

DIRECCION GENERAL OBRAS DON BOSCO
Dicasterio para la Comunicación Social

SISTEMA SALESIANO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Directrices para la Congregación Salesiana

Segunda Edición Roma - 2011
Editorial SDB Edición no-comercial
Direzione Generale Opere Don Bosco Via della Pisana,
1111- 00163 Roma - Bravetta Casella Postale 18333
www.sdb.org

ABREVIATURAS

ACG - Actas del Consejo General
ANS - Agencia iNfo Salesiana
ACS - Archivo Central Salesiano
BS - Boletín Salesiano
C. - Constituciones
CG - Capítulo General
DCS - Dicasterio de Comunicación Social
EPS - Escritos Pedagógicos y Espirituales
F/LOSS - Free/Libre and Open Source Software
MB - Memorias Biográficas
PAS - Plan de Acción de Sector
PICS - Proyecto Inspectorial de Comunicación Social
POI - Proyecto Orgánico Inspectorial
R. - Reglamentos
SSCS - Sistema Salesiano de Comunicación Social

INDICE

PARTE 1 SCS 7

1. PREFACIO 9

2. COMUNICACIÓN 12

2.1 ¿Qué es comunicación? 12

2.2 Jesús, el Comunicador Perfecto 13

2.3 Don Bosco nuestra inspiración 13

2.4 Francisco de Sales, pastor celoso y doctor de la caridad 14

3. TERMINOS 15

4. VISIÓN Y MISIÓN 19

4.1 Introducción 19

4.2 La visión de Don Bosco 19

4.3 La visión dinámica de la Congregación 20

4.4 La misión 21

4.4.1 Convicciones y valores 21

4.4.2 Criterios importantes de la comunicación salesiana 22

5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 25

- 5.1 Destinatarios/actores clave y sus necesidades 25
 - 5.1.1 Necesidades de los jóvenes: 25
 - 5.1.2 Ambientes populares y las necesidades de la misión: 25
 - 5.1.3 Necesidades de los Salesianos: 25
 - 5.1.4 Necesidades de la Congregación: 26
 - 5.1.5 Los laicos co-responsables requieren: 26
 - 5.1.6 Necesidades de la Familia Salesiana: 26
 - 5.1.7 Necesidades de la Iglesia y de la sociedad: 27
- 5.2 Resultados deseados 27
- 5.3 Agentes involucrados 27
- 5.4 El Sistema Salesiano de Comunicación Social - Áreas de acción 28
 - 5.4.1 Animación 28
 - 5.4.2 Formación 28
 - 5.4.3 Información 28
 - 5.4.4 Producción 28

6. POLÍTICAS 29

- 6.1 La política de comunicación de la Congregación 29
- 6.2 Políticas para las áreas de acción 30
 - 6.2.1 Animación 30
 - 6.2.2 Formación
 - 6.2.3 Información 32
 - 6.2.4 Producción 33
 - 6.2.4.1 Empresas editoriales 33
 - 6.2.4.2 Los sitios web salesianos 34
 - 6.2.4.3 Radios salesianas 35
- 6.3 Procesos y sus políticas 36
 - 6.3.1 Procesos básicos 36
 - 6.3.2 Procesos de planeación y sus políticas 38
 - 6.3.3 Procesos de desarrollo y sus políticas 38
 - 6.3.4 Procesos de crecimiento y sus políticas 38
 - 6.3.5 Acciones de apoyo y sus políticas 39

7. ORGANIZACIÓN, ROLES Y FUNCIONES 41

- 7.1 Organización del SSCS 41
 - 7.1.1 Organigrama 41
- 7.2 El Consejero General para la Comunicación Social 42
 - 7.2.1 Función: 42
 - 7.2.1.1 Detalles de su función 42
- 7.3 El Equipo del Dicasterio de Comunicación Social 42
 - 7.3.1 Función: 42
 - 7.3.1.1 Detalles de su función: 42
- 7.4 Consulta Mundial 43
 - 7.4.1 Función: 43
 - 7.4.1.1 Detalles de su función: 43
- 7.5 El Delegado regional/nacional o de Conferencia 43
 - 7.5.1 Función: 43
 - 7.5.1.1 Detalles de su función: 43
- 7.6 El Inspector y su Consejo 43
 - 7.6.1 Función: 43
 - 7.6.1.1 Detalles de su función: 43
- 7.7 El Delegado inspectorial de Comunicación Social 44
 - 7.7.1 Función: 44
 - 7.7.1.1 Detalles de su función: 44
- 7.8 El Equipo de Comunicación Social 45
 - 7.8.1 Función: 45
 - 7.8.1.1 Detalles de su función: 45
- 7.9 Coordinador local de Comunicación Social 45
 - 7.9.1 Función: 45
 - 7.9.1.1 Detalles de la función: 45
- 7.10 ANS (Agencia iNfo Salesiana) 46
 - 7.10.1 Función: 46
 - 7.10.1.1 Detalles de su función: 46
- 7.11 La Oficina de Prensa 47
 - 7.11.1 Función: 47
 - 7.11.1.1 Detalles de su función: 47
- 7.12 Relaciones Públicas 48
 - 7.12.1 Función: 48
 - 7.12.1.1 Detalles de su función: 48

- 7.13 El Boletín Salesiano 48
 - 7.13.1 Función: 48
 - 7.13.1.1 Detalles de su función: 48
- 7.14 Portal Web 49
 - 7.14.1 Función: 49
 - 7.14.1.1 Detalles de su función: 49
- 7.15 Documentación y archivo 49
 - 7.15.1 Función: 49
 - 7.15.1.1 Detalles de su función: 49
- 7.16 El Boletín inspectorial 50
 - 7.16.1 Función: 50
 - 7.16.1.1 Detalles de su función: 50
- 7.17 Centros de Formación 50
 - 7.17.1 Función: 50
 - 7.17.1.1 Detalles de su función: 50

Parte SSCS

“Nuestras publicaciones tienden a formar un sistema ordenado, que abarcan en amplia escala todas las clases que forman la sociedad humana”.

(Don Bosco, Carta circular sobre la difusión de los buenos libros, 19 de marzo de 1885)

1. Prefacio

*Estimados hermanos salesianos,
Amigas y amigos de la Comunicación Social:*

Todo cambia, sólo Dios permanece siempre. En la actualidad, en la nueva era de la comunicación, eso es más evidente que nunca. No sólo han evolucionado las nuevas tecnologías, sino que éstas han influido notablemente la cultura: el modo de relacionarse con Dios, con los demás y con la naturaleza, el modo de jerarquizar los valores, de producir, distribuir y adquirir bienes, el modo de darle sentido y de plenificar la vida. Por eso el Papa Benedicto XVI tituló su mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales del 2009: “Nuevas Tecnologías, nuevas relaciones”. Él mismo en sus mensajes ha comenzado a hablar de un Nuevo Continente. De ahí la urgencia de actualizar el Sistema Salesiano de Comunicación Social (SSCS) cuya última edición vio la luz hace seis años con mi predecesor, ahora Monseñor Tarcisio Scaramussa, y con el personal de Comunicación de ese tiempo, muchos de los cuales siguen empeñados en este sector.

El trabajo de actualización nos llevó dos años de encuentros, reflexión y síntesis con las personas más comprometidas de la Congregación en el campo de la Comunicación: los miembros del Dicasterio, los Delegados Inspectoriales y sus equipos, los directores de Editoriales e Imprentas, de Radios y TV, de Boletines Salesianos y de presencias multimedia, webmaster y miembros de la Consulta Mundial para la Comunicación Social. La calidad de la reflexión, la variedad de la participación y la

representatividad de las Regiones queda fuera de duda. A todos gracias por el gran sentido de pertenencia a la Congregación y por la corresponsabilidad manifestada a favor de este sector, que en sinergia con los demás, lleva adelante la misión salesiana. A todos felicidades porque el documento refleja su vida, sus convicciones, su preparación y su experiencia, por eso es obra de todos, y nos pertenece.

El nombre ha sido conservado, y los conceptos básicos también, aunque la estructura ha cambiado en comparación con la primera edición, por esos motivos hablamos de actualización, no de una revolución! sin embargo existen algunos hilos transversales a todo el documento que, además de actualizarlo, le dan novedad y buscan promover una nueva mentalidad en la Congregación: una perspectiva que impulsa la sinergia de los sectores de la Congregación centrados en la misión común, la prioridad de la formación de los salesianos, de los colaboradores y de los jóvenes a la comunicación, una consistente participación de laicos y laicas en un campo que les es natural, una presentación de principios y criterios necesarios para la unidad que piden una adecuada y flexible aplicación local y, finalmente, una visión y aplicación del SSCS como ecosistema.

El primer elemento significativo y transversal es el manifestado en la rica presencia de representantes de los sectores de la Formación, de la Pastoral Juvenil y de las misiones en la Consulta Mundial que elaboró este documento final. El hecho obedece a la petición del CG 26

en el número 117: considerada la complejidad de la Misión Salesiana; vista la necesidad de mayor coordinación entre los Dicasterios para la Pastoral Juvenil, la Comunicación Social y las Misiones, en particular en la animación de los sectores de actividad compartida; pide que el Rector Mayor con su Consejo promueva equipos de animación interdicasterial para estos sectores y confíe la coordinación a un Consejero u otro, salvaguardando siempre la unicidad de la pastoral salesiana.

La unidad y coordinación de los sectores a favor de la Misión es una exigencia carismática que, lejos de empobrecer sectores, enriquece y acrecienta su identidad, pues se parte de la misma fuente y se camina en la misma dirección. Esto pide también una nueva mentalidad, una nueva manera de vivir, de organizarse y de formarse en comunión con otros, en vistas al cumplimiento de la misión común.

En segundo lugar el SSCS está atravesado por una convicción: la formación de los salesianos, de los colaboradores y de los jóvenes a la comunicación, es prioritaria. Las nuevas vocaciones de consagrados y las generaciones de adolescentes y de jóvenes a quienes somos enviados viven y pertenecen a una nueva era y a un nuevo continente. Nosotros mismos y nuestros colaboradores, con gusto o con disgusto, vivimos dentro de ella comprendiendo y usando con mayor o menor éxito sus tecnologías y sus lenguajes. Una formación que desconozca o no valore lo suficiente algo que es obvio, corre

el riesgo de no tener nuevas vocaciones, de no inculturar el evangelio y de no entenderse con los destinatarios. Ciertamente la formación a la comunicación va mucho más allá de normar usos de la tecnología y de la red, va mucho más allá del ofrecimiento de temas y de talleres casuales para una percepción crítica. Se trata de una dimensión transversal que incluye tanto a formadores como a formandos, a educadores como a educandos. Para estos últimos es indispensable la educación a la libertad responsable, para los consagrados, además de eso, una formación a la autenticidad de vida que incluye el amor a la propia vocación, a la misión y a los destinatarios a quienes somos enviados.

Por eso puedo asegurar que estamos ante la más hermosa y desafiante oportunidad de evangelización y educación, la del continente más salesiano, porque es el que más adolescentes y jóvenes tiene, y es el que más necesita la actualización y puesta en práctica del Sistema Preventivo, en él es donde más se requiere de la manifestación del amor de Dios: el continente digital, en el que conviven igual ricos que pobres, creyentes como agnósticos. En este párrafo se confirma el anterior: se requiere de un salesiano formado integralmente, de una pastoral que parta de las necesidades y situación de los últimos, de un salesiano con renovado ardor misionero que no confunda obras con misión, de un salesiano comunicador con hondura espiritual testigo de Dios entre los jóvenes de la era digital.

Por otra parte una nueva mentalidad y un aporte fresco y abierto han ofrecido los laicos comprometidos en la misión salesiana a través de la Comunicación. El CG 24 dejó claro que los “salesianos consagrados y los laicos compartimos el mismo espíritu y la misma misión”. Se trata de una enriquecedora realidad en el sector de la Comunicación. Cada vez hay más Delegados y Delegadas Inspectoriales para la Comunicación, cada vez hay más laicos y laicas especializados y expertos en los equipos Inspectoriales y en la misma Consulta Mundial de Comunicación. Para la elaboración del presente SSCS su aporte ha sido más que técnico, ha sido un aporte de carácter eclesiológico y carismático, continuando de ese modo la dinámica nacida en Valdocco a favor de la evangelización y educación de los jóvenes más necesitados. Consagrados y laicos tenemos mucho qué ofrecernos y tanto qué aprender unos de otros, pero siempre a favor de la evangelización y educación de los jóvenes que viven dentro de una nueva realidad y que por ello necesitan de nuevos testigos y de nuevos apóstoles que les acompañen en el discernimiento de su vocación. Muy significativo que en el año 2010 el Episcopado Italiano haya celebrado un encuentro bajo el tema: “testigos digitales”. La realidad digital y la nueva evangelización son novedad e hilo conductor en el documento. Don Bosco, en esto, sigue siendo nuestro padre e inspirador.

El documento presenta criterios globales unificantes que precisan de la reflexión y de la aplicación local. La unidad desde el Carisma

respetar la aplicación de los principios y la diversidad de niveles y de ritmos debidos a historia, cultura y posibilidades. Sea el estudio como la aplicación del documento, dado que tiene como centro e impulso el carisma, la misión y los destinatarios en una era nueva, tocan en primer lugar al Inspector y su Consejo, y sin más a su Delegado de Comunicación junto con su equipo. No sería admisible, por todo lo dicho anteriormente, ni la ausencia de la dimensión en la Inspectoría, ni la falta de un animador o animadora de la misma, salesiano o laico, que ubique a todos en el nuevo continente de los jóvenes para ser fieles a Dios, a Don Bosco y a los destinatarios. No sería admisible tampoco la ausencia o mínima importancia de la comunicación en el POI o en el PEPS. Poreso es fundamental que haya un delegado o delegada que haga de “ánima”, que dé vida y dinamicidad a un cuerpo social y fraterno de servicio como es la Inspectoría. Se trata de llevar adelante, junto con los demás sectores y obras, la misma misión desde la necesaria perspectiva de la comunicación.

Nos unen grandes y válidos principios, al igual que la inteligente y apasionada aplicación de los mismos en cada Inspectoría a favor de la misión.

