



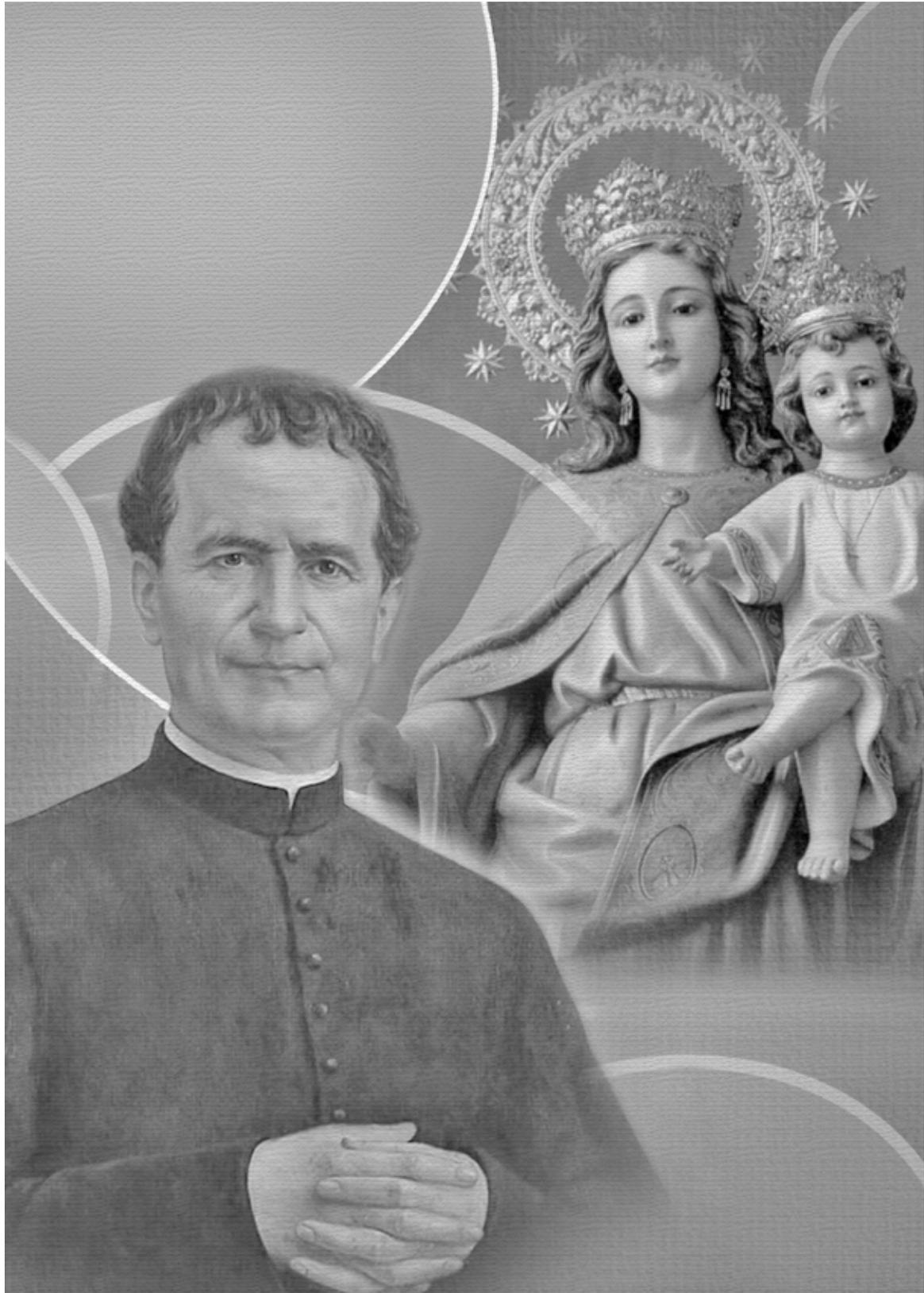
INSPECTORÍA MARÍA AUXILIADORA

PLAN INSPECTORIAL

DE COMUNICACIÓN



salesianos
MARÍA AUXILIADORA



ÍNDICE

I. Presentación del Plan Inspectorial de Comunicación	4
II. Introducción	6
III. Objetivos y líneas de actuación	8
IV. Públicos	10
V. Ámbitos de actuación	11
VI. Canales / medios propios	12
VII. Cronograma de actuación	15
VIII. Estructura organizativa	18
IX. Relación de la Comunicación con otros sectores y delegaciones ...	25
X. Evaluación	27

I. Presentación del Plan Inspectorial de Comunicación



CRISTÓBAL LÓPEZ, SDB - Padre Inspector

¿Otro documento más? Pues sí. Tenemos, como guía y norte de nuestro itinerario inspectorial, el Proyecto Orgánico Inspectorial (POI). En él se recogen seis opciones fundamentales que han de inspirar y guiar todas nuestras actuaciones a lo largo de un sexenio. Y de él, del POI, deben derivarse los proyectos y planes sectoriales, algunos ya aprobados y en ejecución, como el **Proyecto Educativo-Pastoral Salesiano Inspectorial (PEPSI)** y el **Plan Inspectorial de Animación Vocacional (PIAV)**, otro casi terminado, como el **Proyecto Inspectorial de Formación (PIF)**; y ahora se nos presenta, aprobado e impreso, el **Proyecto Inspectorial de Comunicación (PIC)**.

