

PLAN DE COMUNICACIÓN SALESIANOS EN ESPAÑA



salesianos

LA BASE DE TODA EDUCACIÓN
ES CUESTIÓN DE CORAZÓN

TRABAJO, TRABAJO, TRABAJO

Mi mayor satisfacción
es verte ALEGRE

TIENES UNA SOLA
ALMA. ES PRECISO
QUE LA SALVES

DIOS
TE VE

CORRIJAMOS
CON AMABILIDAD

QUIEN DA ESCUCHA
MALOS CONSEJOS, ESTÁ
CIEGO Y SE HACE ESCLAVO
DEL DEMONIO

SIN SONRISA,
NO ES POSIBLE DEMOSTRAR
AMISTAD

DADME ALMAS
Y QUEDADOS
EL RESTO

SER BUENO NO CONSISTE EN
NO COMETER FALTAS, SINO EN
SABER ENMENDARSE

TRISTEZA y MELANCOLIA
FUERA DE LA CASA MÍA

TRABAJEMOS COMO SI NUNCA
TUVIERAMOS QUE MORIR Y
VIVAMOS COMO SI TUVIESEMOS
QUE DESAPARECER A CADA
INSTANTE.

MÁS MOSCAS SE CAZAN
CON UNA GOTITA DE MIEL,
QUE CON UN BARRIL DE VINAGRE

ELLA LO
HA HECHO TODO

AQUI HACEMOS
CONSISTIR LA SANTIDAD
EN ESTAR SIEMPRE

SALUD ¡¡ ALEGRES!!
SABIDURIA
SANTIDAD

DONDE REINA LA
CARIDAD, AHI ESTA
LA FELICIDAD

VOSOTROS JÓVENES
SOIS LOS RESPONSABLES
DE NUESTRO FUTURO

DON BOSCO

QUIEN TIENE PAZ
EN SU CONCIENCIA,
LO TIENE TODO.

AMAMOS LO QUE AMAN
LOS JÓVENES

RESPECTO A
TODOS, MIEDO
A NINGUNO

DEMOS BASTANTE,
SI QUEREMOS CONSEGUIR MUCHO.

OS AMO PORQUE
SOIS JÓVENES

DIOS
FAVORECE
AL HOMBRE
ALEGRE

LOS JÓVENES NO SOLO DEBEN SER AMADOS
SINO QUE DEBEN NOTAR QUE SE LES AMA

UN BUEN CONSEJO
LO ACEPTARIA,
AUNQUE VINIESE
DEL DIABLO

SED
DEVOTOS
DEL PAPA

ESTANDO ALEGRES, NO NOS DAMOS CUENTA QUE PASA EL TIEMPO...

Mi único
deseo es verte
feliz en el tiempo
y la eternidad

RAZÓN
RELIGIÓN
AMOR

AHORA HEMOS DE
TRABAJAR, YA
DESCANSAREMOS EN
EL PARAISO

MAMA'
MARGARITA

PROCURAD
SIEMPRE
VIVIR EN LA
AMISTAD DE DIOS

SED PRUDENTES
AL JUZGAR

NO CONSIDERES AMIGO
AL QUE SIEMPRE TE ALABA
Y NO TIENE VALOR PARA
DECIRTE TUS DEFECTOS

NO SIRVA
DE LECCIÓN Y
EXPERIENCIA TODO
CUANTO SUCEDE

UNA HORA GANADA AL
AMANECER, ES UN TESORO
POR LA TARDE

NUNCA HAY QUE DECIR
NO ME TOCA, SINO...
¡VOY YO!

AUXILIADORA

PATRON
DEL
CINE

1. Presentación

El Plan de Comunicación de los Salesianos en España, publicado en 2025, quiere ser el instrumento para estructurar todas las acciones de este ámbito que llevamos adelante. Además, surge de la reflexión sobre lo que entendemos por comunicación dentro de nuestra misión educativo pastoral, y de cómo nos situamos, como Congregación, ante los retos que se nos plantean en este ámbito tan decisivo de nuestro mundo.

