



SALESIANOS DE DON BOSCO
Inspectoría San Luis Beltrán - COM

PICS

2021 - 2026

**PROYECTO INSPECTORIAL
DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROYECTO INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2021 - 2026



SALESIANOS DE DON BOSCO
Inspección San Luis Beltrán - COM

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	4
PRIMERA PARTE: RECONOCER	6
1.1 CONTEXTO	6
1.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES DE LA INSPECTORÍA	9
1.3 ANÁLISIS DE PÚBLICOS DE LA INSPECTORÍA	10
SEGUNDA PARTE: INTERPRETAR	11
2.1 ÁREAS DE ACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE LA INSPECTORÍA	11
2.2 CRITERIOS DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA	12
TERCERA PARTE: OPTAR	15
3.1 OBJETIVO GENERAL	15
3.2 OPCIONES E INTERVENCIONES	15
3.3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	17
3.4 PRIORIDADES	18
3.4.1 Líderes integrales	18
3.4.2 Gestión para el desarrollo	18
3.4.3 Política integrada de la Inspectoría	18
3.4.4 Gestión de la comunicación	18
3.4.5 Acceso oportuno y protección de la información	18
3.4.6 Confiabilidad de la información y rendición de cuentas	19

3.5	ROLES Y FUNCIONES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	19
3.5.1	El Inspector y su Consejo	19
3.5.2	El delegado Inspectorial de Comunicación Social	19
3.5.3	La Comisión Inspectorial de Comunicación Social	19
3.5.4	Coordinador local de Comunicación Social	20
3.6	FUNCIONES DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL	22
3.6.1	El Boletín Salesiano	22
3.6.2	El Sitio Web de la Inspectoría	22
3.6.3	El Boletín Inspectorial (INFOCOM)	22
4.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL	24
5.	BIBLIOGRAFÍA	25

Queridos hermanos salesianos y laicos corresponsables en la misión

Como educadores Salesianos hoy tenemos que expresar la firme voluntad de ser auténticos comunicadores, en toda nuestra actividad apostólica y educativa. Somos comunicadores por íntima vocación y por misión educativa, asumiendo el legado de nuestro padre San Juan Bosco, quien en su grande calidad Pastoral infundió la semilla del Reino de Dios en el corazón de los jóvenes, hasta convertirla en una praxis educativa de valor excepcional, “el sistema preventivo” como él lo llamó, es una máxima expresión que comunica vida y esperanza a los jóvenes.

Evocando la reflexión que nos invita a hacer la Congregación desde el Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana y desde las orientaciones presentadas por la Iglesia en el camino propuesto por el Sínodo de los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional, se revela la consolidación de las convicciones sobre la comunicación entendida en sentido amplio y abre una nueva práctica más sistemática en el campo de la comunicación social, desde el hábitat digital. De esta visión amplia, se deduce su fin principal: la comunión y el progreso de la sociedad humana.

La promoción de la comunicación de la Inspectoría se realiza también desarrollando proyectos orientados a la creación de procesos comunicativos, insertos en el PEPSI, evitando así la tendencia a pensar sólo en actividades puntuales y obras aisladas, lo cual conlleva a una práctica transversal en los diferentes sectores y ambientes.

Frente a este presupuesto la implicación en la producción de mensajes y contenidos debe estar orientada hacia la formación de los jóvenes, utilizando todos los medios a nuestra disposición. Hacer comunicación social es cada vez más una presencia educativa, que plasma mentalidades y genera cultura, como lo ha propuesto el Capítulo General XXVIII.

Nuestro estilo apostólico de evangelizar educando incide profundamente en nuestros procesos de evangelización. Esto abre un amplio campo de iniciativas para nuestros procesos didácticos, educativos y culturales desde la animación cristiana, asegurando el cumplimiento de la visión Inspectorial, presentada en el POI. Desde las orientaciones presentadas por el Sistema Salesiano de

Comunicación Social, se vislumbra la comunicación como un ecosistema de realidad dinámica, armoniosa, envolvente y flexible que facilita un desarrollo equilibrado y solidario en vistas a una finalidad. La invitación que nos presenta este proyecto es que desde el criterio oratoriano seamos la mejor expresión de un ecosistema comunicativo, donde cada miembro de las CEP's comunique más por lo que es, que por lo que dice. Ello nos invita a salesianos, jóvenes y laicos a trabajar en sinergia a favor de la misión salesiana.



P. Luis Fernando Valencia M. SDB. Inspector

PRIMERA PARTE: RECONOCER

1. CONTEXTO

A lo largo de la historia de la humanidad, la comunicación se ha convertido en un eje transversal dentro de sus procesos. Cada vez que surge una nueva tecnología, sobre todo en materia comunicacional, los procesos humanos cambian y se empiezan a acoplar a esta, hibridando también con las características geográficas de los territorios y apropiándose de ellos. No se conciben grandes procesos humanos sin una comunicación efectiva, que haya permitido la integración de los procesos sociales que generan e intercambian conocimiento y a posterior se convierten en avances para las diferentes ramas de la civilización, como el comercio, la movilidad o la alimentación.

En Colombia, desde la prensa escrita hasta el internet, ha cambiado la forma en que las personas se informan y se comunican. Mientras que, en la prensa, la radio y la televisión la comunicación era unidireccional sin una respuesta activa de parte de los receptores, ahora, con la llegada de internet la comunicación es bidireccional y se le da una gran importancia, con mayor velocidad a las respuestas e interacciones que se generen a partir de cualquier acontecimiento. Es así como la ciudadanía ha tomado una participación rápida y activa en casi todos los temas que atañen a la sociedad.

La comunicación social hace parte del ser humano en su desarrollo de manera integral. Esta determina y acompaña toda conducta humana haciendo de nuestro relacionamiento con el mundo un ejercicio comunicacional.

Don Bosco fue sin duda un comunicador incansable que entendía la importancia de leer la realidad social de sus jóvenes y así valerse de medios y herramientas para transmitir su mensaje. “De la tradición salesiana hemos aprendido que la comunicación social no es sencillamente un conjunto de instrumentos o medios materiales que hay que usar; por el contrario, interesa a toda persona salesiana, comprometida en educar y evangelizar; y todo ello, tanto en obras específicas, como en otras diversas modalidades de actividad que influyen en la cultura popular y en la promoción de formas sociales adecuadas”¹

¹ Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil. P. 162

Asimismo, la Iglesia desde las orientaciones recibidas por el Papa Benedicto XVI, invita a la humanidad de hoy a profundizar en las novedades que ofrece la comunicación Social, al afirmar: “El ambiente digital caracteriza el mundo contemporáneo. Amplias franjas de la humanidad están inmersas en él de manera ordinaria y continua. Ya no se trata solamente de «usar» instrumentos de comunicación, sino de vivir en una cultura ampliamente digitalizada, que afecta de modo muy profundo la noción de tiempo y de espacio, la percepción de uno mismo, de los demás y del mundo, el modo de comunicar, de aprender, de informarse, de entrar en relación con los demás. Una manera de acercarse a la realidad que suele privilegiar la imagen respecto a la escucha y a la lectura incide en el modo de aprender y en el desarrollo del sentido crítico. Actualmente está claro que «el ambiente digital no es un mundo paralelo o puramente virtual, sino que forma parte de la realidad cotidiana de muchos, especialmente de los más jóvenes”².

Asimismo, el Papa Francisco en el Documento final del sínodo, presenta a la Comunicación digital, como la red de las oportunidades, cuando destaca: Web y redes sociales son una plaza en la que los jóvenes pasan mucho tiempo y se encuentran fácilmente, aunque el acceso no es igual para todos, en particular en algunas regiones del mundo. En cualquier caso, constituyen una extraordinaria oportunidad de diálogo, encuentro e intercambio entre personas, así como de acceso a la información y al conocimiento. Por otro lado, el entorno digital es un contexto de participación sociopolítica y de ciudadanía activa, y puede facilitar la circulación de información independiente capaz de tutelar eficazmente a las personas más vulnerables poniendo de manifiesto las violaciones de sus derechos. En numerosos países, web y redes sociales representan un lugar irrenunciable para llegar a los jóvenes e implicarlos, incluso en iniciativas y actividades pastorales³.

“El ambiente digital caracteriza el mundo contemporáneo. Amplias franjas de la humanidad están inmersas en él de manera ordinaria y continua. Ya no se trata solamente de “usar” instrumentos de comunicación, sino de vivir en una cultura ampliamente digitalizada, que afecta de modo muy profundo la noción de tiempo y de espacio, la percepción de uno mismo, de los demás y del mundo, el modo de comunicar, de aprender, de informarse, de entrar en relación con los demás. Una manera de acercarse a la realidad que suele privilegiar la imagen respecto a la escucha y a la lectura incide en el modo de aprender y en el desarrollo del sentido crítico”⁴.

