



Año **XVII** - Número **858** | 4 de **NOVIEMBRE** de **2024**

NOTICIAS MARISTAS

MARISTAS DE CHAMPAGNAT | CASA GENERAL | ROMA | WWW.CHAMPAGNAT.ORG

EDICIÓN ESPECIAL

CASA GENERAL, 29 DE OCTUBRE – 1 DE NOVIEMBRE DE 2024

ENCUENTRO INTERNACIONAL MARISTA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING 2024



“Caminando como Familia Marista Global” fue el lema del Primer Encuentro Internacional Marista de Comunicación y Marketing 2024, que se realizó en la Casa General, en Roma, del 29 de octubre al 1 de noviembre de 2024. Participaron 37 laicos y hermanos involucrados en la comunicación de la vida y misión marista. Estuvieron invitados representantes de cada Unidad Administrativa, instituciones y realidades estratégicas del Instituto.

Los objetivos de la reunión fueron:

- Reflexionar y profundizar el conocimiento del Instituto como Familia Marista Global y sus implicaciones en las Unidades Administrativas y Regiones.
- Reflexionar sobre la comunicación y el marketing en las instituciones religiosas en el contexto de la sociedad e Iglesia actual.
- Apoyarnos mutuamente en la ad-

quisición de conocimientos y herramientas que hagan más efectivos los procesos de comunicación y marketing.

- Construir de forma colaborativa una visión y una dirección comunes en la comunicación y el marketing, a nivel de todo el Instituto.
- Crear una cultura de trabajo en red entre los responsables de los procesos de comunicación y marketing de las UAs y Regiones.

El encuentro fue organizado por el Departamento de Comunicación del Instituto y estuvo coordinado por el H. João Carlos do Prado quien, junto con H. Sylvain Ramandimbarisoa, es el consejero general de enlace entre el Departamento y el Consejo General.

Proyecto Mensajeros de Paz

Como acción del mensaje del XXII Capítulo General, “Caminemos como Familia >>>



Global”, se elaboró el Plan Estratégico de la Administración General para la Animación, Liderazgo y Gobierno (2017-2025). Uno de los proyectos de este plan fue encomendado al equipo de comunicación del Instituto: Mensajeros de Paz. Este proyecto forma parte de la “Formación para el desarrollo de las redes y de la familia marista, con sentido de cuerpo global”. En especial, el proyecto busca “Desarrollar una mejor comunicación interna y externa para cultivar el sentido de pertenencia, superar fronteras geográficas y existenciales, y proyectar la misión marista en la sociedad”. La estrategia propuesta fue “desarrollar un plan de comunicación externo e interno que transmita quiénes somos y llegue efectivamente a nuestros varios destinatarios y al público en general”. En este sentido, el Gobierno General, que impulsó la elaboración del Plan Estratégico, propuso 4 iniciativas:

- Servicio de comunicaciones Rediseñar el área de comunicaciones del Instituto, con más presencia laical y atención al público joven.
- Conciencia de familia global. Mejorar la comunicación y nuestra visión como familia global.
- Imagen Corporativa. Desarrollar una propuesta de imagen corporativa global a nivel de la Administración General, y compartida con todo el Instituto.
- Proyección en la sociedad. Desarrollar mecanismos para dar a conocer la vida marista (espiritualidad, misión, acción social, testimonio de santidad), a todos los niveles.

Para llevar a cabo estas iniciativas, desde el 2020, los comunicadores del Instituto han trabajado para establecer estrategias que permitan alcanzar objetivos concretos en cada una de las áreas. Se crearon 4 grupos de trabajo, que en los últimos años han producido beneficios inherentes en cada una de las iniciativas. El trabajo de estos grupos fue uno de los ejes del encuentro realizado en Roma. Cada grupo pudo presentar su propio resultado, que fue enriquecido con las sugerencias de



toda la audiencia. En las próximas semanas, se incorporará los comentarios recibidos en los documentos, y estos pasarán por un equipo redactor que elaborará un documento único, el cual será presentado al Consejo General en febrero de 2025.