“Este no me toca”, podrá pensar o decir alguno. “Esto de la comunicación es un tema para especialistas, para periodistas y locutores, para expertos en informática y redes sociales, etc.” Equivocado. Sí, equivocado por tres motivos.

Primero, porque así como decimos que la persona humana es un ser social, por el mismo argumento debemos concluir que todo ser humano es un comunicador. No hay humanidad sin socialización; y no una socialización sin comunicación.

Segundo, porque desde siempre todo educador y todo evangelizador ha sido comunicador, por la naturaleza misma de la educación y de la evangelización. Y constatamos cómo de las dotes comunicativas de cada uno dependen en gran parte los frutos de esa educación y esa evangelización.

Y tercero, porque, desde hace unos años, desde que internet ha entrado en nuestras vidas y se ha instalado para quedarse, la dimensión comunicativa de la persona tiene a su disposición, para ser ejercida y realizada, instrumentos antes inimaginables, de un alcance y extensión insospechados. Y de fácil y barata utilización; como que, de hecho, prácticamente todos los estamos utilizando.



Así pues, este Plan Inspectorial de Comunicación es para todos y cada uno; tiene una dimensión personal de la que ningún salesiano religioso y ningún laico que se sienta partícipe de la misión salesiana puede evadirse.

Será instrumento utilísimo también este PIC para nuestras obras y ambientes, porque todas ellas y todos ellos deben comunicar y utilizar la comunicación para crear espíritu de familia, para conectar personas e instituciones, para hacer comunidad, para crecer en comunión, que es el objetivo final. Ya bastantes obras o ambientes tienen su propio plan de comunicación, concreto e inmediato. Y lo están llevando a la práctica con mucho fruto.

Finalmente, este PIC tiene, como es lógico, una dimensión inspectorial, porque somos –y pretendemos serlo cada vez más– una gran comunidad, que crece y desarrolla su vida y espíritu de comunión y su sentido de pertenencia en la medida en que las personas e instituciones se conocen y se comunican.

Felicito al Delegado Inspectorial de Comunicación y a todo su equipo, a los delegados locales y a todos aquellos que han contribuido a hacer realidad este documento, por el trabajo realizado en su elaboración y por la tarea que cotidianamente llevan a cabo.

Ahora nos toca a todos arremangarnos y llevar a la práctica tantas buenas propuestas como aquí se encuentran.

Encomiendo a nuestra titular, María Auxiliadora, nuestra comunicación y su fruto: la comunión entre todos sus hijos.

Cristóbal López, sdb
Padre Inspector

II. Introducción



“En este mundo, los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros. Necesitamos resolver las diferencias mediante formas de diálogo que nos permitan crecer en la comprensión y el respeto. La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros. Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos. En particular, Internet puede ofrecer mayores posibilidades de encuentro y de solidaridad entre todos; y esto es algo bueno, es un don de Dios ¹.”

Papa Francisco, XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales

Todo cristiano y todo salesiano está llamado a ser un buen comunicador de Jesucristo, del mensaje evangélico y de los rasgos más específicos que se viven según la misión que tiene encomendada.

Hay muchas formas de comunicación en este gran areópago mediático en que vivimos: interpersonal, grupal, etc. Nosotros, de manera especial, nos referiremos en este Plan Inspectorial de Comunicación, a los medios de masas y a los medios sociales².

Es indiscutible la importancia de la *cultura de la comunicación* en el mundo actual y el valor e interés mostrado por los documentos de la Iglesia y de la Congregación sobre este tema. Por eso queremos sentar las bases para articular de forma eficaz el sector de la Comunicación en la Inspectoría, abierto a los nuevos retos de la realidad digital y las redes sociales, porque nuestros destinatarios últimos son los jóvenes.

¹ FRANCISCO, *Mensaje para la XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales* “Comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro. [Domingo 1 de junio de 2014]”.

² JOSÉ LUIS ORIHUELA, X Jornada de Comunicación de la Inspectoría San José. Valencia. [2013]”.

“Nuestro fundador intuyó el valor de esta escuela de masas (*la Comunicación Social*) que crea cultura y difunde modelos de vida, y, para defender y sostener la fe del pueblo, acometió empresas apostólicas originales.” (C 43)

Este Plan Inspectorial de Comunicación se presenta a la Inspectoría con la finalidad de que “valore la Comunicación Social en la educación y evangelización de los jóvenes y el pueblo” (CG24, 136b) de manera especial en estos sectores: el de la animación, la formación, el sector de la información y el de las empresas de comunicación”. Lo pretende llevar a cabo armonizando la misión común y la formación de los salesianos, los laicos y colaboradores y de los jóvenes para que sean buenos comunicadores.

El presente Plan Inspectorial de Comunicación se propone tener en cuenta la doctrina de la Iglesia, el Concilio Ecuuménico Vaticano II, la tradición salesiana, las Constituciones, las orientaciones y directrices de los últimos Capítulos Generales y del Dicasterio para la Comunicación Social, y las referencias a la comunicación en el Proyecto Orgánico Inspectorial y en el Proyecto Educativo Pastoral Salesiano de nuestra inspectoría.

