

PROGRAMACIÓN DE LA DELEGACIÓN DE COMUNICACIÓN EN LA INSPECTORÍA SALESIANA SMX 2023-2028

INTRODUCCIÓN

Bajo el marco del Proyecto Orgánico Inspectorial, nacido del Capítulo Inspectorial 22, y tomando en consideración los objetivos y actuaciones que se proponen en el Proyecto Educativo Pastoral Salesiano Inspectorial, la Delegación de Comunicación Social establece los siguientes objetivos para los próximos años.

Como referencia y base del trabajo se ha valorado el informe del visitador, Don Marcelo Farfán, así como el Cuadro de Referencia de Pastoral Juvenil y el Sistema Salesiano de Comunicación Social.

Don Marcelo Farfán, como visitador extraordinario del Rector Mayor indicaba sobre la comunicación en la inspección:

1.4.2. Comunicación Social

La Delegación cuenta con el Plan Inspectorial de Comunicación cuyos objetivos apuntan a **poner al centro a los jóvenes, presentar y posicionar la misión salesiana, ayudar a crecer en comunión inspectorial y formar en el uso de los medios**. Todos los productos, servicios e iniciativas de la delegación **pretenden animar, formar e informar**.

Se viene de una positiva tradición en comunicación de las antiguas inspecciones. El enfoque que se ha querido dar es que la oficina inspectorial esté al servicio de las obras.

Hay que reconocer que la pandemia ha provocado una dinamización de las propuestas comunicacionales. A nivel de **comunicación "ad intra"** se hace un muy buen trabajo con una multiplicidad de iniciativas que están permitiendo contar con una Inspección informada, relacionada y con sentido de pertenencia. Se ha buscado **acentuar el protagonismo juvenil en la comunicación**. La propuesta de **comunicación "ad extra"** es **más desafiante y requiere de un trabajo más en red sea como España Salesiana como a nivel de Congregación**.

La Comisión Inspectorial de Comunicación está presidida por un secolar que es Salesiano Cooperador. Las personas implicadas en el equipo de animación tienen experiencia, son profesionales y han adquirido una visión inspectorial. Además, se cuenta con los delegados locales de comunicación con quienes **se trabaja en red**.

Es muy sentida la **necesidad de trabajar la incidencia en la sociedad**. Los diferentes ambientes pastorales, en especial la escuela sienten la importancia de contar con una estrategia comunicacional que consiga **posicionar la “marca” salesiana en el complejo contexto de la opinión pública**.

5. La Comunicación Social

La unificación en el campo de la comunicación se dio de manera serena y profesional gracias a la buena tradición que en este campo habían desarrollado las anteriores inspectorías. **La comunicación está pensada como un servicio a las obras y como proyección de la “marca” salesiana hacia el exterior.**

La Delegación cuenta con el Plan Inspectorial de Comunicación, un delegado a tiempo completo y una Comisión Inspectorial. **A nivel local se ha logrado que todas las casas tengan un delegado local. Estos están acompañados, asesorados y tienen un itinerario formativo.**

La Delegación está empeñada en **poner la comunicación al servicio de los jóvenes y alentar su protagonismo, presentar la misión salesiana en la sociedad, contribuir al crecimiento de la comunión inspectorial y favorecer la educación en el uso adecuado de los medios**. Para estos objetivos se han desarrollado una multiplicidad de productos comunicacionales, servicios y asesorías. Se ha conseguido fortalecer el sentido de pertenencia institucional a través de la gestión de la “marca” salesiana.

Sigue siendo un **desafío un trabajo más en conjunto en el campo de la comunicación entre las dos Inspectorías de España**. Por otra parte, la Delegación SMX requiere fortalecer los equipos locales de comunicación y profundizar en un trabajo más en red con toda la Congregación.

También se han tenido en cuenta los [objetivos planteados en cursos anteriores](#) (véase retos para trienio 19-22 y objetivos anuales), realizando una mayor concreción en las líneas de trabajo que a continuación se presentan.

A la luz de este informe, desde el equipo técnico de la Delegación, se resume el proyecto de animación en varios puntos clave, para desarrollar en retos y objetivos. ¿Qué debe ser y hacer la Delegación de Comunicación?

