



PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA IGLESIA EN LA RIOJA





www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

“La mente del hombre está siempre en acción y no puede dejar de «moler» lo que recibe, pero está en nosotros decidir qué material le ofrecemos. Me gustaría con este mensaje llegar y animar a todos los que «muelen» cada día mucha información para ofrecer un pan tierno y bueno a todos los que se alimentan de los frutos de su comunicación. Quisiera exhortar a todos a una comunicación constructiva que, rechazando los prejuicios contra los demás, fomente una cultura del encuentro que ayude a mirar la realidad con auténtica confianza.”

Francisco



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

ÍNDICE



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, año 2017, si no apareces en el buscador de Google, si tu nombre no sale en Internet, si pasas desapercibido en las redes sociales y en todos los canales multimedia de información social e incluso no te comunicas ni por Whatsapp u otro sistema de chat instantáneo, en definitiva, si no estás en el mundo digital, no existes.

Toda la sociedad ha dado un salto tecnológico y estamos en la era llamada 2.0, una etapa en la que con un simple emoticono los seres humanos nos entendemos y no nos hace falta quedar entre nosotros y tener una conversación cara a cara para entendernos o trasladar nuestros mensajes.

Pero en toda esta vorágine de tecnología, ¿dónde está Dios? Dios sigue estando ahí, como siempre. Hay una frase que dijo Jesús: “Id por todo el mundo y anunciad el Evangelio”. Jesús ya nos lo dijo, anunciemos la Palabra de Dios, lo que hay que entender es la frase de “id por todo el mundo”, y es que ese mundo no solo es el que hasta ahora la Iglesia había cubierto, sino también, el mundo digital.

Por lo tanto, el nuevo reto de la Iglesia es el de comunicar en estos nuevos canales, en un nuevo proceso de comunicación que se ha ido creando desde la aparición de Internet y que la Iglesia ha estado dando la espalda y no se ha adaptado a los cambios.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Pero antes de dar el salto y entrar en este mundo digital debemos concretar qué queremos comunicar y cómo queremos comunicar la Palabra de Dios, haciendo caso a nuestro nuevo objetivo común de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño, la “Misión”, que ha empezado a caminar con la creación de la Delegación de Iglesia en salida.

Sin perder de vista este gran objetivo, nuestra estrategia se fundamentará en el trabajo en equipo de toda la Diócesis, como decía el fundador de los Scouts, Robert Baden Powell, “Rema tú propia canoa”, que quiere decir que todos debemos remar este barco en la misma dirección sin perder de vista nuestra meta final que es esa “Misión en salida”, la nueva evangelización de la Iglesia en La Rioja.

En concreto, analizaremos en esta estrategia en primer lugar, La Iglesia y La Comunicación, cómo está en estos momentos nuestra realidad comunicativa en nuestra Diócesis. En segundo lugar y viendo que hay una crisis de comunicación en la Iglesia profundizaremos en la comunicación interna, externa y la crisis como oportunidad, de todos es sabido que las crisis se pueden aprovechar a nuestro favor y entrar en este mundo digital con fuerza es la oportunidad de llamar la atención a practicantes, a creyentes no tan practicantes y a los alejados de Dios.

Así entre todos, podremos llevar la canoa de la Iglesia en La Rioja a su meta, la Palabra de Dios a toda la sociedad.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

CAPÍTULO 1

LA IGLESIA ES COMUNICACIÓN

“No creo que sea muy arriesgado decir que la Iglesia es comunicación, aunque haya que matizar que no toda comunicación es Iglesia. Pensemos que toda **la** Biblia es un relato del afán de Dios y del ser humano por comunicarse y comprenderse. Este afán de Dios culmina con la encarnación de sí mismo, para estar entre nosotros”. Así empieza un artículo en el blog “Religión en libertad”.

La Iglesia nace como un grupo de personas que se unen para vivir su fe y comunicarla a los demás. Si prescindieramos de la comunicación y la vivencia compartida de la fe, la Iglesia carecería de sentido. Si hablamos de caridad, estamos hablando de comunicar amor a los demás y con el amor, llevar esperanza a todo el que la necesita.

El mismo Cristo dijo que “*Donde dos o tres se reúnen en mi Nombre, allí estoy Yo en medio de ellos*” (Mt. 18,20). Con esta simple frase, Cristo nos señala que la Iglesia es una red de personas que se reúne en torno a Él.

Estos argumentos nos llevan a darnos cuenta de la importancia que tiene la comunicación en la Iglesia. La comunicación es como el agua que rodea a los peces y les permite desarrollarse como tales. Hablar de las crisis de la Iglesia no es más que hablar de los problemas de comunicación interna y externa.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Desde un punto de vista relacional, la falta de unidad proviene de problemas de comunicación y conlleva más problemas de comunicación. Esta afirmación no se contrapone con el papel de catalizador de las incomunicaciones.