La acción comunicativa de la inspectoría a todos sus niveles se desarrolla en un contexto social caracterizado los cambios rápidos, la secularización, el laicismo, y el culto al consumo y el bienestar en un contexto de crisis. En esta sociedad se consagra la autonomía personal, abundan los espacios despersonalizados y anónimos y la religiosidad está en rápido proceso de transformación con un déficit importante de la manifestación pública de la fe cristiana. Todos estos factores condicionan el ejercicio de la comunicación y suponen un reto.

Como salesianos tenemos una visión positiva de la historia y la contemplamos cargada de oportunidades. Nos implicamos con la cultura que nos ha tocado vivir y le aportamos los valores del Evangelio y del Carisma Salesiano. Desde la comunicación no solo ofrecemos la visión del mundo salesiano sino nuestra visión salesiana del mundo.

III. Objetivos y líneas de actuación

La Comunicación en la Inspectoría es una opción transversal que pretende “promover un ecosistema³ 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”. Estos objetivos y sus correspondientes líneas de actuación se concretan en:

1º Poner la comunicación al servicio de los jóvenes, en especial de los más necesitados⁴.

A- Potenciando el protagonismo juvenil en los canales de comunicación y los productos que se realizan, para transmitir la importancia y los valores de la juventud a todos los públicos de la manera más eficaz posible.

B- Difundiendo a través de los medios de comunicación una imagen positiva de los jóvenes como protagonistas preferentes de la acción salesiana.

C- Adaptando los mensajes y el lenguaje sobre el modo de vivir y actuar en la sociedad, en la Familia Salesiana y en la Iglesia para hacerlos comprensibles y atractivos a la juventud.

2º Presentar la misión salesiana actual y posicionar a los salesianos en la sociedad, en línea con las directrices marcadas por el Consejo inspectorial, ofreciendo a la opinión pública una visión salesiana del mundo⁵.

A- Apostando por la opinión como medio para ofrecer a la sociedad, de una manera organizada, la visión, las reflexiones y el posicionamiento salesiano sobre temas de actualidad de interés para la misión.

B- Ofreciendo testimonios de personas que muestren la vida como compromiso y servicio con la prioridad en la educación, la evangelización, el trabajo y con sensibilidad por los jóvenes más vulnerables.

³ SCS, 17, nota 26.

⁴ Proyecto Educativo Pastoral Salesiano Inspectorial, página 33.

⁵ Íbidem, página 33.



C- Dando visibilidad a la labor educativo pastoral salesiana como extensión actualizada del Proyecto de Don Bosco.

3º Crecer en comunión inspectorial informando sobre la vida y la acción del conjunto de la inspectoría y de sus obras⁶.

A- Cuidando la política comunicativa de la Inspectoría, coordinando las estructuras de comunicación de otros sectores a nivel inspectorial y local, a fin de proyectar mejor la propia identidad, llegar a diferentes públicos y gestionar la imagen corporativa para asegurar su notoriedad y posicionamiento.

B- Favoreciendo el intercambio de información entre salesianos, miembros de las comunidades educativo-pastorales y Familia Salesiana, sobre aspectos relevantes de la vida salesiana mediante diversos recursos de comunicación.

C- Cultivando en las comunidades salesianas el diálogo sobre la propia vida de los hermanos y la comunicación de las “noticias de familia⁷”

4º Educar para un uso adecuado de los medios desde el punto de vista técnico, carismático y ético, según los valores salesianos.

A- Desarrollando la competencia en comunicación a través de la formación en los diferentes ambientes, sobre todo en lo relacionado con la cultura digital para estar presentes como educadores en los “patios digitales”.

B- Optando por la utilización y promoción de los productos y servicios de nuestras empresas salesianas (Edebé, Dosatic y CCS)

Estos objetivos se llevan a cabo según unos **criterios** que definen la comunicación salesiana⁸: el testimonio vocacional, la evangelización y la educación, el Sistema Preventivo, la ética y la profesionalidad, los derechos humanos y el trabajo sistemático y coordinado.

⁶ Proyecto Educativo Pastoral Salesiano Inspectorial, Opción 2, página 18.

⁷ Las Noticias de Familia. Carta de Don Luis Ricceri (ACG 287, p. 3-35) de 1977 sobre la información salesiana. Escrita con motivo del centenario del Boletín Salesiano.

⁸ Proyecto Educativo Pastoral Salesiano, páginas 33-34.

IV. Públicos



Cada vez es más difícil diferenciar entre públicos internos y externos porque los canales utilizados para la comunicación externa son redactados con frecuencia con un lenguaje más pensado para un público interno. Este conjunto se suele dividir tradicionalmente por los criterios de pertenencia o no a la institución, haciendo siempre dos grandes apartados que se identifican con las denominaciones tradicionales de comunicación interna y comunicación externa, pero esa división obliga a tratar con una de esas dos orientaciones a públicos que no correspondían con ninguna de ellas, como alumnos, padres y madres de alumnos, feligreses, etc.

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. El público externo es aquel que no tiene relación directa con la organización pero que cuyos miembros se considera que forman grupos de interés para el mensaje que se trasmite.