Finalmente señalo que el SSCS intencionalmente lo hemos enfocado y pretendemos aplicarlo como “ecosistema”, como una realidad dinámica, armoniosa, envolvente y flexible que facilita un desarrollo equilibrado y solidario en vistas a una finalidad. Don Bosco fue creador de

ambientes evangelizadores y educativos, porque era capaz de inventar espacios armoniosos, relaciones equilibradas y un grande deseo de trascendencia. Esto se deja ver perfectamente en su concepto y experiencia de oratorio y de patio. Todo ambiente invitaba, a través del tipo de relaciones, de la propuesta de valores, del acomodo de espacios, del protagonismo alegre de los sujetos, a la expansión y sentido de la vida. Los sujetos, educadores y educandos, podían sentir, escuchar, expresarse, gustar, tocar en cada momento y lugar lo que se les proponía quedando en libertad de decisión. La casa donde amar y ser amados como en familia, el patio donde alegrarse y donde expandir la vida con los amigos, la escuela donde educar la mente para ser productivos y constructores de una sociedad justa, la parroquia donde celebrar a Dios como el fin último de la vida, son la mejor expresión de un ecosistema comunicativo donde las personas comunican más por lo que son, que por lo que dicen. Con esto se hace de nuevo un reclamo a la sinergia de sectores a favor de la misión salesiana.

Reitero mi agradecimiento a todos los que han participado en la actualización del SSCS y a todos los que estudiándolo sabrán valorarlo y aplicarlo en sus Inspectorías.

Fraternamente en Don Bosco,
P. Filiberto González Plasencia sdb,
Consejero General para la CS,
Roma, Italia 31.01.2011

2. Comunicación



2.1 *¿Qué es comunicación?*

Comunicación se ha convertido hoy en un tema de estudio y reflexión el cual ha despertado un profundo y considerable interés, no solo porque la tecnología ha hecho posible la comunicación en modos impensables algunas décadas atrás, sino también porque hemos llegado a ser cada vez más conscientes de que su calidad está en riesgo. Justo como se llega a comprender la importancia del aire que respiramos cuando este se vuelve irrespirable y entonces se requiere intervenir para hacer algo al respecto, de la misma manera sucede con la comunicación. Científicos y técnicos, filósofos, psicólogos, sociólogos y educadores han llegado a interesarse profundamente en ello: por lo tanto, nuestra comprensión acerca de qué es la comunicación ha aumentado. Hemos comprendido al menos las siguientes “verdades”:

a) La comunicación humana no puede ser reducida al flujo de información que comienza en un transmisor y termina en un receptor; hemos ido bastante más allá del modelo lineal. Un esquema de este tipo podría funcionar para máquinas pero no para personas. La comunicación auténtica demanda una atención mutua y diálogo; tiene lugar cuando hay cooperación entre personas para definir un contenido el cual en realidad es compartido, por lo tanto se trata de un modelo circular, dialógico.

b) Cuando nos comunicamos no solamente expresamos mensajes sino establecemos relaciones. Trabajamos en dos planos contemporáneamente: contenido (ideas, frases...) y relaciones (definimos el tipo y la calidad de la relación de acuerdo al lazo que nos une con nuestro interlocutor). Es muy importante poner atención a esto pues a menudo no son las ideas sino nuestra convicción de que nuestro interlocutor no está interesado en nosotros o en nuestras ideas lo que bloquea la comunicación.

c) La Comunicación no puede ser identificada con una actividad específica. Ciertamente busco comunicar a través de las que uso con mi interlocutor, pero el mensaje no puede ser reducido a esas palabras. Más allá de las palabras, y a veces a pesar de ellas, nos comunicamos a través de gestos, expresiones faciales, contacto visual, nuestro modo de vestir, el lenguaje corporal, incluso nuestra presencia en una situación determinada. Comunicación, por lo tanto, es una dimensión de todas mis acciones. En este sentido podemos decir que todo es comunicación.

d) La calidad de nuestra comunicación no está garantizada solamente por nuestro respeto hacia la sintaxis del lenguaje que empleamos. Hay un contexto, y un conjunto de valores que nos llevan hacia una adecuada dirección. En el pasado habríamos utilizado la imagen de los vasos comunicantes: poniendo agua en uno de los vasos se logra el nivel de comunicación entre todos ellos toda vez que el líquido que se vierte se distribuye a través de los vasos haciendo que el nivel aumente de manera uniforme en todos ellos. Esto no es suficiente para trabajar mas que un aspecto de la comunicación; se requiere hacer aún más.

Hoy, por otra parte, podemos usar una metáfora más efectiva: podemos hablar de un "ecosistema". La calidad de la comunicación en un contexto determinado está garantizada por la interacción de una pluralidad de factores. De esto se deriva que cada uno, y cada organismo, se comunique en modo realmente efectivo siempre y cuando haya coherencia entre el mensaje que se desea transmitir y los mensajes realmente enviados.



2.2 Jesús, el Comunicador Perfecto

Una vez entendida la comunicación de esta manera, se vuelve aún más interesante al referirla a Jesús¹, no solamente para buscar qué es lo que Él dice directa y explícitamente acerca del tema, sino más bien como una reflexión sobre su modo

“comunicativo” de ser y actuar ante la gente, los discípulos, los niños, los pecadores, las autoridades y ante su Padre. El hecho de que sea Dios y

Hombre resulta importante (el principio de la Encarnación). Veamos lo que nos dice “Communio et Progressio” en su número 11:

El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto “Comunicador”. Por la “encarnación” se revistió de la semejanza de aquellos después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición.



2.3 Don Bosco nuestra inspiración

Vale la pena también hacer referencia a Don Bosco, no sólo para considerar su actividad como escritor, editor y distribuidor... reflexionando así sobre la apasionada recomendación que hiciera a sus hijos para que continuasen su intensa actividad en el campo que tiempo después recibiría el nombre de “comunicación social”. Sin embargo, este es sólo un aspecto de las enseñanzas que Don Bosco dejó acerca de la comunicación.

Hay mucho más por descubrir y aplicar a nuestra experiencia actual. Don Bosco es un grande por la calidad comunicativa que infundió en su presencia entre los jóvenes, por inventar una praxis educativa de valor excepcional (el “Sistema Preventivo”, como él lo llamó), por establecer el oratorio y por haber usado cualquier recurso a su disposición para el bien de la juventud.

Vale la pena escuchar a un especialista en estudios sobre comunicación: Umberto Eco. En un artículo² atribuye a Don Bosco el haber suscitado una “gran revolución” en el campo de la comunicación y, por que se lo propuso, el haber llevado a cabo, a través de la estructura

¹Lo siguiente es de interés particular: Cesare BISSOLI, ‘Cristo comunicatore’ en F. LEVER – P. C. RIVOLTELLA – A. ZANACCHI, La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche, Rivoli (To)-Roma, ELLEDICI – RaiEri – LAS 2000, 325-328.

² Eco U., ‘A lezione da don Bosco’, en “L’Espresso”, 15.11.1981, p. 105. La cita está tomada de F. LEVER – P. C. RIVOLTELLA – A. ZANACCHI, ‘La Comunicazione’, p. 114.

del oratorio, la utopía de “un nuevo modo de estar juntos”, un modo que puede ser ofrecido como una estrategia efectiva para la sociedad de la comunicación de masas ya no caracterizada por ciertos “dinosaurios” (radio, televisión, prensa y cine), sino irrumpiendo en una serie de nuevos espacios. (“blue-jeans, drogas, venta de guitarras usadas, muchedumbres y grupos forman parte también de la comunicación de masas”). En este contexto “se requiere ya no producir más dinosaurios, sino poner atención a los muchos canales y construir nuevos modos de usarlos, cambiarlos, alternarlos y agruparlos”. “Don Bosco la inventó [esta revolución], y luego fue exportada a otros ambientes por medio de la red constituida por las parroquias y a través de la Acción Católica, pero el núcleo del aporte de este genial reformador radica en su capacidad para darse cuenta que la sociedad industrial necesitaba nuevos modos de estar juntos, primero para los jóvenes, luego para adultos, y así inventó Oratorio Salesiano: una máquina perfecta donde cada canal de comunicación, desde los juegos hasta la música, del teatro a la prensa, es operada a su manera, de la manera más simple, para luego comentar acerca de su uso y volver a utilizarlos cuando la comunicación tuviese éxito. Vale la pena recordar que en la década de 1950 una red de 12 mil pequeñas salas de cine parroquiales logró influenciar a los productores de cine”. “La genialidad del oratorio es que establece un código moral y religioso para quienes lo frecuentan, pero que también acepta a quienes no quieren seguirlo. En este sentido, el proyecto de Don Bosco influyó a toda la

sociedad italiana de la era industrial”. Y por ello “el proyecto de Don Bosco” puede seguir siendo efectivo, dice Eco, necesitamos “uno o varios grupos con la misma imaginación sociológica, la misma capacidad para ponernos en alerta en los tiempos que corren, la misma inventiva organizada. Fuera de este marco ninguna fuerza ideológica puede indicar una política global de comunicación de masas, y estará limitada a negociar (inútilmente y a menudo de manera dañina) con los responsables de los grandes dinosaurios, en los que hay menos valores de lo que pudiésemos creer”.



2.4 Francisco de Sales, pastor celoso y doctor de la caridad

Hablar de la “gran revolución” de Don Bosco quedaría como una mera utopía si no se hace referencia a aquel a quien sabemos fue en gran medida la inspiración de Don Bosco: San Francisco de Sales. Aún cuando podríamos pensar en el santo obispo de Ginebra como un comunicador/ por excelencia/ en muchos aspectos (fue un periodista creativo, entre otros aspectos del comunicador), basta con echar un vistazo a los inicios del oratorio de Valdocco para darse cuenta en qué profunda medida san Francisco de Sales inspiró a Don Bosco. Dejemos que el historiador salesiano Pietro Stella nos cuente acerca de ello:

En el oratorio juvenil de Valdocco, ya desde los inicios, el centro y el corazón estaban constituidos por la pequeña habitación (cameretta) de Don Bosco y por la capilla; ambos ambientes podían considerarse los depositarios de una serie de mensajes que Don Bosco dirigía a sus interlocutores. Los jóvenes y adultos que visitaban sus habitaciones se encontraban con un letrero fijo en la pared que decía 'Da mihi animas, coetera tolle', que más allá de un simple lema era también una oración jaculatoria a Dios. La capilla, luego sustituida por una más iglesia más grande, estaba significativamente dedicada a san Francisco de Sales para indicar, según la explícita explicación de Don Bosco mismo, su propio estilo educativo caracterizado no por una severidad cuadrada, sino por la dulzura del

educador y por una alegría que manifiesta la íntima adhesión a la gracia divina que los jóvenes debían actuar y expresar..³ Don Bosco, podemos estar bastante seguros, no dirigió su mirada a Francisco de Sales para inspirarse en algún aspecto particular de su actividad comunicativa, más bien, lo que caracteriza a ambos, a 'Francisco y a Juan', en realidad es la creatividad, su optimismo, su modo gentil y a la vez persistente de superar los obstáculos para difundir el Evangelio de la salvación. Pertenecieron a épocas y lugares distintos (no demasiado diferentes cultural y geográficamente hablando; después de todo compartieron la belleza de los Alpes así como de sus lagos y valles), pero los dos fueron verdaderos comunicadores del amor de Dios y constructores de su Reino.

3 P. Stella, 'Don Bosco e la comunicazione' en Salesianum, Annus LXXI-N.4 pp 635-650.

3. Un útil glosario de términos

Animación:

Estilo característico del liderazgo salesiano que proviene del término ‘animar’ que hace referencia a dar vida o alma a algo o alguien, es decir, motivar.

Blog:

Sitio web o parte del mismo mantenido comúnmente por un individuo, a menudo con entradas de contenido ordenadas de manera inversamente cronológica. Puede ser un comentario o una reflexión personal. El término es una mezcla de dos palabras provenientes del Inglés: ‘web’ y ‘log’.

Boletín Salesiano:

Revista concebida en función de la misión (salesiana), fundada por Don Bosco, dirigida a la opinión pública más que a la propia institución, de esta manera que es sensible a las situaciones vividas por los seres humanos y por la Iglesia actual, ofreciendo una lectura salesiana de estos hechos, interesándose particularmente por los temas sobre juventud y educación.

Chat:

El equivalente en castellano de esta palabra sería ‘conversar’. Es un sistema de mensajería instantánea que permite que los usuarios se comuniquen, principalmente, a través del teclado del ordenador o computadora, enviando mensajes de texto en tiempo real. El usuario usualmente requiere de un ‘nick’ o sobrenombre con el que será identificado. Los chats se organizan en ‘rooms’ (habitaciones) de acuerdo a un tema en particular.

Comunicación:

El término ‘comunicación’ se refiere a las people involucradas en un proceso de relaciones interpersonales o grupales, pero también se refiere al contexto cultural y social que rodea a cada uno en una red, considerando también la mediación de instrumentos y tecnologías. A la palabra comunicación le son propios valores como la reciprocidad y la participación en el dar y recibir. Este es el porqué se puede decir que todo el que está involucrado en el proceso de comunicación es sujeto de la comunicación ‘social’.

Comunicación social:

“Entre los maravillosos inventos de la técnica que, sobre todo en estos tiempos, el ingenio humano, con la ayuda de Dios, ha extraído de las cosas creadas, la madre Iglesia acoge y fomenta con especial solicitud aquellos que atañen especialmente

al espíritu humano y que han abierto nuevos caminos para comunicar con extraordinaria facilidad noticias, ideas y doctrinas de todo tipo. Entre tales inventos sobresalen aquellos instrumentos que, por su naturaleza, pueden llegar no sólo a los individuos, sino también a las multitudes y a toda la sociedad humana, como son la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros similares que, por ello mismo, pueden ser llamados con razón medios de comunicación social”.

(INTER MIRIFICA, Decreto del Concilio Vaticano II, párrafo introductorio).

Ciberespacio:

Término acuñado por William Gibson en su novela Neuromancer (1984) para referirse a una noción espacial, una especie de alucinación colectiva creada por potentes computadoras u ordenadores que interactúan con seres humanos. En la actualidad el término hace referencia al entorno virtual creado por todo tipo de instrumentos conectados a la Web resultando así una especie de universo paralelo.