Este es el punto de llegada de un trabajo de las **Delegaciones de comunicación de las Inspectorías** en las últimas décadas y, especialmente, a partir de junio de 2014 con la reestructuración de la España salesiana. Entendiendo la comunicación como un elemento estratégico de nuestra misión, se han venido creando contenidos y canales pensando, preferentemente, en los públicos a los que dirigirse como institución. Esto ha llevado a la coordinación, unificación y adaptación constante de los medios con los que nos ponemos en contacto con nuestros destinatarios y nuestros públicos, y a una forma de trabajo de los equipos de comunicación que responda a este ecosistema comunicativo. Esto es, precisamente, lo que este Plan recoge, pues cambia la forma en la que habíamos trabajado previamente en el campo de la comunicación. La unificación de la imagen corporativa de Salesianos, la presencia en perfiles comunes en redes sociales, la propuesta de una única web de información institucional, la consolidación de una única Oficina de Comunicación, han sido pasos que, ahora, cristalizan en esta nueva realidad.

Junto a este proceso, las Delegaciones de comunicación de las inspectorías han realizado estos últimos años un trabajo de confluencia también en la animación y formación. Así, se realiza de forma conjunta la formación de los Delegados Locales de comunicación, las propuestas formativas para educadores, animadores o directivos de los diferentes ambientes, la coordinación estrecha con el Centro Nacional Salesiano de Pastoral Juvenil y las entidades salesianas que trabajan en los diferentes ámbitos pastorales.

Este camino, que se convierte ahora en punto de partida hacia el futuro, queremos concretarlo en el Plan de Comunicación que sirve de guía para organizar nuestra reflexión y trabajo en el campo de la comunicación de los Salesianos en España.

Esta herramienta se alinea también los Proyectos Orgánicos Inspectoriales (POI), con sus opciones fundamentales, y los proyectos y planes sectoriales que emanan de los Proyectos Educativo-Pastoral Salesiano Inspectoriales (PEPSI), además del documento «Comunicar amigablemente con los jóvenes hoy. La Comunicación social al servicio de la misión salesiana en la Iglesia. Directrices para profundizaciones y acciones», presentado por el Sector de Comunicación de la Congregación en la antesala del Capítulo General 29 como actualización del Sistema Salesiano de Comunicación.

2. Áreas de actuación

La comunicación social es una de las opciones transversales de la pastoral juvenil salesiana¹. Herederos de Don Bosco, escritor, publicista, empresario de medios de comunicación, entendemos la comunicación como una dimensión esencial de nuestro carisma. Es uno de los campos de actuación de la Congregación (Const. 6) como forma de estar presentes en nuestra sociedad, y como medio de realizar nuestra misión educativo pastoral. El Sistema Salesiano de Comunicación señala algunos ámbitos de actuación en la comunicación social salesiana.²

Evangelización

Todas las acciones de la comunicación salesiana están encaminadas a “difundir el mensaje evangélico”³, para ello promovemos la producción de contenidos específicos en relación con las Delegaciones de Pastoral y el CNSPJ y cuidamos la formación de salesianos, agentes de pastoral y jóvenes en la evangelización digital.

Animación y trabajo en red

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, y emplearlas en la gestión de la comunicación utilizada en procesos educativos y en relaciones internas y externas.

Desde la Delegación de Comunicación, se promueve el acompañamiento de los delegados locales, organizándose para ellos momentos de encuentro para el desarrollo de su tarea. Apostamos por crear una red entre los responsables de comunicación de entidades salesianas presentes en nuestro territorio, compartir proyectos relacionados con la comunicación, y entrando en relación con otras redes de comunicación de entidades eclesiales y sociales⁴.

Formación y profesionalización

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.

1 Cf. Cuadro de referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana nº 161.
2 Sistema Salesiano de Comunicación Social, 2ª edición, página 28
3 Comunicar amigablemente con los jóvenes de hoy, p. 87
4 Comunicar amigablemente con los jóvenes de hoy, p. 89.

La Delegación promueve iniciativas formativas para los propios miembros del Equipo de Comunicación⁵, buscando una mayor profesionalización de su labor. Las iniciativas se extienden a los Delegados Locales, a través de los encuentros y los momentos específicos de formación carismática y técnica. Todos los años se ofrecen diversos talleres y la Jornada Salesiana de Comunicación, como lugar de encuentro, reflexión y actualización.