Imagen Institucional

El grupo que trabajó el tema de la imagen corporativa, durante el debate, vio la necesidad y oportunidad de pedir al instituto que dé un paso importante en la creación de una imagen corporativa institucional única, que

represente claramente, en todo el mundo, el rostro de la misión marista. Esta perspectiva fue presentada al Consejo General,

que aprobó el trabajo de un equipo dedicado a la reflexión y el discernimiento de este tema, asesorado por expertos del sector. En 2023 se contrató a Agência Libre. El encuentro de comunicación y marketing fue una etapa importante en este proceso en curso, que involucra, de manera especial, a las personas que están a la vanguardia de la comunicación marista. El grupo de trabajo espera proponer, muy pronto, al Consejo General una propuesta de marca que identifique las obras maristas a nivel global, y acompañe a las marcas que actualmente son usadas en las realidades locales.



Apoyo del Gobierno General

Para poder alcanzar los objetivos del encuentro, los participantes contaron con la presencia activa de la Administración General, especialmente con la presencia de los hermanos Ernesto Sánchez, Superior general, Luis Carlos Gutiérrez, Vicario general, y João Carlos do Prado, Consejero general, quien coordinó todo el encuentro.



El H. Luiz Carlos motivó a los participantes, el primer día, a inspirarse para “mirar más allá” cuando se habla de “comunicación y marketing al servicio de la construcción de la Familia Marista Global”, y destacó que esta necesidad de ir más allá de los propios límites también es válido para las diferentes regiones y países. El H. Ernesto también estuvo con el grupo y recordó en su discurso que “el Instituto Marista, desde nues-

tros orígenes con San Marcelino Champagnat y los primeros hermanos, busca conectar con los niños y jóvenes para ofrecerles una educación y evangelización que los lleve a ser “buenos cristianos y buenos ciudadanos”. Y refiriéndose al documento final del Sinodo de la Sinodalidad, expresó: “Creo que uno de los medios importantes de comunicación con los jóvenes en nuestros días es el mundo digital, de ahí la

importancia de cuidarlo y realizarlo bien”.

Otras intervenciones importantes fueron las de Imma Amadeo, de la provincia de L’Hermitage, y el de los jesuitas, sacerdotes John Dardis (asistente “ad providentiam”) y Chuks Afiawari (director de comunicación). Ambas charlas ayudaron a los participantes a comprender los desafíos de la comunicación y marketing en la vida marista y en la vida de la iglesia y la sociedad actual.



Encuentro con comunicadores de África, Asia y Oceanía

Los representantes de estas tres regiones fueron invitados a participar en sesiones dedicadas especialmente a ellos, antes y después de la reunión con los comunicadores. Fue un valioso momento de intercambio y creación de sinergia para la misión en estas regiones vitales para la vida y misión marista. Estuvieron presentes todas las Unidades Administrativas de Asia y Oceanía. Lamentablemente, por motivos burocráticos, no pudieron participar los representantes de Madagascar y África del Oeste.

29 DE OCTUBRO

INSTITUTO COMO FAMILIA MARISTA GLOBAL

El tema de la primera jornada del encuentro ha sido conocer el Instituto como Familia Carismática Global. El H. José Sánchez Bravo, director del Secretariado de Educación y Evangelización del Instituto, realizó la oración de apertura, y en sintonía con las celebraciones del centenario del nacimiento del hermano Basilio Rueda, invitó a los participantes a reflexionar sobre las habilidades comunicativas del hermano Basilio.

Tras una breve presentación de los participantes, según las regiones, el H. João Carlos do Prado, consejero general, enlace del Consejo general con el Departamento de Comunicación del Instituto marista dio la bienvenida a todos los presentes. “Este es el primer **Encuentro de Comunicación y Marketing** del Instituto Marista. Dentro de unos años, mirarán la foto de grupo y dirán: estos fueron los profesionales que formaron parte de este proceso”, comentó el hermano João Carlos.