² Documento final sobre el sínodo de los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional, pg. 26. Paulinas.

³ Ibid, pg. 27.

⁴ *Cristus Vivit*, No. 86, pg. 47. Verbo Divino.

La web y las redes sociales han creado una nueva manera de “comunicarse y de vincularse, y «son una plaza en la que los jóvenes pasan mucho tiempo y se encuentran fácilmente, aunque el acceso no es igual para todos, en particular en algunas regiones del mundo. En cualquier caso, constituyen una extraordinaria oportunidad de diálogo, encuentro e intercambio entre personas, así como de acceso a la información y al conocimiento. Por otro lado, el entorno digital es un contexto de participación sociopolítica y de ciudadanía activa, y puede facilitar la circulación de información independiente capaz de tutelar eficazmente a las personas más vulnerables poniendo de manifiesto las violaciones de sus derechos”⁵.

Dentro de este reconocimiento, este Proyecto Inspectorial de Comunicación busca entonces que las acciones realizadas desde todas las ramas de la delegación, apunten a las cuatro áreas de acción del Sistema Salesiano de Comunicación Social: Animación, formación, información y producción, teniendo en cuenta la realidad social, pastoral, educativa, tecnológico - mediática para así abordar la comunicación social como una acción estratégica, formativa y evangelizadora contextualizada.

De esta manera, se hace necesario señalar como el Capítulo General XXVIII de la Congregación Salesiana, nos ha invitado a mirar la revolución digital como un aspecto fundamental para fortalecer los procesos educativos en nuestros ambientes y sectores, ya que nos permite comprender las profundas transformaciones que están ocurriendo, no sólo en el campo de la comunicación, sino sobre todo en la forma de configurar y gestionar nuestras relaciones humanas. Desde aquí se reconoce como los jóvenes cristianos, nativos digitales como sus coetáneos, encuentran aquí una auténtica misión, en la que algunos ya están comprometidos.

Para avanzar en la construcción de la comunicación social, Como opción transversal de la Pastoral Juvenil Salesiana, es fundamental partir del contexto que nos presenta la realidad en la que conviven el país, la región y la ciudad, con aspectos relacionados con el COVID 19 que han planteado retos determinantes en el ejercicio de la comunicación social, exigiendo de todos los agentes, nuevos modos y herramientas de relacionamiento y difusión de mensajes.

⁵ Ibid, pg. 48.

1.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES DE LA INSPECTORÍA

La estrategia de comunicaciones para la Inspectoría San Luis Beltrán de Colombia Medellín, tiene como finalidad aportar a la construcción y edificación de un plan que permita un manejo de la información claro, preciso y oportuno del desarrollo pastoral, vocacional y misional.

Para llevar a cabo un proyecto de Comunicaciones, es de vital importancia conocer el contexto en el que se desarrolla la propuesta, así mismo entender la importancia de su ejecución, sus realidades y los retos que implica la puesta en marcha de la propuesta.

A través de un acompañamiento permanente y responsable durante la ejecución de los diferentes proyectos, eventos, actividades, entre otros, se deben generar los contenidos, piezas publicitarias y demás mensajes, que tienen como propósito socializar los avances en la ejecución de los mismos, generando transformación en la opinión pública y un efecto positivo en la Congregación Salesiana.

Teniendo como premisa que la misión de la Inspectoría, es la de “Evangelizar educando a través de la promoción y acompañamiento en el desarrollo integral de la niñez, adolescencia y juventud, especialmente de los más pobres y en situación de alto riesgo, también de los adultos, en comunión con los laicos, como aporte pastoral de calidad a la Iglesia y a la sociedad colombiana, contribuyendo así a la construcción de una cultura alternativa, con la pedagogía y la espiritualidad salesiana”, este Proyecto se basa en una estrategia de comunicación, cuya propuesta se fundamenta a partir de cuatro enfoques:

- **Comunicación al servicio de la evangelización:** busca fortalecer los procesos de anuncio del Reino de Dios en la realidad de la Iglesia; por tanto, “la comunicación social debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva. La evangelización, anuncio del Reino, es comunicación, para que vivamos en comunión ”
- **Comunicación corporativa:** busca definir una identidad para la movilización, en la medida en que se propone construir y manejar la imagen que se proyecta en la sociedad.
- **Comunicación informativa:** busca garantizar que la Congregación Salesiana se exprese frente a la sociedad y le comunique su relato.
- **Comunicación digital:** busca el intercambio de información y conocimiento

haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y el desarrollo tecnológico.

- **Comunicación organizacional:** busca garantizar la organicidad y coherencia de la organización desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito.
- **Comunicación movilizadora:** busca lograr que la Congregación convoque e interactúe con la sociedad.

No se trata solo de difundir mensajes, sino de lograr una movilización en torno a los objetivos de la Inspectoría por medio de estos cuatro enfoques. Bajo este modelo, se pretende llegar a los diferentes públicos.

1.3 ANÁLISIS DE PÚBLICOS DE LA INSPECTORÍA ²

Jóvenes: Que los jóvenes, especialmente los más pobres, puedan comprender, dominar y hacer uso crítico de los procesos, lenguajes y recursos de comunicación en su relación con Dios, los demás, la naturaleza, la sociedad y esté informado sobre la evolución de la evangelización, la Iglesia, la vida religiosa, la Congregación y la inspectoría. Asimismo, son los mismos jóvenes quienes piden ser acompañados en el discernimiento sobre estilos de vida maduros, en un ambiente plenamente digitalizado, que permita aprovechar las oportunidades evitando los riesgos.

- **Obras y sectores:** Que los ambientes populares y las misiones cuenten con adecuados recursos de comunicación al servicio de las actividades de formación y para el desarrollo socio-político, cultural y religioso. Así mismo se debe contar con adecuada información y con la realización de trabajos de investigación sobre juventud.
- **SDB:** Que los Salesianos estén preparados para desempeñar su papel de animadores culturales y se capaciten para comprender y dominar los nuevos lenguajes de la comunicación, apoyándose en recursos comunicativos al servicio de su misión educativa; que puedan recibir información sobre la vida de la Congregación, de la Familia Salesiana, sobre juventud y educación, y estén resueltos a promover las convicciones y valores salesianos.

⁶ Documento de Puebla, No 1063, pg. 78, Paulinas.

- **Congregación:** Que la Congregación, con su ecosistema profesional de comunicación esté al servicio de la comunión y de la misión con la ayuda de personas motivadas, estables y cualificadas que compartan su visión y estilo de actuación; con centros de formación y producción; con instrumentos adecuados para informar; estableciendo una imagen que le permita ser identificada como una institución educativa y evangelizadora que trabaja al servicio de los jóvenes pobres y de la clase trabajadora, y que trabaja en red con otras instituciones grupos que compartan su preocupación por los jóvenes.
- **Familia Salesiana:** Que la Familia Salesiana esté informada sobre la historia salesiana y sobre eventos que le atañen y que esta herencia sea preservada. Que sus miembros cuenten con recursos de comunicación al servicio de su actividad educativo-pastoral.
- **Laicos:** Que los laicos que comparten responsabilidades con los Salesianos puedan comprender el lenguaje de la juventud, conocer el Sistema Preventivo, se formen como animadores culturales y puedan auxiliarse, en su trabajo educativo-pastoral, en recursos de comunicación.
- **Iglesia y sociedad:** Que la Iglesia y la sociedad cuenten con información relevante (incluida información adecuada sobre juventud y educación, sobre Iglesia y religión), y con formación que promueva un espíritu crítico y una cultura de paz. En este ámbito, se tienen en cuenta los líderes de opinión, organizaciones no gubernamentales, prensa, Instituciones de Educación Superior, aliados, líderes sociales y demás entidades significativas del entorno en que vivimos.

SEGUNDA PARTE:

2. INTERPRETAR

2.1 ÁREAS DE ACCIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE LA INSPECTORÍA

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,

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 a 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 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 producir y brindar apoyo a proyectos, ofrecer recursos, crear empresas y obras, sitios web, etc., que estén al servicio de la misión educativo-pastoral a favor de los jóvenes. Se requiere distinguir entre la actividad productiva en general según los diversos niveles de comunicación y entre atender empresarialmente a necesidades más específicas.