Continente digital:

El término fue acuñado por el Papa Benedicto XVI en el texto de su mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2009. Aún cuando no la define, la expresión ha sido usada como una metáfora espacial dirigida a quienes forman parte de la ‘generación digital’, con la que les recuerda les “corresponde de manera particular la tarea de evangelizar este ‘continente digital’”.

Dicasterios de la misión:

Indicación del CG26 en vista de hacer frente a la necesidad de una mayor coordinación entre los dicasterios de Pastoral Juvenil, Comunicación Social y el de Misiones, especialmente para animar aquellos sectores en los que se comparten actividades... en todo caso salvaguardando la naturaleza única y orgánica de la pastoral salesiana.

Digital:

(y por extensión, ‘generación digital’, ‘digital media’, ‘brecha digital’, ‘inclusión digital’ etc.) La información digital se almacena utilizando una serie de unos y ceros. Los ordenadores o computadoras son máquinas digitales en cuanto que sólo pueden leer información como ‘on’ (encendido) u ‘off’ (apagado) — 1 ó 0. Este método de computación, conocido también como sistema binario, puede parecer demasiado simple, pero puede ser utilizado para representar increíbles cantidades de datos. Los CD y DVD pueden ser utilizados para almacenar y reproducir sonido y vídeo de alta calidad aún cuando estén constituidos únicamente por unos y ceros.

Distinto a los computadores u ordenadores, los seres humanos perciben la información de manera análoga, como un flujo continuo que a pasa través de todos los sentidos. Los dispositivos digitales, en cambio, procesan esta información utilizando unos y ceros. La tasa o porción de este proceso, llamada “tasa o frecuencia de muestreo”, combinada con la cantidad de información contenida en cada muestra (la profundidad de bits), determina cuán acurada es la estimación digital.

Un argumento, sin embargo, no ha sido considerado en el documento (¿anterior?), el cual se refiere a la llamada ‘brecha digital’. Hay aún un gran debate acerca de qué significa y sobre qué sentido puede tener para los Salesianos, esto más allá de una mera aceptación superficial de un término que no termina por ser aceptado universalmente.

Esta expresión ha de ser asumida de acuerdo al conjunto de actitudes y prácticas señaladas en el actual SSCS que apoya la inclusión digital y rechaza toda forma de exclusión digital.

Ecosistema comunicativo:

Se refiere al involucramiento y a las actitudes personales de quienes aceptan crear un entorno que constituye una comunidad real en la que se comparten ideales, valores, relaciones tal y como sucede en una verdadera comunidad o un vecindario. (De una citación en la edición original del SSCS).

Educomunicación:

Conjunto de políticas y actividades inherentes a la planeación, puesta en práctica y evaluación de procesos y productos encaminados a crear y fortalecer ecosistemas comunicativos en ámbitos educativos, sean estos ‘cara a cara’ o virtuales.

Evangelización:

Se refiere a la difusión de la Buena Nueva en todos los ámbitos humanos, y, a través de su influencia, transformar la humanidad a partir de ella y para convertirla en algo nuevo...la Iglesia evangeliza cuando busca convertir, exclusivamente a través del poder divino del mensaje que proclama, tanto a la conciencia personal como colectiva de las personas, a las actividades en las que están involucradas, así como a los ambientes que les son propios (EN 18).

Formación permanente:

Ella es la continuación natural y absolutamente necesaria del proceso vivido en la formación inicial...” (RATIO, edición 2000, no. 520).

F/LOSS:

Free/Libre Open Source Software. Programa informático (software) que ha sido libremente licenciado para garantizar el derecho de los usuarios a usarlo, estudiarlo, modificarlo y mejorarlo gracias a que su código fuente está a disposición de los mismos usuarios.

Lenguaje:

La distinción entre las expresiones francesas: *langue* (lenguaje o lengua) y *parole* (discurso), contenidas en el vocabulario de la teoría de la lingüística de Ferdinand de Saussure:

CURSO DE LINGÜÍSTICA GENERAL, publicado de manera póstuma en 1915 luego de ser compilado a partir de las notas de algunos de sus alumnos.

Así que tenemos el término *langage*.

- Lenguaje en el sentido de *parole* se refiere al habla.
- Lenguaje en el sentido de *langue* se refiere a lo que ordinariamente se considera como ‘la lengua’, un sistema de signos.
- Lenguaje en el sentido de *langage* es la competencia que se tiene en el uso de una lengua, o bien se refiere a la noción abstracta de un lenguaje que puede ser aplicada a los animales, humanos, al cine, al teatro, etc.

Marco de referencia:

Sistema de principios y estándares que regulan los procedimientos y les dan sentido.

Medios convergentes:

Múltiples productos reunidos para formar un único producto que hace diversas cosas. (definición de la Unión Europea).

Memoria de traducción (TM):

Repositorio de “fuentes que contienen porciones de texto alineados con sus equivalentes o correspondientes en otros idiomas”. Puede, de hecho, ser considerada como un banco de datos del cual los traductores pueden hacer uso para tomar segmentos ya traducidos que correspondan a las porciones de texto que requieren traducir. (Bowker, L., 2002. COMPUTER-AIDED TRANSLATION TECHNOLOGY: A PRACTICAL INTRODUCTION. Canada: University of Ottawa Press).

Nuevas fronteras:

“Se trata de fronteras no sólo geográficas, sino económicas, sociales, culturales y religiosas.” (Don Chávez, discurso de clausura del CG26).

Nuevas tecnologías:

Conjunto de técnicas productivas que ofrecen mejoras significativas (tanto si se miden en términos de incremento de la producción o de ahorro de costos) a través de la tecnología ya establecida para determinados procesos en un contexto histórico determinado. Definido de esta

manera, lo ‘nuevo’ ha de ser consecuentemente objeto de una continua redefinición conforme se vayan presentando sucesivos cambios en la tecnología”. A DICTIONARY OF SOCIOLOGY. 1998.)

Programa de Animación y Gobierno del Rector Mayor y su Consejo:

Proceso de planeación iniciado por el Rector Mayor pero desarrollado con la ayuda de su Consejo, el cual tiene lugar al inicio de cada periodo sexenal, Por ejemplo inmediatamente después de un Capítulo General, y el cual sirve de guía para los siguientes 6 años. (Cf Vademecum del Consejo General, 2003).

Proyecto Orgánico Inspectorial

POI: Plan estratégico de animación y gobierno de la inspectoría el cual contiene una visión de conjunto sobre su vida y misión, presentando además las opciones fundamentales que guían su organización.

Personal media:

(Medios personales): Medios de comunicación digital emergentes que incorporan en su diseño la interactividad permitiendo a los usuarios no sólo consumir productos mediáticos sino también crearlos.

(Shiregu Miyagawa, profesor de lingüística y comunicación en el Instituto Tecnológico de Massachusetts -MIT-).

Producción editorial:

Preparación y emisión de materiales (impresos y ahora también digitales) para su distribución pública o venta.

Ratio:

Guía práctica sobre la formación de los Salesianos de Don Bosco. La RATIO FUNDAMENTALIS INSTITUTIONIS ET STUDIORUM como también es conocida (o bien LA FORMACIÓN DE LOS SALESIANOS DE DON BOSCO o FSDB), “expone y desarrolla, de modo orgánico y didáctico, el conjunto de principios y normas de formación que figuran en las Constituciones, en los Reglamentos generales y en otros documentos de la Iglesia y de la Congregación”. (R. 87).

Recursos de comunicación:

El término se encuentra frecuentemente utilizado en este documento y sus citas en donde se habla en sentido amplio de todo aquello que es utilizable, que está a disposición y que puede ser considerado para alcanzar un fin. Hace referencia a elementos físicos (un recurso particular y cuantificable) o personales (recursos intelectuales para afrontar un argumento), o técnicos. En algunos casos se especifican como ‘educativos’ o ‘financieros’ o de otros tipos.

Red, trabajo en red (network, networking):

Aunque los dos términos no son idénticos, de acuerdo al uso del SSCS se refieren principalmente al concepto del trabajo realizado de manera conjunta por los seres humanos,

estableciendo contactos, tanto como individuos o como grupos. Es importante tener en cuenta que el intercambio o cultivo de ideas en una red o el hecho de trabajar en red entendido en este sentido 'social', no está reducida a la imagen de una serie de nodos conectados como a menudo se infiere de las descripciones de estas redes. Las redes sociales representan en este momento un objeto de estudio profundo, un estudio que pueda indicar nuevas 'leyes' y dinámicas de trabajo las cuales conllevan a diversas implicaciones para quienes están involucrados en el proceso.

Sistema Salesiano de Comunicación Social (SSCS):

Además de ser el título de este documento, la expresión hace referencia a "un proyecto de comunicación integrador y unificador". (Don Martinelli a los directores del Boletín Salesiano, 1998).

Web 2.0 y 3.0:

Se puede identificar a la Web tradicional como Web 1.0, cuya característica es el ser estática, es decir, permite leer una página web pero no va más allá de dejar que el usuario haga clic en sus hiperenlaces y, al máximo, le permite reproducir malgo (vídeo o sonido). En la Web 2.0 se pasa del 'Leer' al 'Leer-Escribir'; de la simple tecnología HTML al AJAX (Asynchronous Java y al XML); de lo estático a la interactividad, incluyendo blogs y redes sociales. Y aunque no hay una definición formal de Web 2.0 (es un término que simplemente se ha difundido ampliamente), es el tipo de 'Web' que Tim Berners-Lee, su 'inventor', previera inicialmente, aunque en realidad él entrevió lo que ahora llamamos Web 3.0, la llamada web semántica, en la que todo está conectado con todo en más de un modo (en un lenguaje llamado OWL o Web Ontology Language) que permite a las máquinas leer e interpretar el conocimiento para beneficio de los lectores humanos.

4. Visión y Misión



4.1 Introducción

1.

Este material reúne elementos claves útiles para constituir un marco de comunicación -así como las líneas directivas y políticas para poner en acción el SSCS- tal y como aparecen en los documentos salesianos posteriores al CG20 (1971-1972) y hasta los de los últimos años. Como tal, es una herramienta de trabajo para quienes tienen responsabilidades particulares en el fomento de la comunicación a nivel global, regional y local. Debería ser leído en conjunto con las Orientaciones para la formación de los Salesianos en Comunicación Social, dirigido específicamente a los Salesianos.

2.

El material se distribuye en tres partes:

(A) SSCS

(B) ORIENTACIONES PARA LA FORMACIÓN DE LOS SALESIANOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL

(C) Apéndices

Una cuarta parte, el manual, que lleva por título EL SALESIANO, UN COMUNICADOR, está actualmente en revisión y por lo tanto no ha sido incluido en esta colección.

La primera sección, el SSCS, contiene: un prefacio; explicación de conceptos clave; un glosario; visión y misión; objetivos estratégicos; políticas, organización; funciones; y apéndices.



4.2 La visión de Don Bosco

3.

Don Bosco tuvo un gran interés en la comunicación. La carta que escribió acerca de la difusión de los buenos libros es una especie de / carta magna/ que pone de manifiesto su corazón apostólico, su fe y su visión emprendedora.

4.

La comunicación fue un campo prioritario de la misión de Don Bosco:⁴ “Esta difusión de los buenos libros es uno de los fines principales de nuestra Congregación...les ruego y les suplico por tanto que no descuiden esta parte importantísima de nuestra misión.”⁴ Es interesante también que en su primer encuentro con el Papa Pío IX, tal y como hizo constar por escrito el clérigo Rúa quien le acompañó, Don Bosco, ante la pregunta del Pontífice acerca de su trabajo en Turín, respondiera con estas palabras: “Su Santidad, me ocupo de la educación de la juventud y de las Lecturas Católicas” (MB tomo 5).

5.

Junto a la prensa y a la “difusión de los buenos libros”, Don Bosco utilizó todos los instrumentos de comunicación disponibles así como los lenguajes educativos de su tiempo: el teatro, las academias, la música, etc.

6.

Don Bosco empleó una variedad de estrategias de comunicación para llegar a los jóvenes, entre los cuales había muchos sin educación e instrucción. El uso de formas narrativas, ilustraciones, así como su aprecio por los sacramentos fueron igualmente importantes en su papel de efectivo comunicador, utilizando también juegos, las ‘buenas noches’, un estilo vivaz al narrar sus sueños, historias y la liturgia.

7.

Don Bosco vislumbró el poder de la información al servicio de la animación de su familia espiritual así como para movilizar a la sociedad a favor de su misión. La creación del “Boletín Salesiano” obedeció precisamente a la intención de lograr fines como los antes mencionados. Siguiendo los pasos de Don Bosco, hoy se cuenta con grandes recursos para generar información y construir comunidad. Estos incluyen a ANS, los boletines digitales, los diversos sitios web, las redes sociales y otras cosas más.

8.

Su visión estuvo dirigida a la educación y evangelización de la juventud de los ambientes populares. Don Bosco pensó entonces en la comunicación como un verdadero sistema que

⁴ Don Bosco, Carta circular sobre la difusión de los buenos libros, 19 de marzo de 1885. En EPISTOLARIO, vol. 4, pp. 318-321

envolviera todo y a todos: “nuestras publicaciones tienden a formar un sistema ordenado, que abraza en gran escala todas las clases que forman la sociedad humana”⁵. De hecho la palabra ‘sistema’ fue realmente apreciada por Don Bosco, quien la utilizó especialmente para señalar el tipo de relación entre los elementos que componen su estilo educativo: el Sistema Preventivo⁶.



4.3 La visión dinámica de la Congregación

9.

La visión de Don Bosco ha continuado adelante de manera dinámica gracias a sus sucesores, tal y como se muestra de manera especial en los escritos de los diversos rectores mayores, así como en los capítulos generales y en otros documentos de la Congregación⁷.

10.

Es cierto que a menudo ha sido necesario poner mayor atención a nuestro compromiso en este aspecto carismático y movilizarnos hacia una postura más positiva y emprendedora en

lugar de mostrarnos a la defensiva en lo que respecta a los medios. Don Ricaldone decía: “No podemos contentarnos sólo con el lado negativo; tenemos que estar firmes contra la mala prensa promoviendo buenos libros”⁸.

11.

