

# **EL SALESIANO, UN COMUNICADOR**

## **MANUAL DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

DICASTERIO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Vía Della Pisana,1111  
2005

## Indice

¿A quién está destinado el manual?	3
¿Cómo está organizado este manual ?	3
La Comunicación al servicio de la Inspectoría	5
Elementos básicos del Plan de Comunicación	5
El Plan de Comunicación Social	5
El Delegado Inspectorial para la Comunicación Social y el Plan	7
Contactos extendidos para beneficio del Plan	8
Animación	9
Animación – ‘media education’, educomunicación	9
Animación – formación	10
Animación - información	11
(1) El Noticiero Inspectorial	11
(2) El Botletín Salesiano	16
(3) Los Sitios Web Inspectoriales	17
(4) Otros productos de comunicación	18
(5) Una Red de corresponsales"	20
Organización de las informaciones fuera (al exterior) de la Comunidad Salesiana	23
Animación - producción	26
Algunos aspectos importantes para tener éxito en una iniciativa empresarial	27
El Delegado	30
Los Equipos de Comunicación Social: Comisiones y Consulta	30
La Comisión de Comisión Social	31
La Consulta para la Comunicación Social	32
Coordinadores locales	33
Otras estructuras	34
Oficina de Prensa	30
Oficina de Relaciones Públicas	30
Oficina de Promoción de la Imagen Salesiana	32
Oficina de Reseña de Prensa	36
Servicios de particular importancia para la 'Inspectoría y las comunidades locales	37
Algunos argumentos de particular interés y atención	38
Áreas de cooperación y de coordinación.	40
Co- producciones	40
Copyright.	40
Una exposición de productos salesianos	41
Indice analítico	42

## **PRESENTACION**

1. Este manual tiene una finalidad precisa: ayudar a quienes trabajan en las Inspectorías en la Comunicación Social, en las Conferencias Inspectoriales i de las Regiones, ofreciendo sus orientaciones operativas y explicando mejor los parámetros de referencia que han ya incluidos en el Sistema Salesiano De Comunicación Social (SSCS) Este manual se ha publicado por vez primera el año 2001 al final del tiempo de P.Martinelli como el Consejero para la Familia Salesian y para la Comunicación Social como era conocido. Él dice en cinco breves líneas hacia el final de libro que esto libro nació de la cooperación de todos los delegados para la comunicación social. Sabemos que esto también respiró su propia energía y visión. La presente edición es una revisión a la luz del ‘Rápido Desarrollo’ (queremos citar el último mensaje sobre la Comunicación Social de Juan Pablo II) que vive hoy la realidad de los media, considerando también que han sucedidos muchas cosas en la Congregación en este campo, después del CG25, y el nombramiento de un Consejero específico para la Comunicación Social. El material de la primera edición que no es incluida en este nuevo libro, todavía puede ser útil, no obstante que algunos términos y estructuras han cambiado durante este tiempo.

En la Carta ‘Con la valentía de Don Bosco en las nuevas fronteras de la comunicación social’ (ACG 390), Don Pascual Chávez ha invitado a los hermanos a un cambio de estrategia en este campo; no la nueva creación de nuevas líneas operativas, sino pasos concretos para ‘expresar la vida que se halla latente en el patrimonio doctrinal de la Congregación, y encontrar los modos para encarnarla en nuestras comunidades educativas y pastorales, y en las regiones’. Esta declaración es muy adecuada para indicar el intento de este manual.

### **¿A quién va dirigido este manual?**

2. Este manual quiere en primer lugar dirigirse a los operadores responsables a nivel inspectorial: al Inspector y su Consejo y a los Delegados inspectoriales para la Comunicación Social. Otros beneficiarios de este manual son aquellos que trabajan en el campo de la comunicación social a todo nivel: inspectorial y local (entre estos están los editores de Boletín Salesiano, los escritores y editores de textos de cualquier género), los animadores en la comunicación social, los miembros de las comisiones y de grupos consultivos. Quien trabaja en el campo de la formación de los muchachos, de los salesianos jóvenes, y en general, de los hermanos en el campo de la comunicación social, encontrará útiles informaciones en este manual; como también en el SSCS y en la Formación en la CS – Orientaciones operativas, este último producto de los Dicasterios de la Formación y de la Comunicación Social unidos.

3. Otro grupo de posibles beneficiarios de este escrito podrían ser los Delegados y las Comisiones de la CS de la *Nación*, de las *Conferencias* o de las *Regiones*. Donde una nación tiene más de una Inspectoría o donde algunas Inspectorías han formado una Conferencia se ha demostrado útil organizar una coordinación de la comunicación social en torno a un Delegado nacional o de la Conferencia. Hay también la posibilidad de una estructura de la comunicación a nivel regional no desarrollada todavía.

### **¿Cómo está organizado este manual?**

4 El manual arranca de la Parte II *del Sistema* Salesiano de la Comunicación : *Social* (SSCS) : el funcionamiento del SSCS, con ulteriores referencias a los aspectos de la Parte III del mismo documento, y esto es, la organización de la CS. La estructura de los capítulos es como sigue:

**CAPITULO PRIMERO: el Plan Inspectorial de CS:**

El porqué, el qué cosa y el cómo; esto se debe leer junto con el esquema del plan situado en el apéndice relativo al final del SSCS

**CAPITULO SEGUNDO: la gestión y la organización de la CS** dentro y fuera de la Comunidad Salesiana y de la Familia Salesiana.

**CAPITULO TERCERO: EL Delegado y los grupos o equipos** relacionados con la CS, gestionados por una Inspectoría, una Conferencia, una Región.

**CAPITULO CUARTO: estructuras y servicios que** implican las relaciones públicas y también los argumentos internos como documentación y archivado.

**CAPITULO QUINTO: coordinación** entre las Inspectorías.

5. En cada una de las áreas manifestadas arriba referencia de las responsabilidades de cada uno de los niveles de animación: el Delegado Inspectorial tiene la tarea de promover de acuerdo con el Proyecto Educativo Pastoral (PEP) de la Inspectoría, y *con delegación del Inspector*. Ellos se asesoran con un equipo consultivo y/o con una comisión de acuerdo a las circunstancias locales.

6. Donde no haya un Pan Inspectorial será difícil, si no imposible, trabajar eficazmente con y en la CS de una manera salesiana. Sin un plan, todo lo que se haga corre el riesgo de quedar aislado y disperso, sin influjo.

7. Donde falte una delegación del Inspector, la tarea del Delegado resulta a menudo complicada.

8 Como la Comunicación Social es un sector en continua evolución, se necesita un guía y un apoyo importante; solo el Inspector con su Consejo puede sostener las opciones que se refieren a las comunidades, y las iniciativas prácticas en la educación y en la evangelización.

## CAPITULO PRIMERO: EL PLAN INSPECTORIAL DE CS

### Comunicación al servicio de la Inspectoría

9 En vistas a la comunicación social promovida y desarrollada por la Congregación, en especial en el último decenio, *‘nuestras comunidades, obras y actividades....llegan a ser parte de un sistema de comunicación más amplio dentro del cual ellas comparan y se interrelacionan’* (D. Vecchi, AGC370). El Sistema Salesiano de CS, como se llama hoy, es un proyecto unificado e integrado, que está de verdad al servicio de una visión compartida y de los valores del carisma salesiano; estos se ven realizados en las varias actividades de los diversos sectores en la comunidad y en la Inspectoría.

10 La CS es un sector distinto de la actividad salesiana. Este sector está representado a nivel de Congregación por un Consejero con su equipo, conocido como Dicasterio para la CS, y asistido por un organismo consultivo compuesto por expertos procedentes de las diversas partes del mundo. A nivel inspectorial, este sector está también representado por un Delegado que actúa en nombre del Inspector con su equipo, conocido normalmente como Comisión para la CS. Se puede prever también un organismo consultivo. El sector de la CS está puesto al servicio del Proyecto Orgánico más amplio de la Inspectoría para toda su actividad.

### Elementos-base del Proyecto de Comunicación

11 El Plan inspectorial de la CS (PICS) es el corazón de la actividad de la CS a nivel inspectorial y local. Este plan es parte del Proyecto Educativo y Pastoral de la Inspectoría. La comunidad salesiana aplica un método pedagógico en su trabajo educativo y pastoral: un modelo que es al mismo tiempo, gradual y circular.

**Gradual:** adaptado al desarrollo completo del joven y del adulto: No ofrece todo en un momento o indiscriminadamente; ni retrasa lo que sea necesario, cuando ello es necesario. Está atento al crecimiento, lo acompaña, lo sostiene y lo anima. Evita las repeticiones y no teme enfrentarse con las nuevas situaciones.

**Circular:** opuesto a lo lineal o a un modelo que ve las cosas en orden cronológico y no interactivo. El modelo circular recoge la riqueza de los momentos particulares y de las experiencias, en lugar de afrontarlas según una rígida dirección temporal. Nuestro interés está en que lo que se ha adquirido vale para dirigir los pasos siguientes que da; esto favorece la búsqueda y la respuesta. El proceso no se para nunca, sino que es algo que progresa continuamente.

### El Plan de CS

12 Un plan es la formulación del método detallado o del diseño según el cual una cosa se debe hacer. Es algo que realizar en una realidad particular y que comienza en esa realidad. El Plan de comunicación responde a la necesidad y a las demandas que surgen de un amplio cuadro de referencia y es parte del proyecto inspectorial.

El *Sistema Salesiano de la Comunicación Social* constituye el amplio cuadro de referencia; la segunda parte es un esquema general y un elenco de indicadores para la verificación que indica los aspectos y situaciones que hay que excluir en el PICS de una inspectoría.

En la susodicha carta de D. Chávez, una referencia a estos apéndices muestra claramente que esas son en sí mismas un programa urgente que hay que leer y actuar : *‘sigueindo los puntos enumerados .... y aceptando las orientaciones operativas sugeridas nos ha llevado a diagnosticar, actuar y verificar sistemáticamente el estado de las comunicación social en la Inspectoría ‘.*

El plan es el resultado concreto y concluyente de un proceso de proyectos que *‘se ha redactado y realizado con la mayor y mejor participación posible en diversos niveles; debería ser constantemente animado y periódicamente comprobado por los organismos de animación y de gobierno de la Inspectoría.’.*

En la integración del Plano Inspectorial de CS en el Proyecto Orgánico Inspectorial (POI), son centrales los siguientes elementos:

#### *La comunidad.*

Un plan inspectorial no es el fruto de la idea de una sola persona.

Las siguientes figuras y grupos – enumeradas en un orden abierto – deberían estar de acuerdo respecto a un plan de formación para la CS: el Delegado Inspectorial / la Comisión de CS / los responsables de las comunidades locales para la relación con el centro inspectorial / los responsables de la oficina de prensa inspectorial (editores del Boletín Salesiano, el encargado de Noticiero Inspectorial, los editores de revistas y libros del Centro Salesiano, etc), los expertos de la comunicación en la Inspectoría / el Delegado de Pastoral Juvenil y su Comisión de PG / el CIF / el Consejo Inspectorial / y el Inspector. La enumeración no es exhaustiva.

#### *El carisma*

La CS en sus varias formas y aspectos requiere unas líneas de dirección o estrategias que aseguren su fidelidad al carisma Salesiano. Estas líneas están ampliamente establecidas en el SSCS.

Un ejemplo de contenidos de un Plan de CS podría ser el siguiente:

Finalidad de tal plan, relación del sector para la CS con los demás sectores de la actividad inspectorial, estructura organizativa a nivel de la Congregación, organización inspectorial, el Delegado de CS, la Comisión para la CS, la Consulta, la oficina de prensa o de información, la organización local y la coordinación, los delegados locales y coordinadores, las áreas de actividad, formación e información, iniciativas empresariales.

La Inspectoría de Mumbai, Asia Sur ha diseñado una Política de CS digna de ser considerada. Dicha política es parte de un proyecto de CS global. Ella indica la estructura de coordinación para la presentación de la información ( Bosco Information Service o BIS), las maneras de proceder en las relaciones públicas (PR) con los media y el mantenimiento de los media, quién puede emitir un comunicado de prensa y sobre qué argumentos, crisis de las comunicaciones: cuál es el asunto y quién la puede gestionar

## **El Delegado Inspectorial de CS y el Plan.**

13. El Delegado Inspectorial de CS, que es un elemento clave para el desarrollo, la coordinación y la evaluación del PICS, y por su integración dentro del Proyecto Orgánico Inspectorial, forma parte de un proyecto más amplio que implica toda la vida salesiana de la Inspectoría. Importante para él es promover contactos, diálogo y entendimiento con los demás sectores en la vida de la Inspectoría.. Estos sectores incluyen:

### **14 Formación y su organización...**

Las personas son el centro y el criterio para la selección cuando se trata de la vida y de la actividad salesiana. Cada Inspectoría Salesiana tiene una CIF (Comisión Inspectorial de Formación).