La formación en comunicación, según los casos, está presente en los itinerarios formativos de los salesianos en formación inicial, y en los cursos para directivos y responsables educativos, cursos para responsables de pastoral y animadores de centros juveniles. Se ofrecen iniciativas, también, para escuelas de padres y para los jóvenes.

Comunicación Institucional e 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 y cuidar la comunicación tanto a nivel interno como externo. Este Plan de Comunicación prevé los públicos a los que llegar y los canales y medios que tenemos a disposición para hacer llegar las informaciones más relevantes sobre la misión salesiana y la visión salesiana del mundo, especialmente de los jóvenes.

A través del Equipo de Comunicación, se gestiona “tanto la comunicación externa como la interna. En estas actividades se difunden la misión, la visión, los valores, los proyectos”⁶ de la Congregación. El Equipo, como Oficina de Comunicación, elabora los contenidos y productos para los diferentes públicos, como se señala más adelante, a través de los principales canales (web, redes sociales, notas de prensa, boletines informativos, Boletín Salesiano, etc.). Especialmente se cuida la comunicación en las situaciones de crisis.

Producción

La producción tiene como objetivo apoyar proyectos, ofrecer recursos, crear o mantener empresas y obras, sitios web, redes sociales, recursos pastorales, 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.

5 Comunicar amigablemente con los jóvenes de hoy, p. 90-91.

6 Comunicar amigablemente con los jóvenes de hoy, p. 88.

3. Objetivos y líneas de actuación.

La Comunicación en Salesianos España 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.

Para ello se proponen los siguientes objetivos comunes:

1. Apostar por una cultura de comunicación salesiana que brinda apoyo a los diferentes ambientes integrándose en estructuras y equipos.
2. Estructurar la comunicación institucional con criterios que garanticen el equilibrio entre la animación y la sostenibilidad.⁷
3. Fortalecer los procesos de crecimiento en la fe, especialmente en el mundo digital.⁸
4. Recuperar el valor de la presencia entre los jóvenes como elemento esencial de nuestro estilo educativo, ahondando en las implicaciones de la cultura digital en la formación de la identidad de los jóvenes.⁹
5. Incidir ‘ad extra’ en el compromiso para el posicionamiento del carisma y la visión salesiana del mundo.¹⁰
6. Profundizar en la estrategia formativa para responder a las necesidades de las delegaciones, ambientes, presencias y entidades inspeccionales sobre las diferentes competencias en comunicación en la condición de educadores y evangelizadores comunicadores cualificados.¹¹
7. Promover la digitalización en las presencias salesianas y el trabajo en red para una visión carismática, corresponsable y transversal de la misión, junto al valor del patrimonio cultural.¹²

El desarrollo de estos objetivos en las diferentes líneas de acciones y su temporalización quedarán establecidas en la Programación Anual de Comunicación de cada una de las Inspectorías.

7 Plan Sector Comunicación. Áreas 2 y 3

8 Plan Sector Comunicación. Área 4 5

9 Plan Sector Comunicación. Área 4

10 CdR PJS, p. 161

11 CdR PJS, p. 163

12 Plan Sector Comunicación. Área 7

4. Públicos.

En el contexto salesiano es difícil diferenciar entre los públicos internos y externos, ya que los canales utilizados generalmente para la comunicación externa son redactados con frecuencia con un lenguaje más pensado para un público interno.

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 la misión, visión y valores de la misma. Por otro lado, el público externo es aquel que no tiene relación directa con la organización, pero conforma grupos de intereses comunes para el mensaje que se transmite.

Teniendo esto en cuenta consideramos:

- **Públicos internos:** salesianos, Familia Salesiana, miembros de los ambientes (escuelas, plataformas sociales, centros juveniles, parroquias y la educación superior) y opciones transversales, compuesto en la mayoría de los casos por destinatarios corresponsables de la misión y las propias familias de los destinatarios.
- **Públicos externos:** Entorno social inmediato, opinión pública, medios de comunicación (según nivel territorial, generalistas, especializados en información religiosa, educativa, tercer sector), instituciones educativas y religiosas, administración pública con la que nos relacionamos, empresas, entidades sostenedoras, sociedad en general.