En sintonía con estos tiempos de cambio, el desarrollo de nuevas tecnologías y su impacto en la sociedad y la cultura, especialmente luego del Capítulo General Especial (1971-2), se ha madurado una visión más completa y amplia de la comunicación y sus diversos significados, así como un desarrollo y organización común y más coordinada. De hecho, el mencionado CGE citaba la relación de Don Ricceri en donde reconocía que “no se ha fomentado un acercamiento coordinado y sistemático acorde a la importancia y relevancia de los instrumentos de la comunicación social”⁹.

12.

Los capítulos generales y los documentos posteriores revelan la consolidación de convicciones y una nueva y más sistemática actividad de los Salesianos en el campo de las comunicaciones. Algunas constataciones que apoyan esta afirmación:

5 Idem

6 ACG 290, p. 10.

7 Cf. Dicasterio para la Comunicación Social. LOS SALESIANOS Y LA COMUNICACIÓN. Rome, Editrice

SDB, 1989, p. 9-32.

8 ACS 287, n. 143, p.52.

9 CG20, 453.

- Conciencia de la importancia de la comunicación como “educadora de masas, productora de cultura y escuela alternativa”¹⁰.
- Prioridad de esta área en la educación y evangelización¹¹.
- Una misión más amplia sobre la comunicación entendida como la dimensión humana que tiene a la comunión y el desarrollo de la sociedad humana como sus fines primarios¹².
- “Explotación de todas las formas y expresiones de la comunicación: comunicación interpersonal, producción de mensajes en grupo y uso crítico de los recursos educativos de la comunicación”¹³,
- Valoración de la comunicación como nuevo espacio de encuentro para los jóvenes.¹⁴
- Formalización de servicios, así como la coordinación y animación de políticas y estructuras, como por ejemplo la opción de contar con un Consejero General para la Comunicación Social ¹⁵ y con Delegados Inspectoriales;¹⁶ el papel en este campo del Inspector y su consejo;¹⁷ el involucramiento de cada hermano;¹⁸ los canales de información y los centros de producción;¹⁹ las tareas de las conferencias de inspectorías.²⁰
- La cualificación y capacitación del personal.²¹

13.

El periodo de 1990 en adelante ha sido dominado por un nuevo y prodigioso avance relacionado con el mundo de los medios digitales. Este ha sido señalado por el CG26 en el año 2008 como una “nueva frontera”, en la que “También nos sentimos interpelados por las nuevas tecnologías de la comunicación social y por los desafíos educativos que proponen.”²² El Capítulo reconoce que hay “son múltiples los mundos

10 “Los MCS se convierten cada vez más en una presencia educativa de masa, plasmadora de mentalidad y creadora de cultura. A través de ella se elaboran las convicciones colectivas en que se basan los nuevos modelos de vida y los nuevos criterios de juicio. Su eficacia incisiva y su presencia cada vez más masiva hacen de los MCS una verdadera y auténtica escuela alternativa para grandes estratos de la población mundial, especialmente juveniles y populares.” (CG21, 148).

11 Es un campo de acción significativo, que figura entre las prioridades apostólicas de la misión salesiana. Nuestro Fundador intuyó el valor de esta escuela de masas, que crea cultura y difunde modelos de vida, y, para defender y sostener la fe del pueblo, acometió empresas apostólicas originales. Siguiendo su ejemplo, aprovechamos como dones de Dios las grandes posibilidades que la comunicación social nos ofrece para la educación y la evangelización. (C. 43).

12 ACG 302, p. 16

13 CG24, 129

14 CG25, n. 47

15 C. 137

16 CG23, 259

17 R. 31

18 R. 32

19 R. 33

20 R. 142

21 R. 31, 82; Ratio

22 CG26 n.99

virtuales habitados por los jóvenes y que no siempre somos capaces de compartirlos y de animarlos por falta de formación, de tiempo y de sensibilidad.” (no. 102) y ha propuesto, inter alia, pasar “a un uso responsable y a una animación educativa y evangelizadora más incisiva “ (no. 104) y que en las comunidades se “usen las tecnologías de la comunicación social para dar mayor visibilidad a la propia presencia y para difundir el carisma.” (n. 109).



4.4 La misión

14.

El SSCS tiene como objetivo fomentar un entorno comunicativo salesiano que sea comunión entre individuos, trabajos, proyectos y actividades.

Su finalidad es dar lugar al desarrollo y utilización de recursos de comunicación al servicio de la educación y evangelización de los jóvenes, especialmente de los más pobres, así como de la sociedad. Esto es realizado no de manera solitaria sino trabajando con otros sectores responsables de la misión salesiana.

4.4.1 Convicciones y valores

15.

Las creencias y valores son las ideas que identifican, definen y guían las actividades de la Congregación Salesiana en el campo de la comunicación.

16.

El término comunicación hace referencia a las personas involucradas en relaciones interpersonales y de grupo, pero también a un entorno cultural y social que involucra a todo aquel que forma parte de una red, entorno en el que intervienen de manera considerable diversas herramientas y tecnologías. A la palabra comunicación le son propios valores como la reciprocidad y la participación en el dar y recibir. Este es el porqué se puede decir que todo el que está involucrado en el proceso de comunicación es sujeto de la comunicación ‘social’.

17.

La persona humana es un ser en comunicación, en diálogo, un ser para los otros, condición y posibilidad de todo acto comunicativo. Todos somos comunicadores, aunque no todos seamos comunicadores profesionales.

18.

Una verdadera y efectiva comunicación humana es un proceso de relaciones humanas que, además de transmitir mensajes claros, es capaz de generar:

- entendimiento
- comunión
- solidaridad
- participación
- respeto
- enriquecimiento mutuo
- una mejoría en las relaciones humanas
- la posibilidad de vivir juntos amigablemente

19. El contenido más importante de la comunicación es el don que Dios hace de sí mismo a la humanidad en Cristo Resucitado. La convicción más importante sobre este tema es que los Salesianos son testigos del amor de Dios revelado en Cristo y comunicado a través de los diversos signos, símbolos y lenguajes de la comunicación.

20. La evangelización, la catequesis y la educación no pueden tener lugar sin un adecuado proceso humano y de comunicación.

21. Los medios son un don de Dios y, en nuestros tiempos, son de fundamental importancia para la educación y la evangelización.

22. La comunicación es un amplio y significativo campo de acción que forma parte de las prioridades apostólicas de la misión salesiana.

23. El carisma salesiano tiene un gran potencial de innovación en el área de la comunicación.

24. El Sistema Preventivo de Don Bosco resume el estilo salesiano de comunicación.

25. Este es el porqué la política de comunicación de la Congregación Salesiana está basada en aquellos

criterios que constituyen el sello distintivo de la, bastante diferenciada, actividad salesiana. Estos criterios señalan sus principales opciones y su manera de implementarlas en este ámbito:

4.4.2 Criterios importantes de la comunicación salesiana

Encarnación:

26. 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.

Testimonio vocacional:

27. El SSCS 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). Para ampliar el círculo de amigos de la obra salesiana y de personas responsables a favor de los jóvenes y de los ambientes populares, nos comprometemos a suscitar interés por la situación de los jóvenes y sus necesidades, por la misión de Don Bosco, así como por el trabajo salesiano a favor del desarrollo humano y de la evangelización, además de atraer la atención hacia las actividades promovidas para librar a los jóvenes y a la gente en general de sus problemas inmediatos en vista de su crecimiento como seres humanos. ‘Vender’ significa para nosotros suscitar nuevas vocaciones salesianas: construyendo un vasto movimiento según al estilo de Don Bosco.

Evangelización y Educación:

28.

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, respondiendo a las exigencias de comunicación y de cualificación de los educadores y de los jóvenes en este campo, así como en el contenido y en la forma de comunicar. Creemos que nuestro compromiso con la educación es “la principal aportación al cambio del mundo para la llegada del Reino es la educación” (CG24, 99).

Sistema Preventivo:

29.

“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). La comunicación salesiana se caracteriza por el Sistema Preventivo... .. que difunde los valores del espíritu salesiano como son el impulso apostólico, el sentido de Dios y de Iglesia, la predilección por los jóvenes, el espíritu de familia, el optimismo y la alegría, el sentido práctico, la creatividad y la flexibilidad, el trabajo y la templanza, y la práctica misma del Sistema Preventivo -una forma de ‘asistencia’ formada por razón, religión y amabilidad.

Estas características en conjunto representan el perfil ideal y deseable del educador salesiano.

Ética y profesionalidad:

30.

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, falsedad o manipulación; así como en el respeto a los derechos de autor, de imagen, de privacidad y a la ley misma. Ser profesionales exige un modo riguroso de hacer las cosas, adecuado a la naturaleza de la realidad a la que nos enfrentamos. Para la comunicación esto significa: sistematicidad, espíritu crítico y una continua corroboración de los datos; identificación de los receptores para poder distinguir el tipo de interacción que hay que establecer, así como la selección de información; calidad del contenido y de la forma; adaptación a las capacidades de los receptores y al tipo de medio que estos requieren.

Interdisciplinariedad:

31.

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:

32.

Uno de estos derechos (según la tercera generación de derechos) es el derecho a comunicar. Este derecho 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.

Sistema:

33.

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:

34.

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 guíe 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.

5. Objetivos estratégicos



5.1 Destinatarios/actores clave y sus necesidades

35.

La finalidad prioritaria de la acción de la Congregación Salesiana en el campo de la Comunicación Social, como para cada salesiano, son los jóvenes, especialmente los más pobres entre los pobres. Los ambientes populares y las misiones son otra finalidad prioritaria. Dado que todos estos son beneficiarios de la misión, toda comunicación está orientada a ir al encuentro de sus necesidades educativas y evangelizadoras; enunciado esto, tanto en la práctica de Don Bosco como en nuestra moderna comprensión de ‘ecosistema’, aplicado tanto a los individuos como a los grupos, los antes mencionados no son sólo destinatarios sino actores clave por derecho propio.

5.1.1 Necesidades de los jóvenes:

36.

- Ser creativos; tomar parte activa en su propio crecimiento, tanto en la sociedad como en la co-responsabilidad con nosotros y nuestra misión.
- Entender y familiarizarse con el uso de recursos y procesos de la comunicación al servicio de su propia educación, así como de su relación con Dios, con las personas, la naturaleza y la sociedad.

- Ser críticos para saber cómo interactuar con los medios y cómo vivir en este mundo interconectado del que forman parte.
- Información que les asista en su crecimiento en la sociedad, en su proyecto de vida y en su relación con el mundo.
- Información acerca de la Congregación, la Iglesia y la Vida Religiosa.
- Formarse para vivir en la generación digital a la que pertenecen, así como para ser responsables en el uso de los diversos tipos de medios (masivos, populares, personales, convergentes, etc.) y para participar en modo competente y activo como promotores de las oportunidades que representan
- los medios sociales (redes sociales, sitios web), como también en las formas de expresión juveniles y populares.

5.1.2 Ambientes populares y las necesidades de la misión:

37.

- Recursos de comunicación adecuados a las necesidades de formación y de desarrollo socio-político, cultural y religioso de la gente.
- Fuentes de información e investigación sobre juventud.
- Trabajo en red para intercambiar y consolidar proyectos.
- Fomento a los derechos humanos, incluyendo el derecho a comunicar.
- Conciencia crítica para saber cómo interactuar con los medios y cómo vivir en este mundo interconectado del que forman parte.

38.

Otros destinatarios entre los actores clave pueden mencionarse los Salesianos los laicos que comparten responsabilidad con nosotros, la Familia Salesiana, los bienhechores, la sociedad (medios, gobierno, sociedad civil, organismos nogubernamental, organizaciones eclesiales y otros sectores específicos). La actividad en el campo de la comunicación ha de responder a estas necesidades, asegurándose que sigan la línea de sus objetivos prioritarios.

5.1.3 Necesidades de los Salesianos:

39.

Conciencia clara de que su presencia está encaminada a “descubrir en ellos la presencia de Dios e invitarlos a abrirse a su misterio de amor.” (CG26 2).

- Conocer el lenguaje juvenil.
- Conocer formas adecuadas de lógica no-lineal, de modos no-lineales de representación de la verdad (el lenguaje de las imágenes, diseño multimedia, presentación narrativa, etc.).
- Prepararse para mantener una actitud positiva y crítica ante el uso de instrumentos de comunicación y sus lenguajes, y también para dominarlos.
- Prepararse como animadores culturales.
- Formación permanente para trabajar de manera profesional en el campo de la comunicación.
- Materiales que ayuden en la misión educativo y pastoral.

- Información sobre la vida de la Congregación, de la Familia Salesiana, sobre juventud y educación.
- Prepararse mentalmente para crecer en sentido de comunidad y de pertenencia (sinergia corporativa);
- Ser expertos en integrar el mensaje de la educación y la evangelización en la cultura de los medios actual.
- Propagar los principios y valores salesianos.
- Voluntad para usar los instrumentos de la comunicación de manera correcta de acuerdo al contexto de la misión y acorde con los criterios religiosos.
- Prepararse para trabajar en red.

5.1.4 Necesidades de la Congregación: 40.

- Salesianos formados para ser evangelizadores, educadores y comunicadores;
- Un sistema de comunicación profesional, estable y flexible (plan estratégico, trabajo en red, estructuras e instrumentos apropiados, comunicación con la sociedad, ecosistémico).
- Personal cualificado.
- Preparación para la animación de proyectos.
- Una mentalidad capaz de ver la importancia de compartir la responsabilidad en este campo con los laicos (Cf. CG24).
- Centros de formación y producción (espacios, recursos y empresas).
- Formación y consolidación, en términos de sociedad, de la imagen de la Congregación como una institución educativa y evangelizadora que trabaja al servicio de los

jóvenes pobres y de los ambientes populares.

- Flujo de información entre el centro de animación gobierno y las inspectorías.

5.1.5 Los laicos co-responsables requieren:

41.

- Verse a ellos mismos como verdaderos socios nuestros en la misión salesiana;
- Comprender el lenguaje juvenil.
- Conocer el sistema preventivo.
- Formarse como animadores culturales y como líderes.
- Formarse en el uso de recursos de comunicación al servicio de la educación.
- Prepararse para trabajar en red.
- Documentación y materiales de capacitación sobre trabajo educativo y pastoral.
- Recursos de comunicación innovadores.