2.2 CRITERIOS DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA

Encarnación:

El carisma juvenil y popular de la vida salesiana es la guía de los esfuerzos comunicativos tanto de las comunidades como de los individuos. Esto resulta en una comunicación que busca establecer una relación positiva, abierta y solidaria con los jóvenes y con las personas en general; gracias a esto nuestra comunicación se traduce en obras y actividades en diversos contextos alrededor del mundo salesiano. Como en las situaciones de la vida real, se necesita ofrecer una interpretación actualizada de los hechos y situaciones mundiales desde el punto de vista, inculturado, de la evangelización y la educación.

Evangelización y Educación:

El carisma salesiano es un carisma educativo. Evangelizar educando y educar evangelizando resume la acción salesiana en el campo de la comunicación. Para nosotros, hijos espirituales de Don Bosco y de san Francisco de Sales, esta actividad está en perfecta armonía con las opciones tomadas por nuestro fundador y por nuestro santo patrón. La comunicación salesiana, por lo tanto, tiene este aspecto educativo que se expresa como compromiso con las causas de la cultura y la educación, salvaguardando la tradición cultural salesiana y respondiendo a las exigencias de comunicación.

Sistema Preventivo:

“La aportación original que podemos ofrecer nosotros a la causa de la educación se llama Sistema Preventivo” (CG24, 99), el cual está en el núcleo del entorno comunicativo. “De hecho, en la mente de Don Bosco y en la tradición salesiana, el Sistema Preventivo tiende a identificarse cada vez más con el espíritu salesiano: es pedagogía a la vez que pastoral y espiritualidad que asocia a educadores (como individuos y como comunidad) y destinatarios en una única experiencia dinámica, en contenidos y métodos, con actitudes y comportamientos de características netamente peculiares”. (CG21, 96).

Énfasis en el hábitat digital:⁷

Fortalecer la participación de nuestra propuesta educativo pastoral desde el mundo digital, el cual se presenta como un “nuevo areópago para la Familia Salesiana y en un hábitat de los jóvenes de hoy. Se nos invita a estar presentes dentro del hábitat digital, con una clara identidad salesiana, con el deseo de llevar el anuncio de la Buena Nueva, simplemente con la alegría y la sencillez de los discípulos del Señor” .

El entorno digital representa, en múltiples niveles, un desafío para la Iglesia y la Congregación; por lo tanto, es imprescindible ahondar en el conocimiento de sus dinámicas y de su alcance desde el punto de vista antropológico y ético. Es preciso habitarlo y promover su potencial comunicativo para el anuncio cristiano, así como impregnar del Evangelio sus culturas y sus dinámicas. Ya existen algunas experiencias en este sentido, que se deben fomentar, profundizar y compartir. La prioridad que muchos conceden a la imagen como vehículo comunicativo no puede menos que plantear preguntas sobre las modalidades de transmisión de una fe que se basa en la escucha de la Palabra de Dios y en la lectura de la Sagrada Escritura.

Ética y profesionalidad:

Como con todas las actividades humanas, la actividad salesiana en el campo de la comunicación implica una serie de criterios éticos y profesionales, en este caso, por la naturaleza educativa y evangélica de esta actividad. La ética se expresa en la honestidad profesional del comunicador que está en permanente búsqueda de la verdad, en una actitud de coherencia institucional, nunca triunfalista ni auto-referencial; en su sentido democrático y profundamente respetuoso de los hechos y de los receptores a los que sirve sin engaño,

⁷ Cfr. Capítulo General XXVII, pg. 41.

falsedad o manipulación; así como en el respeto a los derechos de autor, de imagen, de privacidad y a la ley misma.

Interdisciplinariedad:

Para ser efectivos en la misión, seguimos el ejemplo de Don Bosco que animó numerosas iniciativas y formas de comunicación utilizando diversos medios tales como el teatro, la música, el arte, la literatura... tratando de, con todo aquello a su alcance, comunicar sin perder nunca de vista su misión educativa. Una comunicación interdisciplinaria es un requisito del carisma salesiano: es un instrumento para promover la comunión entre todas las maneras de expresar la misión salesiana presentes en el mundo; es una respuesta a las necesidades de formación integral, que implica también compartir el conocimiento y la diversidad lingüística; es una expresión del liderazgo y del estilo de participación característicos del proceso educativo salesiano.

Derechos humanos:

El derecho a comunicar, es bastante apropiado para los pobres y, por tanto, es un derecho que debe ser promovido y apoyado por la Familia Salesiana, la cual puede ser la voz de quienes no tienen voz y ayudar a quienes no pueden hacerse escuchar. La Comunicación social debe promover la defensa de los derechos humanos, iniciativa carismática que asumió San Juan Bosco desde los orígenes del Oratorio Salesiano.

Sistema:

Trabajar de manera sistémica significa trabajar con una visión común, en línea con la Iglesia y la Congregación. Significa integrar en los diversos niveles políticas y proyectos, asegurar la coordinación entre los diversos sectores, así como entre las diversas personas involucradas y los respectivos modos de trabajar, trabajando en red entre nosotros mismos y con otras instituciones de la sociedad que comparten la misma misión. La apertura al trabajo en equipo y a establecer acuerdos de colaboración es una directiva para nuestro proyecto y nuestra organización como Congregación, como Familia y como movimiento salesiano. Hoy en día no podemos vacilar en describir esto como un ecosistema.

Trabajo en red:

El trabajo en red en contraposición al individual o grupal requiere de autenticidad y de capacidad para establecer relaciones de confianza y duraderas. Esto significa también que la gente busca quien le quie o que toma en

cuenta a una persona ‘digna de crédito’ cuando toma decisiones, y que esta dinámica en realidad entra en juego cuando se trata de trabajo en red entre seres humanos.

Testimonio vocacional:

El PICS necesita promover esfuerzos que logren asegurar que la imagen institucional (salesiana) dirigida a los jóvenes represente un testimonio de compromiso cristiano que lleve a la transformación social. Los Salesianos han de considerar que “el primer servicio educativo que los jóvenes esperan de nosotros es el testimonio de una vida fraterna que se hace respuesta a su necesidad profunda de comunicación, propuesta de humanización, profecía del Reino e invitación a acoger el don de Dios.” (GC25, 7).

3. TERCERA PARTE: OPTAR

3.1 OBJETIVO GENERAL:

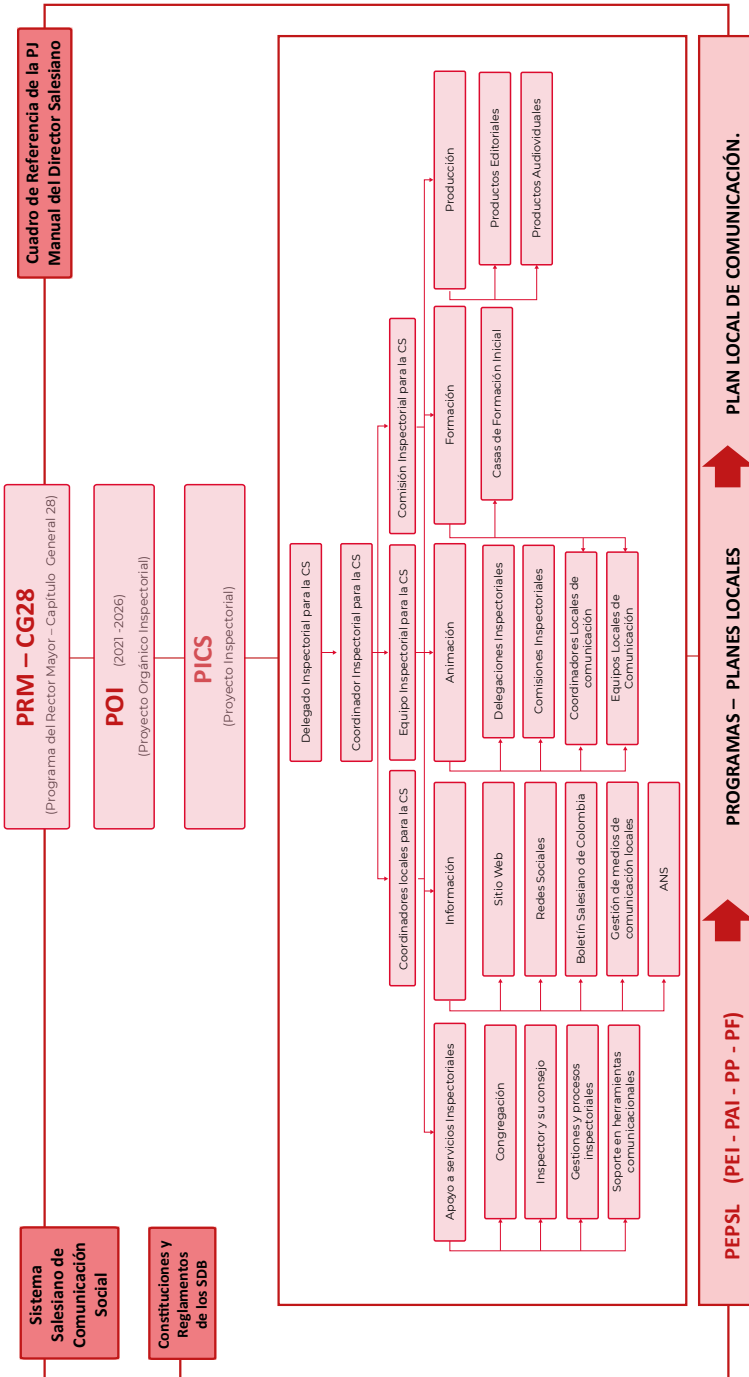
Apoyar desde la comunicación a los diferentes públicos objetivos de la Inspectoría, desde un sistema orientado a satisfacer las necesidades educativo-evangelizadoras de los jóvenes y fortalecer la comunicación organizacional-institucional para impactar en el territorio.