5. Canales.

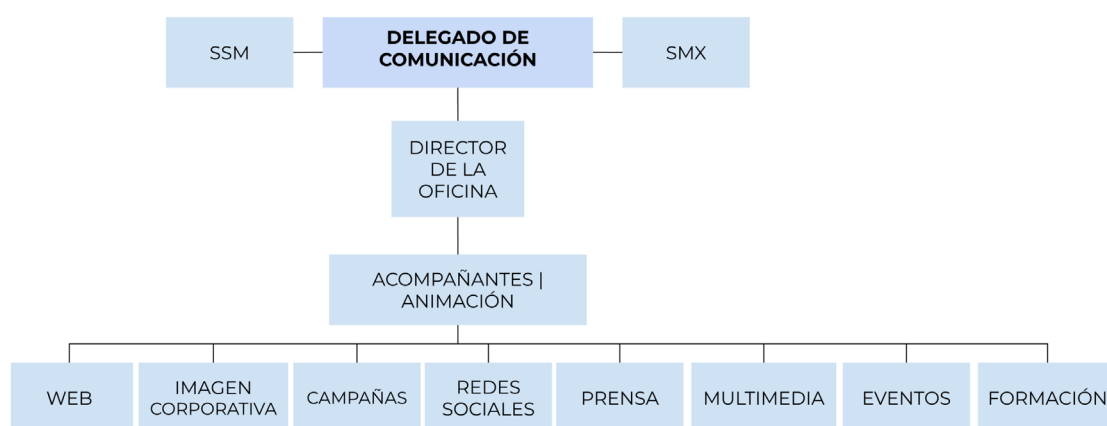
La comunicación de los Salesianos en España establece los siguientes canales para la comunicación con los públicos establecidos. Estos canales pueden tener diferentes nombres en cada una de las inspecciones.

Canal Medio	Público prioritario	Descripción Contenidos	Periodicidad recomendada
Informando o circulares del Inspector	Salesianos y comunidades Salesianas	Boletines o publicaciones internas exclusivas para salesianos y comunidades sobre acontecimientos relevantes de la Inspectoría, Congregación o Iglesia, o como apoyo de las comunicaciones realizadas por el Inspector y su Consejo.	Semanal
Documentos oficiales de la Inspectoría	Salesianos, Familia Salesiana, destinatarios de la actividad educativa-pastoral	Preparación, traducción y diseño de los mismos, ya sea a través de recursos propios o de terceros, para información a nivel nacional o inspectorial.	Según necesidad
Páginas web inspectoriales	Interno y externo	Webs salesianos.edu y salesianos.es, en ellas se recoge la información institucional de cada una de las inspectorías y obras.	Diaria
Portal de noticias	Interno y externo	Web salesianos.info se recogen las noticias de actividades salesianas, artículos de opinión, recursos y otros materiales de la vida de ambas inspectorías. Todo el contenido es etiquetado y separado en secciones.	Diaria
Páginas web de campañas	Interno y externo	Páginas dedicadas específicamente a campañas pastorales, eventos y otros momentos o temas de especial interés.	Diaria
Newsletter	Internos, suscriptores	Envío regular con la recopilación de noticias destacadas	Semanal
Newsletter delegados	Interno. Delegados Locales de Comunicación	Boletín digital periódico con información y recursos relevante sobre los ámbitos de actuación	Quincenal
Redes sociales	Seguidores de perfiles	Perfil "SalesianosEs" en las distintas redes sociales. La presencia se supervisa y gestiona bajo la estrategia en redes sociales de la oficina de comunicación.	Diaria
Boletín Salesiano	Salesianos, Familia Salesiana, Sociedad en general	Revista mensual dirigida a la opinión pública con el objetivo de dar a conocer la vida y misión de la Congregación Salesiana, llevar la palabra del Rector Mayor y ofrecer una mirada salesiana de la actualidad.	Mensual
Imagen corporativa y merchandising	Inspectorías, sede y servicios. Delegaciones. Presencias locales	Imagen corporativa en las inspectorías y sus realidades locales velando por el uso correcto del Manual de Identidad 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). Puede ser gestionado por las oficinas de comunicación o por un tercero.	Según demanda
Vídeo y multimedia	Salesianos, Familia Salesiana, destinatarios de la actividad educativa-pastoral Público externo	Vídeos de actividades de relevancia o de promoción de diferentes campañas, delegaciones o casas. Se publican tanto en las redes sociales como en el canal de YouTube de Salesianos España.	Según demanda
Pódcast	Público interno y externo	Programas de audio de diversa temática contando con la participación de las presencias locales en https://salesianos.info/podcast/ .	Semanal
Productos informativos adecuados en cada ocasión	Medios de comunicación	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 Auxiliadora), 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...).	Según necesidad
Clipping	Consejos Inspectoriales y equipos técnicos	Base de datos con artículos, noticias, reflexiones sobre acontecimientos de la vida eclesial y social, referidas a las inspectorías, presencias locales y salesianos, aparecidas en los medios.	Diaria
Recursos formativos	Delegados Locales de Comunicación y responsables de comunicación de diversos ámbitos	Materiales e iniciativas a disposición de los responsables sobre temas de comunicación.	Según demanda