En su discurso, el consejero general hizo hincapié en el cambio de paradigma que estamos viviendo como sociedad. Según él, como comunicadores maristas, tenemos un papel muy importante que desempeñar para seguir impactando positivamente en el mundo como familia global, con esperanza y confianza. Después de este momento, el equipo que trabaja en el Departamento de Comunicación del Instituto presentó el trabajo realizado por el sector, y repasó los objetivos del **encuentro** y las directrices de la semana. El equipo de comunicación del Instituto está formado por Raquel Avendaño, Sara Cos Maruri, Giuliano D’Orsi y Luiz Da Rosa.

Tras una visita guiada por los hermanos y laicos a las oficinas de la Administración General, los participantes escucharon al Vicario General del Instituto Marista, el hermano Luis Carlos Gutiérrez, que habló sobre la comunicación y el marketing al servicio de la Familia Marista Global.

El H. Luis Carlos destacó el concepto y las características de una familia carismática global. Dijo que en los últimos años el Instituto ha trabajado mucho en la construcción de redes.



«Todo lo que hacemos en el mundo está interconectado, y eso añade valor para todos nosotros. Si no nos damos cuenta de esto, estamos perdiendo una oportunidad de inspiración». Una de las funciones que tenéis como comunicadores es convertir todo lo que hacemos en grandes historias», afirmó el Vicario General.

Por la tarde, el programa se dividió entre las provincias, que compartieron sus experiencias de comunicación y marketing en sus territorios. Brasil Marista, Star of the Sea, East Asia, Mediterránea, África Austral y México Central presentaron la estructura de sus sectores y algunos proyectos del área que se han desarrollado o se están desarrollando en sus espacios.

Después del momento de compartir, el equipo del Departamento de Comunicación del Instituto introdujo en la agenda del día el proyecto estratégico Mensajeros de Paz, proyecto del Plan Estratégico de Animación, Liderazgo y Gobierno (2017-2025) de la Administración General del Instituto. Los grupos, divididos en 7 mesas fueron, en seguida, invitados a reflexionar sobre las cuatro iniciativas del proyecto, que guiarán los próximos días del **Encuentro Internacional**: estructuras para a comunicación, conciencia de familia global, imagen institucional e imagen pública en la sociedad.

El primer día del evento terminó con una convivencia entre los participantes. Se invitó a todos a traer algo propio de sus países para compartirlos con sus colegas.

Silvia Medeiros – Brasil Sul–Amazônia

30 DE OCTUBRO

COMUNICACIÓN Y MARKETING EN LAS INSTITUCIONES RELIGIOSAS EN EL CONTEXTO DE LA SOCIEDAD Y DE LA IGLESIA

El segundo día del encuentro estuvo marcado por el lema ‘Caminando como Familia Carismática Global’.

Al inicio de la jornada los participantes tuvieron la oportunidad de escuchar al H. Ernesto Sánchez, superior general, tras el momento de oración dirigido por el H. Nnodu, de la Provincia de Nigeria. El H. Ernesto comenzó agradeciendo la presencia de todos los asistentes y el equipo organizador del evento: “Es la primera vez que hacemos un encuentro como este”.

“Somos una sola Familia Global y estamos conectando con la diversidad de culturas y lenguas”, ha añadido a la vez que animaba a los participantes a tener un momento de charla con personas de un idioma diferente al personal. El H. Ernesto, ha invitado a transmitir los valores e ideas de la misión marista a través del mundo digital. “Esta asamblea les va a invitar a conectar entre ustedes -ha explicado- aprovechen la oportunidad para compartir”.

Seguidamente, la responsable de comunicación de la Fundación Champagnat, coordinadora de comunicación de la provincia L’Hermitage y de Europa Centro Oeste, Imma Amadeo ha llevado a cabo la sesión sobre ‘Comunicación en la Iglesia e Instituciones Religiosas: retos y oportunidades’.