3.2 OPCIONES E INTERVENCIONES

OPCIONES	INTERVENCIONES
Promover el sentido de pertenencia desde el fortalecimiento de las relaciones de diálogo y apoyo entre salesianos y colaboradores.	Diseñando estrategias que busquen la apropiación de la identidad corporativa y la comunicación asertiva. Desarrollando capacitaciones y campañas de sensibilización y pedagogía articulado con el proceso de Gestión Humana.
Visibilizar las acciones de la Inspectoría y su identidad corporativa ante sus públicos objetivos (stakeholders), apoyando el posicionamiento de la misión salesiana desde nuestras obras dentro del entorno digital.	Produciendo piezas gráficas y audiovisuales que den cuenta de la labor educativo-evangelizadora que lideran los sectores y servicios inspectoriales. Creando la parrilla de programación en las redes sociales de la Inspectoría.

<p>Fortalecer y articular, bajo un sistema en red, la gestión de las Comunicaciones de la Inspectoría a la de las Obras.</p>	<p>Realizando el acompañamiento y seguimiento a los coordinadores locales de Comunicación Social a partir del plan local de comunicaciones.</p> <p>Capacitando y reuniendo a los coordinadores locales de Comunicación de la Inspectoría.</p>
<p>Difundir los avances, convocatorias y noticias utilizando diferentes canales de comunicación.</p>	<p>Recopilando la información de todos los acontecimientos significativos que se generen en las Obras de la Inspectoría.</p> <p>Produciendo el Boletín Salesiano de Colombia, el INFOCOM y enviando contenido noticioso al ANS.</p>
<p>Fortalecer los flujos de comunicación interna para mejorar los procesos organizacionales.</p>	<p>Promoviendo el correcto uso de las herramientas de comunicación, protección de la información y apoyando a los servicios inspectoriales en la sistematización de sus actividades.</p> <p>Capacitación y seguimiento del uso de la suite adquirida por la Inspectoría, en la actualidad: Microsoft 365.</p>
<p>Generar estrategias de posicionamiento en medios de comunicación y en la opinión pública.</p>	<p>Desarrollando articulación y mercadeo con los medios nacionales e internacionales de comunicación externos (prensa, radio, televisión, electrónicos) y de la pauta comercial que se determine, donde se visibilice y se posicione la marca: Salesianos COM.</p>

3.3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



3.4 PRIORIDADES

A la luz de las orientaciones presentadas por los campos de acción prioritarios, numeral 4 del Proyecto Orgánico Inspectorial, se presentan las prioridades asumidas en el Proyecto Inspectorial de Comunicación Social:

3.4.1 Líderes integrales

Potenciar líderes integrales en las obras, bien sean laicos o religiosos, por su capacidad de asegurar la vivencia de la misión salesiana, garantizando el cumplimiento de los requisitos. Cfr. CG 28 # 13 a; CG 28 # 14 c; CG28 # 28 b; CG 28 # 34

3.4.2 Gestión para el desarrollo

Fortalecer la gestión para el desarrollo según las líneas ofrecidas por el Magisterio de la Congregación, de modo que se logre articular el ejercicio de análisis de contexto y planeación del SGI, con el seguimiento a los servicios inspectoriales, sectores, formulación de proyectos y convenios que apoyan las decisiones del Inspector y su Consejo en favor de la misión salesiana, sobre todo hacia los más vulnerables y hacia las familias. Cfr. CG28 # 15, f; CG28 # 15, g

3.4.3 Política integrada de la Inspectoría

Implementar y hacer seguimiento a los nuevos énfasis de la política inspectorial: gestión ambiental, derechos humanos y gestión para el desarrollo. Cfr. CG28 # 13, f

3.4.4 Gestión de la comunicación

Fortalecer la comunicación con los públicos objetivos de la Inspectoría, mediante el posicionamiento de la imagen y la marca institucional en los diferentes medios. Cfr. CG28 No. 39

3.4.5 Acceso oportuno y protección de la información

Asegurar sistemas confiables para la protección de la información sensible y el acompañamiento en la implementación del programa de gestión documental

para el Habeas data, la gestión de archivo central e histórico, bases de datos, SST, gestión ambiental, gestión para el desarrollo, entre otros.

3.4.6 Confiabilidad de la información y rendición de cuentas

Implementar la metodología de rendición de cuentas alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con miras a informar a las partes interesadas sobre la gestión Inspectorial como un acto de transparencia. Cfr. CG 28 #13, f; CG 28 #13, h

3.5 ROLES Y FUNCIONES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.5.1 El Inspector y su Consejo

Función:

Promover la comunicación en la Inspectoría.

Detalles de su función:

Ocuparse de evaluar la calidad de la comunicación al interno y al externo de la inspectoría, entre los hermanos, con los grupos de la Familia Salesiana, con la Iglesia, así como con la comunidad en general, con instituciones y agrupaciones civiles, con otras inspectorías y con el Consejo General.

Nombrar al delegado Inspectorial de Comunicación Social y al Equipo o Comisión Inspectorial de Comunicación.

Formar a hermanos para que se desempeñen en actividades relacionadas con el mundo de la prensa, el cine, la radio y la televisión.

Establecer y dar fuerza a centros de producción y promoción de libros, publicaciones periódicas y de otros materiales, así como centros de producción y transmisión de material audiovisual y de programas de radio y televisión.

Establecer revisores para aquellas publicaciones que requieran aprobación eclesial.

3.5.2 El delegado Inspectorial de Comunicación Social

Función:

El delegado puede ser un salesiano o un laico/a. Promoverá la comunicación en la Inspectoría a nombre del Inspector. Preferentemente deberá dedicarse a esta tarea a tiempo completo.

Detalles de su función:

Colaborar con los diversos equipos (dependiendo de la estructura existente en 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. En el caso de iniciativas de negocios inspectoriales y de empresas, el delegado debe estar adecuadamente representado, de acuerdo con el Ecónomo Inspectorial, en la junta o estructura de administración.

Colaborar en el diseño y aplicación del Proyecto Inspectorial de Comunicación Social.

En la medida de lo posible, acompaña y anima todo lo relacionado con la comunicación en la Inspectoría:

- En relación con el Consejo Inspectorial
- En las comunidades salesianas
- A nivel local estableciendo contactos relacionados con la comunicación
- En las diferentes áreas y actividades de comunicación
- En la formación permanente de los salesianos en el campo de la comunicación.
- Liderando la Comisión Inspectorial de Comunicación Social.

3.5.3 La Comisión Inspectorial de Comunicación Social

Función:

Contribuye, con el delegado y la Inspectoría, en la tarea de promover la comunicación.

Detalles de su función:

Trabaja como un equipo dentro del sistema, dedicándose constantemente a todo aquello que concierne a la misión en el campo de la comunicación.

Contribuye a la elaboración y aplicación de los planes inspectoriales de animación, formación y de consulta en el campo de la comunicación.

Contribuye con el trabajo del delegado en lo referente a la información, el estudio, el compartir, la planeación y la experimentación.

Asume las tareas que le asigne el Inspector o el delegado para conducir y apoyar trabajos y actividades, o bien participando en eventos y organismos de comunicación.

Anima el trabajo en comunicación al servicio de la educación y de la evangelización de los jóvenes y de los ambientes populares.

3.5.4 Coordinador local de Comunicación Social

Función:

Promover la comunicación en la comunidad local y en sus trabajos.