5.1.6 Necesidades de la Familia Salesiana:

42.

- Documentación y materiales de capacitación sobre trabajo educativo y pastoral.
- Recursos de comunicación para la misión.
- Trabajo en red entre la Familia Salesiana y con otros organismos eclesiales y civiles.
- Preservar su herencia.
- Acceso a las fuentes históricas de la Familia Salesiana.
- Información actualizada sobre eventos del mundo salesiano.

5.1.7 Necesidades de la Iglesia y de la sociedad:

43.

- Información que mantenga al mundo de la comunicación en alerta, manteniendo también viva la formación de una conciencia crítica.
- Información correcta y buenas noticias sobre juventud, educación, la Iglesia, religión, sobre la sociedad, etc.
- Difusión de valores promotores de una cultura de justicia, paz, solidaridad y comunión.
- Nuevas ofertas de carácter espiritual a través de los nuevos medios.
- Un llamado a la gente de bien para que ayude a promover nuestra misión a favor de los jóvenes.



5.2 Resultados deseados

44.

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 inspección.

45.

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.

46.

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.

47.

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 comparten su preocupación por los jóvenes.

48.

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. Que estén informados acerca de la realidad de los jóvenes y de la educación.

49.

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.

50.

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.



5.3 Agentes involucrados

51.

En vista de promover el Sistema Salesiano de Comunicación Social es necesario considerar diversos agentes con cualidades particulares:

EDUCADORES interesados primera y principalmente en la comunicación interpersonal entre personas mayores y jóvenes, entre laicos y religiosos.

De acuerdo al espíritu del Sistema Preventivo, cada uno está llamado a desarrollar habilidades

comunicativas; a establecer una convivencia basada en la confianza y amistad y a establecer relaciones de cooperación de todo tipo.

COMUNIDADES SALESIANAS y COMUNIDADES EDUCATIVAS ambas responsables del desarrollo de la comunicación, a pesar de la diversidad de funciones y responsabilidades.

PROFESIONALES a los que les sean asignadas funciones específicas y responsabilidades comunicativas definidas por la organización, tanto dentro como fuera de la comunidad.

RESPONSABLES Y SUPERIORES según sus niveles respectivos y sus respectivas responsabilidades:

- A nivel de la Dirección General de la Congregación, el RECTOR MAYOR Y SU CONSEJO, EL CONSEJERO GENERAL PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL EQUIPO DEL DICASTERIO.
- A nivel nacional/o regional, el DELEGADO NACIONAL o COORDENADOR REGIONAL. A nivel inspectorial el INSPECTOR Y SU CONSEJO, el DELEGADO INSPECTORIAL y la COMISIÓN o el EQUIPO DEL DICASTERIO.
- A nivel local, el DIRECTOR, SU CONSEJO, el DELEGADO LOCAL DE CS Y SU EQUIPO.

Dado que consideramos al SSCS como un verdadero ecosistema comunicativo, y que las empresas como la radio, televisión y los sitios web están abiertos al mundo por naturaleza, se incluye también a la sociedad en su conjunto en esta lista, pero especialmente porque representa la extensión (que puede ser virtual además de física y geográfica) de la comunidad salesiana local y de su trabajo.



5.4 El Sistema Salesiano de Comunicación, Social - Áreas de acción

5.4.1 Animación

52.

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.

5.4.2 Formación

53.

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.

5.4.3 Información

54.

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.

5.4.4 Producción

55.

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.

6. Políticas



6.1 La política de comunicación de la Congregación

56.

El trabajo en el campo de la comunicación se desarrolla en el marco de la misión salesiana a favor de la juventud, como una dimensión que recorre transversalmente toda la actividad educativa y pastoral. Este trabajo está al mismo nivel que otras obras salesianas, y debe ser considerado como un campo de actividad para la misión; implica la gestión de procesos y productos encaminados a crear y fortalecer ambientes comunicativos salesianos. A causa de la centralidad y el carácter único de la misión, la comunicación salesiana requiere que esté en coordinación y sintonía con otros ámbitos de la misión salesiana.

57.

Las actividades del SSCS están orientadas a generar resultados que estén en línea con las creencias y valores salesianos. También están encaminadas a promover la solidaridad y la paz en la sociedad en general, así como al servicio de la comunión carismática en la Congregación y entre la Familia Salesiana.

58.

La actividad en el campo de la comunicación en la Congregación está completamente al servicio de la misión de la Iglesia, centrándose en la educación y evangelización de los jóvenes,

especialmente de quienes son pobres, y en la promoción de la fe de la gente en los ambientes populares. (cf C. 6).

59.

La promoción de la comunicación es responsabilidad de todos, bajo el liderazgo y la coordinación del Consejero para la Comunicación Social a nivel mundial, y de los inspectores y de los delegados a nivel inspectorial. Esto implica una actividad sistemática, con políticas y proyectos comunes y que encuentren recaída en el Programación del Rector Mayor y su consejo, así como en cada Proyecto Orgánico Inspectorial (POI).

60.

“La comunicación social supera los estrechos confines de una inspectoría. Debe, pues, ser pensada como una red. Lo que no se puede hacer con las fuerzas de una sola inspectoría, puede realizarse con la participación de varias. (ACG 370.41).

61.

“Búsqense formas de conexión y cooperación con centros de otras inspectorías y con el consejero general para la comunicación social.” (R. 31).

“Los centros editoriales que actúan en la misma nación o región, busquen formas convenientes de colaboración encaminadas a desarrollar un proyecto unitario.” (R. 33).

62.

De acuerdo con lo anterior, donde se de la oportunidad y conveniencia, los distintos países y regiones pueden organizar conferencias, equipos, estructuras y servicios, así como espacios de consulta y colaboración en el campo de la comunicación al servicio de las inspectorías. Estas estructuras y servicios de se establecerán de acuerdo entre las inspectorías, con la participación del Consejero regional y luego de consultar al Consejero General para la Comunicación Social.

63.

La comunicación mejora cuando las competencias comunicativas de los individuos y las instituciones mejoran también. Las competencias (un término bastante usado hoy en día entre los educadores) pueden ser evaluadas de manera objetiva. Esta evaluación ha de estar guiada por parámetros o indicadores objetivos que señalen el alcance de los resultados deseados y su implementación de acuerdo a los criterios establecidos. Todo esto debe tener lugar con la participación de las distintas personas involucradas, evaluando la efectividad de los proyectos y de los procesos iniciados e indicando los pasos subsiguientes.

64.

El carácter único y las estructura orgánica de la misión salesiana señalan la posibilidad y la necesidad de contar con equipos interdicasteriales (por ejemplo entre Pastoral Juvenil, Comunicación Social y Misiones), especialmente para contribuir a la realización de actividades comunes.



6.2 Políticas para las áreas de acción

6.2.1 Animación

65.

La animación en el campo de la comunicación en un proceso educativo debe tener en cuenta:

- La comunicación masiva, convergente y los medios personales, considerando particularmente a los medios sociales como vehículos de información y de desarrollo de modelos innovadores y de nuevas ideas. Todos estos
- tipos de comunicación requieren una cuidadosa atención en la educación.
- Mejorar la comunicación dentro de la comunidad educativa, tomando en cuenta las expresiones de liderazgo y de participación.
- La producción de mensajes.
- La educación a través de los medios, entendidos como instrumentos que pueden ser utilizados en los procesos educativos en general, la media education, que referencia a una comprensión crítica de los medios, no sólo como instrumentos sino como lenguaje y cultura, y la educación a los medios dirigida a la capacitación de profesionales.
- Las expresiones artísticas, las actividades culturales, música, deporte y pasatiempos realizados de acuerdo al estilo salesiano.
- El cuidado del ambiente en sus diversos aspectos.
- La apertura a “formas de educación y evangelización que consideren a la

comunicación como una nueva área vital de participación juvenil.”

66.

La animación de la comunicación al servicio de las relaciones internas debe tomar en consideración:

- El esfuerzo permanente por construir una comunidad de personas que comparta una misma visión y misión, además del espíritu salesiano y la participación en la planeación, todo en un ambiente de familia que involucre a todos: Salesianos y laicos (Cf. Particularmente el CG24), educadores y alumnos.
- La comunidad salesiana como núcleo animador de una presencia acogedora.
- Incentivos para toda actividad que promueva el intercambio y/o que facilite se compartan experiencias.
- Una actitud que vaya más allá de las actividades sectoriales y de las obras, así como de las áreas funcionales (pastoral juvenil, comunicación social, misiones, etc.) a nivel local, inspectorial y global.
- Promoción de la unidad ante la creciente diversidad de las siempre cambiantes culturas y situaciones. A través de un diálogo constante entre el Centro y las inspectorías de manera que, por una parte, se conozcan y comprendan los problemas y situaciones locales y, por otra, exista apertura a la universalidad de la Congregación.
- Cercanía de parte de la Dirección General hacia las conferencias de inspectorías, planeando intervenciones para trabajar en red a nivel local en lugar de que vengan de lo

alto, involucrando a los centros y delegados inspeccionales y regionales.

67.

La animación de la comunicación al servicio de las relaciones externas debe tener en cuenta:

- El cuidado de las relaciones públicas de la Congregación.
- El cuidado de la imagen pública e institucional de la Congregación.
- La asistencia al Rector Mayor y su consejo, así como a los inspectores y sus respectivos consejos en lo concerniente a su relación
- con la gente, comunidades, instituciones, medios de comunicación y a su participación en actividades públicas.
- La promoción del conocimiento de la Congregación
- por parte de las autoridades civiles
- y eclesiales, de manera que se
- interesen por la misión salesiana.
- El trabajo con los medios de comunicación al servicio de la educación y para la difusión de buenas noticias.
- El uso de cuantas iniciativas sean posibles para ingresar en el mundo de los medios de comunicación, aprendiendo sobre el uso de los medios e incidiendo positivamente en sus contenidos,
- La relación con la Iglesia y con organizaciones civiles que trabajan en el campo de la comunicación,
- La participación en eventos y movimientos sociales relacionados con el campo de la

comunicación y que tienen relación con la educación y la pastoral juvenil.

6.2.2 Formación

68.

La FORMACIÓN DE LOS SALESIANOS tiene en consideración:

El artículo 82 de los Reglamentos: “La misión salesiana orienta y caracteriza, de modo propio y original, la formación intelectual de los socios en todos los niveles. Por consiguiente, el ordenamiento de los estudios armonice las exigencias de la seriedad científica con las necesidades de la dimensión religioso- apostólica de nuestro proyecto de vida. Cultívense con especial interés los estudios y materias que versan sobre educación, pastoral de la juventud, catequesis y comunicación social”.

- Las orientaciones de la Ratio (LA FORMACIÓN DE LOS SALESIANOS DE DON BOSCO. PRINCIPIOS Y NORMAS).
- Atención y preparación de los hermanos de manera que puedan comunicarse de manera profesional.
- Las Orientaciones para la formación de los Salesianos en Comunicación Social: contenidos y métodos para las diversas etapas de formación, documento conjunto de los dicasterios de Formación y de Comunicación Social (2006).

69.

La gestión de PROYECTOS DE FORMACIÓN PARA SALESIANOS Y EDUCADORES considera los siguientes tres niveles (Cf. ACG 370, p. 22-25):

Nivel básico

- Mayor aprecio por motivos teológicos y pastorales de la comunicación.
- Estudio y aplicación del Sistema Preventivo de Don Bosco como una de las mejores expresiones de comunicación y como cimiento de toda la formación.
- Promoción de una formación que permita a los educadores adquirir habilidades de comunicación, partiendo de sus necesidades.
- Preparación para trabajar en equipo y para otras formas de aprendizaje colaborativo.
- Comprensión de los medios, evaluación crítica de los mismos e interacción con ellos, yendo más allá de lo requerido por un simple usuario.
- Promoción de una conciencia crítica y de una actitud de sintonía con los lenguajes que expresan la cultura de los jóvenes, tales como la literatura, el teatro, la música, el cine, etc.
- Preparación para desempeñar una función crítica en el actual 'continente digital' representado particularmente por blogs, mensajería instantánea, etc.

A nivel de los animadores y de los operadores educativos y pastorales

Comprensión de la cultura de este mundo globalizado, pero también capacidad para contribuir en la creación de modelos alternativos de cultura solidaria.

Interactuar con los sistemas masivos de comunicación, asegurando se forme gente atenta y creativa... usando los medios para beneficiar la entera comunidad.

Competencia en el uso del lenguaje, recursos e instrumentos de comunicación al servicio de las actividades educativas y pastorales.

Formación de media educadores, educadores y líderes culturales.

Nivel especializado

Formación específica a nivel tecnológico y profesional.

Participación en programas o cursos ofrecidos por los centros de formación en comunicación.

70.

La realización de PROYECTOS DE FORMACIÓN PARA JÓVENES ha de tener en cuenta:

- Una formación en competencias de comunicación interpersonales y grupales, partiendo de sus propias necesidades.
- La formación de líderes culturales.
- Una formación encaminada a la comprensión crítica de los medios.
- Capacitación para comunicar y expresarse con los lenguajes del teatro, la música, la danza, las manifestaciones populares, del arte, del cine, de la TV, del Internet, etc.
- La adquisición de competencias para el uso de recursos, instrumentos y del lenguaje de la comunicación.

6.2.3 Información

71.

Una información que sea considerada como factor fundamental en la creación de ambientes comunicativos salesianos y para movilizar a la sociedad para que atienda las necesidades de los jóvenes.

72.

Una información que se adapte para atender las necesidades de cualquier destinatario específico -individuo o grupo- en un modo apropiado y con un lenguaje y medio adecuado.

73.

Una información coherente con las políticas y criterios de comunicación de la Congregación

74.

El intercambio de información y de experiencias es promovido como un factor de crecimiento para el sentido de unidad y pertenencia a la Congregación y la Familia Salesiana.

75.

Una información que apoya la puesta en práctica del Proyecto de Animación del Rector Mayor y de su consejo, tanto como el de las inspectorías y el de las comunidades.

76.