Este grupo organizativo no es solo para aquellas Inspectorías que tiene cursos de formación estructurados. Sirven para todas las Inspectorías, desde el momento que se necesita pensar en una formación permanente y no solo en la inicial. Un entendimiento con la CIF es esencial para la formación de los jóvenes salesianos y p para los hermanos que trabajan en la comunidad, para que puedan programar intervenciones sobre la formación y organizar su contenido. El documento *La formación para la CS – Orientaciones Operativas* (2005-6), producto de los Dicasterios de la CS y de la Formación, ofrece una ayuda en este aspecto.

### **15 Pastoral juvenil y su organización.**

Es necesario no olvidar que nuestro trabajo se da siempre dentro de áreas más grandes de la Pastoral salesiana y eclesíástica, de un modo compartido y unificado.

Llegar a un entendimiento con la Pastoral Juvenil significa:

- formar parte de la Comisión Inspectorial de Pastoral Juvenil y dar importancia a los proyectos de la PJ redactados a nivel inspectorial y local;
- tener un Delegado de la PJ o al menos un representante de la misma en la Comisión de CS.;
- discutir con frecuencia sobre las intervenciones y criterios utilizados para llevar adelante los proyectos en las diversas obras y actividades: escuelas, centros de formación profesional, parroquias, oratorios, publicaciones, obras con jóvenes en riesgo etc.

### **16 Sector Economía y su organización.**

Una comunicación de calidad tiene hoy su coste, al que se añaden los recursos financieros para la producción de mensajes e información.

El Delegado Inspectorial planifica previendo, entre otros aspectos, los costes financieros de lo que pretende realizar.

Es necesario, por tanto, escuchar al Ecónomo Inspectorial antes de ultimar una actividad de comunicación y de presentarla al Inspector y a su Consejo..

Tal contacto tiene en cuenta también la posibilidad de llevar adelante aquellas actividades de CS que son ‘autónomas financieramente’, en el sentido que no implican la financiación de la Inspectoría. Por su parte, la oficina del Ecónomo debe considerar el trabajo de la CS como un servicio pastoral, que ocasionalmente podría necesitar un sostenimiento financiero.

## 17 **La Familia Salesiana** y su organización

La experiencia de Don Bosco y de la Familia Salesiana por él organizada subraya la importancia de trabajar con Laicos en los diversos sectores de nuestras actividades.

El CG24 ha dirigido la atención a la posible y deseable colaboración de los Laicos en el espíritu y en la misión de Don Bosco.

En el documento *Christifideles Laici* la Iglesia ha indicado los nuevos campos para la implicación de los Laicos en la nueva evangelización, sin descuidar el campo de las comunicaciones. Otros documentos sucesivos han desarrollado esta línea..

Mantener los contactos con la Familia Salesiana significa tener una gran reserva de posibilidades, ya sea de expertos, ya sea de colaboradores.

Algunos grupos laicales de la Familia Salesiana incluyen con frecuencia en sus estatutos una llamada a trabajar en la CS.

## 18 **Dimensión misionera** y su organización

Basta hacer notar al Delegado Inspectorial cuanto propone la Encíclica *Redemptoris Missio* en el n° 37 para motivarlo a relacionarse estrechamente con el Delegado Inspectorial para la animación misionera.

Las misiones, en especial la misión *ad gentes*, son un fuerte mensaje de comunicación para nuestros jóvenes, y no sería ventajoso para el carisma de Don Bosco descuidar este área.

## **Contactos extendidos para beneficio del Plan**

19 Además de los contactos internos, con los Salesianos, se consideran y se favorecen los contactos con otros que trabajan en este campo a nivel local.

Los periodistas, los que trabajan en la radio y en la TV, los expertos en publicidad, los directores de nuevas agencias, los artistas del canto, de la música y del teatro, etc., son todos importantes para nosotros.

Mantener contactos con ellos tiene dos finalidades:

- establecer buenas relaciones para una mutua asistencia, aprender el arte de la comunicación de quienes viven dentro
- implicarlos en la animación y en la formación, para solicitarles una ayuda en los momentos clave y en las modalidades apropiadas a los objetivos a conseguir..

20 Consecuencia práctica de cuanto se ha dicho arriba, podría ser un encuentro anual con las personas citadas en el párrafo anterior, para entender las directrices y los nuevos avances en el sector.

Formaba parte de la tradición salesiana, el celebrar la fiesta de San Francisco de Sales con los operadores en el campo de la comunicación. El Papa Juan Pablo II había escogido anunciar el tema para la Jornada Mundial de la Comunicación Social el 24 de enero, fiesta de San Francisco de Sales. Esta tradición, tan apropiada para nosotros, podría ser mantenida.

## CAPITULO SEGUNDO: GESTIONAR LA COMUNICACIÓN DENTRO Y FUERA

### Animación

21. La animación está descrita en el SSCS (n187) como *‘una gestión ... en los procesos educativos’* y como *‘relaciones internas y externas’* La animación tiene lugar cuando hay una persona que la hace posible. El Delegado, que actúa en nombre del Inspector, el equipo que lo apoya, los coordinadores locales en las comunidades: todos se implican en la tarea de *‘promover la realidad de la comunicación’* (CG23, 259) y su acompañamiento.

Hay al menos cuatro áreas esenciales de la animación que se refieren a la CS:

- educomunicación
- formación
- información
- producción

### Animación – ‘Media education’, educomunicación

22. El Delegado Inspectorial apoya a los individuos y a las comunidades para llevar a cabo los programas de estudio de educación en los media. El presente manual no ofrece material para tales programas. Para educar a los jóvenes y ayudarles en la educación para los media es necesario buscar materiales adaptados. También los hermanos necesitan ser educados para, y en los media. (Cfr.n.24). Como un término, *‘Media education’* es directa y práctica, y tiene una tradición sólida sobre todo en el mundo de lengua inglesa. Esto es la educación *con* los medios, *a* los medios y *para* los medios. En el contexto de una provincia y su trabajo en la comunicación social miramos una nueva figura - una persona que es ‘Media Educator’ y que es capaz de preparar a otros para ser educadores de los medios, que no es sólo un educador, sino un experto multimedia, una persona que trabaja con una actitud crítica y es capaz de anentar a otros, sobre todo a los jóvenes, ser un colaborador responsable de este campo. La *Media Education* se ubica en las fronteras entre educación y comunicación, ambas ciencias con derecho propio. El ‘media educator’ es educador y comunicador.

23 De la educación en los media a la educomunicación: *‘Cada comunidad está llamada a mejorar las comunicaciones institucionales; a programar y realizar en las comunidades educativas pastorales la educación para la comunicación y la educación con los media, educomunicación, que incluye la educación en el uso de ‘los lenguajes’ y de los media; a utilizar los medios en la educación y en la evangelización en la escuela, en la parroquia, en el oratorio, etc; a estar en diálogo con los comunicadores, los artistas y editores, especialmente si son jóvenes; para ayudar a los nuevos pobres a los nuevos excluidos de las tecnologías comunicativas; para mejorar la competencia mundial’* (Pascual Chávez, ACG. p.39). Como un término, la *educomunicacion* enfatiza una dimensión comunitaria, quizás hasta una política, la cual asegura una

formación de la gente creativa y consciente del valor democrático que los medios tienen para el bien común.

24 Los programas que tratan de la comunicación social, en particular para los jóvenes, deben ser flexibles, ¡desde el momento en que los jóvenes nacen con el ordenador y la televisión como parte de su bagaje!. Más que en currículos completos para jóvenes, es necesario pensar en términos de unidad respecto a conocimientos y formación, dado que en muchos casos los jóvenes de hoy están por delante de los jóvenes y adultos de no hace mucho tiempo.

25. Ayudar a los que trabajan en la comunicación para dirigir su trabajo como educadores, a través de los medios que utilizan, está más allá de las posibilidades y los esfuerzos de un Delegado salesiano y de su equipo. Pero, al menos, el solo pensar en ello es una señal de la voluntad de descubrir lo que se puede hacer, de modo que la comunidad y cada miembro no se lamenten solo de los productos o de los instrumentos de comunicación, sino que conozcan el cómo ofrecer alguna idea útil y también cualquier cambio posible de dirección.

### **Animación – formación**

26 El Delegado Inspectorial de CS está considerado, en el conjunto de la organización de la Inspectoría, *como un responsable de la formación*, en el sentido de que él tiene su papel específico que desarrollar en la formación inicial y en la permanente de los Salesianos.

27 El prospecto de currículo salesiano para la formación inicial y permanente, descrito en Formación para la CS - Orientaciones, es un recurso y una guía para el Delegado en su tarea respecto a la formación inicial y de la permanente.

28 El aspecto de la formación del PICS representa una tarea primaria para el Delegado Inspectorial y para la Comisión de CS. Referirse al elenco en el SSCS, en cuyo apéndice está delineado el PICS.

29 La animación que ignora el contexto es ineficaz. La formación requiere en los formadores que sean parte del contexto de modo que se proceda de acuerdo con un plan que enriquezca a la persona.

30 **Una posible actividad de formación:** aquí la atención está en una iniciativa que implica a toda la Iglesia: **la Jornada Mundial de la Comunicación Social**. Es esta una ocasión propicia de formación. El Dicasterio Romano prepara el material para la reflexión y la oración sobre el tema de la Jornada, lo cual puede ser utilizado en la comunidad. Las Conferencias episcopales y las oficinas diocesanas preparan el material concreto para el éxito de la Jornada.

31 He aquí algunas **notas** para el uso de este material:

- leer el *texto* del mensaje papal,
- organizar *una reunión de comunidad* sobre el tema escogido por el Papa, profundizando en la discusión y los problemas anejos al tema.

- Invitar a *expertos* sobre el material presentado por el mensaje, de modo que se ofrezca un punto de vista y otras perspectivas que seguir.
- Encontrar tiempo para *rezar* sobre la comunicación social, recordando su importancia, su influjo, sus posibilidades, los riesgos y desafíos en nuestro mundo..
- Sugerir la posibilidad de una *Pastoral de la Comunicación* para la reflexión de la Iglesia local. Dadas las muchas declaraciones eclesíásticas, se podría pasar a la acción, resaltando el servicio que se da por la comunicación en la Iglesia. Queda un largo camino que hacer. ¡Podemos dar los primeros ¡

La referencia a la celebración de la Jornada de la Comunicación no significa que nos limitemos a este solo recuerdo anual en nuestro trabajo salesiano en el sector. Empezando por ese día se pueden proponer otras iniciativas que reclamen la atención y que promuevan un área en que los jóvenes de hoy viven con mucha intensidad.

### **Animación – información**

32 La información puede ser interna o externa a la Familia Salesiana.

La *información externa* está representada por algunas actividades que pueden funcionar también dentro, como el Boletín Salesiano y sitios en internet de la Congregación o de la Inspectoría, pero ella asume también actividades y relaciones que se extienden al mundo en general.

Por *información interna* entendemos aquello que se hace:

- para la Comunidad Salesiana,
- para la Familia Salesiana.

La información interna a la comunidad se refiere por tanto

- a la Inspectoría,
- a la entera Congregación.

Aquí no podemos tomar en consideración todos los productos de información disponibles en las diversas Inspectoría; nos limitamos a algunas de naturaleza más general:

- el Noticiero Inspectorial (1),
- el Boletín Salesiano (2),
- el sitio en la web inspectorial (3),
- otros productos típicos (4),
- la red de los corresponsales (5).

### **(1) El Noticiero Inspectorial**

33 Un Proyecto de Noticiero Inspectorial es un argumento digno de atento análisis. He aquí algunos puntos esenciales de referencia para un proyecto significativo de Noticiero como medio eficaz de comunicación

34 Esquema del proyecto:

- El Noticiero Inspectorial dentro del Proyecto Inspectorial de CS.
- Naturaleza del Noticiero.
- A quién va destinado.
- Política editorial del Noticiero.
- Estructura del Noticiero.
- Frecuencia de emisión del Noticiero.

- Lenguaje y estilo del Noticiario.