Los participantes han tratado los problemas a los que se enfrenta la Iglesia a la hora de comunicar, así como las características que debe tener la comunicación marista. Posteriormente, ha explicado su experiencia destacando que “estamos en un cambio en la cultura de la comunicación” y tratando cómo se debe gestionar una comunicación de crisis. Para finalizar, los participantes han compartido diferentes éxitos de marketing de las provincias. La siguiente sesión del día ha estado liderada por Lorena de Oliveira (UMBRASIL) y Diego Pradilla (Norandina) que han presentado los resultados obtenidos del grupo de trabajo que ha trabajado el desafío de ‘Desarrollar la conciencia de Familia Global’. El grupo realizó una serie de encuestas enfocadas en conocer las características de cada provincia y buscar los pun-



tos en común de todas. Tras un trabajo en grupos sobre la construcción de una identidad colectiva, los participantes se han comprometido a tres cuestiones en la materia: tener unas orientaciones y directrices en común, llevar a cabo buenas prácticas y realizar un intercambio de recursos y realizar campañas globales.

La jornada de la tarde ha estado marcada por la intervención del grupo de trabajo que trató en los últimos meses el tema de la ‘Imagen pública de Maristas en la sociedad’ cuyo objetivo principal ha sido “elaborar un plan de acción para cuidar la imagen que estamos proyectando de la Institución Marista en la sociedad con objetivos y acciones específicas”. Los trabajos han sido conducidos por Gelyn Niño (East Asia), Mar González (Compostela) y Br. Augustin Teye (West Africa). Algunos de los resultados obtenidos han sido la necesidad de transmitir mensajes como la espiritualidad, la misión, la acción social o el testimonio de santidad. Además, los participantes han tenido la oportunidad de proponer diferentes iniciativas que ayudarían al cumplimiento de los objetivos del grupo de trabajo.

El día ha concluido con la intervención del H. Ken McDonald, consejero general, que presentó el proceso preparatorio del próximo capítulo general, que se realizará en 2025, en Filipinas. Sara Cos, del departamento de comunicación del Instituto presentó las herramientas que el instituto ha elegido para ayudar en la comunicación del proceso y también de Capítulo.

María Cristina Plaza Sánchez – Champagnat Global



31 DE OCTUBRO

CÓMO HACER MÁS EFICACES LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

El tercer día se centró en profundizar la identidad marista y su impacto a través de una comunicación eficaz. El día comenzó con una oración reflexiva dirigida por el H. Tri Nguyen, de MDA, preguntando: «¿Cómo se comunica Dios con nosotros?». Esta pregunta fundamentó a los participantes en el propósito de su trabajo, enmarcando la comunicación como una misión para conectar e inspirar.

Hacia una identidad marista unificada

Toda la mañana estuvo dedicada al tema de la imagen corporativa del Instituto. Durante los últimos años, el Departamento de Comunicaciones está liderando un proceso para discernir cómo ser más eficaces en la comunicación de la misión marista a través de una imagen institucional. El debate puso de manifiesto la necesidad de proponer una imagen que identifique de manera clara el caminar como familia global. El Consejo General dio su aprobación para continuar ese proceso. La Agencia Libre fue contratada para ayudar en ese caminar y Julliane Brita, representando la Agencia, estuvo presente en la reunión y dirigió el grupo en la mañana del tercer día del encuentro. La acompañaron en esta tarea Oniodi Gregolin (Brasil Centro-Norte) y Victor Recuerda Hita (Mediterránea), en representación del grupo de comunicadores maristas que ayudan al departamento de comunicación en este proceso. En primer lugar, Julliane presentó el informe sobre la situación de la imagen marista en el mundo. Este informe, presentado al Consejo general en febrero del año pasado, se elaboró mediante consultas a estudiantes, educadores, hermanos, laicos y otros grupos de interés. A partir de este diagnóstico, se elaboró un plan para la creación de estrategias que den unidad a la imagen marista en todas las regiones a través de una marca marista fuerte. El proceso está en marcha y los participantes en la reunión fueron invitados a formar parte de él como protagonistas. Después de identificar los valores que deben ser tenidos en cuenta en una propuesta de logotipo y dibujarlos de manera sencilla, los comunicadores se reunieron en