6. Estructura organizativa.

La Comunicación Salesiana en España se organiza en torno a la Delegación Nacional de Comunicación de la que forman parte los equipos de comunicación de ambas inspecciones. Esta delegación cuenta con un delegado que coordina la tarea.

A su vez se cuenta con las delegaciones inspectoriales que cuentan con un delegado, oficina de comunicación, delegados locales y la comisión inspectorial que trabaja en red.



Delegado Nacional de Comunicación

El Delegado Nacional de Comunicación es nombrado por el Consejero de la Región de acuerdo con los Inspectores de las Inspecciones de María Auxiliadora y Santiago El Mayor por trienios renovables.

Puede ser un salesiano o un laico. Es el encargado de promover la comunicación en las inspecciones, coordinando las tareas y acciones conjuntas que se llevan a cabo. Desarrolla la portavocía a nivel nacional.

Mantiene una estrecha relación con el Consejero para la Comunicación Social y el Sector, y forma parte del Equipo Coordinador del CNSPJ.

Oficina de Comunicación Nacional

Es el equipo técnico y de reflexión que desarrolla los objetivos de la comunicación social en todos los ámbitos y sostiene el ritmo cotidiano de las iniciativas referentes a la comunicación social a nivel nacional, e inspectorial y lleva adelante las tareas de la programación anual y estratégica.

La forman los técnicos de las Delegaciones de Comunicación de cada una de las inspecciones. Es el órgano que acompaña y asesora a los delegados.

El Delegado Nacional será el responsable de la coordinación de este equipo así como de la distribución de las tareas y funciones.

Se reúne de manera habitual para la coordinación en las acciones que se llevan a cabo para desarrollar el Plan de Comunicación.

Funciones

1. Asesorar y hacer propuestas a las Inspecciones y el CNSPJ sobre lo relacionado con 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 de Comunicación y presentarlos a los Inspectores y sus Consejos.
7. Apoya a las empresas propias del sector de la comunicación, respetando la autonomía de las mismas.
8. Promueve y realiza actividades y proyectos de formación, información y producción.

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 Inspección en nombre del Inspector; pertenece a la Delegación Nacional de Comunicación social y forma parte de la Oficina de Comunicación Salesianos España.