No debemos olvidar que, para muchas Inspectorías, el Noticiario es el único medio de información que tienen, dentro y fuera, porque no tienen otros canales para la circulación de información. Es bueno ser conscientes de esto, si queremos preguntarnos sobre la visibilidad y el significado de la presencia y de la acción salesiana en un determinado sitio y en una determinada cultura

### 35 **El Noticiario en el Plano Inspectorial de la CS.**

Lo primero que hay que considerar, en el caso que no haya un plan para la CS, es que el Noticiario corre el riesgo de naufragar en el ámbito histórico más que presentar los acontecimientos actuales de la Inspectoría

Quedará sujeto a continuos cambios, de acuerdo a quién esté encargado del producto, o tal vez sus opciones no responderán a las direcciones reales de la Inspectoría..

Es el proyecto de la CS Inspectorial el que ofrece las coordinadas esenciales:

- respecto a la historia de la Inspectoría, del cual el Noticiario es guardián y promotor
- como parte de la historia del carisma salesiano el Noticiario debería ayudar a releer el carisma salesiano en la situación de la Inspectoría, sin cerrarse en la simple narración de celebraciones que han ocurrido o que sucederán; ofrece colaboración y empeño vocacional (en términos generales) con los Laicos que comparten el estilo de Don Bosco

### 36 Don Viganó escribía:

*‘Sin una buena información sobre los orígenes, la historia y la vida actual de nuestra Congregación y de la Familia Salesiana, no existe una suficiente circulación de linfa vital en el organismo. Sin adecuados impulsos para la propia identidad y el sentido de pertenencia, éste se atrofia.*

*Por el contrario, una adecuada información (circulación y comunicación de los valores salesianos) lo hace crecer en vitalidad y lo enriquece en conocimiento y entusiasmo, suscitando alegría de familia*

### 37 **Naturaleza del Noticiario Inspectorial**

No todos los productos Inspectoriales que sirven para la comunicación interna llevan el título de *Noticiario Inspectorial*. Todas las Inspectorías, desde luego, siguen las indicaciones del Capítulo General Especial sobre el modo de dar vida a las noticias de familia. El CGE en el número 516 establece:

‘Comunicación dentro y fuera de la Congregación.

....B) A NIVEL INSPECTORIAL: promover una exhaustiva información por medio de un ‘Boletín informativo’, que interese y una a las comunidades y hermanos sobre los problemas referentes a la Inspectoría, y fomente *las libres iniciativas*, propuestas de encuentros, búsqueda de soluciones a los problemas y *dé oportunidad para contrastar y revisar ideas*, experimentos, métodos, orientaciones.’

Las cursivas están en el texto capitular. El resultado es el siguiente: el Noticiario Inspectorial es:

### 38 - instrumento de comunicación

Este es el primer punto que resalta el texto del CGE: información exhaustiva.

Un instrumento, por tanto, que permita la circulación de la información: debería en cuanto sea posible seguir los criterios típicos de cualquier producto de divulgación  
Noticias de actualidad son el aspecto necesario y esencial de la información.

### 39 **-instrumento de comunión**

La comunión nace del conocimiento de tener un motivo por un interés común, esto es afectividad atractiva y efectiva y relaciones creadas alrededor de problemas comunes que se refieren a los hermanos y a la comunidad.

El camino para la comunicación construida alrededor del Noticiero es distinta de la que se crea en las relaciones interpersonales o en la oración o en la opinión común.

### 40 **-estímulo para una renovación creativa**

El Noticiero se ha de pensar y producir como algo que busca suscitar creatividad y renovación.

En cierto sentido, es un lugar para evaluar iniciativas en curso, para nuevas experiencias o nuevos modos de intervención, para la creatividad pastoral en respuesta a necesidades de los tiempos y de la situación.

Es necesario advertir la gran consideración del CGE por los Noticieros.

El riesgo que se puede correr es hacer del Noticiero:

- una colección deslabazonada de relación de sucesos; sustituyendo en cierto modo la Crónica de la Casa.;
- una especie de revista de material impreso en las Casas y en la Inspectoría. Puede ser útil asegurarse de no olvidar lo que ha sucedido y cómo se ha recibido en términos de sucesos salesianos en la prensa local o internacional;
- una especie de recogida oficial de documentos eclesiales y salesianos a diversos niveles, mundiales, nacionales, inspectoriales, locales. Ciertamente, cualquier número especial que contenga documentación, puede ser útil, si de otra manera no llegaría a los hermanos. Pero solamente pocos números de este tipo; no un modo regular de componer el Noticiero.
- La lista de los riesgos podría continuar. Es mejor mostrar que cada riesgo tiene consecuencias prácticas en el proyecto del Noticiero. Al Delegado Inspectorial se le pide que evalúe el Noticiero a la luz de estos aspectos positivos y negativos vistos arriba.

### 41 **El Noticiero Inspectorial: a quién va destinado**

La elección de un medio de información por parte del público es importante. Esencial es definir el objetivo, a quién dirigir los contenidos, el estilo del lenguaje, así como establecer las prioridades.

Por lo común, los destinatarios del Noticiero son los hermanos.

El Noticiero llega también a personas fuera de la comunidad salesiana.

El Noticiero no trata solo de la vida de la comunidad religiosa. El toma en consideración también la misión y el espíritu de una comunidad salesiana; una comunidad que tiene una Familia Salesiana y unos colaboradores laicos, como parte de sus horizontes y que desempeñan papeles de responsabilidad en las actividades salesianas

Las orientaciones prácticas dadas por el CG24 deben formar parte del significado del Noticiero Inspectorial. La animación, típico servicio de la comunidad SDB para la

CEP, utiliza también un medio de comunicación como el Noticiario. La elección no obstante, no debería permanecer en términos generales o tácita. Debe ser expresa y definida a distintos niveles inspectoriales.

Las expectativas de los Salesianos que viven en la Inspectoría no deberían ser perderse de vista. Ellos toman parte en la vida de la entera Congregación. El Noticiario debería responder a estas necesidades.

#### 42 **El Noticiario Inspectorial: política editorial**

El Noticiario es:

- instrumento de comunicación,
- instrumento de comunión.
- Estímulo para la renovación creativa.

Todo esto no se puede hacer de manera improvisada o dejado al azar

El Noticiario tiene cierto aspecto institucional en sí mismo a nivel Inspectorial. Debería poderse presentar la Inspectoría en sus contextos típicos de sociedad, iglesia, juventud, educación. Esto requiere líneas orientadoras, criterios, puntos de referencia o, en otras palabras, una política editorial..

43. sta realidad tiene diversos nombres en las distintas regiones: política editorial, parámetros de referencia, etc.

Lo que es importante es que la elección sea:

*consciente*, fundada en la naturaleza precisa del Noticiario. El Inspector y su Consejo forman parte de esta política junto al Delegado Inspectorial de CS y el editor del Noticiario.;

*explícita*, de modo que sea pública y conocida en la Inspectoría; conocida en especial, por quienes lo elaboran en este momento y por aquellos que han de contribuir a poner en conjunto el Noticiario.;

*coherente* con el sistema de comunicación actual de la Inspectoría. Se debería realizar una estimación de los medios de comunicación y de información en la Inspectoría para estudiar su relación y la correlación entre ellos.

*continua* en el tiempo. Para ser honestos, la política editorial no es algo rígido, e invariable; pero al mismo tiempo, no debe cambiar con cada edición.

#### 44 *La carta del Inspector a los hermanos de la Inspectoría*

Una reflexión a propósito del mejor sitio para la carta del Inspector, si ella forma parte del Noticiario.

Si es el primer tema del Noticiario, ella asume el papel de *artículo fundamental* (no obstante, en general no es esta la intención de la carta, incluso, si ocasionalmente pudiera serlo): por consiguiente, ella debería ser escribirse teniendo presente este punto de vista.

Si entra en el cuerpo del Noticiario, ella se podría referir a encargos institucionales: objetivos que lograr, informaciones que llegan y hay que tomar en consideración, noticias de comunidad. La carta tendría por tanto, la función de *guía práctica*..

Si está al final del Noticiario, ella tendría una función de animación, de estímulo, de revisión, de programación, etc

Por tanto, el sitio de la carta no es asunto de importancia secundaria.

Y mucho menos es asunto indiferente la prospectiva del que la escribe.

#### 45 El Noticiario Inspectorial: producción

El Inspector nombra a la persona que confecciona el Noticiario, escogiendo entre las disponibles y capacitadas de la Inspectoría.

Generalmente es:

- el Vicario Inspectorial, o
- el Secretario Inspectorial, o
- el Delegado Inspectorial de CS, o
- el director del Boletín Salesiano.

Cada una de estas opciones tiene sus ventajas y desventajas

No se descuida:

- la capacidad (actual o de posterior adquisición) para trabajar en la información,
- la disponibilidad de tiempo para el cargo.

El Delegado Inspectorial ayuda al encargado a coordinar el trabajo, designando:

- un hermano en cada comunidad responsable de enviar informaciones,
- otras cosas de interés que aseguren una producción fácil y funcional,
- una lista de posibles colaboradores externos

#### 46 El Noticiario Inspectorial – estructura

Su estructura organizativa implica:

- organización *financiera*: el aspecto financiero del Noticiario es algo de tipo menor si lo comparamos con otros productos. Dado que el sector de la institución Inspectorial, el Consejo Inspectorial, debería incluir su contabilidad en sus presupuestos programáticos.

- organización *editorial*: definir lo que compone el Noticiario.
- Los distintos sectores de la actividad educativa y pastoral en la Inspectoría deberían estar incluidos
  - formación,
  - pastoral juvenil,
  - Familia Salesiana,
  - misiones,
  - comunicación social,
  - aspecto financiero.

Otras informaciones relevantes para el mundo Salesiano tienen su puesto, si no han sido mencionados antes. Del mismo modo, los argumentos que se refieren a la comunidad y a las obras en la Inspectoría.:

- *distribución* organizada: saber quiénes son los destinatarios orienta el tipo de distribución. Se considera también la posibilidad de dar a conocer el Noticiario, además de a los hermanos, a la Familia Salesiana, a la Iglesia local, a aquellas personas que trabajan en la comunicación, especialmente, si el Noticiario es el único producto institucional en la Inspectoría.
- Organizar *gráficos y disposición* del contenido: estos son elementos técnicos y sería conveniente solicitar sugerencias a profesionales sobre aspectos como: disposición, pruebas, legibilidad del texto, diseño, fotografías para poner de relieve el texto y etcétera.

#### **47 El Noticiero Inspectorial: frecuencia**

Lo que se ha delineado arriba puede ser aplicado a todo tipo de medio de comunicación.

Si la característica de la información es la actualidad de las noticias, un Noticiero no frecuente (por ej. tres o cuatro ediciones al año) no desarrolla su función real. Es preferible tener un Noticiero con menos páginas antes que uno enorme, pero solo ocasionalmente.

#### **48 El incremento de Noticario on – line**

Esto forma parte de una nueva realidad. La facilidad en el uso del computer y del internet ha proporcionado nuevas posibilidades de envío de comunicaciones al mundo Salesiano y más allá.

Solo una observación: no es suficiente insertar la información copiada del Noticario en internet. Esto no se refiere a los requisitos del proceso internet. El internet tiene sus propios procesos y se respetan al producir la información..

### **(2) El Boletín Salesiano**

49 El Delegado Inspectorial de CS en algunas Inspectorías es también el director del Boletín Salesiano. En otras no son la misma persona. En este último caso, el Delegado Inspectorial de CS asume una cierta responsabilidad en la animación, desde el momento en que él posee las informaciones que llegan del centro, a continuación de las decisiones del Consejo Inspectorial.

Lo que sigue interesa directamente al Delegado Inspectorial de CC, y naturalmente también al director del Boletín Salesiano.

El Boletín Salesiano es uno de los productos salesianos más antiguos y tiene una naturaleza muy institucional.

**El art. 41 de losa Reglamentos** señala la finalidad general del Boletín.

‘El Boletín Salesiano fundado por San Juan Bosco, difunde el conocimiento del espíritu y de la acción salesiana, especialmente la misionera y educativa. Se interesa por los problemas de los jóvenes, alienta a la colaboración y procura suscitar vocaciones.

Es además, instrumento de formación y vínculo de unidad para los diferentes grupos de la Familia Salesiana. Se redacta según las directrices del Rector Mayor y su Consejo, y se publica en diversas ediciones y lenguas.

50 Después de larga preparación por parte del Dicasterio, Don Vecchi y su Consejo llegaron a las siguientes conclusiones, que son aún válidas con algún pequeño retoque, debido al paso de los años. Un número de propuestas entonces expresadas como objetivos se han realizado (por ej. la puesta on-line de los Boletines Salesianos en el sitio web de la Congregación)

1. *Dar visibilidad al Boletín para hacer su importancia más reconocible.*

- Todos los Boletines deberán ser al menos bimensuales.

2. *Darlos a conocer y a compartir para hacer que las personas sean más responsables.*

- Constituir una comisión mundial.