Detalles de su función:

Trabaja con el equipo de Pastoral Juvenil en todo lo que concierne a la educación de los jóvenes, e interactúa con los representantes de otros sectores para lograr que se realice un trabajo que integre a la comunicación al servicio de la obra. Cooperar en la elaboración y aplicación del Proyecto de Comunicación Social local.

Actúa con liderazgo en todo lo que tiene que ver con el campo de la comunicación en la obra:

- En el Consejo de la Comunidad Educativo- Pastoral.
- En la comunidad salesiana.
- En la comisión de comunicación local.
- En diversas actividades de comunicación.

Coordina las actividades del PICS, promoviendo una efectiva participación de parte de quienes desempeñan cargos de responsabilidad en el área de comunicación, asegurando que el sistema funcione eficazmente en todo aquello que dé respuesta a las necesidades de los destinatarios y de las personas clave, de acuerdo a los criterios salesianos:

- Realiza y aplica los diversos planes.
- Promoviendo procesos e implementando actividades y proyectos de formación, información y producción.

Activando una instancia local de información salesiana:

- Promoviendo la producción y difusión de información en la obra y entre la Familia Salesiana, utilizando instrumentos como boletines locales y otros productos.
- Acompañando las actividades de quienes a nivel local comparten la responsabilidad de gestionar la información.
- Dirigiendo la operación del sitio web local.
- Manteniendo contactos activos y positivos con estructuras, gente y medios a nivel local.
- Promoviendo la imagen salesiana en términos de calidad y cantidad. Buscando la máxima presencia posible en los medios y en la prensa.
- Trabaja con la Iglesia, otros institutos religiosos, con el gobierno y con organismos relacionados con el mundo de la comunicación.

3.6 FUNCIONES DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.6.1 El Boletín Salesiano

Función:

Difundir la espiritualidad de Don Bosco, hacer que se conozca la obra salesiana y sus necesidades, animar a los diversos grupos de la Familia Salesiana, promover vocaciones que hagan crecer el movimiento salesiano y animar a otros a colaborar en la misión salesiana.

Detalles de su función:

El Boletín Salesiano es una revista en función de la misión, dirigida a la opinión pública más que a la institución misma. Esto significa tener sensibilidad para ubicarse en el mundo que la gente y la Iglesia experimentan actualmente, ofreciendo al respecto una 'lectura' salesiana, especialmente cuando tienen que ver con los jóvenes y la educación.

Las distintas ediciones tienen como propósito encarnar los valores de la única vocación salesiana en las distintas áreas culturales de la Inspectoría.

3.6.2 El Sitio Web de la Inspectoría

Función:

Administra los recursos de información de internet para informar, formar y compartir al servicio del Proyecto de animación y gobierno de la Inspectoría, como fuente de información sobre el carisma salesiano y como un instrumento para movilizar a la sociedad por la causa de la juventud.

Detalles de su función:

El portal web de la Inspectoría es una plataforma de navegación de internet que ofrece espacio, instrumentos y servicios, tales como: motor de búsqueda, intranet, enlaces, chat e información especializada sobre educación y evangelización de los jóvenes.

El delegado, a nivel Inspectorial, provee orientación profesional y directrices salesianas para los sitios web de la Inspectoría, en conformidad con la política general de comunicación de la Congregación.

3.6.3 El Boletín Inspectorial (INFOCOM)

Función:

Se encarga de hacer circular la información salesiana actual entre las comunidades salesianas, entre las comunidades educativo-pastorales y entre la Familia Salesiana de la Inspectoría. Está al servicio de la comunión, del compartir experiencias y de hacer crecer el sentido de pertenencia, así como una re- novación creativa.

Detalles de su función

El Boletín Inspectorial produce información al servicio de los proyectos inspectoriales de animación de los distintos sectores en lo concerniente a su organización educativa y pastoral.

Teniendo en cuenta lo que se planea acerca del boletín a nivel Inspectorial, este ofrece información sobre:

La historia de la Inspectoría.

- Historia del carisma salesiano: ofreciendo una relectura sobre el carisma salesiano en la Inspectoría, sin limitarse a una simple cronología o relación sobre eventos del pasado, del presente o del porvenir.

- Propone la colaboración y el compromiso vocacional (en sentido amplio) a los laicos que comparten el estilo salesiano.

Ofrece información sobre la vitalidad de las comunidades y obras de la Inspectoría. No es sólo una colección sobre historia o un informe de prensa, ni sólo una lista de documentos salesianos y de la Iglesia

También ofrece los hechos de interés más relevantes sobre el mundo salesiano.

4. EVALUACIÓN DEL PROYECTO INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La evaluación del proyecto de comunicaciones permite medir la pertinencia y el impacto generado en la comunidad educativa-pastoral, con el fin de tomar acciones de mejora y preventivas que aseguren el cumplimiento de la misión como proceso de apoyo a las diferentes obras de la Inspectoría.

El PICS tiene diversas maneras para hacer efectiva esa evaluación:

- Las encuestas de satisfacción.
- El seguimiento al plan operativo local de comunicaciones.
- Las auditorías internas y externas.
- Los indicadores de gestión que aparecen en la caracterización.
- Las visitas por parte de los servicios inspectoriales y los informes.
- Las actas de las reuniones de la Comisión Inspectorial de Comunicación Social

La evaluación se realiza en cada obra a través de:

- Autoevaluación institucional.
- Indicadores de gestión.
- Encuestas de satisfacción.
- Revisión por la dirección.
- Auditorías internas – externas.
- Envío oportuno de información

El Consejo Inspectorial realiza validación del PICS pasados los 3 años de actualización.

5. BIBLIOGRAFÍA

Sistema Salesiano de Comunicación Social - 2011.

Documento final del sínodo de los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional
– 2019

Exhortación apostólica postsinodal, *Cristus Vivit*, 2019

Capítulo General XXVIII, 2020

Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana – 2014

Proyecto Orgánico Inspectorial 2021-2026

Proyecto Educativo Pastoral Salesiano Inspectorial 2021-2026



SALESIANOS DE DON BOSCO
Inspección San Luis Beltrán - COM



INSPECTORÍA SALESIANA SAN LUIS BELTRÁN COM
Salesianos Eje Cafetero
Colegio Salesiano San Juan Bosco – Dosquebradas - Risaralda
Centro de Capacitación Salesiano – Armenia - Quindío

PLAN LOCAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2021-2026



ÍNDICE

PRESENTACIÓN

- 1. PRIMERA PARTE: RECONOCER**
 - 1.1 CONTEXTO PARTICULAR**
 - 1.2 ANÁLISIS DE PÚBLICOS DE LA OBRA**
 - 1.3 ARQUETIPO DE MARCA**
 - 1.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA OBRA**

- 2. SEGUNDA PARTE: INTERPRETAR**
 - 2.1 ÁREAS DE ACCIÓN**
 - 2.2 ÁREAS DE APOYO LOCAL**
 - 2.3 CRITERIOS DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA**

- 3. TERCERA PARTE: OPTAR**
 - 3.1 OBJETIVO GENERAL**
 - 3.2 OPCIONES E INTERVENCIONES**
 - 3.3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA INSPECTORIAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**
 - 3.4 PRIORIDADES**
 - 3.4.1 Líderes integrales**
 - 3.4.2 Gestión para el Desarrollo**
 - 3.4.3 Política integrada de la Inspectoría**
 - 3.4.4 Gestión de la Comunicación**
 - 3.4.5 Acceso oportuno y protección de la información**
 - 3.4.6 Confiabilidad de la información y rendición de cuentas**
 - 3.4.7 Plan para el rediseño de las obras**

 - 3.5 ROLES Y FUNCIONES DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



- 3.5.1 El delegado Inspectorial de Comunicación Social
- 3.5.2 La Comisión Inspectorial de Comunicación Social
- 3.5.3 Líder Inspectorial de Comunicación Social
- 3.5.4 Director local y coordinador pastoral
- 3.5.5 Coordinador local de Comunicación Social
- 3.5.6 Equipo local de Comunicación Social
- 3.6 **PRODUCTOS Y MEDIOS LOCALES DE COMUNICACIÓN LOCAL**
- 4. **EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO**
- 5. **BIBLIOGRAFÍA**



PRESENTACIÓN:

La presencia salesiana del Eje Cafetero está conformada por el Colegio Salesiano San Juan Bosco de Dosquebradas y el Centro de Capacitación Salesiano de Armenia, Comunidades Educativo Pastorales de carácter privado, que prestan sus servicios de educación formal y educación para el trabajo y desarrollo humano, a la niñez, adolescencia, juventud y adultez, a través de la promoción y acompañamiento en el desarrollo integral para que sean Buenos Cristianos y Honestos Ciudadanos. La comunicación social es para nosotros como lo fue para Don Bosco, el medio para articular todas las estrategias educativas y de formación que nos permitan con un lenguaje cercano estar en contacto con todas las personas que conforman nuestra Comunidad Educativa Pastoral para que, aprovechando todas la herramientas que hoy nos ofrece la comunicación podamos seguir educando y evangelizando al estilo del Padre, Maestro y Amigo de los Jóvenes con dos frentes específicos desde la actualidad que proponen los medios de comunicación y desde la cercanía y el encuentro como modelos de comunicación directa y humana.