La comunicación intermedia supone la atención a unos públicos concretos que no pueden considerarse internos, porque no pertenecen a la institución, no viven de su nómina; ni externos porque no están absolutamente fuera de su influencia o su acción, no resultan totalmente ajenos a la empresa o a la organización.⁸

La Delegación de Comunicación considera:

- **Públicos internos:** salesianos y otros grupos de la Familia Salesiana, responsables de las Comunidades Educativo Pastorales.
- **Públicos externos:** entorno social inmediato, medios de comunicación, instituciones educativas y religiosas, administración pública, empresas, entidades sostenedoras, sociedad en general.
- **Públicos intermedios:** alumnos, profesores, padres de alumnos, asociados de centros juveniles, educadores, feligreses, destinatarios directos de la acción pastoral y sus familias.

⁸ Bel Mallén, Ignacio. *Comunicar para crear valor*. Editorial EUNSA. Pág. 42-45. Pamplona, 2004.

V. Ámbitos de actuación



El Sistema Salesiano de Comunicación señala cuatro ámbitos de actuación en la comunicación social salesiana⁹.

Animación

La animación es un modo de pensar y actuar fundamental en la pedagogía salesiana, que, entre otras cosas, supone acompañar con iniciativas concretas la dimensión comunicativa en las comunidades locales y en la inspección.

Formación

La formación permite a los destinatarios de la misma 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, 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 diversa actividad productiva y la específica atención empresarial.

⁹ Sistema Salesiano de Comunicación Social, 2ª edición, página 28.

VI. Canales / medios propios



La Inspectoría Salesiana María Auxiliadora (SMX) cuenta con diversos canales de comunicación que sirven como modelo para la puesta en marcha de los mismos a nivel local:

- **SMX Comunidad Inspectorial:** revista digital para los salesianos y para todas las personas que tienen relación directa con la actividad educativo-pastoral de la Inspectoría. Presenta la vida plural de la inspectoría para favorecer el sentido de pertenencia entre salesianos y laicos.
- **Informando:** boletín interno exclusivo para salesianos y comunidades salesianas con breves informaciones de familia.
- **Documentos oficiales de la Inspectoría¹⁰:** preparación, traducción y diseño de los mismos.
- **Página web:** en la que se recoge la información institucional de la inspectoría, y de cada una de las obras. Recoge, asimismo, noticias de actividades salesianas, artículos de opinión, recursos y materiales pastorales y educativos y enlaces con instituciones de la Inspectoría y de la Iglesia.
- **Redes Sociales:** en las que la Inspectoría está presente con un perfil corporativo en distintas redes sociales (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Spotify*, etc). Nuestra presencia está actualizada y supervisada por la gestión del *Community Manager* y se rige por unos principios que se especifican en los correspondientes manuales.
- **Relaciones con los Medios de Comunicación** manteniendo un contacto fluido con los responsables (agencias, prensa, radio y televisión) de cualquier ámbito (local, regional y nacional) en la zona de influencia geográfica de la Inspectoría y promoviendo la participación en foros.

¹⁰ Documentos aprobados por el Consejo Inspectorial (POI, PEPSI, Directorio, PIAV, Programación, etc.) y comunicaciones oficiales (Elenco, Necrologío, Cartas mortuorias, etc.)



- **Productos informativos adecuados en cada ocasión:** envío habitual de **notas de prensa** a los medios sobre temas considerados relevantes por la inspectoría con objeto de estar presentes en los mismos. Los **actos con los medios** se programan según actividad de la inspectoría y de la España Salesiana en los diferentes ambientes. Para el correcto desarrollo de esta propuesta la Delegación se coordina con la Delegación de Comunicación de SSM y la Delegación Nacional de Comunicación. La delegación inspectorial es corresponsal de la Agencia Info Salesiana (ANS) en España.
- **Jornada interinspectorial de comunicación:** encuentro formativo destinado a representantes de las casas salesianas que estén interesados en esta materia para su actualización y profundización.
- **Encuentros de delegados locales:** reunión de responsables de comunicación de diversos ámbitos y ambientes para la formación y el análisis de la situación de la comunicación en las obras.
- **Recursos formativos:** materiales e iniciativas a disposición de los responsables sobre temas de comunicación.
- **Imagen Corporativa:** diseño, desarrollo y coordinación de la imagen corporativa en la Inspectoría, tanto en todo el ámbito inspectorial como en las realidades locales. La Delegación de Comunicación vela por el correcto uso de la imagen corporativa.
- **Merchandising:** coordinación de la gestión, diseño y desarrollo del *merchandising* local e inspectorial como servicio complementario a la imagen corporativa, en comunicación directa con la Delegación de Economía.