3.. *Organización efectiva. Cada edición del Boletín debería tener:*

- Un grupo editorial con sus tareas y funciones,
- Un cuerpo administrativo,
- Una Constitución

4. *Boletines salesianos on-line:*

- Estructura del sitio internet de la Administración General.

5. *La esencia de toda estrategia práctica: las personas*

- Formación de los editores del BS,
- Constante valoración del proceso de lanzamiento y desarrollo.

51 El trabajo del Dicasterio a nivel mundial se recogió en un libro: *El Boletín Salesiano en el mundo – Reunión mundial del BS para el tercer milenio* - Edictrice SDB, edición extra-comercial, Roma, La Pisana 1999

Los procedimientos y las decisiones del más reciente encuentro 2005 de los editores del BS de todo el mundo, que se realizó en Roma, se puede encontrar en CDrom en las Inspectorías donde se produce el BS, o en el Dicasterio CS en Roma.

A nivel Regional se han realizado reuniones para la formación de los Directores y de los colaboradores del BS, para poner en práctica las conclusiones del Consejo General.

La literatura salesiana sobre el BS es amplia, señal del interés por este medio de comunicación, empezando por los escritos del Rector Mayor.

Circulares, reflexiones variadas, intervenciones oportunas, investigación en el campo, experimentaciones y creatividad, han favorecido el crecimiento de este producto de información.

## **52 El Delegado Inspectorial de Comunicación Social y el BS**

Las tareas de animación para el BS que corresponden al Delegado Inspectorial podrían ser las siguientes:

- *re-lectura* conjuntamente con el director del BS de las conclusiones y decisiones del Consejo General enumeradas arriba;
- *programación compartida* sobre cómo realizar tales decisiones: preparando un calendario de intervenciones sobre cada punto y determinando las personas responsables;
- *ayudar* a individualizar a quiénes implicar en el organismo editorial del BS; es necesario recordar el implicar a miembros externos a la comunidad salesiana, escogiendo entre las personas cualificadas de Familia Salesiana y otros expertos entre los Amigos de Don Bosco;
- *estudiar* conjuntamente cómo formar un grupo administrativo en la zona en que se trabaja: pasos concretos se van programando de manera detallada, de acuerdo con el Inspector y el Consejo Inspectorial;
- *experimentar* la oportunidad de formación específica para la edición del BS: a través de la práctica del periodismo y de los variados aspectos relacionados con un producto e comunicación;
- *establecer* conjuntamente valoraciones regulares de los productos y del programa;
- cuidar la presentación del BS, para presentar mejor la imagen de la Inspectoría y de la Congregación;

- *incrementar la lista* de las direcciones de quienes reciben el BS, estudiando junto al director nuevas modalidades para conseguir personas, grupos, organizaciones civiles y eclesíásticas, que podrían estar interesados en las noticias salesianas.

### (3) Sitios Web Inspectoriales

53 Los sitios web inspectoriales han llegado a ser una característica regular e importante. Ellos son algo más que una unión intranet inspectorial, y son accesibles al mundo en general. Además de los sitios web inspectoriales, también las comunidades y las Obras han ampliamente adoptado la práctica de instalar un sitio web. Hay una serie de cuestiones fundamentales que considerar al proponerse un sitio web ( excepto los aspectos técnicos que no se tratan aquí):

- ¿A quiénes va destinado el sitio? (¿Salesianos, empleados, estudiantes, jóvenes; a todos? De ello se deriva la elección estratégica debida de palabras, grafías y contenidos.
- ¿Qué se quiere comunicar al grupo que se pretende alcanzar? ¿Cómo se puede presentar la información de manera breve y adecuada?
- ¿Cómo construir un sitio que permita la descarga de materiales de modo rápido y que sea útil y fácilmente navegable?

Los sitios inspectoriales deberían contener una unión con el sitio de la Congregación [www.sdb.org](http://www.sdb.org).

54 El sitio web [www.sdb.org](http://www.sdb.org): - Visitándolo frecuentemente es posible mantenerse al día en los datos y las informaciones que llegan directamente del centro de la Congregación. El Delegado Inspectorial debería aprender a utilizar el Área reservada para ayudar a los delegados Inspectoriales de los otros sectores y a las comunidades locales, a usarlo con provecho. Una tarea importante del Delegado de CS es la de comunicar al Coordinador del sitio [www.sdb.org](http://www.sdb.org) la puesta al día de los datos, de las informaciones y de las direcciones de la propia Inspectoría que están ya en el sitio. De este modo, el Coordinador del sitio [www.sdb.org](http://www.sdb.org) puede desarrollar mejor su servicio de animación central.

### (4) Otros productos de comunicación

55 Dos explicaciones.

- En este párrafo no se hace referencia a los productos que una Inspectoría puede realizar, sino a los que entran en el área de la ‘información’. Otros productos serán en particular considerados en capítulo tercero, el cual considera las iniciativas de la capacidad emprendedora salesiana.
- Se consideran, en cambio, los noticiarios de las parroquias, de las instituciones escolares o de otras realidades que se inspiran en Don Bosco, y que constituyen parte de la opinión pública ligada a la Congregación.

Existen además, múltiples folios semanales o mensuales de noticias, que forman parte de la vida cotidiana local. Aquí se consideran también las contribuciones de radio y TV, que proporcionan notas de la actividad e iniciativas de la comunidad salesiana.

Naturalmente no se es exhaustivo por razón de las diversas iniciativas posibles en este campo.

El punto de vista que se presenta aquí es el del Delegado Inspectorial de CS, no el de los editores de estos productos.

56 *El papel del Delegado Inspectorial es:*

- Crear una posible coordinación. Esto no significa necesariamente una cooperación directa, sino una definición de modalidades concretas para hacerla posible;
- ofrecer a cada realidad, en general, unos criterios para trabajar mejor y más eficazmente de modo que se garantice una buena calidad;

1. ayudar, si se le pide, en la realización de los productos singulares.

¡La fuerza de la animación no es menor para la posibilidad de decisión!

La animación propuesta se refiere a aspectos ya tratados en relación con el Noticiero Inspectorial.

Se crea una pequeña estructura que cuide la calidad del trabajo, incluso en las cosas pequeñas.

**57 Asegurar el funcionamiento de las informaciones Salesiana de las comunidades locales**

El Delegado Inspectorial debería llegar a ser el punto de referencia para las comunidades locales.

Un instrumento muy útil para la Inspectoría puede ser un librito o manual redactado partiendo de las necesidades a nivel local: similar al presente manual, pero más atento a las necesidades de comunicación y a las respuestas de las comunidades. Un buen ejemplo de manual inspectorial ha sido realizado por José Luis Calvo Torrello (SSE), que se titula *Manual de Comunicación para Ambientes Salesianos*, en lengua española. Los capítulos 4-8 de este manual contienen indicaciones prácticas útiles para: la información salesiana, el dicasterio de las Comunicaciones, los tipos de comunicación, la casa, el protocolo, los utillajes.

Hemos indicado la necesidad de tener un referente local para las informaciones necesarias para el Noticiero Inspectorial.

Si cada comunidad designa tal figura es posible construir una red inspectorial de información, que dará frutos de comunión y de misión entre los hermanos y las comunidades. En el centro de la Inspectoría habrá disposiciones para re-transmitir informaciones y actividades que llegan de las casas. Una red hecha de este modo produce noticias de constante actualidad, sin la necesidad de esperar necesariamente el Noticiero.

58 El Noticiero asume otro papel: ofrece una reflexión sobre los acontecimientos cotidianos, relanza las iniciativas en los ambientes salesianos, descubre la espiritualidad viva. Respecto a la información externa, es necesario considerar dos aspectos:

- una oficina de información de la vida de la Inspectoría Salesiana,
- relaciones más directas con los media locales.

**59 Asegurar el funcionamiento de las informaciones Salesianas del ‘centro’**

El compartir es una actitud requerido en la Congregación.

En nuestro proyecto, ANS es la agencia Salesiana internacional de información

No se debería confundir con otros productos. Ella es el lugar donde la información

Proveniente de las diversas realidades locales, se organiza para ser distribuida en las Inspectorías. Es un centro de recogida y de distribución. En cuanto centro de recogida necesita la contribución de todas las Inspectorías: esta es una ayuda solicitada en modo específico, a los Delegados Inspectoriales de la CS.

El Delegado, al seguir las actividades salesianas en la Inspectoría, tiene presente que es necesario:

- ‘**construir**’ las noticias,
- ‘**redactar**’ la información,
- ‘**situarla**’ en los media según el nivel de interés de la noticia (interés local, si se refiere a la actividad salesiana local; nacional, si implica intereses más amplios derivados de lo que ha sucedido).
- ‘**informar**’ a la Agencia de modo que se dé continuidad al proceso de información.

60 No es suficiente solamente enviar noticias, sino que es necesario verificar el efecto que ellas pueden tener a nivel local y universal. Los verbos ‘construir’, ‘redactar’, ‘colocar’, ‘informar’ son términos técnicos en la comunicación. Se da un esquema que puede ser de ayuda en el desarrollo de la tarea indicada.

## **(5) Una red de corresponsales**

61 La información se sostiene por el saber y el auxilio de muchos otros esfuerzos. Por esto, se necesita:

- crear un network para recoger informaciones sobre lo que se refiere a la Familia Salesiana;
- hacer profesional esta red, de modo que el servicio dado pueda garantizar un tratamiento adecuado y una distribución de las informaciones.

Los Delegados Inspectoriales y Nacionales, que son los normales corresponsales de la Agencia, pueden tener presente cuanto sigue para prestar un servicio de información de acuerdo con las exigencias de la Congregación, y de este modo animar a otros potenciales corresponsales a hacer lo mismo.

## **62 Fuentes de información para la ANS**

### *Fuentes salesianas*

- Dirección General: el Rector Mayor y el Consejo General, los servicios centrales y el dicasterio, la Casa Generalicia en Roma.
- Inspectorías: el Inspector, el Consejo Inspectorial, el Secretario Inspectorial, los Servicios Inspectoriales, Programaciones y Agenda, Salesianos de autoridad.
- Familia Salesiana, actividad e iniciativas de los Movimientos de Laicos.
- Publicaciones: Boletín Salesiano, Noticiarios Inspectoriales, publicaciones locales.

### *Fuentes no Salesianas*

- La Santa Sede
- Conferencias Episcopales, Diócesis.
- Conferencias de Religiosos.
- Organizaciones pertenecientes a otras Confesiones.
- Organizaciones internacionales, nacionales, regionales.
- Centros culturales y pedagógicos.
- Organizaciones juveniles internacionales, nacionales y locales.
- Otras agencias de prensa mundiales a nivel nacional o internacional.

### **63 Las noticias: cómo son y cómo funcionan**

#### *Concepto*

- Las noticias son un texto con una finalidad elemental: explicar un suceso con el máximo de información en el menor tiempo y espacio y con el mayor efecto comunicativo posible. Deben suscitar interés en el público.
- Las noticias no existen si un corresponsal no las produce. Un suceso permanece un suceso; para hacer lo noticia es necesario el esfuerzo periodístico de un corresponsal.

#### *Características editoriales*

Las noticias deben ser elaboradas:

- con un lenguaje sencillo, resaltado, conciso y claro.
- utilizando frases breves, una sola idea por frase y con abundancia de verbos activos y nombres concretos.
- evitando expresiones técnicas, que solo pocos llegan a entender, y usando un lenguaje de la gente ordinaria

Opinión e información no se confunden

Las fuentes deben ser contrastadas respecto a los hechos y a las palabras

Existen diversas modalidades posibles para confeccionar las noticias. Se presentan aquí el 'take' y otra modalidad menos rígida que permite a los redactores de la oficina ANS recoger las informaciones ofrecidas por el corresponsal. Es justo reconocer que los 'corresponsales' Salesianos, en términos generales, son voluntarios part-time, con otras tareas pastorales, con no mucho tiempo a su disposición y con una preparación no adecuada..

#### *Preparar un 'take' de una noticia*

Para la Agencia, las noticias consisten en preparar uno más 'takes' de información.

Un 'take' es breve, con una extensión máxima de 10 líneas.

El primer 'take' de un suceso debe ser autosuficiente, es decir, no debe necesitar de añadiduras para ser comprendido. Los 'takes' que siguen añaden ulteriores informaciones; pero todos los elementos de la noticia deben estar presentes al principio. Escribir una noticia en uno o más 'takes' depende de la importancia de la noticia que transmitir y de quiénes la leerán.

#### *La estructura de un 'take'*

El primer ‘take’ se abre con una frase-guía, es decir con una información más importante de la noticia.