Funciones:

1. Promueve, coordina y asesora la comunicación en la Inspectoría.
2. Colabora en el diseño y aplicación del Plan de Comunicación y la programación estratégica.
3. Colabora con los diversos equipos de la Inspectoría al servicio de la misión salesiana en especial en su dimensión comunicativa.
4. Presenta al Inspector los nombres de los Delegados Locales, designados por los Directores de la Obra Salesiana.
5. Orienta y anima la actuación de los Delegados locales de Comunicación.
6. 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.
7. Acompaña el desarrollo de los diferentes canales y medios de comunicación establecidos en el Plan de Comunicación.
8. Participa en el Equipo Inspectorial de Pastoral Juvenil.
9. Mantiene relaciones de intercambio con las demás Delegaciones de la Comunicación de la Conferencia Ibérica, con el Boletín Salesiano, con ANS, y con el Dicasterio para la Comunicación.
10. Se relaciona con los organismos locales, eclesiásticos y civiles de los MCS y busca formas de colaboración, cuando sea posible.
11. Cuando sea necesario, y de modo ordinario, actúa de portavoz oficial de la Inspectoría, pudiendo delegar esta misión, cuando convenga, en otra persona que el Inspector designe.
12. Vela por el buen uso y las aplicaciones de la identidad visual corporativa.
13. Vela por la buena reputación de los salesianos.

Delegado Local de Comunicación

Es el encargado de promover la Comunicación en la Obra local y en sus diversos ambientes.¹³

Es nombrado por el director de la presencia Salesiana que a su vez lo comunica al Delegado Inspectorial de Comunicación, y este, a su vez, al Inspector.

Tras su nombramiento y comunicación el director lo presenta al Consejo de la Obra Salesiana o a la Comunidad Educativa para darle la adecuada proyección en la presencia local. Al inicio de su tarea, realizará una formación específica organizada por la Delegación.

En los casos de presencias con multiplicidad de ambientes puede constituirse un equipo local de comunicación para actividades concretas coordinado por el delegado local.

Funciones

1. Ser enlace de la comunidad local con el Delegado Inspectorial de Comunicación y representarla en los encuentros 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. Envía 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. Envía a la Delegación informaciones y noticias que aparezcan en los medios locales de comunicación y que puedan ser útiles para la Inspectoría.
6. Garantiza la realización de una “crónica gráfica” (vídeo o fotografía) de las actividades de la comunidad y de la obra, especialmente en ocasiones más importantes.
7. Ejerce de nexo entre la presencia salesiana y los medios de comunicación externos, solicitando el asesoramiento de la Delegación cuando fuera necesario.
8. Presta atención al buen uso de los perfiles institucionales en las redes sociales y en el portal local.
9. Promueve la aplicación de la imagen corporativa inspectorial en todos los ambientes de la casa en sus diferentes soportes, según las necesidades locales (señalética, uniformes, fachadas, papelería, etc.)

Encuentro de Delegados Locales de Comunicación | Jornada de Comunicación

Los encuentros de delegados locales de comunicación son reuniones anuales celebradas por proximidad geográfica o de manera online para mejorar la coordinación entre los responsables locales, el Delegado Inspectorial de Comunicación y la Oficina de Comunicación.

Además, la Jornada de Comunicación será el foro anual de reflexión. Se realiza, de ordinario, una vez cada curso. 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.

7. Relación de las Delegaciones de Comunicación con las estructuras nacionales e inspectoriales

A- Con la Conferencia Ibérica

El Delegado Nacional informa a la Conferencia Ibérica, al menos una vez al año, del desarrollo del Plan de Comunicación, de la marcha de los diferentes canales, y las actividades que se realizan, especialmente en cuanto a la animación, formación y producción, y la relación con estructuras de comunicación de la Congregación, Iglesia y medios de comunicación.

B- Con el Centro Nacional Salesiano de Pastoral Juvenil

El equipo de comunicación es único para las dos Inspectorías de España. Los Delegados Inspectoriales coordinan el trabajo del equipo en vistas al desarrollo y aplicación de este Plan de Comunicación. El Delegado Nacional forma parte del Equipo Coordinador del CNSPJ, que se reúne de forma habitual cada mes, y en ese ámbito se coordina con los Delegados de Pastoral Juvenil y otros coordinadores y delegados naciones.

En este foro se presenta el trabajo de la Delegación de Comunicación, se coordina con los ámbitos y ambientes de la Pastoral Juvenil, y se proponen líneas de acción para la comunicación en España.

C- Con el Inspector y 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.

D - 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.

E - 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.

F - 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.

G- 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.

H - Con la Secretaría Inspectorial.

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

I - Otras entidades inspectoriales.

