internos como externos, de la manera más eficaz posible.**

**INTERVENCIÓN 1:** Estudio de una presencia más significativa, educativa y evangelizadora, en el mundo digital (CG27, 75, 4), y en las redes sociales.

**Calendario:** Continuo.

**Responsables:** Comisión inspectorial de comunicación.

**INTERVENCIÓN 2:** Promoción de formas y expresiones de comunicación cercanas al mundo juvenil, con espacios y momentos de expresión artística utilizando diferentes lenguajes (digital, teatro, música, artes visuales...) y educando a la belleza.

**Calendario:** Continuo.

**Responsables:** Responsables de todos los ambientes.

### **C. Documento: “Rediseñando el futuro de nuestras comunidades y obras”**

---

Reforzar nuestra identidad y nuestra formación

#### **Actuación 6**

Crear y mantener un centro y un equipo de formación para salesianos y seglares, dedicado específicamente a la pedagogía, la comunicación, la salesianidad, la espiritualidad juvenil, y la pastoral.



# documentos

SALESIANOS SANTIAGO EL MAYOR

- 01** Plan Inspectorial de Animación Vocacional
- 02** Proyecto Inspectorial de Formación
- 03** Plan de Acción Pastoral en la Escuela
- 04** Líneas estratégicas 2017-2022 de nuestras escuelas
- 05** Plan de formación en el ambiente de escuela
- 06** Plan Inspectorial de Comunicación





**salesianos**

SANTIAGO EL MAYOR