- **Revista de prensa:** elaboración de una base de datos diaria con artículos, noticias, reflexiones sobre acontecimientos de la vida eclesial y social, referidas a la inspectoría, presencias locales y salesianos, aparecidas en los medios.
- **Ediciones especiales:** redacción de 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 campañas, delegaciones o casas en sus diversos ambientes: escuelas, entidades, Familia Salesiana, etc.
- **Podcast:** realización de recursos audiovisuales descargables.
- **Relación con canales de comunicación de la Congregación:** Salesianos SMX además establece una relación de diálogo y colaboración con diversos canales de comunicación salesianos (delegación comunicación SSM, delegación nacional de Comunicación, Boletín Salesiano, ANS y Dicasterio para la Comunicación Social).
- **Asesoramiento 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.
- **Gestión del archivo audiovisual ordinario de la Inspectoría:** ya sea con la producción propia de fotografías y archivos multimedia o la copia de recursos gráficos elaborados por otros.
- **Base de datos** con un servicio de información actualizada sobre personas, datos, actividades y acontecimientos de la Inspectoría. Mantenimiento al día de la crónica gráfica de los acontecimientos y personas de la Inspectoría.

VII. Cronograma de actuación



CANALES				
Canal / medios	Público prioritario	Responsables	Contenidos principales	Calendario
SMX Comunidad Inspectorial	Salesianos Destinatarios de la actividad edu- cativo-pastoral	Oficina de Comunicación	Mensaje del Inspector Actualidad Delegaciones y Ambientes Entrevistas Opinión Reportajes	Mensual
Informando	Salesianos y comunidades salesianas	Oficina de Comunicación	Agenda del Inspector Breves sobre la vida diaria Salud de los hermanos Efemérides Onomásticos y aniversarios	Semanal
Documentos oficiales de la Inspectoría	Salesianos, Fa- milia Salesiana Destinatarios de la actividad edu- cativo-pastoral	Inspector y su Consejo Oficina de Comunicación	Capítulos Inspectoriales, POI, PEPSI, Directorio Programación inspectorial, Elenco Necrologio Cartas mortuorias	Según oportuni- dad
Página web	Interno y externo de la Inspectoría	Oficina de comunicación y delegados locales Informática	Noticias de la vida inspec- torial, de las casas, artícu- los de opinión, etc.	Diaria
Redes Sociales	Seguidores de los perfiles	Oficina de Comunicación	Enlaces noticias de la web inspectorial, elementos compartidos de casas, fotografías, etc.	En dife- rentes horas en el día
Relaciones con los Medios de Comunicación	Medios de Co- municación	Oficina de Comunicación	Contacto fluido con los responsables de medios de comunicación social (agencias, prensa, radio y televisión) de cualquier ámbito (local, regional y nacional) en la zona de influencia geográfica de la Inspectoría.	Habitual
Productos informativos	Medios Comuni- cación Públicos espe- cíficos	Oficina de Comunicación	Notas de prensa. Actos con los medios.	Habitual.



Jornada interprovincial de Comunicación	Representantes de las casas salesianas interesadas	Oficina de Comunicación	Profundización de aspectos relacionados con la comunicación	Anual
Encuentros de delegados locales	Responsables de comunicación de diversos ámbitos y ambientes	Oficina de Comunicación	Formación y análisis del estado de la comunicación	Anual
Recursos formativos	Responsables de comunicación de diversos ámbitos y ambientes	Oficina de Comunicación	Materiales e iniciativas de comunicación	Según demanda
Imagen corporativa	Inspectoría, sede y servicios. Delegaciones. Presencias locales	Oficina de Comunicación	Diseño, desarrollo y coordinación de la imagen corporativa.	Diaria
<i>Merchandising</i>	Inspectoría, sede y servicios. Delegaciones. Presencias locales	Oficina de Comunicación Economía	Coordinar la gestión, diseño y desarrollo del <i>merchandising</i>	Según demanda
Revista de prensa	Oficina de Comunicación Consejo Inspectorial	Oficina de Comunicación	Contenidos de los medios de Comunicación relevantes para la actividad salesiana	Diaria
Ediciones Especiales	Salesianos, Familia Salesiana, Sociedad en general	Oficina de Comunicación	Notas, boletines e informaciones puntuales con motivo de acontecimientos especiales y señalados de la vida de la Inspectoría.	Según oportunidad
Vídeo y multimedia	Salesianos, Familia Salesiana Destinatarios de la actividad educativo-pastoral Público externo en general	Oficina de Comunicación Delegados locales	Imágenes y vídeos de la actividad y vida de la Inspectoría y las diferentes obras	Según demanda



Podcast	Salesianos, Familia Salesiana Destinatarios de la actividad educativo-pastoral Público externo	Oficina de Comunicación	Recursos audiovisuales descargables.	Según demanda
Relación con canales de comunicación de la Congregación	Salesianos en el mundo, misioneros, Familia Salesiana Boletín Salesiano, ANS	Oficina de Comunicación	Noticias, informaciones y opiniones relevantes para difundir a nivel nacional e internacional	Según oportunidad
Asesoramiento y consultoría en materia de comunicación	al Inspector y su Consejo, a los organismos inspectoriales, a los delegados locales y a los directores de las obras, comunidades y ambientes pastorales y empresas.	Oficina de Comunicación	Asesoramiento	Según demanda
Gestión del archivo audiovisual ordinario de la inspectoría.	Archivo Delegados locales	Oficina de Comunicación	Ya sea mediante la producción propia de fotografías y archivos multimedia o la copia de recursos gráficos elaborados por otros.	Periódicamente
Base de datos - Intranet	Inspector Consejo Secretario Archivo Delegados locales	Oficina de Comunicación Informática	Ofrecer un servicio de información actualizada sobre personas, datos, actividades y acontecimientos de la inspectoría.	Según demanda

VIII. Estructura organizativa



DELEGACIÓN INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN

La Delegación Inspeccional de Comunicación está formada por el Delegado Inspeccional, la Comisión Inspeccional, el Equipo Técnico, la Oficina de Comunicación y los Delegados locales.