La Delegación anima, mantiene contacto regular con otras realidades y asesora en asuntos de la comunicación propia de estas entidades, facilitando además la coordinación y el trabajo en red mediante encuentros presenciales y virtuales, así como a través de iniciativas.

8. Comunicación en situaciones de crisis

8.1. Introducción

Las crisis representan uno de los mayores desafíos para la vida de una institución educativa y pastoral. Se trata de acontecimientos imprevisibles, de cierta gravedad, que pueden afectar a la reputación, la confianza o la misión institucional.

En un contexto salesiano, la gestión de la comunicación en una crisis debe inspirarse en los valores de la transparencia, la verdad y el acompañamiento, actuando siempre con responsabilidad, serenidad y fidelidad al carisma de Don Bosco.

Toda situación de crisis requiere una respuesta comunicativa rápida, coordinada y coherente. La manera en que se comunica durante estos momentos influye directamente en la percepción que la sociedad y los propios miembros de la Familia Salesiana tienen de la Congregación.

8.2. Objetivos de la comunicación de crisis

1. Cuidar la misión y la imagen pública de Salesianos, preservando la confianza en la institución.
2. Garantizar la coherencia y veracidad de los mensajes que se transmiten en todos los niveles.
3. Coordinar la respuesta comunicativa entre las presencias locales, las Delegaciones Inspectoriales y la Oficina Nacional de Comunicación.
4. Favorecer la transparencia y la empatía, ofreciendo información clara y evitando rumores o especulaciones.
5. Aprender de cada situación, fortaleciendo los procedimientos internos para el futuro.

8.3. Principios orientadores

- **Verdad y prudencia:** comunicar únicamente información verificada, evitando juicios o hipótesis.
- **Unidad institucional:** toda comunicación debe realizarse en coordinación con la Delegación Inspectorial de Comunicación.
- **Empatía y cercanía:** mostrar comprensión hacia las personas afectadas.
- **Rapidez y claridad:** actuar con diligencia para ofrecer información precisa y oportuna.
- **Proactividad:** anticiparse a los rumores, tomando la iniciativa en la comunicación.

8.4. Protocolo básico de actuación ante una crisis

1. Detección y notificación

- Al identificarse una posible crisis, el director o responsable local informará inmediatamente al Delegado Inspectorial de Comunicación, quien asesorará y coordinará la respuesta comunicativa junto con el Inspector y su Consejo.
- Ninguna declaración pública deberá realizarse sin este contacto previo.

2. Constitución del equipo de crisis

- Será dirigido por el Inspector o la persona que él designe y estará compuesto, al menos, por el Delegado Inspectorial de Comunicación, el director o responsable de la obra afectada y, si procede, un asesor jurídico.
- Este equipo definirá la estrategia comunicativa y aprobará los mensajes clave.

3. Recopilación de información

- Reunir todos los datos disponibles, verificarlos y clasificarlos según su fiabilidad.
- Identificar a los públicos afectados: comunidad educativa, familias, medios de comunicación, Iglesia local, instituciones afines o colaboradoras, etc.

4. Elaboración de mensajes institucionales

- Redactar comunicados breves, claros y empáticos.
- Evitar tecnicismos o lenguaje que pueda ser interpretado como defensivo.
- Adaptar el mensaje a cada canal (nota de prensa, comunicado interno, redes sociales, etc.).

5. Designación del portavoz

- De forma habitual, será el Delegado Inspectorial de Comunicación o la persona que el Inspector designe. Solo este portavoz puede emitir declaraciones oficiales.
- En caso de repercusión nacional, el Delegado Inspectorial contactará con el Delegado Nacional de Comunicación para coordinar la respuesta conjunta.

6. Difusión y seguimiento

- Supervisar la publicación de la información en los canales oficiales.
- Monitorizar la cobertura mediática y la respuesta de los públicos.
- Actualizar los mensajes conforme evolucione la situación.

7. Evaluación posterior

- Tras la resolución de la crisis, el equipo evaluará la gestión realizada, los aprendizajes y las mejoras necesarias para el futuro.