- Ser **reflejo de la vitalidad de la institución.**
- Seguir **reduciendo las distancias**, no solo las físicas.
- Acompañar el cambio de enfoque institucional para valorar la **Comunicación como una inversión**, no como un gasto.
- Apoyar en las prioridades y estrategias inspectoriales, **formando parte de ellas.**
- Seguir invirtiendo el tiempo en **escuchar, dialogar, coordinar y acompañar a las casas y equipos.**

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS

A partir de esta idea se presentan los siguientes objetivos:

| | RESUMEN DE OBJETIVOS |
|----------|--|
| 1 | Recuperar el valor de la presencia entre los jóvenes como elemento esencial de nuestro estilo educativo. (POI 2, PEPSI 1.2) (Plan Sector Comunicación. Área 4) (Protagonismo juvenil) |
| 2 | Fortalecer los procesos de crecimiento en la fe. (POI 1, PEPSI 6.3) (Plan Sector Comunicación. Área 4 5) (Evangelización y Primer Anuncio) |
| 3 | Apostar por una cultura de comunicación institucional salesiana que brinda apoyo a los diferentes ambientes integrándose en estructuras y equipos. (Prioridad n° 3 – Propuesta Programática del Rector Mayor para la Congregación) (Comunicación Ad Intra Animación trabajo en red comunicación corporativa) |
| 4 | Incidir 'ad extra' en el compromiso para el posicionamiento del carisma y la visión salesiana del mundo. [CdR PJS, p. 161] (Comunicación Ad extra Informar / Posicionamiento / Incidencia) |

| | |
|---|---|
| 5 | Profundizar en la estrategia formativa para responder a las necesidades de las delegaciones, ambientes, presencias y entidades inspectoriales sobre las diferentes competencias en comunicación en la condición de educadores y evangelizadores comunicadores cualificados [CdR PJS, p. 163] (Formación) |
| 6 | Estructurar la comunicación institucional con criterios que garanticen el equilibrio entre la animación y la sostenibilidad (Plan Sector Comunicación. Áreas 2 y 3) (Recursos Humanos y sostenibilidad) |
| 7 | Promover la digitalización en las presencias salesianas y el trabajo en red para una visión carismática, corresponsable y transversal de la misión (Plan Sector Comunicación. Área 7) (Digitalización Producción) |

A partir de estos objetivos se desarrollan las siguientes actuaciones:

OBJETIVO Y ACTUACIONES

| | |
|---|-----------------|
| 1 | OBJETIVO |
| Recuperar el valor de la presencia entre los jóvenes como elemento esencial de nuestro estilo educativo. (POI Opción 2) | |

| Actuaciones a nivel local | Temporalización |
|---|------------------|
| Incorporando a los jóvenes a los equipos de comunicación locales para canalizar su voz, visión y reforzar el acompañamiento y el compromiso pastoral desde sus lenguajes, códigos y valores. | Definición local |
| Motivando la presencia activa de los educadores y evangelizadores en los patios físicos y digitales con una comunicación construida desde la 'asistencia' salesiana: lenguajes, códigos, valores y actitudes, interacciones y compromiso. | Definición local |
| Creando la figura del responsable de comunicación del aula/etapa/ambiente entre los destinatarios | Definición local |
| Apostando por la realización de prácticas profesionales de jóvenes estudiantes, de diferentes especialidades de comunicación, en la Delegación de Comunicación. Difundiendo materiales relacionados con la realidad juvenil y la comunicación para que llegue a destinatarios interesados en la materia. | Definición local |
| Acompañando a los jóvenes hacia un futuro sostenible y comprometido desde la difusión de iniciativas como la DB Green Alliance y el Aprendizaje-Servicio | Definición local |
| Creando un equipo de jóvenes que reflexione sobre la comunicación salesiana valorando desde la perspectiva juvenil las acciones que se llevan a cabo. | Definición local |
| Visibilizando, en colaboración entre delegados locales o referentes de comunicación de las entidades y equipos directivos, los medios del entorno, las acciones que se realizan en la actualidad y tienen a la juventud en el centro de la acción. | Definición local |

| 2 | OBJETIVO |
|---|--|
| | Fortalecer los procesos de crecimiento en la fe (POI 1, PEPSI 6.3) (Plan Sector Comunicación. Área 4 5) (Evangelización y Primer Anuncio) |

| Actuaciones a local | Temporalización |
|---|------------------|
| Orientando la comunicación como instrumento al servicio de la evangelización. | Definición local |
| Ofreciendo, en los diferentes niveles, instrumentos y medios para un constante proceso de verificación, actualización e inculturación de la misión salesiana en el hábitat personal y digital donde viven los jóvenes de hoy (cf. ACG 433, 43). | Definición local |

| | |
|--|-----------------|
| 3 | OBJETIVO |
| Apostar por una cultura de comunicación institucional salesiana que brinda apoyo a los diferentes ambientes integrándose en estructuras y equipos. | |