Más allá del contacto personal y del conocimiento de los jóvenes en cada comunidad o área

de trabajo, se requiere concentrarse en un conocimiento bien documentado del mundo juvenil, siempre en evolución. Una gran cantidad de información requiere, para su adecuada comprensión, que se le reúna, pero también que se defina mejor nuestro servicio informativo y un mayor aprecio por este. Al mismo tiempo hay que ofrecer esta información a la sociedad para generar opinión y para que se logre contar con políticas y actividades para la juventud.

77.

Nuestro servicio informativo ha de proveer una base de datos siempre actualizada que permita acceder de manera rápida, precisa y segura a información sobre nuestro personal, obras y actividades, que permita una mejor animación y un adecuado funcionamiento de la Congregación como una organización.

78.

El área de información se ocupa también de la conservación de la información digital, lo cual conlleva a desarrollar políticas, a diferentes niveles, que permitan asegurar que el material digital valioso sea preparado en vista de facilitar su preservación. Diversos procesos digitales están involucrados en la conservación de los documentos culturales e históricos de la Congregación, tanto de los escritos como de las imágenes (fijas o en movimiento), sonido u otros objetos, a través de la administración de archivos, bibliotecas, museos y monumentos.

79.

A la imagen corporativa e institucional se le brinda atención a través de una información correcta y completa que ponga de manifiesto la significatividad social de la obra de Don Bosco. “Trabajamos en ambientes populares y en favor de los jóvenes pobres. Los educamos para las responsabilidades morales, profesionales y sociales... contribuimos a la promoción del grupo y del ambiente. Participamos, desde nuestra condición de religiosos, en el testimonio y compromiso de la Iglesia por la justicia y la paz. Manteniéndonos independientes de toda ideología y política de partido, rechazamos cuanto favorece la miseria, la injusticia y la violencia, y cooperamos con quienes construyen una sociedad más digna del hombre. La promoción, a la que nos dedicamos con espíritu evangélico, realiza el amor liberador de Cristo y es signo de la presencia del Reino de Dios.” (C. 33).

80.

Los instrumentos, estructuras y productos de información requieren de constante actualización y de cualificación profesional, especialmente:

- La Agencia iNfo Salesiana (ANS) con su red de corresponsales regionales e inspectoriales.
- Las oficinas de relaciones pública, las oficinas de prensa y los voceros oficiales.
- Los Boletines Salesianos.
- Los portales y sitios web.
- Los servicios de documentación y de archivo.
- Los boletines inspectoriales y otros muchos productos salesianos de información.

- La plataforma de instrumentos y medios tecnológicos de comunicación que permitan mejorar los tiempos, costos y ahorro de energía, así como acceso a la información de manera permanente y personal.

6.2.4 Producción

6.2.4.1 Empresas editoriales

81.

El trabajo educativo de Don Bosco lleva su impronta escritor y productor editorial. Como autor escribió diversos textos devocionales, instructivos, educativos y escolásticos. Para apoyar sus actividades editoriales estableció la Sociedad para la difusión de la buena prensa y fundó una imprenta en el oratorio de Valdocco.

Visión

82.

- Las empresas editoriales salesianas forman parte de la vida cultural, social y política de la gente, especialmente de los jóvenes de los ambientes populares, y están abiertas a las culturas de los países donde se encuentran, comprendiéndolas e inculcando en ellas el mensaje del evangelio. (Cf. Constituciones Art. 7).
- A través de su actividad, las editoriales ayudan a la Congregación a desempeñar un papel activo en el proceso de evangelización y de catequesis, en la sociedad, en la escuela y en la cultura. Regulan su política editorial a partir de la relación entre fe y cultura tal y

- como es interpretada por el Magisterio.
- Reconocen la autenticidad de los valores humanos, su autonomía e importancia para la fe, rechazando cualquier tipo de fundamentalismo.
- Las editoriales representan una presencia creativa y educativa en la cultura, poniendo atención particular a su dimensión popular y humanista, siguiendo el estilo educativo y pedagógico de Don Bosco y de la tradición salesiana.
- Las publicaciones salesianas operan en el campo de la educación, evangelización, catequesis, formación y educación. Estas editoriales están llamadas a facilitar la proclamación del Evangelio, acompañando el descubrimiento y el desarrollo de la fe, facilitando la síntesis entre fe y cultura, educando a tener un espíritu crítico, a la ascesis, al sentido moral y a promover la apertura hacia la religión. (Cf. Constituciones art. 31 y 34; Reglamentos art. 32).

Estructura empresarial

83.

- Siguiendo el ejemplo de Don Bosco, quien dio estabilidad a su empresa editorial, y como es exigido por los Reglamentos (No. 31), las casas editoriales salesianas están establecidas sobre una base económica y legal segura.
- Como para otras obras de la inspección, el inspector y su consejo definen la estructura legal de las casas editoriales de acuerdo a las leyes en vigor de cada país, definiendo

también quiénes harán de propietarios, el objeto de actividad de la editorial, su estructura organizativa, indicando funciones claras y las responsabilidades de cada persona involucrada. Además tienen el deber permanente de monitorear e indicar directrices para la empresa.

- Los propietarios de la casa editorial deberán expresar en la documentación oficial los valores fundamentales, directrices para la toma de decisiones, políticas, acciones y objetivos. Todo esto deberá reflejar la razón principal de la existencia de las editoriales: la misión, traducido en objetivos a alcanzar.
- La empresa establecerá una estrategia para lograr la misión que se le ha encomendado. Esto a través de un análisis de sus fortalezas y debilidades, de sus recursos humanos y financieros, de su capacidad innovadora, identificando el segmento de mercado al que estará dirigida su actividad, estableciendo su plan estratégico, sus actividades principales y fijando tareas: quién hace que, cuándo y cómo.

6.2.4.2 Los sitios web salesianos

84.

Es posible identificar tres núcleos de sitios web salesianos: de acuerdo a su identidad, a su finalidad y a la naturaleza del medio en sí.

Visión - Identidad

85.

La identidad de un sitio web salesiano es carismática e institucional.

- La identidad carismática puede ser expresada en los siguientes términos: la misión (salvación de la juventud), la referencia a Don Bosco y su figura atrayente, el término salesiano que hace referencia a un estilo inspirado en el Sistema Preventivo, el sentido comunitario y el empeño por crear comunidad.
- Identidad institucional. Hay varios niveles de identidad institucional de acuerdo a la naturaleza de un sitio web: un sitio puede ser ‘oficial’, de la Congregación, de la región o inspección, o bien de una obra, sector o de alguna actividad típicamente salesiana. Elementos como el logo, los diversos enlaces o ‘links’ ayudan a expresar esta pertenencia. En un sitio oficial debiera ser normal incluir un enlace al sitio web de la Congregación.
- Un sitio web salesiano siempre mirará a dar testimonio de su identidad cristiana y evangelizadora.

Finalidad

86.

La finalidad de un sitio web salesiano debiera considerar los siguientes aspectos: animación, formación/ educación, información (noticias, vídeos, etc.), almacenamiento (documentos, imágenes, archivos de audio) y propaganda (sin demasiada auto-referencia). Una de estas finalidades debiera ser la principal de cualquier sitio web. La naturaleza del medio en sí mismo

87.

Actualmente se habla sobre la Web 2.0 y el día de mañana tocará a la Web 3.0. Un sitio web construido hace una década no responde a las

expectativas actuales. Es esencial que un sitio web salesiano siga desarrollándose.

88.

No hay duda de que para lograr que un sitio web se desarrolle o crezca se requiere tomar en cuenta aspectos relacionados con el diseño, iconos, navegación, interactividad, usabilidad, además de contar con la habilidad para administrar sitios web complicados en la manera más sencilla posible, utilizando los instrumentos disponibles actualmente.

89.

El webmaster salesiano forma parte de un amplio movimiento (diversas personas) que puede dar su propio aporte. Esta es la razón por la que se puede hablar de una ‘comunidad de práctica’ que hay que constituir y fortalecer:

- Una comunidad formada a través del diálogo, apertura y participación de todas las partes interesadas;
- Los sitios web salesianos deben buscar un equilibrio entre lo público y lo privado;
- Se parte de la convicción de que un sitio web salesiano agrega valor a lo ‘Salesiano’, poniéndose al servicio del amplio mundo salesiano y de su misión;
- La comunidad de práctica de los webmastersalesianos es un espacio de acogida como lo sería una sala comunitaria o algún otro sitio semejante;
- Al igual que toda comunidad, la comunidad de práctica de los webmaster salesianos tiene sus propios ritmos, lo cual pone de

manifiesto su vitalidad. Esta comunidad de práctica se interesa en compartir información, intercambio de mensajes de correo electrónico, participación en foros, etc.

6.2.4.3 Radios salesianas

Misión

90.

Se trata de instituciones radiofónicas que trabajan con un estilo salesiano. Que evangelizan la cultura juvenil y popular, educando, haciendo de guía, informando e involucrando a la gente

Vision

91.

Se requiere promover la formación de asociaciones, la participación de los jóvenes y de las clases trabajadoras, despertando en ellos una visión crítica de la realidad y trabajando para que los valores humanos y cristianos permeen la sociedad.

Orientaciones prácticas

92.

- Promover programas educativos, culturales y pastorales.
- Difundir programas especializados inspirados en el Sistema Preventivo;
- Elaborar programas dirigidos de carácter educativo y salesiano a jóvenes en los cuales se involucren ellos mismos. Esto anima a los jóvenes a realizar sus propias producciones.
- Difundir información que promueva una

actitud crítica ante la sociedad pero también constructiva.

- Cooperar en campañas de promoción y protección de los derechos humanos.
- Buscar la auto-sustentabilidad de las estaciones de radio y TV buscando apoyo local y participando en proyectos de trabajo en red.
- Promover la vocación salesiana.

Orientaciones generales

93.

Informar, educar y evangelizar a los jóvenes y a las clases trabajadoras usando el lenguaje de la radio.

Promover la cultura, la educación y la religión a través de una programación de reconocida calidad ética.

Producir y apoyar programas, recursos y empresas radiofónicas que estén al servicio de la educación y de la pastoral juvenil.

Preparar y capacitar en el carisma salesiano a los profesionales de nuestras radios para garantizar la calidad del mensaje de evangelización.

Involucrarse en el tema de la justicia social y de los derechos humanos a través de mensajes específicamente creados con el propósito de crear conciencia.

Divulgar los valores religiosos y los valores educativos salesianos de manera creativa utilizando los recursos adecuados.

En todas las zonas de la inspección, así como a nivel local, promover el trabajo en red entre la Congregación Salesiana y la Iglesia.



6.3 *Procesos y sus políticas*

6.3.1 **Procesos básicos**

94.

Para asegurar el adecuado funcionamiento de un sistema institucional es necesario identificar los diversos procesos que lo componen. Estos procesos son una serie de acciones interrelacionadas y necesarias para alcanzar la misión institucional.

95.

La descripción de estos procesos indica qué hay que hacer y cómo hacerlo a través de una serie de acciones. Esto es distinto a la configuración de la organización que establece las áreas de función con sus atribuciones y responsabilidad.

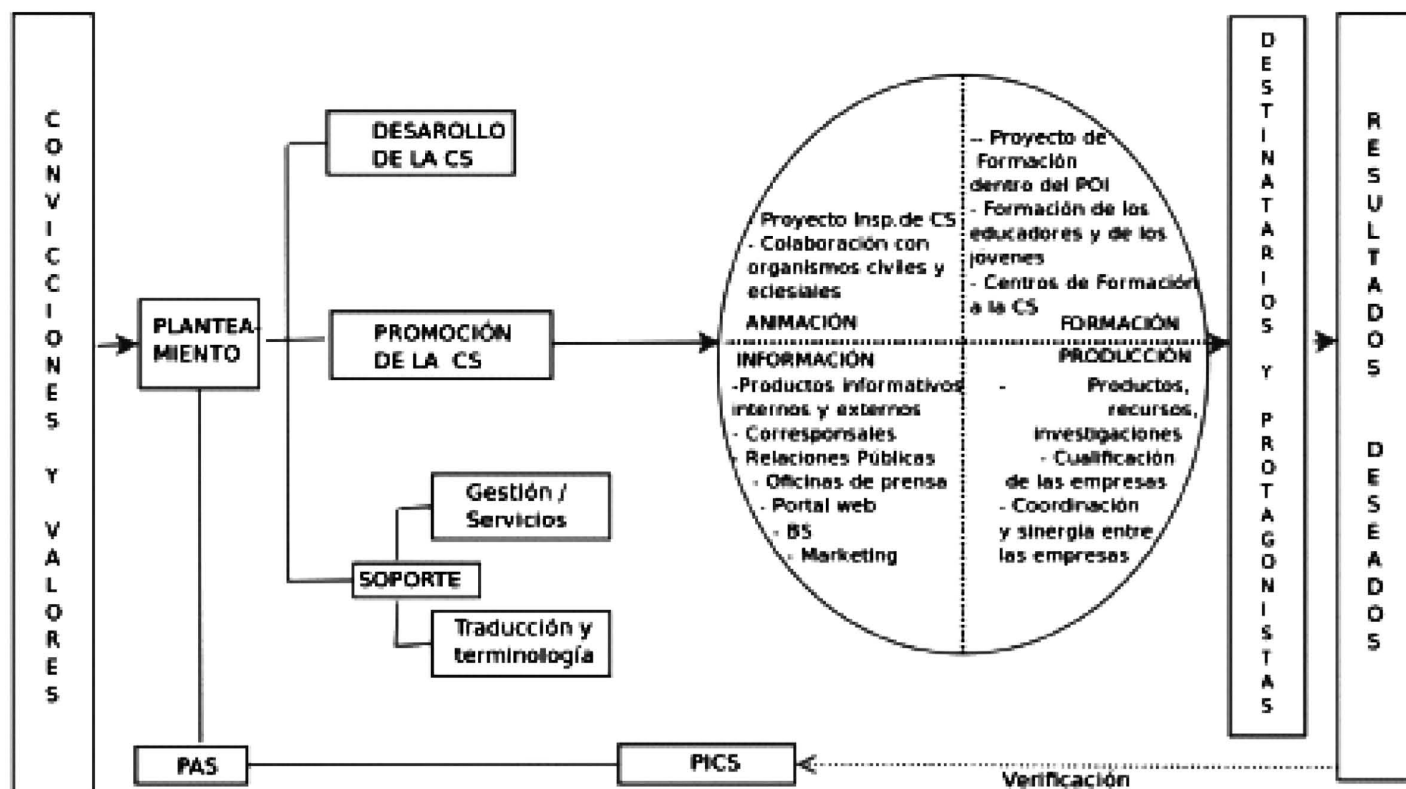
96.