PRIMERA PARTE: RECONOCER

1.1 CONTEXTO PARTICULAR

El Colegio Salesiano San Juan Bosco se encuentra ubicado en Dosquebradas municipio del departamento de Risaralda, que cuenta con una población aproximada de 173. 452 habitantes en un estrato socioeconómico nivel 3, Dosquebradas es un municipio industrial con múltiples ofertas de producción, el sector en el que se encuentra el Colegio Salesiano es conocido como Los Molinos sobre la cra 21 # 21 T – 84, Frente a Comestibles La Rosa, dicho sector presenta realidades sociales diversas, por un lado el crecimiento estructural de viviendas en modelos de apartamentos y casas, para personas con capacidad adquisitiva y de compra, por otro lado las realidades en barrios aledaños de pobreza, madres cabeza de familia, consumo, desescolarización y pandillismo que el colegio atiende en espacios como Centro Juvenil y Oratorio Festivo. Para el año 2022 el Colegio ofrece educación académica, deportiva y pastoral desde preescolar hasta grado once, cuenta con una población estudiantil de 1200 estudiantes y aproximadamente 200 jóvenes de bajos recursos participan de espacios de formación juvenil en centro juvenil y oratorio.

El Centro de Capacitación Salesiano se encuentra ubicado en la ciudad de Armenia departamento del Quindío que cuenta con una población aproximada de 2.963.251 personas, esta obra salesiana esta ubicada en el sector del Barrio La Cecilia II sobre la Cra 60 #30-33 diagonal a la plaza de mercado, Mercar en un estrato nivel 1 y 2, este sector presenta características sociales de pobreza, madres cabeza de familia, venta y consumo de estupefacientes y población infantil en vulnerabilidad.



El centro de capacitación ofrece para el 2022, programas de formación técnica laboral en operación de máquinas para la confección, cocina, peluquería y soldadura, actualmente todos los programas se encuentran activos y cuentan con el apoyo de entidades locales e internacionales que en convenio ofrecen servicios y becas para el apoyo de la formación humana y laboral. Además, se atienden a más de 150 niños, niñas y jóvenes de bajos recursos en el espacio de centro juvenil, cubriendo necesidades de formación, acompañamiento pastoral y alimentación este último desde la labor realizada por benefactores y misioneros salesianos del eje cafetero.

1.2 ANÁLISIS DE PÚBLICOS DE LA OBRA

El plan de Comunicación Social de la presencia Salesiana del Eje Cafetero pretende con su modelo de planeación anual atender los siguientes públicos internos y externos según el modelo de cada una de las obras:

Internos: Empleados, estudiantes, entidades en convenio que prestan un servicio de formación, practicantes, personal de servicios tercerizados, miembros de la familia salesiana y salesianos de Don Bosco.

Externos: Padres de familia, oratorio, medios de comunicación, jóvenes, familias, adultos en búsqueda formación para el trabajo, exalumnos.

1.3 ARQUETIPO DE MARCA

La presencia salesiana del eje cafetero tiene una personalidad moderna y en actualización permanente con la experiencia suficiente para ofrecer un servicio único y con una madurez juvenil que invita a ser novedoso y proactivo para llegar a más personas que puedan impactar positivamente la sociedad, se le ve externamente con solidez y avance la apreciación con la que más se le relaciona es con excelencia, la característica de comunicación más importante es lo oportuno del mensaje tanto al público externo como interno.

1.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicaciones para los Salesianos del Eje Cafetero, tiene como finalidad aportar a la construcción y edificación de un plan que permita un manejo de la información claro, preciso y oportuno del desarrollo pastoral, vocacional y misional.

Para llevar a cabo un proyecto de Comunicaciones, es de vital importancia conocer el contexto en el que se desarrolla la propuesta, así mismo entender la importancia de su ejecución, sus realidades y los retos que implica la puesta en marcha de la propuesta.

A través de un acompañamiento permanente y responsable durante la ejecución de los diferentes proyectos, eventos, actividades, entre otros, se deben generar los contenidos, piezas publicitarias y demás mensajes, que tienen como propósito socializar



los avances en la ejecución de los mismos, generando transformación en la opinión pública y un efecto positivo en la Inspectoría San Luis Beltrán.

Teniendo como premisa que la misión de la Inspectoría, es la de “Evangelizar educando a través de la promoción y acompañamiento en el desarrollo integral de la niñez, adolescencia y juventud, especialmente de los más pobres y en situación de alto riesgo, también de los adultos, en comunión con los laicos, como aporte pastoral de calidad a la Iglesia y a la sociedad colombiana, contribuyendo así a la construcción de una cultura alternativa, con la pedagogía y la espiritualidad salesiana”, este Proyecto se basa en una estrategia de comunicación, cuya propuesta se fundamenta a partir de cinco enfoques:

- **Comunicación al servicio de la evangelización:** busca fortalecer los procesos de anuncio del Reino de Dios en la realidad de la Iglesia; por tanto, “la comunicación social debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva. La evangelización, anuncio del Reino, es comunicación, para que vivamos en comunión”¹
- **Comunicación corporativa:** busca definir una identidad interna dentro de sus colaboradores para la movilización, en la medida en que se propone construir y manejar la imagen que se proyecta en la sociedad garantizando la organicidad y coherencia de la articulación de sus acciones en el logro de su misión.
- **Comunicación informativa:** busca garantizar que la Congregación Salesiana se exprese frente a la sociedad y le comunique su relato.
- **Comunicación digital:** busca el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y el desarrollo tecnológico.
- **Comunicación movilizadora:** busca lograr que la Congregación en el caso particular de cada obra, convoque e interactúe con la sociedad en general.

No se trata solo de difundir mensajes, sino de lograr una movilización en torno a los objetivos de la obra y la Inspectoría por medio de estos cinco enfoques. Bajo este modelo, se pretende llegar a los diferentes públicos.

¹ Documento de Puebla, No 1063, pg, 78, Paulinas.

SEGUNDA PARTE: INTERPRETAR

2.1 ÁREAS DE ACCIÓN

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, 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 a 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 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 producir y brindar apoyo a proyectos, ofrecer recursos, crear empresas y obras, sitios web, etc., que estén al servicio de la misión educativo-pastoral a favor de los jóvenes. Se requiere distinguir entre la actividad productiva en general según los diversos niveles de comunicación y entre atender empresarialmente a necesidades más específicas.

2.2 ÁREAS DE APOYO LOCAL

Comunicación Interna: apoyo constante a las áreas de acción interna como Gestión Humana, Bienestar y Seguridad y Salud en el Trabajo en la planeación y ejecución de estrategias de impacto interno en la obra logrando la construcción de espacios laborales amenos y coherentes con la pedagogía de Don Bosco.

Apoyo a la Inspectoría: articulación pertinente y oportuna con las acciones y productos realizados a nivel Inspectorial logrando un trabajo en red que deje en claro que la Inspectoría se entiende como un todo.

2.3 CRITERIOS DE LA COMUNICACIÓN SALESIANA

Como presencia salesiana del eje cafetero nos identificamos con los criterios de la comunicación salesiana planteados en el PICS 2021 – 2026 para de esta manera dar cumplimiento a la misión de educar evangelizando y evangelizar educando:



- Encarnación: Para establecer relaciones cercanas con los jóvenes desde el carisma juvenil salesiano.
- Evangelización y educación: Para fortalecer el sentido de iglesia y de familia salesiana
- Sistema Preventivo: Para comunicar oportunamente desde la pedagogía de Don Bosco y apuntar a la salvación de las almas de las personas cercanas y vinculadas a nuestras obras.
- Habilidad Digital: Para hacer presencia como comunidad en los nuevos patios
- Ética y profesionalidad: Para comunicar la verdad con coherencia y pertenencia con el carisma salesiano
- Interdisciplinariedad: Para poder habitar la vida de nuestros destinatarios desde nuevas dinámicas de integración y educación.
- Derechos Humanos: Para ser la voz de los más vulnerables en cada una de nuestras obras
- Sistema: Para identificar los criterios que nos unen como presencia salesiana y promocionar, vincular y aportar al crecimiento de la sociedad
- Trabajo en red: Para fortalecer la pertenencia y las ideas promueven la construcción de mejores seres humanos
- Testimonio vocacional: Para que siendo miembros de la propuesta educativa de Don Bosco se logre impactar a todos los que llegan a nuestras obras.