Es necesario notar que<sup>4</sup> las noticias mejor escritas son las que siguen la fórmula clásica de las cinco preguntas: quién, qué cosa, dónde, cuándo y por qué; y además también ‘cómo’

### *Los títulos*

Se precisa siempre un título al comienzo de una noticia

La finalidad del título es la de identificar, anunciar y resumir la información contenida en la noticia, y de suscitar el interés.

Una palabra-clave puede abrir el título (dos palabras al máximo)

*Ejemplo:* DROGA. LAS COMUNIDADES TERAPEUTICAS SALESIANAS SE REUNEN .

Los títulos ANS no deberían superar 55 letras.

Los títulos de un texto narrativo están habitualmente formados por una frase, en la cual el verbo queda implícito. Textos de actualidad llevan generalmente los títulos sin verbo.

### *Otros modos de preparar las noticias que transmitir a la ANS*

- (a) Escoger un breve título
- (b) Como base para poner juntos los puntos de la noticia, contener no más de 3 ideas centrales y 7 detalles (estas cifras se consideran con exceso)
- (c) Indicar las fuentes, si es posible
- (d) Indicar la Inspectoría o la circunscripción de origen
- (e) Indicar el sector Salesiano mejor representado en la noticia (PG, Formación, etc)

Es deseable un contacto regular con la agencia. La experiencia demuestra que un contacto *mensual* es lo mínimo para favorecer un buen trabajo, en especial si la Inspectoría tiene varios corresponsales que trabajan con este método. La tarea estructurada de esta forma no requiere mucho a cada uno y, al mismo tiempo, favorece un buen flujo de noticias para la ANS. ¡La Congregación cuenta con 90 Inspectorías!

64 Lista con un posible esquema para la redacción de una noticia

<b>HECHOS BASICOS PARA LAS NOTICIAS</b>	
1. SUCESO	
2. DONDE LOCALIZACION PRECISA	
3. CUANDO ECHAS (tiempo)	
4. QUIEN PERSONAS, GRUPOS	
5. CUANTOS: GRUPOS, PARTICIPANTES	
6. QUE COSA	
7. PORQUE	
8. COMO	
9. ASPECTOS IMPORTANTES	
10. OTROS ELEMENTOS DE INTERES	
11. PROBLEMAS	
12. POSIBILIDADES	
13. COEMENTARIOS	

14. ESTADISTICA	
15. DOCUMENTOS (programas, textos, discursos, etc.)	
16. FOTOGRAFIAS, VIDEO	
17. REGISTRO SONORO	

65 *Unión entre el corresponsal y la oficina ANS*

El trabajo del corresponsal no será completo si la información no llega a tiempo a la oficina de la ANS.

Noticias importantes o de gran relieve deben enviarse cuanto antes posible

Noticias de argumentos ordinarios pueden enviarse juntas el primer día de cada mes.

Sucesos de cierto relieve, útiles para la Agencia ANS, se deben comunicar antes del 20 de cada mes

El material debería llegar preferentemente por e-mail, a las direcciones de la ANS y, para mayor seguridad, al personal que trabaja allí..

66 *Uso del teléfono*

El teléfono, celulares y símiles, es uno de los instrumentos más útiles usados por los periodistas, particularmente por las agencias. Las informaciones pueden ser dadas o recibidas por teléfono. El teléfono es útil cuando hay urgente necesidad de verificar los detalles o de mantener contactos inmediatos.

Cuando un periodista contacta por vez primera, debería presentar su propia identidad, la agencia de prensa para la que trabaja y el motivo de la llamada.

Son posibles breves declaraciones y entrevistas por teléfono. Con el fin de mayor fidelidad, la grabación de la llamada telefónica, comunicando al interlocutor la grabación, es útil para los fines periodísticos

Preguntas, breves, precisas y cuidadas, favorecen la redacción de una noticia.

La llamada, por tanto, se transcribe y desarrolla en un comunicado o en una entrevista.

67 *Uso del e-mail*

El e-mail es el instrumento muy útil para coordinar a los corresponsales con la Agencia.

El correo debería ser examinada al menos una vez al día.

El corresponsal debería normalmente escribir y recibir elementos de noticias ‘off-line’, es decir e-mail con un documento adjunto; el e-mail debería contener una explicación del documento añadido.

El formato de tal documento es oportuno que esté en RTE (Rich Text Format) en actuales versiones de Word (evitando versiones precedentes al Word '95)

El objeto del e-mail puede indicar, con un par de palabras, la naturaleza del documento adjunto. Este objeto tiene que ser parte del nombre del archivo. Un archivo llamado 'Italian.doc' no es bastante para distinguir un archivo.

Seleccionar, cuando sea necesario, ‘prioridades’, o ‘gran prioridad’ en la modalidad del envío; esto facilita la elaboración del ‘server’.

68 *Fotografías*

Cuando el e-mail no permite el envío de imágenes y de fotografías de buena calidad, es bueno utilizar métodos más tradicionales, cual por ejemplo, el correo aéreo.

Es preferible el formato-panorama al formato-retrato; mejor en dimensiones 10 x 15 cm, a colores; siempre acompañadas de explicaciones que indiquen el argumento, la fecha, el lugar, lo específico del acontecimiento., etc.

También son útiles las diapositivas.

#### **NB. Problemas unidos a la transmisión de fotografías**

Por lo que se refiere a los problemas técnicos y prácticos de un servicio fotográfico de noticias, se pueden solicitar sugerencias a la oficina de la ANS, que siempre está disponible..

### **Organización de las informaciones fuera(al exterior) de la comunidad Salesiana**

69 También las informaciones hacia fuera de la comunidad Salesiana deberían ser siempre organizadas.

**Ten en cuenta** lo que sigue:

- las relaciones con el personal de la comunicación en el área local (1),
- la activa participación de la Iglesia local en la tarea de la comunicación(2),
- ver las diversas oficinas de la Inspectoría para la comunicación:
  - . la oficina Salesiana de información(3),
  - . la oficina para las relaciones públicas (4),
  - . la oficina promotora de la buena imagen Salesiana (5)
  - . la oficina Revista.- Prensa (6)

70 La finalidad no es el proponer estructuras agotadoras y complicadas. Sino indicar las áreas de acción para una Inspectoría La distinción entre estas diversas áreas no precisa la presencia de un responsable para cada una. Una misma persona puede cubrir diversos cargos. Por otra parte, tal vez no todas las Inspectorías puedan organizar inmediatamente los servicios indicados aquí.

El Delegado. Inspectorial debe, de todas maneras, pensar en el amplio campo que se le ha encomendado. Es importante que reciba un apoyo cualificado por parte de la Comisión de la CS

71 La convicción de pertenencia es la siguiente: se necesita una mayor presencia del mensaje salesiano en los media.

No faltan experiencias interesantes de algunos Hermanos presentes en la realidad de los media; pero no siempre tales experiencias representan un esfuerzo coordinado o específico de la comunidad.

Llevar el mensaje salesiano ‘al exterior’ forma parte de la tarea del Delegado Inspectorial. Este sería un modo concreto para los Salesianos de afrontar el desafío de la comunicación social: ese es también un modo, verdaderamente importante, para estar en contacto con la misión salesiana.

¡No bastan solo los intentos! ¡Se necesita invertir en recursos humanos!

### **72 Relaciones con las estructuras y las personas de las comunicaciones en el área local**

Un entendimiento recíproco entre los que trabajan en el mismo sector es le primer paso que dar para una efectiva cooperación. Se puede redactar un elenco de estructuras, de personas y de media, con los cuales crear y cultivar.

- contactos personales
- contactos laborales
- contactos entre instituciones

Estos son los puentes de entendimiento sobre los que la información puede caminar más allá de la comunidad.

Hemos aludido ya a la Jornada Mundial de las Comunicaciones. Se recoge aquí la misma idea.

Las relaciones amistosas animan otros encuentros. Estos pueden estar inscritos en el calendario de los acontecimientos. El Delegado Inspectorial es el que, no solamente *pide* informaciones a los colegas, sino el que les *ofrece* informaciones útiles. Volveremos sobre esto cuando hablemos de las oficinas salesianas de información. Aquí veamos la urgencia de una coordinación entre el nivel Inspectorial y el Nacional. Las dos estructuras deberían apoyarse mutuamente.

La relación no se limita solo a las personas, sino que implica también a las instituciones; por ejemplo, a las estructuras de la Iglesia local, llamadas a organizarse de acuerdo con las líneas de la *Aetatis Novae*. Lo mismo se puede decir, especialmente en las grandes ciudades, de las estructuras civiles y periodísticas de radio y televisión.

### 73 Participación en la tarea de la Iglesia local para la comunicación social

El Consejo Pontificio para la Comunicación Social el 22 de febrero de 1992 promulgó su instrucción pastoral, para celebrar los 20 años de la *Communio et Progressio*. El párrafo final del texto lleva por título ‘La **necesidad de una programación pastoral**’ y examina dos puntos:

- la responsabilidad de los obispos
- la necesidad de un proyecto pastoral para la comunicación social.

Partes integradas en el texto y el apéndice: **Elementos de un proyecto pastoral para las comunicaciones sociales.**

74 Uno de los primeros deberes del Delegado Inspectorial es leer atentamente esta instrucción pastoral. Las responsabilidades de los Obispos se presentan en el n.20:

‘Reconociendo el valor y la urgencia de las necesidades suscitadas por la actividad de los media, los Obispos y aquellos que tienen el deber de decidir cómo distribuir los limitados recursos humanos y materiales de la Iglesia, deberían actuar para darle la debida prioridad, tomando en consideración las situaciones particulares en la propia nación, región o diócesis.

Esta necesidad es hoy más grande que nunca porque, al menos en parte, el gran ‘areópago’ de los media contemporáneos ha estado hasta ahora más o menos descuidado en la Iglesia.

Como ha notado el Santo Padre. Generalmente se ha dado preferencia a otros medios de formación y evangelización, mientras que los mass media se han dejado a las iniciativas individuales o de pequeños grupos, los cuales tienen un papel secundario en la proyección pastoral”

Esta es una situación que hay que corregir.

75 La colaboración por parte de la Inspectoría Salesiana se puede realizar de muchos modos:

- a través de la presencia y la participación en cuanto se organiza a nivel diocesano,
- a través de iniciativas llevadas a cabo cuando la diócesis no estuviera todavía organizada,

- a través de la animación litúrgica,
- a través de los grupos juveniles,
- a través de la participación en los programas de la radio y de la TV.locales.

## 76 **Internet**

Dos son los argumentos que se consideran aquí referidos al internet; con ellos están conectados diversos aspectos:

El primero: el uso del internet

El segundo: la utilidad del internet

### 77 *El uso del internet*

Sin desarrollar los detalles, consideramos en este párrafo cuanto se refiere al trabajo del Delegado Inspectorial de CS reclamando la **dimensión social** del fenómeno.

El Delegado está interesado en **educar a los'navegantes'**, adultos o jóvenes.

Con el fenómeno internet está conectada la educación técnica, moral y social. Es un área educativa en la que el Delegado Inspectorial debe preocuparse de proyectar y coordinar. Es necesario aprender el uso del internet para hablar de la fe, para enseñar, informar, educar, rezar. Una vez superado el peligro de una 'navegación' incontrolada, él llega a ser un verdadero don de Dios. Tal vez es una meta a la que tender. El factor primario es la educación.

Como en todos los otros campos de actividad y de vida, el resultado depende de una programación a tiempo, también con internet: no debe faltar esta consideración que nos ofrece la nueva tecnología.

### 78 *La utilidad del internet*

En el estar presente en internet reclamamos la importancia de **ser profesionales**. La ayuda de profesionales hace nuestra presencia on-line visible, atrayente y eficaz.

## **Animación - producción**

79 La tarea del Delegado se resume en tres posturas:

- respeto por los procesos de empresa y por las diversas competencias implicadas,
- coordinar la presencia en red con otras figuras implicadas en el campo de la comunicación,
- garantizar el carácter salesiano de la empresa

80 *Respeto* por los procesos de empresa y por las competencias.

El Delegado Inspectorial forma parte del lado empresarial, teniendo en cuenta de tres aspectos:

- la explícita delegación que recibe del Inspector para animar este servicio, por lo que es clara su responsabilidad en este campo;
- la típica organización de toda empresa para su funcionamiento, con sus estructuras referidas a las decisiones que tomar y a las tareas internas;
- el personal cualificado y competente (para evitar intervenciones que no correspondan a la dirección de gestión de la empresa).

El respeto por las competencias es signo de reconocimiento de la autonomía de este campo.

81 *Coordinación*

El Delegado inspectorial tiene esta tarea.