la Capilla del Consejo general, presentando proyectos de logotipos con los elementos que consideraron oportunos, siguiendo las indicaciones dadas por el Consejo general. Estos diseños se colocaron de forma significativa delante de la estatua de la Buena Madre en la Capilla del Consejo General. Con confianza, los participantes ofrecieron sus esfuerzos en oración, cantando la Salve Regina, y confiaron su trabajo a la guía de la Buena Madre.

Una visión para la Iglesia y el mundo de hoy

La jornada se cerró con «Una visión de la comunicación para la Iglesia y el mundo de hoy», presentada por los padres John Dardis, Asistente «ad providentiam» de la Orden de los Jesuitas y director de comunicación de los jesuitas hasta el pasado mes de junio, y Chuks Afiawaris, actual director de comunicación de la orden. Hablaron de la importancia de contar historias, de la conciencia contextual y de un enfoque sinodal de la comunicación. También hicieron hincapié en la elaboración de un plan estratégico para abordar la evolución de las necesidades de comunicación.

Por la noche, un paseo por los lugares históricos de Roma y una cena concluyeron la jornada, que reafirmó la dedicación de los maristas a caminar como una familia global.

H. Onwutalu Nnodu Chukwubueze – Nigeria

1 DE NOVIEMBRE

UNA VISIÓN Y UNA DIRECCIÓN COMUNES PARA LA COMUNICACIÓN Y EL MARKETING A NIVEL DEL INSTITUTO

La primera edición del Encuentro Internacional Marista de Comunicación y Marketing ha concluido con los comunicadores maristas demostrando un profundo sentido de solidaridad global y compromiso con el carisma marista. La jornada, que marcó también la solemnidad de Todos los Santos, comenzó con una sentida misa presidida por el Padre Gabriel. Él animó a los participantes a sacar fuerzas de María, Nuestra Buena Madre, y pidió bendiciones de coraje, compromiso y resistencia para todos los comunicadores maristas comprometidos en nuestra misión vital. Las oraciones del Padre Gabriel sirvieron para recordar a la comunidad marista la importante responsabilidad de transmitir la Buena Nueva con honestidad y autenticidad.



Voces del Mañana: Día Mundial de la Infancia 2024

Durante la sesión final, representantes de la Fundación Marista para la Solidaridad Internacional (FMSI) destacaron un próximo evento, Voces del Mañana, que tendrá lugar el 20 de noviembre de 2024, en la celebración del Día Mundial de la Infancia. La iniciativa, que celebra los 35 años de la Declaración de los Derechos del Niño, se centrará en la promoción de los derechos, la seguridad y el bienestar de los niños.

Reforzar la comunicación marista

Un punto culminante del último día del encuentro de los comunicadores fue la presentación del trabajo realizado por el grupo que propuso modelos de Estructuras para el Servicio de la Comunicación y el Marketing en las unidades administrativas maristas. Este equipo desarrolló propuestas de organización y perfiles que pueden ser implementadas en las unidades maristas que apoyarán colectivamente las comunicaciones internas y externas, fomentarán la colaboración entre los hermanos y laicos y elevarán la visibilidad de la misión marista en la sociedad. Este nuevo y ambicioso modelo de comunicación se basa en la colaboración y en una visión compartida, posicionando a los maristas como una familia global, respetando al mismo tiempo la diversidad de sus miembros y sus contextos regionales únicos. Los debates posteriores reconocieron la diferente disponibilidad de recursos en cada provincia, lo que permitió perfeccionar el marco.