Para el SSCS se han identificado los siguientes procesos:

- Planeación
- Desarrollo
- Promoción
- Soporte: gestión y servicios / traducción

97.

El siguiente es un diagrama sobre cómo funciona el SSCS y la descripción de sus procesos.



6.3.2 Procesos de planeación y sus políticas

98.

El proceso de planeación asegura la actualización constante del SSCS a la luz de las necesidades de los destinatarios, haciendo que se dirijan las diversas acciones a alcanzar los objetivos establecidos de manera más efectiva.

99.

El proceso de planeación ha de ser vista como una condición estratégica para promover el SSCS, para guiar su desarrollo y lograr la convergencia de acciones que lleven a alcanzar los resultados deseados.

100.

El SSCS ha de contar con la guía del Plan de Acción de Sector (PAS), integrado en el Proyecto de Animación del Rector Mayor y su consejo, que mira a la creación de sinergias entre las inspectorías y promueve la cooperación entre obras específicas al servicio de la formación y la producción.

101.

A nivel inspectorial el SSCS se traduce en el Plan Inspectorial de Comunicación Social (PICS) y es integrado también al Proyecto Orgánico Inspectorial (POI), el cual mira a las situaciones específicas de cada inspectoría y trata de aplicar las políticas de Comunicación Social de la Congregación a la inspectoría así como las del sexenal Proyecto de Animación del Rector Mayor y su consejo.

6.3.3 Procesos de desarrollo y sus políticas

102.

Por desarrollo se entiende la intención de promover la vitalidad y dinamicidad del estilo salesiano de comunicación como una dimensión que atraviesa toda actividad educativo-pastoral y las obras que de esta se desprenden, de acuerdo a sus propias características y formando un ecosistema de comunicación integral.

103.

El desarrollo de la comunicación y la construcción del SSCS se fundamenta en el análisis, investigación, estudio y reflexión, acciones que han de ser monitoreadas a través de tareas de evaluación, consulta y formación.

104.

La tarea consiste en lograr una mayor comprensión del quehacer salesiano en el campo de la comunicación como servicio a la Congregación, a la Iglesia y a la sociedad.

105.

Para lograr esto, han de crearse consejos consultivos a nivel mundial e inspectorial. Estos equipos, de salesianos y laicos expertos en diversos campos, serán coordinados por el Consejero General para la Comunicación Social y por el Delegado inspectorial de Comunicación Social.

106.

La formación de salesianos y de laicos

especialistas en comunicación es esencial para poder lograr el objetivo que a la Comunicación Social le corresponde en la misión salesiana.

6.3.4 Procesos de crecimiento y sus políticas

107.

El crecimiento o avance en el campo de la comunicación consiste en mantener y mejorar la eficiencia en las diversas áreas de acción: animación, formación, información y producción, para lograr una implementación efectiva de la comunicación al servicio de la misión salesiana.

108.

El crecimiento en la comunicación tiene lugar a partir de las siguientes opciones:

- Hay que esforzarse en la formación de las personas, de los equipos y de los centros dedicados a la elaboración de mensajes, más que preocuparse por la adquisición de instrumentos o por la administración de estructuras físicas.
- Los proyectos deben buscar crear procesos de comunicación al servicio del Proyecto Educativo Pastoral Salesiano (PEPS), de la comunión carismática y para provocar la participación de la gente en la misión salesiana, más que realizar tareas concretas y trabajos aislados.

109.

Los procesos y estructuras deben ser creados contando con el personal adecuado y los recursos necesarios para llevar a cabo su tarea de

animación, formación, información y producción, tanto a nivel general como inspectorial.

110.

La tarea de coordinar la promoción de la comunicación corresponde al Consejero para la Comunicación Social en lo general y al Delegado de Comunicación Social a nivel inspectorial.

111.

El Inspector, de acuerdo a las indicaciones del Capítulo General 23, debe nombrar al Delegado de Comunicación Social, quien “asistirá a cada comunidad en la promoción de las distintas realidades comunicadoras; prestará su servicio a los diversos sectores de actividad y se relacionará con los organismos locales, eclesiales y civiles.” (CG23, 259).

6.3.5 Acciones de apoyo y sus políticas

112.

Las acciones de apoyo aseguran que se cuente y se maneje correctamente el equipo de trabajo adecuado (staff), así como los recursos y servicios necesarios para que el SSCS pueda operar.

113.

El manejo de este proceso de apoyo se realiza de acuerdo con el Ecónomo General y/o con el Ecónomo inspectorial.

114.

La administración de personal toma en cuenta:

- Que el personal esté en sintonía con las

convicciones y valores de la Congregación y comprometido con la realización de la misión salesiana.

- Que se debe apoyar y desarrollar una política de recursos humanos que permita al SSCS contar con personal cualificado, motivado y estable.
- Que se asegure la formación permanente de las personas para desarrollar su potencial y para colocarles adecuadamente en la estructura de trabajo.
- La legislación correspondiente.

115.

La administración de los recursos económicos y de los bienes debe asegurar:

- La disponibilidad, el uso adecuado y un control de los recursos necesarios para que se cumpla el papel que tiene el SSCS en la Congregación.
- Se haga uso de los recursos de acuerdo a la legislación vigente y a las regulaciones civiles y de la Congregación.
- La aplicación de procedimientos profesionales.
- Un presupuesto que corresponda a cada uno de los planes.

116.

La administración de servicios requiere se dé atención a:

- El modo de organizar y trabajar, esto debido a que las estructuras organizativas
- constantemente han de ponerse al día y adaptarse a los resultados deseados dentro

del marco establecido por las Constituciones y los Reglamentos de la Congregación y para que las mejoras conseguidas en un determinado sector o área de la Congregación sean compartidas con los demás.

- El uso adecuado de sistemas informáticos para garantizar una base rápida y segura a partir de la cual puedan tomarse las decisiones necesarias para alcanzar los resultados deseados.
- Que se disponga de asesoría legal de manera que asegure la puesta en práctica del SSCS y defienda los intereses de la Congregación en esta área.

117.

La administración de recursos lingüísticos y de traducción requiere se tenga en cuenta: Que se asegure la coherencia terminológica del discurso salesiano tanto internamente como cuando se dirija a otros. Que se realice una traducción confiable de mensajes y comunicaciones del Rector Mayor y de su Consejo, así como de otras instancias de animación, formación e información. 'Confiable' quiere decir en este sentido que se asegure la fidelidad a la lengua original y a su contexto. 'Comunicación' en cambio hace referencia a que el discurso sea comprensible para los lectores en su propio contexto cultural. Para lograr esto se han de promover estándares, especialmente para productos (textos) provenientes de la Dirección General.

118.

El Dicasterio de Comunicación Social brinda apoyo para la gestión de los datos lingüísticos de la Congregación en colaboración con el Archivo Central Salesiano, a través de la digitalización de textos, de la construcción de una memoria textual (TM), etc. El Dicasterio ofrece sus habilidades y asesora al Archivo Central Salesiano y a otros responsables de la gestión de los datos lingüísticos de la Congregación.

119.

El Dicasterio de Comunicación Social en colaboración con el Secretario General y/o el Vicario del Rector Mayor vigila la coordinación de un equipo de traductores y ofrece apoyo para la realización de su tarea.

120.

El DSC elabora guías de estilo para diferentes situaciones, por ejemplo, la Dirección General, para los traductores en diferentes idiomas.

7. Organización, roles y funciones



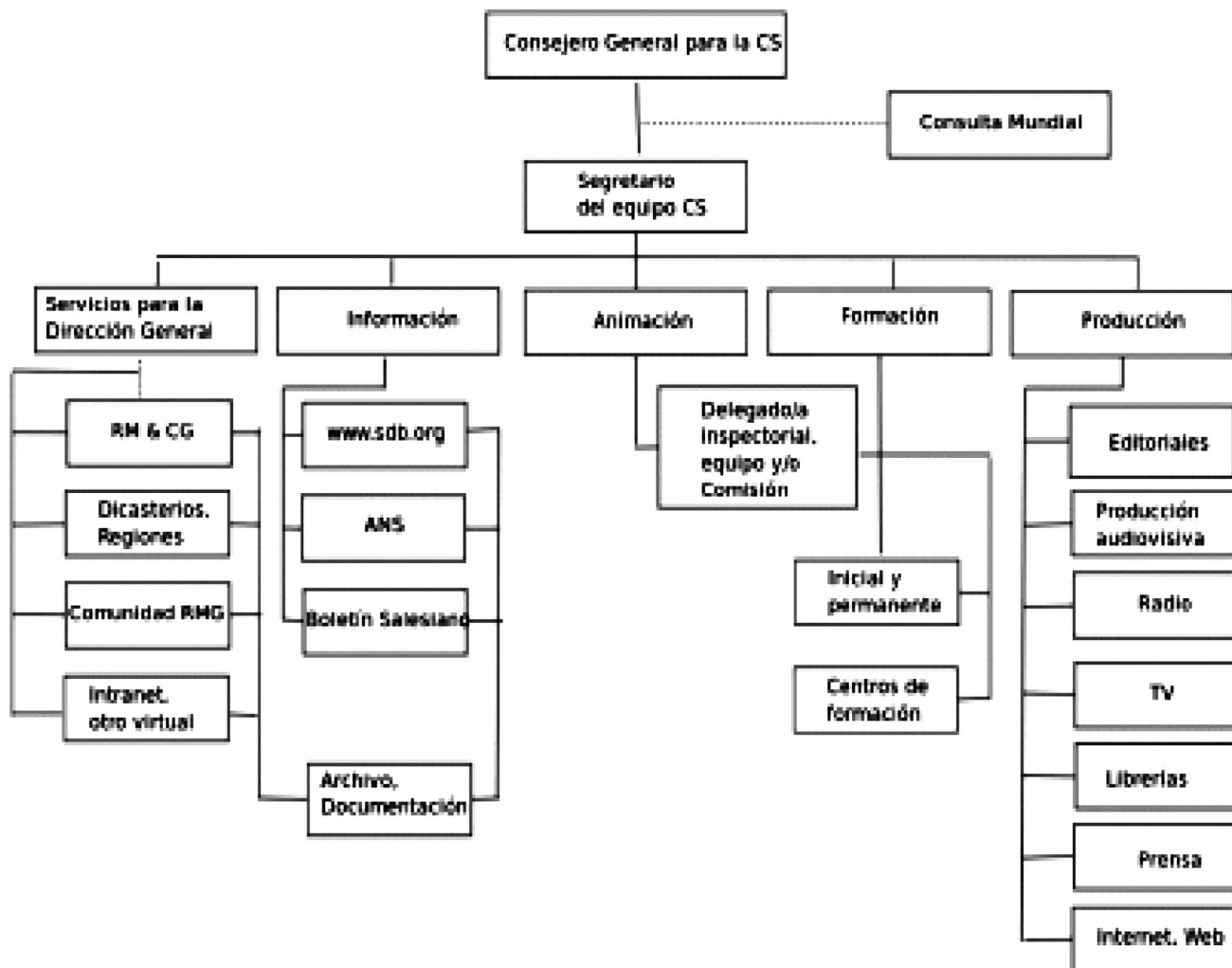
7.1 Organización del SSCS

121.

Organización implica el proceso de identificar y agrupar el trabajo que se realiza: la definición y asignación de tareas, la delegación de autoridad, el establecimiento de relaciones adecuadas para que las personas puedan trabajar en equipo, buscando los resultados deseados.

7.1.1 Organigrama

122.





7.2 El Consejero General para la Comunicación Social

7.2.1 Función:

123.

Animar a la Congregación en el campo de la comunicación: promueve acciones y coordina especialmente, a nivel mundial, los centros y estructuras con los que la Congregación cuenta en este campo.

7.2.1.1 Detalles de su función

124

Crear conciencia sobre la importancia de la comunicación y de la eficacia del apostolado de la comunicación educativa en la Congregación.

125

Acompañar y brindar apoyo a los Inspectores en la tarea que les ha sido confiada por el artículo 31 de los Reglamentos para promover el desarrollo de la Comunicación Social.

126.

Mantener la calidad de la intervención salesiana en el campo de la comunicación.

127.

Coordinar las diversas áreas que conforman el Dicasterio de Comunicación Social.

128.

Coordinar a nivel mundial los centros y

estructuras que la Congregación opera en el campo de la comunicación.

129.

Velar por la aplicación de la programación general y por la integración del equipo del Dicasterio y de todas sus funciones, haciendo además de enlace con el Rector Mayor, con su Consejo y con los demás dicasterios.



7.3 El equipo del Dicasterio de Comunicación Social

7.3.1 Función:

130.

Contribuir con el Consejero General en la promoción de la Comunicación Social.

7.3.1.1 Detalles de su función:

131.

Colaborar permanentemente en todo aquello que concierne a los objetivos del Dicasterio de Comunicación Social.

132.

Llevar a cabo las tareas que le asigne el Consejero General en vista de la dirección de los servicios dirigidos por el Dicasterio, tales como:

- ANS
- Oficina de Prensa
- El Boletín Salesiano italiano
- Los Boletines Salesianos

- El portal Web
- Documentación y archivo
- Servicios fotográficos

133.

Llevar a cabo las tareas que le asigne el Consejero General con la finalidad de dirigir el proceso de planeación de cada sexenio, tales como:

- Participar en eventos de comunicación y en organismos al interno de la Congregación o fuera de ella.
- Coordinar y cooperar en aquellos procesos relacionados con eventos organizados por el Dicasterio. Desarrollar y dar mantenimiento al sitio web de la Congregación, ubicado en la Dirección General, el cual se caracteriza por ser un portal en el sentido de que es un proveedor de soluciones de información y de servicios en el ámbito salesiano. Lo mencionado en el apartado sobre 'Producción' sobre los sitios web salesianos aplica /a fortiori/ al sitio mismo de la Congregación.



7.4 Consulta Mundial

7.4.1 Función:

134.