La sociedad se aleja de la Iglesia debido a que las formas de comunicación de la fe han perdido su efectividad. Efectividad que disminuye por causas internas y externas a la Iglesia. Por ejemplo, la pretensión laicista de que la fe es algo personal que no debe “contaminar” el espacio público, es la mejor técnica para que la Iglesia desaparezca.

Los problemas de comunicación son los responsables de la mayoría de los problemas internos que tenemos. El rechazo de la corrección fraterna no es más que una forma particular de incomunicación. Las envidias, maledicencias, soberbias parten de la restricción de la comunicación entre nosotros. Todo ello tiene mucho que ver con el egoísmo, que no es más que el aislamiento de una persona en sí misma y que conlleva romper los canales de comunicación con los demás.

La conversión del ser humano conlleva que abramos nuestro corazón (entendido como centralidad, sentimiento, voluntad y conocimiento) a Dios y a los demás. Para sentir a los demás como si fuéramos nosotros mismos, es necesario que nos comuniquemos.

Podríamos analizar los problemas de comunicación de la Iglesia en muchos ámbitos y circunstancias, pero siempre llegaríamos a la misma conclusión: si no somos capaces de comunicarnos entre nosotros mismos, no podemos trabajar, orar o celebrar los sacramentos unidos.

Se suele señalar al lenguaje como el principal problema de la comunicación. Es cierto que para comunicarse es necesario un lenguaje común, aceptado por



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

emisor y receptor. Pero, antes que el lenguaje, es necesario que existan emisores y receptores capaces y dispuestos a comunicarse. El problema del lenguaje es importante, pero lo es más el problema de la apertura a los demás. Una sociedad egoísta nunca estará dispuesta a escuchar algo que le cuestione, por mucho que ajustemos el lenguaje con que nos comunicamos.

Es evidente que cada vez es más difícil encontrar espacios de comunicación sanos dentro de las familias y la sociedad en general. Los prejuicios emergen por todas partes. El ruido nos rodea y nos obliga a gritar para conseguir ser escuchados. Los gritos no son la mejor forma de comunicarnos. Al gritar, el tono de voz, la gestualidad y el mismo mensaje, se ven condicionados por superar la muralla de incomunicación que nos rodea. Es imposible comunicarnos a gritos y por desgracia, es la forma más habitual en que nos comunicamos hoy en día. La comunicación necesita de silencio en torno nuestro y el silencio nos da miedo.

En nuestras celebraciones litúrgicas sucede algo similar. Nos da miedo el silencio porque nos predispone a escuchar nuestro corazón y sentir la necesidad de abrirlo a Dios. Por eso tendemos a llenarlas de actividad y ruido. Si dejamos espacio al silencio, no hará falta aprender a encontrar el camino de comunicación que nos hace falta y que tanto tememos.

¿Por qué las comunidades les falta vida y dinamismo? Porque no creamos espacios de comunicación entre nosotros. Espacios que propicien el silencio y la palabra sincera y caritativa. Preferimos generar actividades, programas, actos y planes, llenos de objetivos, fechas y condiciones que cumplir. La comunicación necesita espacios de convivencia y conocimiento mutuo que parten del silencio y la reflexión.

La Iglesia es comunicación y en la medida que la propiciemos, propiciamos la acción de Dios sobre nosotros y el mundo.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Una vez analizada la comunicación en la Iglesia en la actualidad. Recogemos diez claves que nos da el sacerdote y experto en comunicación Jorge Oesterheld, adaptadas a nuestra realidad en La Rioja:

1. Atracción

El objetivo de Jesús jamás fue el de tener muchos seguidores, sino anunciar el Reino de Dios. El objetivo de las primeras comunidades no era atraer a las personas a formar parte de una institución, sino anunciarles el amor de Dios por cada una de ellas. Una vez que anunciamos la llegada del Reino de Dios entonces es cuando atraemos a ese público.

Por ello, cuando nosotros dentro de la Iglesia, comunicamos la Palabra de Dios o queremos evangelizar a alguien que está fuera, jamás debemos sembrar miedo, debemos ser capaces de encontrar una palabra de esperanza apoyada en nuestra propia experiencia y en una fe que a veces no sabemos explicar. Tenemos que presentar y comunicar nuestra vida como testimonio.

2. Contamos experiencias

Nada comunica mejor que una buena historia. Benedicto XVI dijo: “No se comienza a ser cristiano por una decisión ética o una gran idea, sino por el encuentro con un acontecimiento, con una persona, que da un nuevo horizonte a la vida y, con ello, una orientación decisiva”.