Delegado Inspeccional de Comunicación

Nombramiento: El Delegado Inspeccional de Comunicación es nombrado por el Inspector.

Promueve la comunicación en la Inspeccoría en nombre del Inspector. Forma parte de la Delegación de Comunicación, la Oficina de Comunicación y otros órganos de comunicación en los que actúa como representante. Es recomendable que su dedicación sea a tiempo completo, con nombramiento por un trienio, renovable por otro.

Funciones:

1. Promueve y coordina, en nombre del Inspector, la comunicación en la Inspeccoría.
2. Asesora al Inspector y su Consejo en lo referente a la comunicación, con la posibilidad de algún encuentro presencial anual.



3. Coordina el diseño y aplicación del Plan Inspectorial de Comunicación y la Programación Anual de Comunicación.
4. Acompaña y anima, en la medida de lo posible todo lo relacionado con la comunicación en la Inspectoría.
5. Colabora con los diversos equipos y servicios de la Inspectoría en especial en su dimensión comunicativa
6. Convoca y preside la Comisión Inspectorial de Comunicación y los encuentros 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 Comunicación.
8. Presenta al inspector los nombres de los delegados locales, designados por los directores de las respectivas casas salesianas.
9. Orienta y anima la actuación de los delegados locales.
10. Canaliza la información de jornadas, cursos de comunicación de interés para los salesianos y comunidades educativo-pastorales.
11. Promueve el uso de herramientas de comunicación y las redes sociales en la vida comunitaria y en la acción educativo-pastoral.
12. Anima como último responsable la revista SMX Comunidad Inspectorial y el boletín Informando, el portal web y 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 animación, formación, información y producción.
14. Participa en el Equipo Inspectorial de Pastoral Juvenil.
15. Mantiene relaciones de intercambio con la Delegación de Comunicación SSM, el Boletín Salesiano, ANS, y el Dicasterio para la Comunicación.
16. Se relaciona con los organismos eclesiásticos y civiles de Comunicación del ámbito inspectorial y busca formas de colaboración.



17. Actúa como portavoz oficial de la Inspectoría , cuando sea necesario y de modo ordinario, pudiendo delegarse esta misión, cuando convenga, en otra persona que el inspector designe.
18. Vela por el buen uso y las aplicaciones de la identidad visual corporativa.
19. Se responsabiliza del seguimiento del trabajo del director de la Oficina de Comunicación, si lo hubiere, y cualquier profesional de la delegación.
20. Vela por la buena reputación de los salesianos.

Comisión Inspectorial de Comunicación

Definición: Órgano que acompaña y asesora al delegado, para conseguir los objetivos de la Comunicación Social en todos los ámbitos de la Inspectoría.

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 año.

Composición:

1. El Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Un miembro del Consejo Inspectorial, si es posible y si el Delegado no pertenece al Consejo.
3. Miembros del Equipo Técnico.
4. Seglares o salesianos expertos en Comunicación, Informática y Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

- 
5. El Director de la Oficina de Comunicación, en caso de que no sea el propio Delegado Inspectorial.
 6. Un representante de la Delegación de Pastoral Juvenil.
 7. Un representante de cada empresa de comunicación de la Inspectoría (Dosatic y Edebé).

Funciones:

1. Asesora y hace propuestas al Inspector y su Consejo en el ámbito de la Comunicación.
2. Potencia la formación y la reflexión en este sector.
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. Propone iniciativas de formación en comunicación para salesianos, colaboradores y destinatarios, mediante encuentros, jornadas y cursillos.
5. Impulsa la creación de producciones audiovisuales y otros subsidios para ponerlos a disposición de la Comunidad Inspectorial y de los destinatarios.
6. Diseña, ejecuta y evalúa la Programación Anual y da cuenta de ella al Inspector y su Consejo.
7. Apoya a las empresas propias del sector de comunicación, respetando la autonomía de las mismas.
8. Acompaña a la Comisión Inspectorial para la gestión de crisis ante los casos que puedan presentarse, para ofrecer su orientación desde en el aspecto comunicativo.



Oficina de Comunicación

Es un equipo reducido que sostiene el ritmo cotidiano de las iniciativas referentes a la comunicación social en la Inspectoría y lleva adelante las diversas tareas emanadas de la Programación Anual.

Nombramiento:

1. Es nombrada por el Inspector, a propuesta del Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Se reúne, de ordinario, semanalmente por vídeo conferencia.

Composición:

1. El Delegado Inspectorial de Comunicación.
2. Miembros del equipo técnico profesional adscrito a la Delegación.

Funciones: Realiza el seguimiento en detalle de los Canales / Medios Propios ¹¹.

DELEGACIÓN LOCAL

Delegado local de Comunicación

Objetivo: Promover la Comunicación en la obra local y en sus diversos ambientes ¹².