Una iniciativa empresarial tiene recursos humanos, capacidades estructurales, una actitud mental abierta a la realidad y al futuro.

La organización inspectorial de la comunicación social puede sacar ventaja de todo lo que, no para distraer la empresa de su tarea sino para utilizarla en ayudar a las comunidades a crecer en la comprensión de la comunicación.

Cuidar las relaciones personales con los que trabajan en la empresa, seguir el desarrollo de las iniciativas y de los proyectos, conocer las proyecciones de la empresa: puede ayudar al proyecto inspectorial de la CS.

Para el Delegado no es cuestión de coordinar a las personas sino los proyectos y el modo de realizarlos.

82 Garantizar el carácter salesiano de nuestras iniciativas empresariales.

Este es el punto fundamental. Este se persigue ante todo en la discusión con el Inspector y su Consejo, no directamente con los responsables de la iniciativa. Recalamos aún:

- la dimensión promocional y educativa de la actividad empresarial,
- la dimensión de proyección a través de una declaración de intenciones redactada por la empresa,
- la dimensión formativa respecto a los empleados, para realizar los fines de la empresa Salesiana.

De esto resulta claro que el delegado necesita el apoyo del Inspector y de su Consejo.

Una forma concreta de ayuda y de asegurarse, que el Delegado sea parte del Consejo de gestión de la empresa.

**Algunos aspectos importantes para dirigir una actividad empresarial con éxito.**

83 Se pueden encontrar prejuicios en las comunidades salesianas respecto de iniciativas financieras..

Se establecen relaciones estables entre la Inspectoría y tales iniciativas.

84 *Prejuicios comunes*

Las comunidades, hablando en general, no están a favor de actividades empresariales que se relacionen con la comunicación social. Aquí entran en juego varios factores.

Algunos prejuicios son de orden práctico, otros de orden teórico.

85 *Prejuicios de orden práctico*

Los siguientes, entre otros:

- falta de conocimiento del sector empresarial: pocos Salesianos han hecho experiencias en la actividad financiera; por lo que tales actividades se ven como una distracción del carisma. Por lo mismo, son pocos los Salesianos con una competencia particular requerida para dirigir una

actividad económica compleja, con todas las reglas que requiere semejante actividad.

Con frecuencia esta deficiencia de conocimiento genera dudas y sospechas;

- algunas *preocupaciones* de orden *financiero*: la experiencia que tenemos sobre empresas de comunicación social en algunas Inspectorías no es positiva. En algunos casos, los fallos financieros han puesto a la Inspectoría en serias dificultades

¿Por qué correr tales riesgos innecesarios?

- las *circunstancias religiosas* de los hermanos que gestionan iniciativas financieras:

Las comunidades pueden tener alguna reserva acerca de la vida religiosa de quienes trabajan en actividades financieras, especialmente si se consideran los aspectos que tocan la pobreza religiosa.

A sus ojos, parece difícil observar la pobreza allí donde se han de haber con proyectos, finanzas, adquisiciones con grandes gastos, relaciones públicas costosas y etc.

Existe también la evidencia de algún hermano que vive fuera de la comunidad, en situaciones de no gran testimonio del carisma salesiano.

La primera obligación del Delegado Inspectorial es la de ayudar a las comunidades salesianas a ver el componente de actividad empresarial de la comunicación de un modo objetivo y favorable.

No es una cosa que se sale del ámbito del carisma salesiano.

No es una opción nueva en contraste con la tradición.

No es una actividad de algunos, llevada adelante como algo ‘personal’, sino una actividad Inspectorial comunitaria, parte del proyecto que atiende la presencia salesiana en la Iglesia o en una jurisdicción civil, y dentro del proyecto educativo-pastoral más amplio de la Inspectoría.

Si estos prejuicios no se superan, es difícil prever un cierto desarrollo y crecimiento en este campo.

Creemos que es verdaderamente importante conseguir convencer de la salesianidad del trabajo en las comunicaciones, incluido el aspecto económico-empresarial.

## 86 *Prejuicios de orden teórico*

Miedos de este orden incluyen:

- *el fácil contraste* entre ‘actividad financiera’ y ‘ministerio’

Una actividad financiera significa poder y dinero. Un ministerio pastoral, por el contrario, se define más bien como servicio. Sin duda hay verdad en esto. No obstante, no se pueden y no se deben considerar en términos absolutos: el uno es el bien; el otro es el mal. Hay un ministerio pastoral ‘poderoso’ y hay actividades económicas que ‘sirven’. Los cortocircuitos sirven solo para confundir.

Si la realidad se expresara solo en estos simplistas términos, ¿cómo expresar la presencia masiva de la Iglesia en las comunicaciones y en las iniciativas de comunicación?

¿Cómo explicar la parte no secundaria que la experiencia económica tuvo en la vida de Don osco?

Hoy en especial, la Iglesia está atenta e interesada en el campo de las comunicaciones y en las iniciativas conexas. ¡Estas han llegado a ser vehículo para el Evangelio! Lo que se ha dicho sobre las preocupaciones a este respecto debería poner

en guardia a aquellos que trabajan en este campo y no dejarse envolver en los aspectos del poder.

- *miedo de perder los contactos personales* con la gente y dejarse convencer por las audiencias (público) en las opciones editoriales. Este miedo toca una sensibilidad típica de los Salesianos: buscar contactos personales con los que servimos en el ministerio.

Indica también el deseo de buscar la verdad frente a las preocupaciones que miran a la moda en curso. Esta preocupación no se minusvalora.

Afecta a todos los Salesianos de Don Bosco.

Todo indica que la comunicación social y las iniciativas financieras anejas no se pueden reducir a cosas materiales, a instrumentos y estructuras.

La riqueza de estructuras y de medios no representa toda la tarea de las comunidades Salesianas que trabajan por los jóvenes, especialmente por los más necesitados y por los pobres.

Las estructuras y los medios son parte de un proyecto más amplio que siempre pone a las personas por las que se trabaja, y la intención de salvarlas, en el centro del trabajo salesiano.

## 87 Relación entre la Inspectoría y la empresa

- Es competencia de la Inspectoría, a través de las oficinas responsables de la actividad y de la vida cotidiana, organizar la comunicación y en particular las iniciativas económicas a ella anejas;

- toda evasión por parte de la Inspectoría, esto es, del Inspector y de su Consejo, ya sea a nivel de ideas, ya sea de la práctica, no hace otra cosa que causar problemas y dificultades en el futuro inmediato;

- el Inspector y su Consejo necesitan de una ayuda adecuada en la animación y en el gobierno de este sector: esto explica el papel del Delegado Inspectorial de CS, asistido por una comisión de expertos en este campo;

- el proyecto inspectorial debería tener en cuenta todas las áreas de actividad y de vida que coordinar y animar, de modo que se favorezca el crecimiento para todos y para todo: estructuras, personas, organizaciones, y prospectivas;

- la organización de empresas y actividades económicas, con definición de cometidos internos al trabajo y a las funciones precisas de personas, grupos y consejos, sirve para respetar las competencias de cada uno y para asegurar el desarrollo ordenado de la empresa.

Don Bosco se ponía a la vanguardia del progreso. Los Salesianos tienen la fuerza y la posibilidad de continuar las opciones de su Padre Fundador.

## CAPITULO TERCERO. EL DELEGADO Y SUS EQUIPOS

88 En las comunidades se pregunta a veces quién está comprometido en la CS

### El Delegado

89 El CG23 hablaba de la comunicación social (cfr. Actas nn.254-260. 'El camino de fe de los jóvenes pide a la comunidad una nueva forma de comunicación') en el contexto de las deliberaciones referentes a la actividad salesiana. Se indicaba la necesidad que tienen las Inspectorías de nombrar la persona responsable de la CS en la Inspectoría (n.259).

90 El hermano nombrado toma el título de **Delegado Inspectorial de CS**. Existen otros delegados en la organización de una Inspectoría; ellos animan las varias actividades de la comunidad salesiana.

91 La aclaración que se necesita aquí es la siguiente:

- Cada delegado recibe la delegación directamente de su Superior. Cuando no sucede esto, se crea incertidumbre sobre lo que hacer (sobre cuánto y cómo hacerlo) e incluso, sobre una posible valoración del trabajo hecho. Es digno de notarse el hecho de que una delegación necesita ayuda para guiar a la persona encargada y para un apoyo autorizado para su trabajo en comunidad.

92 Es por tanto conveniente para el Delegado llegar a un entendimiento con el Inspector y su Consejo sobre los **límites** y las **posibilidades** de su trabajo, una vez que haya recibido la obediencia de animar y coordinar la comunicación social en la Inspectoría.

93 El punto de partida y la guía base para trabajar en la CS deben ser elaboradas (por el Inspector, el Consejo Inspectorial y el Delegado) teniendo presente las indicaciones dadas por las Constituciones y Reglamentos, por el Proyecto de Animación y de Gobierno del Rector Mayor y de su Consejo (por ej. para el sexenio 2002-8) y por el documento SSCS..

### Los equipos de la CS: Comisión y Consulta

94 El Delegado de CS esencialmente una persona de grupo. Normalmente está asistido por una Comisión y a veces, tiene incluso un grupo consultivo. Depende en gran parte de la situación y de las necesidades de la inspectoría el hecho de tener una Comisión y un grupo consultivo o una combinación de los dos..La Comisión trabaja directamente con el Delegado para promover la CS en la Inspectoría. Su papel está bien delineado en el SSCS, en los nn. 167ss. El grupo consultivo lo ayuda con sugerencias y está dispuesto a estudiar los aspectos que necesitan ulterior examen, lo ayuda acompañándolo en los procesos, etc..

## **La Comisión de la CS**

95 La Comisión debería encontrarse en una posición que le permita tener frecuentes y breves reuniones. El trabajo cubre diversas funciones. Sin ser exhaustivos, enumeramos aquí las fundamentales:

### **La Comisión como grupo de trabajo**

96 Los proyectos de la CS dependen directamente del Inspector con su Consejo a nivel inspectorial, del Director con su Consejo a nivel local. La Comisión de la CS es un grupo de trabajo al servicio del Inspector y de las comunidades locales. La comisión no impone, no está al margen y mucho menos interfiere el proyecto; ella asiste estudiando el problema o los problemas que surgen de la realidad de vida y de actividad, sin perder contacto con la realidad salesiana. Perder contacto con la realidad salesiana significaría perder su función precisa de animador. 'Estar al servicio' incluye dar impulso repunte hacia delante.

El estudio del problema de la comunicación en todas sus formas y el estudio de los problemas reales de la Inspectoría y de las comunidades donde intervienen las comunicaciones (y por tanto problemas de personas y también de actividades): todo esto forma parte del papel de la Comisión.

### **La Comisión como grupo experimental**

97 La Comisión apoya al Delegado Inspectorial y asume la tarea de experimentar:

- nuevos proyectos,
- cursos de formación para jóvenes y adultos,
- actividades que se refieren a diversas áreas de la actividad salesiana (escuelas, parroquias, oratorios, actividades con jóvenes en riesgo, asociaciones, liturgia, etc),
- renovación y coordinación de las actividades tradicionales (teatro, actividades de sala, canto, música, etc),
- unión y cooperación con las instituciones del área local, ya sean ellas civiles o eclesiásticas.

### **La Comisión como grupo de hacer proyectos**

98 El Inspector y su Consejo son los primeros responsables de proyectar y de ejecución del proyecto de la CS de la Inspectoría. Ellos realizan esto a través de la Comisión. De hecho la Comisión es y funciona como oficina de proyectos en el sector de la comunicación social. Aquí hay amplio campo de acción.

99 Como grupo de proyectos, la Comisión extiende sus servicios también a las comunidades locales. La Comunidad Educativo Pastoral (CEP) y los distintos consejos de trabajo gestionados por la comunidad necesitan ayuda para planificar y proyectar, de acuerdo con las exigencias del lugar, de la comunidad y de las fuerzas efectivamente presentes en el ámbito.

## La Comisión como centro de comunicaciones

100 El término ‘centro’ alude a una doble necesidad que la Comisión debería considerar como parte de su agenda:

El centro es un punto de referencia: en términos de organización,

El centro es un servicio: en términos de coordinación;

101 *El centro es un punto de referencia.:* en términos de organización.

La primera tarea que el Delegado Inspectorial y la Comisión deben afrontar es la de organizar el sector de la CS. Es este un sector para la presencia y la actividad salesiana.

Organizar significa:

- estudiar la situación,
- tomar nota de los recursos,
- verificar las posibilidades,
- planificar lo que se puede hacer,
- atender a la valoración,
- iniciar el trabajo.