Acompaña el desarrollo de la Comunicación en la Congregación, realizando evaluaciones, llevando a cabo investigaciones y estudios y estableciendo directrices y materiales para una constante actualización.

7.4.1.1 Detalles de su función:

135.

Ofrece consejos sobre el tema de la comunicación en la Congregación, especialmente al Dicasterio de Comunicación Social.

136.

Los diversos equipos de salesianos y laicos, expertos en las distintas áreas de animación, formación, información y actividad empresarial, colaboran permanentemente con el Dicasterio a través de sus estudios y sugerencias realizados por solicitud, pero también ofreciendo aportes positivos espontáneos y de carácter personal.

137.

La acción de compartir y de ofrecer aportes personas tiene lugar preferentemente a través de internet. Dependiendo de las necesidades, pueden convocarse consultas y reuniones a nivel regional o mundial, contando con la participación de expertos en áreas específicas o contando con la participación de todo el equipo.



7.5 El Delegado regional/nacional o de Conferencia

7.5.1 Función:

138.

Animar el trabajo en equipo y la cooperación entre las inspecciones en el campo de la

comunicación y para la realización de acciones conjuntas, promoviendo una visión estratégica amplia acerca de la misión y la Congregación.

7.5.1.1 Detalles de su función:

139.

Llevar a cabo la tarea que le ha sido confiada por los estatutos o acuerdos de la delegación regional o de conferencia.

140.

Mantener una estrecha relación de cooperación con el Consejero General para la Comunicación Social y con el respectivo Dicasterio.

141.

Promover que se realice y ponga en práctica un plan de acción común; que haya cooperación en el área de comunicación y vigilar que el plan regional o de conferencia se lleve a la práctica.



7.6 El Inspector y su Consejo

7.6.1 Función:

142.

Promover la comunicación en la inspectoría.

7.6.1.1 Detalles de su función:

143.

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.

144.

Nombrar al Delegado inspectorial de Comunicación Social y al Equipo o Comisión inspectorial de Comunicación.

145.

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

146.

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.

147.

Establecer revisores para aquellas publicaciones que requieran aprobación eclesial.



7.7 El Delegado inspectorial de Comunicación Social

7.7.1 Función:

148.

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.

7.7.1.1 Detalles de su función:

149.

-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.

150.

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

151.

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

152.

Trabajando en red con las personas responsables de cada ámbito en la Inspectoría para coordinar las diversas actividades relacionadas con el SSCS tomando en cuenta los criterios salesianos indicados en un apartado anterior de este documento:

- En la elaboración puesta en práctica de planes para los diversos niveles inspectoriales y locales.
- Promoción y ejecución de actividades y proyectos de formación, información y producción.
- Integrándose en el Equipo o Comisión inspectorial de Pastoral Juvenil.
- Haciéndose presente en los equipos involucrados en la dirección de productos de comunicación.

153.

El Delegado requiere una amplia visión de conjunto que le permita realizar intervenciones precisas que permitan asegurar el equilibrio entre la información producida por un centro salesiano de información local y la de la Dirección General, particularmente en las siguientes áreas:

- ANS (Agencia iNfo Salesiana): información local (corresponsales).
- Producción y difusión de la información al interno de la Inspectoría y entre la Familia Salesiana, con instrumentos como el boletín inspectorial, el Boletín Salesiano y otros productos locales.
- La administración del sitio web.

- El funcionamiento de la Oficina de Prensa.
- Contacto activo y positivo con organismos, comunicadores y medios de la zona.
- La imagen salesiana, en términos de calidad y cantidad.
- La significatividad de nuestra presencia en los medios y ante la prensa.

154.

Participa en reuniones de comunicación (SSCS) de los diversos niveles (Conferencia, Región, Mundial), contribuyendo a la sinergia dentro de la Congregación.

155.

Trabaja con la Iglesia, otros institutos religiosos, con el gobierno y con organismos relacionados con el mundo de la comunicación.



7.8 El equipo de Comunicación Social (Comisión inspectorial o cualquier otro nombre que reciba)

7.8.1 Función:

156.

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

7.8.1.1 Detalles de su función:

157.

Trabaja como un equipo dentro del sistema, dedicándose constantemente a todo aquello

que concierne a la misión en el campo de la comunicación.

158.

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

159.

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

160.

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.

161.

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



7.9 Coordinador local de Comunicación Social

7.9.1 Función:

162.

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

7.9.1.1 Detalles de la función:

163.

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.

164.

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

165.

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.

166.

Coordina las actividades del SSCS, 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.

167.

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.
- Dirigiendo los trabajos de la Oficina de Prensa.
- 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.
- Enviando a ANS (Agencia iNfo Salesiana) -a la inspección y a Roma- información local y difundiéndola localmente en modo inteligente.

168.

Toma parte en las reuniones inspectoriales del SSCS, contribuyendo constantemente al trabajo de equipo.

169.

Trabaja con la Iglesia, otros institutos religiosos, con el gobierno y con organismos relacionados con el mundo de la comunicación.



7.10 ANS (Agencia iNfo Salesiana)

7.10.1 Función:

170.

Produce información salesiana para alimentar a los medios salesianos y difundirla entre los demás medios, al servicio de la misión salesiana.

7.10.1.1 Detalles de su función:

171.

Está a disposición de los diversos órganos de la Congregación (Rector Mayor, Consejo General, Dicasterios, Inspectorías, etc.) para ayudarles a hacer uso efectivo de la información y de la comunicación como una modo para alcanzar sus objetivos de animación y gobierno.

172.

Difunde información sobre diversas circunstancias, animando el contacto entre los miembros de la Congregación alrededor del mundo, como también entre los miembros de la Familia Salesiana.

173.

Reúne información sobre los distintos asuntos relacionados con nosotros y ayuda a la Congregación, a la Familia Salesiana y a la sociedad a leer e interpretarlos a la luz de la misión salesiana.

174.

Contribuye a la calidad de los medios de información de la Congregación y a los que pertenecen a los grupos que forman parte de la Familia Salesiana. La Agencia busca ofrecer su servicio a los medios mencionados para dar fuerza a su contenido y presentación.

175.

Observa que la Congregación y la Familia Salesiana sea conocida en el mundo, proveyendo información relevante a la Iglesia local y a los medios de información en general.

176.

Pone en evidencia los problemas de la juventud y de la educación en el mundo, elaborando y distribuyendo globalmente productos de información sobre estos temas con una perspectiva salesiana.

177.

Organiza y coordina la red de corresponsales de cada región geográfica salesiana.

178.

Prepara a los corresponsales para que realicen su tarea en el campo de la información de manera profesional.

179.

Trabaja de acuerdo con las políticas y criterios que guían la comunicación salesiana.

180.

La Agencia opera a dos niveles:

Mundial: desde Roma, y en estrecha colaboración con los órganos de gobierno de la Congregación y de la Familia Salesiana, la Agencia central establece los contactos necesarios con agencias internacionales, bases de datos mundiales, con El Vaticano y con todas las comunidades salesianas. El centro asume la elaboración de productos de naturaleza global, sean para consumo interno o externo, para distribuirlos luego entre los medios, o bien entre los delegados inspectoriales para que a su vez los difundan en los medios nacionales.

Inspectorial: El Delegado inspectorial (corresponsal inspectorial) para la Comunicación Social, trabajando estrechamente con los órganos de gobierno inspectoriales; establece contactos con medios y agencias de información locales, con la Oficina de Prensa de la Conferencia Episcopal y con las comunidades salesianas de la Inspectoría. El Delegado (personalmente o a través de otro corresponsal) envía a la redacción central toda la información sobre la Inspectoría que pueda ser de interés, de acuerdo a los criterios y políticas ya establecidas; distribuye productos informativos de la Agencia central a las agencias y medios de información nacionales. El Delegado, que también tiene responsabilidad ante la Agencia, elabora y distribuye información salesiana relevante para la obra local entre los medios locales. Colaboran en esto los corresponsales locales, salesianos o

miembros de la Familia Salesiana localizados en las distintas presencias.

181.

Vigila la producción y envío de los productos de ANS, tales como:

- ANSfoto: impreso mensualmente.
- El sitio web de ANS.
- Otros productos que sean requeridos.



7.11 La Oficina de Prensa

7.11.1 Función:

182.

Mantiene contactos con agencias de información, con medios y con el público en general, con la finalidad de dar atención a los problemas juveniles o sobre educación. Además vela y defiende la imagen pública de la Congregación y de las actividades salesianas.

7.11.1.1 Detalles de su función:

183.

La Oficina de Prensa es un servicio operado por ANS.

184.

Organiza y actualiza una base de datos sobre temas salesianos, situación de los jóvenes y de la educación.

185.
Dar acompañamiento a la información actualmente en los medios acerca de la misión salesiana, informando a aquellos miembros de la Congregación que requieren informarse de manera inmediata sobre ello e interactuar con los medios al respecto.

186.
Establece contactos con agencias y especialmente con periodistas para proveerles de información sobre la misión salesiana buscando suscitar su interés por la causa de la educación de los jóvenes.

187.
Dirige un plan de comunicación y marketing al servicio de la imagen de la Congregación (o de la Inspectoría).

188.
Organiza reportes sobre quienes gobiernan la Congregación para los distintos medios y viceversa.



7.12 Relaciones Públicas

7.12.1 Función:

189.
Maneja las relaciones oficiales del Rector Mayor y su Consejo con la Congregación, y de la Congregación con el mundo externo, en lo que

respecta al nivel general, y del Inspector y su Consejo a nivel inspectorial.

7.12.1.1 Detalles de su función:

190.
El Rector Mayor tiene la responsabilidad -que en casos particulares delega a su Vicario, al Secretario General, al Vocero oficial o a otros- de las relaciones públicas entre el Consejo y la Congregación y entre esta y el mundo externo, especialmente en el caso de la Santa Sede, de la Unión de Superiores Generales (USG), de otros Institutos o Congregaciones, otras instituciones u organismos eclesiales o civiles, especialmente para lo que tiene que ver con declaraciones o tomas de posición al respecto de la Congregación.

191.
El Inspector y su Consejo definen cómo debe funcionar esto a nivel inspectorial, de acuerdo con la Oficina de Prensa.



7.13 El Boletín Salesiano

7.13.1 Función:

192.
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.

7.13.1.1 Detalles de su función:

193.

El Boletín Salesiano es producido de acuerdo a las indicaciones del Rector Mayor y de su Consejo, y es publicado en diversas ediciones y lenguas como órgano de comunicación sobre la obra salesiana en general, y no de cada región en particular.

194.

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

195.

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.

196.

El Dicasterio de Comunicación Social realiza el servicio de coordinación central para:

- Coordinar el proceso de renovación (acompañamiento, animación y articulación).
- Guiar la política de información y planear el sexenio.
- Establecer planes de acompañamiento, formación y apoyo para la gestión y para extender su difusión.
- Enlazar a los diversos BS a través del sitio web.

197.

Este servicio cuenta con un consejo directivo conformado por especialistas en el área.



7.14 Portal Web

7.14.1 Función:

198.

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

7.14.1.1 Detalles de su función:

199.

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

200.

El Dicasterio para la Comunicación Social administra el portal de la Dirección General:

- Esto facilita la interacción entre la Dirección General y las inspectorías, y mantiene

actualizada la lista de sitios web salesianos.

- Mantiene una estructura adecuada de personas y de tecnología en vista de su función interactiva.
- Forma a la gente para esta interacción.
- Juega un papel de animación con otros webmaster salesianos alrededor del mundo.

201.

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.



7.15 Documentación y archivo

7.15.1 Función:

202.

Reunir, preservar y poner a disposición la documentación sobre el carisma, la experiencia y el trabajo salesiano.

7.15.1.1 Detalles de su función:

203.

A nivel general la responsabilidad del Archivo Central Salesiano (ASC) corresponde al Secretario General. Sus funciones se establecen de acuerdo al “Reglamento del Archivo Central”

204.

El archivo reúnen datos históricos, por ejemplo material que ya no está disponible para consulta corriente, pero que en todo caso se encuentra disponible cuando sea solicitado..

205.

Otra sección es el archivo fotográfico, el cual conserva fotografías, películas y vídeo de carácter histórico o actual. El encargado de estos archivos hace que estos estén disponibles para publicaciones, productos comunicativos o para otros fines de documentación.

206.

El Departamento de Comunicación Social también administra los archivos del Dicasterio y de sus diversos servicios (ANS, Boletín Salesiano, Portal), como también las bases de datos y la documentación disponible para fines de consulta.

207.

El Dicasterio de Comunicación Social puede ofrecer sus competencias específicas al Secretario General o a quienes estén a cargo de las distintas secciones del ASC que tengan que ver con estrategias y políticas sobre conservación, especialmente sobre aquellas que tienen que ver con aspectos técnicos y digitales.



7.16 *El Boletín inspectorial*

7.16.1 **Función:**

208.

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

7.16.1.1 **Detalles de su función:**

209.

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.

210.

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 re-lectura 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.

211.

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.

212.

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



7.17 *Centros de Formación*

7.17.1 **Función:**

213.

Contribuyen con la misión salesiana formando profesores, investigadores, expertos y otros trabajadores en el campo de la comunicación, manteniendo un equilibrio entre el conocimiento teórico y las habilidades prácticas.

7.17.1.1 **Detalles de su función:**

214.

Los centros de formación en comunicación dirigidos por la Congregación tienen varios perfiles: universidades (luego entonces académicos) o de educación informal (con variados programas y horarios).

215.

La manera en que cada centro funciona debe estar guiada por un plan educativo-pastoral salesiano específico y por planes de acción que respondan a las necesidades concretas de quienes están involucrados en estos centros, integrándolos al Proyecto Orgánico Inspectorial (POI).

216.

El Dicasterio para la Comunicación Social promueve la colaboración mutua entre los centros de formación a la comunicación de acuerdo a las siguientes directrices, actividades y estrategias:

- Obras que estén en sintonía con los Dicasterios de Formación y de Pastoral Juvenil.
- Se busquen instancias que favorezcan el entendimiento y la cooperación entre las distintas facultades de comunicación que pertenezcan a las IUS y los diversos centros de formación.
- Dar una respuesta formativa a la cuestión sobre la educomunicación y la formación profesional.