Además, el grupo elaboró un completo manual de 40 páginas diseñado para orientar a los líderes maristas en la implemen-

tación de estructuras de comunicación. El grupo de trabajo tendrá la oportunidad de revisar este documento, que será perfeccionado sobre la base de comentarios adicionales antes de ser presentado al Consejo general en febrero de 2025. El manual esboza las prácticas esenciales de comunicación, desde la mensajería estratégica hasta el aprovechamiento de los canales de comunicación, e incluye directrices completas para los comunicadores maristas.

Familia, misión y apoyo

Ya en la conclusión del encuentro, el H. João Carlos Do Prado hizo hincapié en tres pilares: caminar juntos como familia, servir a los jóvenes como Maristas de Champagnat, y apoyarnos unos a otros como comunicadores.

Señaló que el encuentro nos permitió, como maristas, seguir colaborando entre las regiones, fomentando la comunicación interprovincial, abordando los desafíos regionales y creando un mensaje marista unificado. Citando al Papa Francisco, el H. João recordó a los presentes que la comunicación es una vocación, y que estamos destinados a construir puentes.

Comentó además que, si bien un nuevo logotipo podrá encarnar el espíritu de la familia marista global y la misión compartida que representa, el enfoque principal sigue siendo la misión y los valores que dan vida y que los maristas se esfuerzan por compartir con el mundo. "Este encuentro no es ni el principio ni el final; es sólo una parte de un viaje de varias fases hacia la colaboración global en la comunicación", dijo el H. João.

Esta visión de la comunicación continuará desarrollándose en los próximos años.

Gayatri Nair, Star of the Sea



Alphonse Balombe Bolange, fms - East Central Africa
 Andrea Penuela - L'Hermitage
 Andrea Rossi - FMSI
 Carmem Regina Murara - Grupo Marista
 Diego Yesid Pradilla Beltrán - Norandina
 Diego Zawadzky, fms – Administración general
 Diugar Buscarini – Administración general
 Erin Gilbert - United States
 Gayatri Nair - Star of the Sea
 Gelyn Niño Franco - East Asia
 Giannina Belén Grosso - Cruz del Sur
 Giuliano D'Orsi - Administración general
 Imma Amadeo Gurí - L'Hermitage

João Carlos do Prado – Conselho Geral
 Joaquín Jesús Meli Undurraga - Santa María de los Andes
 José Sánchez Bravo, fms – Administración general
 Juliana Maria Fontoura Galline – Brasil Centro-Sul
 Julliane Brita – Agência Libre
 Kande Mohottalalage Sudarshana Mohotti – South Asia
 Lindley Sionosa, fms – Administración general
 Lorena de Oliveira Mendes Costa - UMBRASIL
 Luiz Da Rosa – Administración general
 Mar González Mena – Compostela
 María Cristina Plaza Sánchez – Champagnat Global
 María José Garay de Castillo – América Central
 Marta Morotti - FMSI

Mónica Dorina Trujillo Rodríguez – México Occidental
 Nguyen Van Tri, fms – Marist District of Asia
 Oniodi Gregolin – Brasil Centro-Norte
 Onwutalu Nnodu Chukwubueze, fms - Nigeria
 Raquel Avendaño – Administración general
 Rocío Espinosa Ríos – México Central
 Rony Ahlfeldt – Brasil Marista
 Sara Pilar Cos Maruri – Administración general
 Sílvia Medeiros – Brasil Sul-Amazônia
 Tracy Denise Edward – Southern Africa
 Victor Recuerda Hita – Compostela
 Josep Lluís Martí Tenas, fms – L'Hermitage (traductor)
 Teófilo Minga, fms – Compostela (traductor)



Instituto de los Hermanos Maristas - Casa General

Piazzale Marcellino Champagnat, 2 - Roma, Italia - comunica@fms.it


Website

<http://www.champagnat.org>

YouTube

 <https://www.youtube.com/user/champagnatorg>

Facebook

 <https://www.facebook.com/fmschampagnat>

X

 https://x.com/fms_champagnat