TERCERA PARTE: OPTAR

3.1 OBJETIVO GENERAL

Apoyar desde la comunicación a los diferentes públicos objetivos de la presencia salesiana del eje cafetero, desde un sistema orientado a satisfacer las necesidades educativo-evangelizadoras de los jóvenes y fortalecer la comunicación organizacional-institucional para impactar en el territorio.

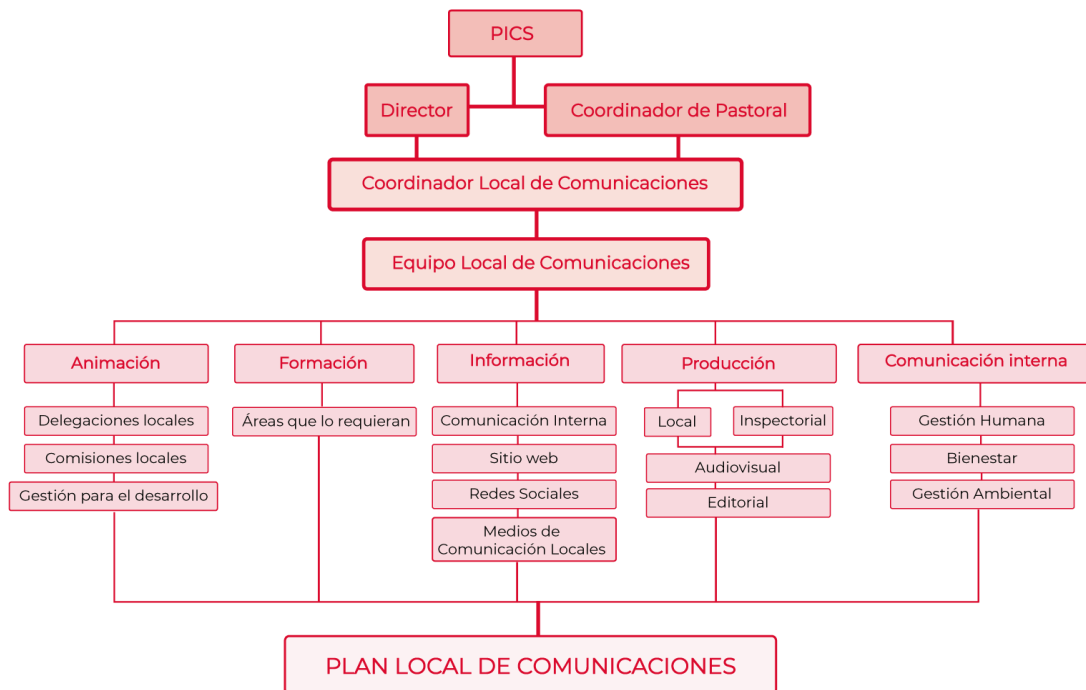
3.2 OPCIONES E INTERVENCIONES

OPCIONES	INTERVENCIONES
Fortalecer la pertenencia institucional y la espiritualidad salesiana en los integrantes de la comunidad Educativa Pastoral	Promoviendo espacios de capacitación y de encuentro para incentivar desde la comunicación la importancia de asumir en nuestro servicio cotidiano el estilo salesiano.
Visibilizar la imagen institucional y los servicios en pro de la educación y la formación humana	Con la producción de contenidos para medios digitales y redes sociales así como para estrategias de impacto social y comunitario



Informar sobre los acontecimientos y crecimiento de la obra	Cola elaboración de noticias oportunas y la difusión a través de los canales de comunicación de la obra y la difusión en medios de comunicación de la ciudad.
Fortalecer la comunicación interna con los miembros que laboran en la obra	Promoviendo el uso adecuado de los canales internos de comunicación para convertirnos en promotores de la verdad y las estrategias educativas utilizadas con nuestros destinatarios
Generar estrategias de posicionamiento y oferta de servicios	Elaborando plan de mercadeo anual según las necesidades de las obras de conforman la presencia

3.3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA LOCAL DE COMUNICACIÓN (organigrama)



3.4 PRIORIDADES

3.4.1 Líderes integrales

Potenciar líderes integrales en las obras, bien sean laicos o religiosos, por su capacidad de asegurar la vivencia de la misión salesiana, garantizando el cumplimiento de los requisitos. Cfr. CG 28 # 13 a; CG 28 # 14 c; CG28 # 28 b; CG 28 # 34

3.4.2 Gestión para el desarrollo

Fortalecer la gestión para el desarrollo según las líneas ofrecidas por el Magisterio de la Congregación, de modo que se logre articular el ejercicio de análisis de contexto y planeación del SGI, con el seguimiento a los servicios inspectoriales, sectores, formulación de proyectos y convenios que apoyan las decisiones del Inspector y su Consejo en favor de la misión salesiana, sobre todo hacia los más vulnerables y hacia las familias. Cfr. CG28 # 15, f; CG28 # 15, g

3.4.3 Política integrada de la Inspectoría

Implementar y hacer seguimiento a los nuevos énfasis de la política inspectorial: gestión ambiental, derechos humanos y gestión para el desarrollo. Cfr. CG28 # 13, f

3.4.4 Gestión de la comunicación

Fortalecer la comunicación con los públicos objetivos de la Inspectoría, mediante el posicionamiento de la imagen y la marca institucional en los diferentes medios. Cfr. CG28 No. 39

3.4.5 Acceso oportuno y protección de la información

Asegurar sistemas confiables para la protección de la información sensible y el acompañamiento en la implementación del programa de gestión documental para el Habeas data, la gestión de archivo central e histórico, bases de datos, SST, gestión ambiental, gestión para el desarrollo, entre otros.

3.4.6 Confiabilidad de la información y rendición de cuentas

Implementar la metodología de rendición de cuentas alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con miras a informar a las partes interesadas sobre la gestión Inspectorial como un acto de transparencia. Cfr. CG 28 #13, f; CG 28 #13, h

3.4.7 Plan para el rediseño de las obras

Asumir la propuesta del Rector Mayor de la “opción por Valdocco”, y continuar con la ejecución del rediseño de las obras de la Inspectoría, en consonancia con criterios de



sostenibilidad- significatividad, de manera que se encuentren nuevas formas de alianzas estratégicas para potenciar las obras sociales. Cfr CG28 #13, e; CG28 #13, g; CG28 #13, i; CG28 #45, f; CG28 #45, g.

3.5 ROLES Y FUNCIONES DEL EQUIPO LOCAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3.5.1 El delegado Inspectorial de Comunicación Social

Función:

El delegado puede ser un salesiano o un laico/a. Promoverá la comunicación en la Inspectoría a nombre del Inspector. Preferentemente deberá dedicarse a esta tarea a tiempo completo.

Detalles de su función:

Colaborar con los diversos equipos para lograr una aplicación integral, trabajando especialmente en coordinación con los delegados de otros sectores. En el caso de iniciativas de negocios inspectoriales y de empresas, el delegado debe estar adecuadamente representado, de acuerdo con el Ecónomo Inspectorial, en la junta o estructura de administración.

Colaborar en el diseño y aplicación del Proyecto Inspectorial de Comunicación Social.

En la medida de lo posible, acompaña y anima todo lo relacionado con la comunicación en la Inspectoría:

- En relación con el Consejo Inspectorial
- En las comunidades salesianas
- A nivel local estableciendo contactos relacionados con la comunicación
- En las diferentes áreas y actividades de comunicación
- En la formación permanente de los salesianos en el campo de la comunicación.
- Liderando la Comisión Inspectorial de Comunicación Social.

3.5.2 La Comisión Inspectorial de Comunicación Social

Función:

Contribuye, con el delegado y la Inspectoría, en la tarea de promover la comunicación.



Detalles de su función:

Trabaja como un equipo dentro del sistema, dedicándose constantemente a todo aquello que concierne a la misión en el campo de la comunicación.

Contribuye a la elaboración y aplicación de los planes inspectoriales de animación, formación y de consulta en el campo de la comunicación.

Contribuye con el trabajo del delegado en lo referente a la información, el estudio, el compartir, la planeación y la experimentación.