102 Las Inspectorías están bastante habituadas a trabajar de acuerdo a un plan y a organizar el ministerio pastoral. Ahora se necesita estar dispuestos a participar en esta dinámica (delegado, consulta, comisiones, coordinadores locales...)

103 *El centro es un servicio: en términos de coordinación.*

Frecuentemente lo que falta es la coordinación . No siempre las Inspectorías son conscientes plenamente de lo que ya existe en la comunicación. No todo el personal cualificado está valorado. No todos los instrumentos se usan en las mejores posibilidades. No todas las realidades de la comunicación están relacionadas (editoras, Boletín Salesiano, boletines locales, bibliotecas, lugares de reunión, las diversas publicaciones y etc.)

La Comisión puede ofrecer esta coordinación tan necesaria, y puede construir una comunicación unificada y sistemática.

## II La Consulta para la Comunicación Social

104 El Delegado y su Comisión pueden desear o necesitar un grupo consultivo, cuyo papel es semejante al del Consejo Consultivo Mundial. Este acompaña, valora, busca, guía, estudia la comunicación social tal como se presenta en el contexto de la Inspectoría. Mantiene contactos con las comunidades locales y con el centro Inspectorial. Ayuda a las comunidades locales en muchos aspectos técnicos.

La Consulta puede ser un grupo de expertos del sector para ayudar el desarrollo de los proyectos y aconsejar durante la marcha. A las comunidades no se les debe dejar a sí mismas. El acompañamiento asegura dos cosas esenciales: la continuidad de los proyectos., ya que cuando se llega a la acción, el gran desafío está en la capacidad de llevar a cabo proyectos planificados por otros; la constancia en

los proyectos que necesitan ser dirigidos para asegurarse de que marchan en la debida dirección y en línea con las situaciones cambiantes.

El trabajo de acompañamiento ofrece excelentes oportunidades para una permanente formación de docentes y otros operadores.

La Comisión responde a las necesidades de las comunidades.

### **Coordinadores locales**

105 Así como hay un Delegado a nivel inspectorial, de la misma manera se necesita un coordinador a nivel local. Este es un nivel de actividad no muy desarrollado en las Inspectorías. Detalles sobre su papel se pueden encontrar en el SSCS en los nn. 173ss. Una de sus tareas es la de ponerse constantemente en contacto con el Delegado Inspectorial de CS, especialmente para asegurarse de que los proyectos a nivel local estén de acuerdo con el conjunto del sistema de CS de la Inspectoría. Esta observación no se entiende en sentido restrictivo, sino como orientación.

Si se quiere que la red de corresponsales llegue a ser realidad, los coordinadores locales de la CS son la espina dorsal de la misma, en cuanto que ellos están con frecuencia en la posición de comunicar al Delegado Inspectorial o directamente a la ANS de iniciativas y acontecimientos.

106 **Recogida de datos sobre recursos del personal.** Una de las preocupaciones iniciales del Delegado es la de descubrir los talentos de los hermanos y de los laicos, y de coordinarlos. Muchos jóvenes tienen inclinación y capacidad para trabajar en la comunicación. Lo mismo se puede decir de muchos hermanos. La preparación del personal y la competencia en los sectores con la presencia de los Salesianos son objetivos primarios del Delegado Inspectorial en su trabajo de animación y formación.

A nivel inspectorial hemos visto que es más útil que nunca poseer una **recogida de datos** con los nombres y las cualificaciones de los que pueden ayudar o colaborar en el campo de la comunicación.

Tener nombres disponibles puede ser muy útil en ciertas situaciones, por ejemplo cuando la comunidad salesiana:

- celebra cualquier acontecimiento
- prepara una celebración significativa para jóvenes o pobres de la zona
- debe corregir una cierta desinformación sobre los Salesianos o sobre la vida y actividad de la Familia Salesiana
- lanza una iniciativa para implicar a otros en el campo del desarrollo o en el de la educación o de la evangelización.

## CAPITULO CUARTO

107 Las Inspectorías no están obligadas a aplicar a todas indicaciones que se indican, sobre todo en orden a las diversas estructuras. No hay que desanimarse si una Inspectoría no puede actuar al resto, pero es justo recordar que no es bueno quedarse en la inercia Toda Inspectoría está llamada a escoger lo que es posible realizar respetando los recursos y medios concretos de que se dispone

### Otras estructuras

#### Oficinas de Información

108 Una de las oficinas Inspectoriales, útil para la vida y la actividad de la Inspectoría, es también muy útil para la comunidad salesiana, podría ser una Oficina de Información Salesiana. Su organización es sencilla.

El responde a solicitudes iniciales sobre la vida y sobre la actividad de los Salesianos en la Inspectoría, en la nación, en la región o en el mundo. Debería por tanto tener a disposición informaciones básicas:

- número de hermanos (en total o por Inspectorías),
- número de las comunidades (en total o por Inspectorías),
- presencia misionera (cuántos hermanos hay en las misiones, cuántas zonas de misión, etc),
- nuevas presencias,
- cómo están reagrupadas las diversas obras (con información sobre la educación, la evangelización, el desarrollo),
- actividades particulares (hicos de la calle, refugiados, etc),
- experiencias en curso,
- y todo lo que objetivamente puede ayudar a la presentación de la Congregación.

109 Esta oficina o despacho puede ser ulteriormente acrecentado por medio de una relación con la Familia Salesiana:

- grupos,
- lo que hacen,
- proyectos particulares.

Y aún una ulterior referencia al **Movimiento Salesiano**:

- su naturaleza,
- quiénes son los que pertenecen, cuál es su vida,
- organización,

Interesa al Delegado Inspectorial de CS tener ya dispuestos los datos de inmediata utilidad en caso de urgente solicitud de información.

#### Oficina de Relaciones Públicas

110 La *Aetatis Novae* habla de las públicas relaciones de esta forma(n.31)

‘Las relaciones públicas requieren una activa comunicación por parte de la Iglesia, por medio de los media, ya seculares ya religiosos.

Siendo necesaria la prontitud para comunicar los valores del Evangelio y para la publicación de los ministerios y programas de la Iglesia, se requiere que la Iglesia haga todo lo posible para asegurar que su imagen refleje la de Cristo.

Un plan pastoral para la CS debería buscar:

- preparar oficinas para las relaciones publicas, con suficientes recursos humanos y materiales,
- el hacer efectiva la comunicación entre la Iglesia y la comunidad.

111 El Delegado Inspectorial debe considerar la necesidad de estar en activo en las comunicaciones; sin esperar que otros pidan informaciones, ofrecer lo que se piensa que debe ser conocido sobre la vida o sobre una actividad Salesiana; un equilibrio entre la **visibilidad y sobreexposición**.

Una falta de visibilidad significa no ser conocidos.

Ser demasiado visibles significa crear indiferencia

La necesidad de mantener contactos con los delegados de otras Inspectorías que trabajan en la misma Nación o Región.

112. Los **principales cometidos** de esta oficina podrían ser:

- *mantener contactos* con los responsables de la CS;
- *presentar* la política de la Congregación en referencia los varios problemas o argumentos que están en duda u enfrentados con el público;
- *responder* a solicitudes que surgen de la vida cotidiana o de sucesos particulares de gran relieve que se refieren a aspectos educativos o relativos a los jóvenes.
- *preparar* los acontecimientos que se refieren a la Congregación, de modo que no se queden en simples celebraciones exteriores;
- *proporcionar* soporte técnico o de reflexión cuando la Congregación expresa sus valores;
- *preparar* comunicados oficiales que expedir a quienquiera ser informado;
- indicar la verdad sobre hechos cuestionados;
- ofrecer *una clave de lectura* sobre situaciones que se refieren a necesidades y problemas;
- guiar la opinión pública;
- *estar presentes* de modo acreditado y oficial en nombre de la institución en reuniones y encuentros, conferencias de mesas redondas y en los debates abiertos a todos los que trabajan en el sector.

Declaraciones formales sobre estos temas enumerados se viene normalmente emitidas como comunicados de prensa. El Delegado de CS, de acuerdo con el Inspector o con quien ha sido delegado por él para este trabajo, proveerá la preparación y emisión de tales declaraciones.

113 Específicamente en referencia a **posibles** destinatarios.

En el contexto de hoy día para una institución como la de los Salesianos, insertados activamente en la vida de tantas personas en muchas y diversas naciones del mundo (primero, segundo, tercero o cuarto modo), sería útil tener una estructura que pueda ayudar:

- a presentar la realidad objetiva de la Congregación,
- entre las otras instituciones civiles y religiosas,
- los medios de comunicación social con frecuencia a la busca de las noticias, positivas o negativas, que se refieran a la Congregación en los diversos Países,
- son para la institución un portavoz oficial para el gran público y

- un filtro reconocido por las noticias más allá de la institución;
- a construir una imagen apropiada de la comunidad Salesiana en el mundo, para una mejor penetración en el tejido social y eclesial y
- por un diálogo más visible y transparente con aquellas zonas del público interesadas en la experiencia salesiana,
- a conocer más completamente las reacciones en el mundo ante las muchas iniciativas salesianas:  
 en la educación,  
 en el ministerio,  
 en el ser portadores y un colector de noticias que llegan a la institución desde fuera.

114 El servicio que se ofrece requiere que el encargado de este sector sea oficialmente nombrado por el Inspector con su Consejo como el responsable a los que referirse.

### **Oficina de promoción e la Imagen Salesiana**

115 La oficina de promoción es parte de la vida cultural cotidiana y favorece puntos de vista originales y adecuados de la institución que representa y que promueve.

Esta tarea es muy importante, pero con frecuencia, muy difícil. Muchas veces es escondida. Para promover la imagen de una persona y de una institución se necesita:

*conseguir la imagen,  
 organizarla y*

*explicar* el significado en términos de calidad y cantidad, por medio de los media y la prensa, para suscitar simpatía, atención, acogida de la persona o de la institución, de las opciones hechas, de las intervenciones, de los valores.

Desde un punto de vista comunicativo esto significa ‘hacer noticia’. ¡Esto ha de entenderse para no presentar imágenes sin contenido!

Los tiempos y las modalidades de ‘hacer imagen’ están dictados por las circunstancias reales en la vida de las personas y de la Congregación. Es necesario estar atentos y adaptarse a las diversas situaciones locales. La imagen de la Congregación puede y debe ser desarrollada allí donde se habla de:

- la vida de los jóvenes,
- la vida de la gente normal – renovación cultural,
- los distintos de los sin voz.

### **Oficina Reseña de Prensa**

116 Una oficina de reseña de prensa podrá parecer de importancia secundaria. No obstante, ella es la premisa y el contexto para las dos precedentes oficinas de la imagen y de las relaciones públicas. El servicio pretende:

- recoger todo lo que construye la opinión pública,
- positiva o negativa, en los media, referentes a aspectos de la vida y de la actividad salesiana;
- poner en el archivo lo que interesa o desafía a la Congregación en las diversas esferas de la vida y de la misión salesiana;

- poner al día constantemente los datos sobre la relación de los mass media y entregarlos a los responsables para la vida y el desarrollo de la Congregación.

117 El trabajo cotidiano de recoger este tipo de informaciones, para una institución tan ampliamente extendida y grande como la Congregación Salesiana, no se puede dejar solo a la sede central de Roma. Cada Inspectoría está directamente interesada. También el Delegado Inspectorial debería echar un ojo sobre este campo y mandar a la ANS lo que es de interés general.

### **Servicios de particular importancia para la Inspectoría y las comunidades locales**

118 *La Crónica de la Casa*: el art. 178 de los Reglamentos indica que es deber del Director ‘compilar o hacer compilar la crónica de la casa’ Dicho esto, ese es un aspecto de la comunicación que merece la atención del Delegado Inspectorial, en el sentido de que él puede sugerir alguna recomendación útil para su recogida en las comunidades. Estas recomendaciones podrían incluir comentarios de según las líneas siguientes:

- escribir la crónica como una ‘esquela’ con las 5 preguntas clásicas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo y, ¡ocasionalmente, por qué!
- Incluir lo que tiene valor para la historia de la comunidad. Es algo más que una página de agenda.
- el estilo debería ser narrativo,
- el contexto y la atmósfera son importantes al escribir la crónica; por tanto, es necesario señalar las referencias a las circunstancias nacionales, civiles, eclesiásticas, parroquiales...,
- los nombres de las personas se citan con precisión para una posterior identificación,
- deberían evitarse los juicios de valor (‘Scripta manent’),
- forman parte de la crónica una larga serie de otros materiales: fotografías,, programas, invitaciones, CD y otros materiales digitales.
- es mejor poner la fecha a todos los materiales por respeto a los que vengan.
- un apéndice de la crónica puede contener los horarios de la comunidad.