Nombramiento:

1. En cada casa salesiana hay un Delegado Local para la Comunicación o referente.
2. Lo nombra el director de la presencia salesiana, lo comunica al Delegado Inspectorial de Comunicación, y este, a su vez, al Inspector. El direc-

¹¹ Plan Inspectorial de Comunicación. Punto 6

¹² SSCS, 2ª edición, pág. 45.



tor lo presenta al Consejo de la Obra Salesiana o Comunidad Educativa para darle la adecuada proyección en la presencia local.

3. En presencias salesianas con multiplicidad de ambientes puede constituirse un equipo local de Comunicación para actividades concretas coordinado por el delegado local.
4. La figura del Delegado local aparece como tal en el Anuario Inspectorial

Funciones:

1. Ser enlace de la presencia local con el Delegado Inspectorial de Comunicación y participar en el Encuentro de Delegados Locales.
2. Animar y coordinar la Comunicación en la propia casa, según las pautas de la propia Delegación y del Sistema Salesiano de Comunicación.
3. Ejercer la coordinación de los encargados de comunicación de diversos sectores en aquellas casas que lo requieran.
4. Cooperar en la elaboración y aplicación del Manual de Comunicación a nivel local.
5. Enviar a la delegación, de forma regular, las informaciones que se elaboran en los diversos ambientes de la presencia salesiana (noticias, fotografías, revistas, programas de actos, productos multimedia, publicaciones, etc.)
6. Facilitar a la Delegación informaciones y noticias aparecidas en los medios locales y que puedan ser útiles para la Inspectoría por su referencia a los Salesianos.
7. Promover la realización de una “crónica gráfica” (vídeo o fotografía) de las actividades de la comunidad y de la obra, especialmente en las ocasiones más importantes, en contacto con los responsables locales del archivo y memoria de la casa.



8. Ejercer de nexo entre la presencia salesiana y los medios de comunicación externos, solicitando el asesoramiento de la Delegación cuando fuera necesario.
9. Estar atento al buen uso de los perfiles institucionales en las redes sociales y en el portal local.
10. Promover la aplicación de la imagen corporativa inspectorial en todos los ambientes de la casa en sus diferentes soportes, según la necesidades locales (señalética, uniformes, fachadas, papelería, etc.)

Equipo local de Comunicación

Definición: Cuando en obras con multiplicidad de ambientes haya varios encargados de comunicación para actividades concretas, se constituirá un equipo local de comunicación. Uno de sus miembros será el delegado local de la obra.

Funciones: Animar y coordinar la comunicación en los distintos ambientes presentes en la casa.

Nombramiento: Los miembros son nombrados por el director de la obra, a propuesta del Delegado local.

Encuentros de Delegados Locales de Comunicación

Composición:

1. Los encuentros de delegados locales de comunicación son reuniones anuales celebradas por proximidad geográfica para mejorar la coordinación entre los responsables locales, el Delegado Inspectorial de Comunicación y la Oficina de Comunicación.
2. Se realiza, de ordinario, una vez cada curso, o cuando lo juzgue necesario el Delegado Inspectorial de Comunicación con el visto bueno del Inspector. Pueden participar personas con sensibilidad comunicativa de las diferentes presencias salesianas u otros expertos invitados.



Funciones:

1. Dialogar con la Delegación de Comunicación, en línea con el Manual de Comunicación y la Programación Anual.
2. Proponer iniciativas y líneas de actuación para la Inspectoría en el campo de la comunicación.
3. Recibir formación en alguna materia que se estime para mejorar la animación de la comunicación local.
4. Intensificar la formación de sus componentes en asuntos concretos de su interés.
5. Poner en común la realidad comunicativa de cada presencia local para que puedan ser recogidas por la Delegación sus necesidades y propuestas.

IX. Relación de la Delegación de Comunicación con el Inspector, su Consejo y las Delegaciones

La Delegación está al servicio del Inspector y su Consejo y colabora con otros servicios y entidades inspectoriales en todo lo referente a la comunicación.

A – Con el Inspector y su Consejo

Mantiene una comunicación regular con el Inspector y secunda sus indicaciones en la materia. Es recomendable que el Delegado Inspectorial de Comunicación pase periódicamente por el Consejo para dialogar sobre asuntos propios de la Delegación.



B – Con la Delegación de Pastoral Juvenil

Favorece la comunicación de iniciativas y campañas de esta delegación. Colabora en los procesos de evangelización y catequesis sugiriendo materiales y favoreciendo el intercambio de recursos entre los distintos ambientes. Está presente por medio del delegado en el Equipo de Pastoral Juvenil. Suscita 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

Cuida la formación de los hermanos en el campo de la Comunicación proponiendo iniciativas y programas concretos para los salesianos en formación inicial y, estableciendo acciones de cara a la formación permanente. Ofrece 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 Delegación Familia Salesiana

Favorece 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. Apoya a los distintos grupos de la Familia Salesiana en la producción de información y en su difusión donde pueda ser interesante.

E- Con la Delegación de Economía

Mantiene informado al ecónomo inspectorial de los movimientos económicos de la Delegación y recabar su asesoramiento en asuntos empresariales o laborales que afecten a la Delegación, en tiempo y forma indicados.