Asume las tareas que le asigne el Inspector o el delegado para conducir y apoyar trabajos y actividades, o bien participando en eventos y organismos de comunicación.

Anima el trabajo en comunicación al servicio de la educación y de la evangelización de los jóvenes y de los ambientes populares.

3.5.3 Líder Inspectorial de Comunicación Social

Función:

Desarrollar y hacer seguimiento al Proyecto Inspectorial de Comunicación Social inspectorial, el cual está articulado a los lineamientos que ofrece el Sistema Salesiano de Comunicación Social de la Congregación Salesiana.

Detalles de su función:

- Generar iniciativas en torno a la conservación y alcance de la información para la buena gestión del conocimiento.
- Participar operativamente en la Comisión Inspectorial de Pastoral Juvenil en todo lo que se refiere a la educación de los jóvenes, y relacionarse con los coordinadores locales de comunicación de las obras de la Inspectoría.
- Hacer seguimiento al Proyecto Inspectorial de Comunicación Social PICS.
- Coordinar el equipo de redacción del Boletín Salesiano de Colombia.
- Generar contenidos para las redes sociales de la Inspectoría.
- Hacer seguimiento al manual de crisis de la Inspectoría.
- Acompañar al delegado de Comunicaciones en los procesos liderados por la Comisión Inspectorial de Comunicación Social.
- Liderar las capacitaciones en comunicación social a los grupos de interés de la Inspectoría tales como: formandos, coordinadores locales de comunicación, salesianos y beneficiarios.
- Coordinar y velar por la Imagen corporativa mediante el manual de imagen.
- Acompañar todo lo que se refiere a la Comunicación Social en la Inspectoría: - Los coordinadores locales para la comunicación y Los diversos sectores de actividad de Comunicación Social.



- Hacer funcionar el polo local de la información salesiana en sintonía con el polo mundial.
- Aportar a ANS (Agencia Internacional Salesiana de Noticias) las informaciones locales y colocar inteligentemente en el territorio la información producida (corresponsales)
- Promover la producción y la difusión de la información dentro de la Inspectoría y de la Familia Salesiana, y coordinar el INFOCOM y otros productos de comunicación.
- Administrar y actualizar la página WEB de la Inspectoría. - Mantener un contacto activo y positivo con las estructuras, personas y medios de comunicación presentes en el territorio.
- Promover la visibilidad de las obras salesianas en los mass media.
- Articularse con los organismos eclesiásticos, religiosos, gubernamentales y civiles que se ocupan de la Comunicación Social.
- Revisar uso de logos en las obras

3.5.4 Director local y coordinador pastoral

Función:

Promover la comunicación organizacional – institucional de la obra.

Detalle de la función:

Ocuparse de evaluar la calidad de la comunicación al interno y al externo de la obra, entre los miembros de las CEP, con los grupos de la Familia Salesiana, con la Iglesia, así como la comunidad en general, con instituciones y agrupaciones civiles dentro del contexto de la obra

Garantizar que el coord. Local de comunicaciones forme parte del equipo local de Gestión para el Desarrollo y en el equipo local de Pastoral juvenil

Velar para que la gestión de comunicaciones se de en condiciones óptimas desde recursos técnicos y talento humano para la realización de su labor.

Apoyar la estrategia de mercadeo establecida para cada obra, garantizando su ejecución

Fortalecer y apoyar la producción y promoción de todas las iniciativas que nacen de la Gestión de Comunicaciones.



3.5.5 Coordinador local de Comunicación Social

Función:

Promover la comunicación en la comunidad local y en sus trabajos.

Detalles de su función:

Trabaja con el equipo de Pastoral Juvenil en todo lo que concierne a la educación de los jóvenes, e interactúa con los representantes de otros sectores para lograr que se realice un trabajo que integre a la comunicación al servicio de la obra.

Coopera en la elaboración y aplicación del Proyecto de Comunicación Social local.

Actúa con liderazgo en todo lo que tiene que ver con el campo de la comunicación en la obra:

- En el Consejo de la Comunidad Educativo- Pastoral.
- En la comunidad salesiana.
- En la comisión de comunicación local.
- En diversas actividades de comunicación.

Coordina las actividades del PICS, promoviendo una efectiva participación de parte de quienes desempeñan cargos de responsabilidad en el área de comunicación, asegurando que el sistema funcione eficazmente en todo aquello que dé respuesta a las necesidades de los destinatarios y de las personas clave, de acuerdo a los criterios salesianos:

- Realiza y aplica los diversos planes.
- Promoviendo procesos e implementando actividades y proyectos de formación, información y producción.

Activando una instancia local de información salesiana:

- Promoviendo la producción y difusión de información en la obra y entre la Familia Salesiana, utilizando instrumentos como boletines locales y otros productos.
- Acompañando las actividades de quienes a nivel local comparten la responsabilidad de gestionar la información.
- Dirigiendo la operación del sitio web local.
- Manteniendo contactos activos y positivos con estructuras, gente y medios a nivel local.
- Promoviendo la imagen salesiana en términos de calidad y cantidad. Buscando la máxima presencia posible en los medios y en la prensa.
- Trabaja con la Iglesia, otros institutos religiosos, con el gobierno y con organismos relacionados con el mundo de la comunicación.
- Respetar e implementar el manual de imagen corporativa de la Inspección San Luis Beltrán garantizando por el uso adecuado de los logos de la



inspectoría, Icontec y Fenalco en coherencia con la Política de calidad integrada.

- Preguntar el uso correcto de logos de ser necesario

3.5.6 Equipo local de Comunicación Social

Función:

Apoyar la gestión de comunicación local desde conocimientos técnicos específicos, atendiendo a las iniciativas de los diferentes grupos de interés.

Detalles de su función:

- Desarrollar productos gráficos o audiovisuales que sustenten y soporten la gestión de comunicaciones.
- Apoyar todas las áreas de la gestión administrativa desde las comunicaciones
Contribuir a la ejecución de la estrategia creada por la gestión de comunicaciones

3.6 PRODUCTOS Y MEDIOS

Medios:

Página Web

Función: Proporcionar información de interés y acceso para registro y vinculación a servicios institucionales.

Enlace: www.salesianosejecafetero.org

Redes sociales:

Función: Informar, educar y evangelizar a la comunidad interna y externa de la obra

Redes activas: Facebook, Instagram, TikTok, (@salesianosjb) Youtube (salesianos eje cafetero)

Canal de Youtube:

Función: Informar y promover las actividades educativas institucionales

Nombre de canal: Salesianos Eje Cafetero

Podcast

Función: Formar en valores la familia y la comunidad juvenil

Plataforma de trabajo: Spreaker

Circulares

Función: Informar a padres de familia y a la comunidad docente

Carteleras:



Función: Informar y evangelizar la comunidad interna

Revista escolar

Función: Informar y compartir experiencias, testimonios y estrategias del servicio educativo.

Correo Institucional

Función: Establecer comunicación entre los miembros internos de la Comunidad Educativa Pastoral

Productos

Videos por áreas según solicitud

Fotografía según solicitud

Diseño de piezas para redes sociales

Noticias en página web

Producción audiovisual podcast

Palestra estudiantil

4. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La evaluación del proyecto de comunicaciones permite medir la pertinencia y el impacto generado en la comunidad educativa-pastoral, con el fin de tomar acciones de mejora y preventivas que aseguren el cumplimiento de la misión como proceso de apoyo a las diferentes obras de la Inspección.

El PICS tiene diversas maneras para hacer efectiva esa evaluación:

- Las encuestas de satisfacción.
- El seguimiento al plan operativo local de comunicaciones.
- Las auditorías internas y externas.
- Los indicadores de gestión que aparecen en la caracterización.
- Las visitas por parte de los servicios inspectoriales y los informes.
- Las actas de las reuniones de la Comisión Inspectorial de Comunicación Social

La evaluación se realiza en cada obra a través de:

- Autoevaluación institucional.
- Indicadores de gestión.
- Encuestas de satisfacción.
- Revisión por la dirección.
- Auditorías internas – externas.
- Envío oportuno de información



5. BIBLIOGRAFÍA

Sistema Salesiano de Comunicación Social - 2011.

Documento final del sínodo de los jóvenes, la fe y el discernimiento vocacional – 2019

Exhortación apostólica postsinodal, *Cristus Vivit*, 2019

Capítulo General XXVIII, 2020

Cuadro de Referencia de la Pastoral Juvenil Salesiana – 2014

Proyecto Orgánico Inspectorial 2021-2026

Proyecto Educativo Pastoral Salesiano Inspectorial 2021-2026