8.5. El papel del portavoz

El portavoz representa la voz institucional durante la crisis y tiene como misión:

- Transmitir mensajes claros y consistentes con la identidad salesiana.
- Mostrar serenidad, empatía y profesionalidad.
- Evitar improvisaciones o declaraciones personales.
- Mantener una presencia accesible y cercana ante los medios y los afectados.
- Coordinar sus intervenciones con el Delegado Inspectorial de Comunicación, si fuera distinto de él.

8.6. Herramientas para la comunicación de crisis

- La Delegación Nacional de Comunicación preparará un Manual de comunicación de crisis, que incluya escenarios posibles, protocolos de actuación y modelos de mensajes.
- **Canales oficiales verificados:** web inspectorial, redes sociales institucionales, boletines y comunicados internos.
- Archivo de incidentes para documentar experiencias y buenas prácticas.

9. Evaluación

Este **Plan de Comunicación** se revisará cada trienio. Será la Oficina Nacional de Comunicación la encargada de realizarla y el Delegado de Comunicación el responsable de trasladar esta evaluación al Consejo Inspectorial.

También se realizarán evaluaciones intermedias cada curso, que permitan ir mejorando y adaptando la propuesta.

La evaluación de este plan, junto con la programación anual, se llevará a cabo considerando las líneas de acción definidas para cada año, así como las estadísticas de evolución de los canales mencionados previamente. Para este análisis se podrá utilizar un modelo de evaluación, tanto cuantitativo como cualitativo, que también servirá de referencia para las presencias locales.

LA BASE DE TODA EDUCACIÓN
ES CUESTIÓN DE CORAZÓN

TRABAJO, TRABAJO, TRABAJO

Mi mayor satisfacción
es verte ALEGRE

ENTRE LOS
JÓVENES ES
DONDE ME
ENCUENTRO
BIEN

SIN SONRISA,
NO ES POSIBLE DEMOSTRAR
AMISTAD

TIENES UNA SOLA
ALMA. ES PRECISO
QUE LA SALVES

DIOS
TE VE

CORRIJAMOS
CON AMABILIDAD

QUIEN DA ESCUCHA
MALAS CONSEJOS, ESTÁ
CIEGO Y SE HACE ESCLAVO
DEL DEMONIO

TRABAJEMOS COMO SI NUNCA
TUVIERAMOS QUE MORIR Y
VIVAMOS COMO SI TUVIESEMOS
QUE DESAPARECER A CADA
INSTANTE

MÁS MOSCAS SE CAZAN
CON UNA GOTITA DE MIEL
QUE CON UN BARRIL DE VINAGRE

ELLA LO
HA HECHO TODO

AUXILIADORA

AQUI HACEMOS
CONSISTIR LA SANTIDAD
EN ESTAR SIEMPRE

SALUD ¡¡ ALEGRES !!
SABIDURIA
SANTIDAD

DONDE REINA LA
CARIDAD, AHI ESTA
LA FELICIDAD

VOSOTROS JÓVENES
SOIS LOS RESPONSABLES
DE VUESTRO FUTURO

QUIEN TIENE PAZ
EN SU CONCIENCIA,
LO TIENE TODO.

AMAMOS LO QUE AMAN
LOS JÓVENES

RESPECTO A
TODOS, MIEDO
A NINGUNO

DEMOS BASTANTE,
SI QUEREMOS CONSEGUIR MUCHO.

OS AMO PORQUE
SOIS JÓVENES

DIOS
FAVORECE
AL HOMBRE
ALEGRE

UN BUEN CONSEJO
LO ACEPTARIA,
AUNQUE VINIESE
DEL DIABLO

SED DEVOTOS
DEL PAPA

LOS JÓVENES NO SÓLO DEBEN SER AMADOS
SINO QUE DEBEN NOTAR QUE SE LES AMA

ESTANDO ALEGRES, NO NOS DAMOS CUENTA QUE PASA EL TIEMPO...



RAZÓN
RELIGIÓN
AMOR

MI ÚNICO
DESEO ES VERTE
FELIZ EN EL TIEMPO
Y LA ETERNIDAD

MAMA'
MARGARITA

PATRON
DEL
CINE

AGUSTIN DE LA TORRE .COM



salesianos