F – Con la Secretaría Inspectorial

Asesora al secretario inspectorial en la edición y difusión de documentos propios de su servicio como las Circulares del Inspector, las Cartas Mortuorias, el Anuario Inspectorial, el Necrologio, etc. Coordina actuaciones respecto al archivo fotográfico de hermanos y obras de la inspectoría.

G- Otras entidades inspectoriales¹³

Asesora en asuntos de la comunicación propia de estas entidades.

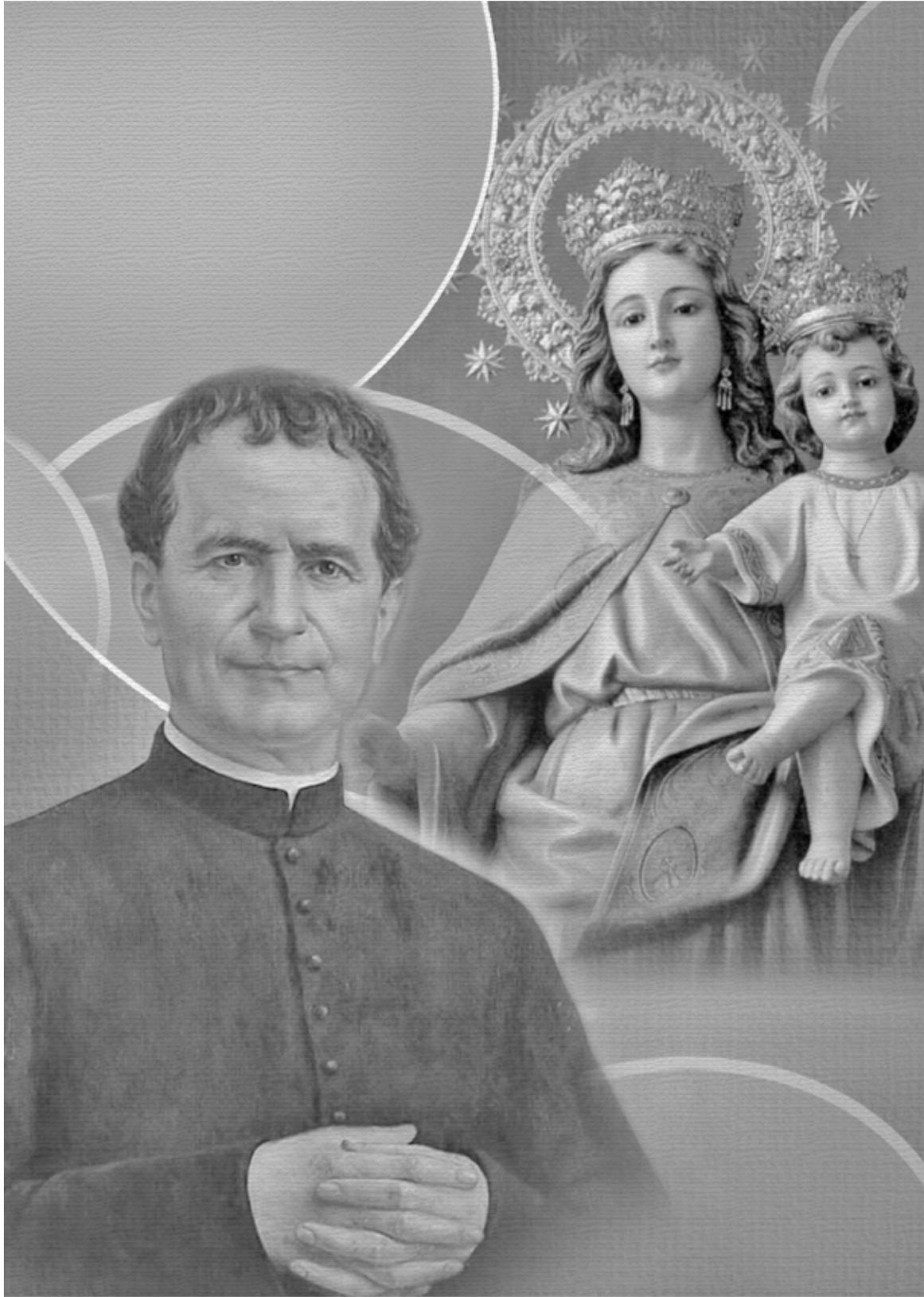
X. Evaluación



Este Plan se propone marcar las líneas generales que la Inspectoría llevará a cabo en el sector de la Comunicación durante los próximos años.

Este documento se revisará cada trienio. El seguimiento y evaluación de este documento puede ir actualizando y matizando las líneas de acción que serán recogidas anualmente en la Programación Inspectorial.

¹³ ONGs, Fundaciones, Plataformas sociales, etc.



INSPECTORÍA MARÍA AUXILIADORA

PLAN INSPECTORIAL

DE COMUNICACIÓN



salesianos
MARÍA AUXILIADORA

SEDE INSPECTORIAL

C/ SALESIANOS 3 A | 41008 SEVILLA | T 954 426 812 | F 954 426 665

SERVICIOS INSPECTORIALES

PLAZA ARTÓS 3 | 08017 BARCELONA | T 932 065 910 | F 932 054 971
C/ SAGUNTO 192 | 46009 VALENCIA | T 963 653 296 | F 963 659 702