119 *Cartas mortuorias* la carta emitida por la comunidad (normalmente), de donde ha muerto un hermano, es un acto de comunicación importante y compete al Delegado de la CS hacer sugerencias a las comunidades en líneas generales sobre su composición. Las sugerencias pueden seguir las líneas siguientes:

- estilo de presentación: legible y hecho con cierta elegancia;
- por su finalidad de archivo y para uso más amplio (de la Congregación) debería tener formatos de uso general. (AGG 15x21cm);
- es respetable un cierto equilibrio entre las diversas cartas; la Inspectoría podría sugerir una determinada extensión;
- reiterar a los Directores su deber de redactar tales cartas;
- ya que una carta mortuoria podría ser el único documento de un hermano, estaría bien que ellas fueran lo más completas posible;
- evitar enfatizar demasiado la enfermedad final; la carta se refiere más a la vida del hermano;
- concentrarse sobre lo que ha distinguido al hermano en la Congregación;

- si se incluyen citas directas , estas van inscritas en el contexto adecuado;
- antes de la publicación se da a leer y a comentar a muchas personas para asegurarse que ha sido compuesta bien.

120 *Los archivos*: la responsabilidad principal de los archivos a nivel inspectorial es del Secretario Inspectorial (R.159) , el artículo citado para la crónica a nivel local incluye también una referencia a los archivos de la casa. Existe, además, un comentario más general sobre los archivos en R.62. *Los Elementos Jurídicos y Praxis Administrativa en el Gobierno de la Inspectoría*, publicados últimamente el año 2004, y ciertamente disponibles también en inglés y español, es una referencia de base también para el Delegado de CS, al menos, para una somera toma de conciencia sobre el argumento. Contiene informaciones sobre cómo preservar las documentaciones e instalar el inventario y la clasificación.

121 En estos tiempos de rápido desarrollo de la tecnología digital, es necesario también preocuparse de *conservar el material digital*: el ‘texto’, en su significado más comprensivo (fotografías, audio, etc.) corre el riesgo de perderse si permanece solo en forma digital. En muchos casos se puede transferir a papel impreso, pero se puede también asegurar una adecuada conservación de material digital, especialmente si una prensa no está disponible o no se puede conseguir.

122 El Delegado de CS tiene el encargo, junto con sus equipos de aconsejar al Inspector y a las comunidades locales sobre los argumentos que se refieren al protocolo y al procedimiento para el *debido secreto del material digital*. Muchos documentos delicados de estos tiempos se registran en ‘disco duro’ en las oficinas Inspectoriales y similares. Es posible, usando el ‘free software’, (un ejemplo ente otros es el TrueCrypt), crear con facilidad un archivo encriptado, y discos virtuales que pueden ser abiertos solo utilizando el nombre del usuario y su contraseña.

123 *Manual de estilo*: ya que existen diversos ejemplos de manuales de estilo generalmente en el mundo de las comunicaciones, sería conveniente para una Inspectoría tener un manual de estilo que aúne los diversos argumentos contenidos en este manual y los presente en forma de manual de estilo para uso de la Inspectoría: los diversos aspectos presentados sobre las cartas mortuorias pueden ser un ejemplo. En la Casa Generalicia hay diversos ejemplos de este tipo de manuales: un Vademécum usado por diversos miembros del Consejo General, y un Manual de Estilo como tal, está en preparación, aunque no todavía definitivamente aprobado. Guías de este género pueden incluir las referencias a la editora de la Inspectoría (alcanzando bajo esta materia a la documentación que está en el Consejo General de la CS, cfr. ACG 390), la adopción y el uso de un logo Inspectorial, los acuerdos para el uso de materia de publicación o de internet.

### **Algunos argumentos de particular interés y atención**

124 **Open source, the Free Software Movement (FOSS)**. Un área, que tiene un importante impulso a nivel mundial y que merece la atención y la reflexión de la Congregación, es el software Open Source (Manantial Abierto) y la Open Source Software Movement (FOSS, cuando se juntan) La instrucción ‘Ética en internet’ del Consejo Pontificio para la CS 2002 hablaba del hecho de que ‘el Internet requiere una

cooperación internacional para establecer los estándares y los mecanismos aptos para promover y proteger (el bien común)...Son necesarias acciones resueltas en los sectores públicos y privados para cerrar y eliminar por fin la ‘deriva digital’. Don Pascual Chávez en su carta en las ACG 390 hablaba directamente de la materia, observando que el ‘Open Source’ es un modo de proceder con la democratización de la información y de la cultura’.

El argumento tiene una importancia primaria, de ser considerado a nivel inspectorial por un grupo consultivo si no, por la misma Congregación. Resulta cada vez más difícil, especialmente en las naciones e Inspectorías más pobres, sostener los software privados, con aspectos morales que considerar también. El FOSS merece ser considerado como una alternativa por motivos que atañen a: la legalidad (evitar la piratería), los costes efectivos, la independencia de la inclusión en un único sistema, la cultura de colaboración y de comunidad que él acepta, su flexibilidad.

125 Desafíos educativos e institucionales: Don Pascual Chávez en su carta en las ACG 390 sobre la Comunicación Social enumera una lista de desafíos que se presentan hoy en la educación, bajo el título de ‘Una cultura de..’; por tanto, una lista de desafíos para la Congregación: su comunicación del carisma, los desafíos de la tecnología, del uso del tiempo, de los media, de la formación. También estos son argumentos que hay que tomar en consideración a nivel inspectorial y local, y sobre los que actuar donde sea necesario.

## **CAPITULO QUINTO: COORDINACION CON OTRAS INSPECTORIAS**

### **Áreas de cooperación y coordinación**

126 Este manual abre ahora el horizonte para el trabajo de los Delegados a nivel Inspectorial, Nacional, de Conferencia y de Regiones en la comunicación social. Aquí nos limitamos no obstante, a unos pocos criterios y pocas áreas, en particular a las tres siguientes:

- coproducciones,
- copyright,
- exposición de productos salesianos.

### **Coproducciones**

127 De la lista presentada en las páginas precedentes se pueden individuar las posibilidades de un trabajo compartido entre los que trabajan en la misma área. Como estamos presentes con iniciativas, empresas y actividades en todos los continentes, podemos formar una red de relaciones y de realizaciones. El argumento no es de los más sencillos.; presenta muchos problemas:

- de personal cualificado para este tipo de trabajo,
- de compromisos doctrinales y opciones prácticas,
- de organización entre los socios,
- de recíproca confianza, incluida la parte económica,
- de legislación civil,
- de derechos editoriales....

128 El esfuerzo y la constancia en perseguir el objetivo puede hacer que se superen los problemas.

Las Inspectorías y las Conferencias Inter-Inspectoriales tienen su responsabilidad en este campo. La experiencia de los años pasados es positiva por lo que se refiere a las editoriales y a la radio. Una gran casa editorial ha ayudado a otras más débiles y frágiles económicamente a planificar juntos la presencia salesiana en las escuelas católicas y estatales.

Es necesario seguir un camino que tenga en cuenta tanto la claridad de las relaciones como la legalidad de los acuerdos. Son convocados al esfuerzo los animadores que en una Inspectoría promueven la cooperación y un proyecto común. El Dicasterio puede ser el garante de estos acuerdos.

### **Copyright**

129 Una segunda área para un amplio entendimiento en todas las Inspectorías es la del copyright. Dada la común experiencia sobre distintos costes de la vida, no todas las Inspectorías pueden tener gente cualificada para llevar a cabo una empresa.

Por consiguiente, algunas Inspectorías tienen la posibilidad de ofrecer a otras: estudios, investigaciones, ayudas de formación, material educativo, pastoral y catequético.

Seria posible con acuerdos bilaterales o plurilaterales conceder el derecho de reproducción o de imprenta del material, para evitar tener que importar de otras partes el producto acabado, a costes prohibitivos. La piratería es algo que deberemos evitar por razones morales.

130 Tenemos un poco de experiencia en el campo del copyright. Muchos de nuestros editores (de libros y de productos de audio) con el beneplácito de sus Inspectorías, han liberado sus publicaciones para otras naciones. Bueno es multiplicar esta práctica. Un ejemplo evidente de trabajo en equipo entre las Inspectorías es el realizado en Brasil, en la preparación del logo salesiano.

El Dicasterio (DC) puede hacer de mediador en esta especie de contactos, dejando a las partes contrayentes la resolución los acuerdos.

### **Una exposición de productos salesianos**

131 Las Inspectorías de dos Regiones Salesianas han experimentado la posibilidad de unir las fuerzas para organizar una exposición de libros en su continente. La Inspectoría donde tiene lugar la exposición asume el deber de coordinar el compromiso de otras Inspectorías interesadas, instalando el material a exponer, asegurando la necesaria publicidad de los productos, recibiendo eventuales pedidos, creando contactos entre las casas editoras y los compradores.

132 Cuando varias naciones por turno organizan una exposición, el peso de la organización se comparte entre todas las Inspectorías. Tenemos un rico potencial en este campo. La apertura a nuevos modos de trabajar juntos favorece la imagen de la presencia salesiana.

**Índice analítico** ( Los números se refieren a los artículos; s o ss indica uno o más artículos siguientes)

<i>Aetatis Novae</i>	110
ACG 390 - Chávez	1
Animación	21ss
ANS	59
Archivos.	120
Actividades económicas, aspectos importantes	83ss
Boletín Salesiano	2; 49ss
Calvo J.L	57
Carisma, e	112; 85
Carisma Salesiano	35
CGS	37
CG 24	41
Chávez	23
<i>Christifidetes Laici.</i>	17
Comisión de la Comunicación Social	10; 95ss
<i>Communio et Progressio</i>	73
Comunicado de Prensa	12; 112
Comunidad, la	12
Comunidad Salesiana	7; 32; 108
Comunicación social	46
Comunicación Social, Política	12
Comunicación Social, Equipos	88ss
Comunicación Social, la Consulta	104
Consejero General para la CS	123
Consejo Inspectorial	12; 62
Co-producciones.	127ss
Conferencia , nivel de	3
Conservazione del materiale digitale	121
Consulta	104
Contenido de un Proyecto de CS	12
Cooperación y coordinación	126ss
Coordinación	81
Coordinadores locales	105
Copyright	129s
Corresponsales, red de	61ss
Crisis de la comunicación	12
Cronica de la Casa	118
Delegado Inspectorial de CS	10; 13ss; 26; 45; 89ss
Delegado de Pastoral Juvenil	13
Delegación por parte del Inspector	7
Director (editor) del Boletín Salesiano	12; 49ss
Economista Inspectorial	118
Editora en la 'Inspectoría	121ss
Educomunicación	21ss
Email	67

Familia Salesiana	17; 32; 46
Finanzas	46
Formación.	14
<i>Formazione atta CS, Orientamenti</i>	27
Fotografías	68
Free Software Movement	124
Periodistas.	19
Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales	20
Compromiso de la Iglesia	73ss
Información	32
Información externa	32
Información interna	32
Información salesiana;	57ss
Internet	77ss
Inspector, el	48; 62
Inspector (el) y su Consejo	2
Carta del Inspector a los Hermanos	44
Cartas mortuorias	119
<i>Manual de Comunicación para Ambientes Salesianos</i>	57
Manual 'Style'.	123
Material digital, secreto	122
Media, apoyo	12
Media education	22
Media, relaciones públicas	12
Misiones, dimensión misionera	18
Misiones	46
Exposición de los productos salesianos	131
Nacional Delegado de CS	3
Noticiarios on-line	48
Noticiero Inspectorial	33ss
Open Source	124
Pastoral Juvenil	17; 46
Política editorial	42ss
Prejuicios	84
Producción,	79ss
Proyecto Educativo Pastoral	5
Proyecto Inspectoria	16
Programas de educación en la CS	22
Plan Inspectorial para la CS (PICS)	7ss
Plan Orgánico Inspectorial (POI)	12
Recogida-datos	106
Reportaje de noticias	63
<i>Redemptoris Missio</i>	18
Regional, nivel	3
Relaciones entre Inspectoría y empresa	87
S. Francisco di Sales, fiesta	20
Secretario Inspectorial	62
Sector economía	16

Desafíos educativos e institucionales	125
Sistema Salesiano di Comunicación Social (SSCS)	lss; 9
Sitios Web Inspectoriales	53ss
Teléfono	66
Tradición salesiana	20
Un 'take' de noticia	63
Oficina Informaciones	108ss
Oficna Promotora de la 'Imagen Salesiana	115
Oficina Relaciones Públicas	110ss
Oficina Revista-Prensa".	116
Vademecum	123
Vecchi, don	50
Vigano, don	36
www.sdb.org	53s