| Actuaciones a local | Temporalización |
|--|------------------|
| Revisando el estado del Plan local de Comunicación | Definición local |
| Favoreciendo la coordinación a través de las visitas de animación anuales de la Delegación, de forma presencial u on line. | Definición local |
| Integrando la comunicación, mediante la figura del Delegado Local, en los equipos de referencia de las presencias o entidades (consejo de la CEP/ Obra y directivos) | Definición local |
| Apostando por la difusión de noticias, boletines e iniciativas que sigan fomentando el sentido de familia | Definición local |
| Evaluando el trabajo local a partir de los 50 ítems para el análisis de la Comunicación | Definición local |

| | |
|----------|-----------------|
| 4 | OBJETIVO |
|----------|-----------------|

Incidir 'ad extra' en el compromiso para el posicionamiento del carisma y la visión salesiana del mundo. [\[CdR PJS, p. 161\]](#)

| Actuaciones a local | Temporalización |
|---|------------------|
| Garantizando la visibilidad de la Congregación y la presencia local entre los medios de referencia. | Definición local |
| Configurando equipos de trabajo para la gestión de crisis | Definición local |
| Colaborando en la preparación de campañas conjuntas y eventos locales, así como la difusión de aniversarios de la Congregación (Bicentenario del Sueño de los nueve años, don Pablo Albera, san Francisco de Sales, 150º Aniversario de la primera Expedición Misionera Salesiana y otras). | Definición local |

| 5 | OBJETIVO |
|---|---|
| | Profundizar en la estrategia formativa para responder a las necesidades de las delegaciones, ambientes, presencias y entidades inspectorales sobre las diferentes competencias en comunicación en la condición de educadores y evangelizadores comunicadores cualificados [CdR PJS, p. 163] |

| Actuaciones a local | Temporalización |
|--|------------------|
| Ofrecer espacios de reflexión y sesiones de formación a nivel local con los delegados de comunicación y los equipos para profundizar, integrar e implementar las propuestas de comunicación dentro del proyecto de comunicación de la presencia o entidad. | Definición local |
| Proponer módulos formativo y material en comunicación que los propios delegados locales de comunicación puedan impartir y desarrollar en sus presencias o entidades | Definición local |
| Abriendo a la participación de los educadores-evangelizadores de la casa o entidad en jornadas formativas locales sobre comunicación. | Definición local |
| Apostando por la participación de los delegados locales y sus equipos de comunicación, facilitando los medios para la asistencia. | Definición local |

| 6 | OBJETIVO |
|---|---|
| | <p>Estructurar la comunicación institucional con criterios que garanticen el equilibrio entre la animación y la sostenibilidad (Plan Sector Comunicación. Áreas 2 y 3)</p> <p>(Recursos Humanos y sostenibilidad)</p> |

| Actuaciones a local | Temporalización |
|--|------------------|
| Apostando por el papel del Delegado de Comunicación como responsable de la animación de la misma en la obra salesiana. | Definición local |
| Animando los equipos locales y su encuentro regular para la coordinación de la comunicación | Definición local |
| Revisando los recursos puestos a disposición de la comunicación en la presencia local, ambientes y entidades. | Definición local |
| Teniendo como referencia a la Delegación de Comunicación, como apoyo para el desarrollo de necesidades locales y canalizador de inversiones puntuales en los presupuestos locales. | Definición local |
| Buscando apoyo en herramientas de gestión de proyectos que ayuden a la mejora de la eficiencia de las tareas y los procesos. | Definición local |

| 7 | OBJETIVO |
|---|---|
| | <p>Promover la digitalización en las presencias salesianas y el trabajo en red para una visión carismática, corresponsable y transversal de la misión (Plan Sector Comunicación. Área 7)</p> <p>(Digitalización Producción)</p> |

| Actuaciones a local | Temporalización |
|---|------------------|
| Valorando el cuidado de la marca Salesianos a nivel local | Definición local |

| | |
|--|------------------|
| Solicitando autorización a la Delegación de Comunicación para la impresión o realización de cualquier elemento estable en el tiempo, de larga duración o alta inversión, que requiera el uso de la marca | Definición local |
| Cuidando el proyecto de proyecto web local con una revisión regular del contenido | Definición local |
| Potenciando la difusión del Boletín Salesiano digital | Definición local |
| Difundiendo los recursos pastorales digitales de Salesianos España | Definición local |
| Motivando la producción local radiofónica a través de formatos a difundir a través de Salesianos Podcast | Definición local |