Lo que hay que comunicar es la posibilidad de ese encuentro. Si no se experimenta ese encuentro, no llegarán nunca las consecuencias morales y las derivaciones sociopolíticas y culturales que vienen de él.

Por lo tanto, se trata de contar testimonios, que se pueden aceptar o rechazar, pero que no se pueden discutir.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

El camino del “testimonio personal”, de hablar de “lo que Dios hizo en mi vida”, suena muy evangélico y conmovedor; pero debemos evitar que se convierta en una nueva forma de intentar ser irrefutables.

3. Discurso eficaz

Hay que vivir lo que se predica. La palabra que no se apoya en un testimonio se presenta como un engaño.

La clave es vivir de tal manera que los otros se sientan atraídos hacia esa manera de ser y se despierte en ellos el interés por tener su propia experiencia, por vivir algo que se asemeje a lo que ha vivido ese que se dice cristiano y que tiene esa manera tan original de actual, pensar, sentir.

Pero, hay personas que hablan de sí mismos y de su fe, pero sus vidas no son atractivas en absoluto, son aquellos denominados por el papa Francisco como los cristianos con “cara de vinagre”.

4. Conectar con el momento actual

La actualidad del mensaje, y por lo tanto su vigencia y atractivo, depende de nuestra capacidad de poner en contacto las palabras de siempre con las situaciones de ahora. Jesús hablaba de lo que la gente estaba viviendo en ese momento. Cuando las palabras y los gestos de Jesús se alejan de la realidad que viven las personas, la Buena Noticia deja de ser buena y nueva, se convierte en confusa.

La comunicación tiene que buscar en nuestro tiempo y nuestra realidad el “tesoro escondido”, el Reino. Y tenemos que descubrir que hoy en día no hay barreras de tiempo y espacio para el Evangelio.

5. Punto de referencia

Cuando lo que se dice es comprendido con facilidad y expresado con libertad, entonces el que comunica “puede representar un punto de referencia”. En la Iglesia, hemos encontrado un gran punto de referencia, un líder con carisma y facilidad de comunicación no es otro que el Papa Francisco, es eficaz usando la originalidad del lenguaje y los signos que encontramos en los evangelios.

“El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador”, dice Francisco.

Los comunicadores de la Iglesia que pretendan ser un “punto de referencia” deberán superar en su tarea la mera información eclesial y asumir un compromiso valiente y decidido en la defensa de aquellos que no son respetados en su dignidad.

“La red digital puede ser un lugar rico en humanidad: no una red de cables, sino de personas humanas. La neutralidad de los medios de comunicación es aparente: solo quien comunica poniéndose en juego a sí mismo puede representar un punto de referencia. El compromiso personal es la raíz misma de la fiabilidad de un comunicador”. (Francisco).

6. Sembrar sin esperar nada a cambio

Cuando hablamos en los medios y en redes sociales, estamos sembrando. El problema es que para muchos la semilla no germinará. Hay que respetar la libertad de quien no lo acepta y cada uno sigue su camino.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

7. Información local

Los medios institucionales de la Iglesia no reflejan la vida real de las comunidades, sino solo lo formal. Por ello tenemos que detonar una participación activa de los usuarios y delegaciones. Tenemos que acercar al mundo la realidad de las comunidades.

8. Acercarse al sufrimiento

Hay que descubrir que la realidad humana que hay que tener en cuenta es el deseo de comunicación que hay en el corazón del hombre que no logra comunicarse y vivir esa comunicación para la que ha sido creado.

Lo que impulsa es el hambre de comunión que está en los corazones con un llamamiento que no se puede acallar. Lo que hace que alguien sea creíble en los medios es el lugar que ocupa en la sociedad. En nuestra cultura es más importante trabajar “con los que sufren” que ser “obispo”. La sociedad experimenta día a día la presencia de la marginalidad y la pobreza, pero no experimenta las preocupaciones de los obispos.

Por ello los obispos tienen que tener un rol activo en las cuestiones que afectan a la sociedad y estos serán tenidos en cuenta.

9. Pastoral de la comunicación

La pastoral de la comunicación debería estar al servicio de la vocación de los comunicadores: hacer gustar el gozo de la comunión a quienes viven en un mundo dividido, ya sea porque están atrapados en una cultura del consumo, o por una pobreza extrema e injusta, o una situación de violencia social.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

10. Recapitulación

La pertenencia a la Iglesia implica, por tanto, aceptar el desafío de asumir una doble interpretación de la propia tarea. Por una parte, la del Evangelio y el magisterio de la Iglesia; y por otra, la de la vida de los hombres y mujeres de cada tiempo y lugar. La idoneidad del periodista/comunicador se pone a prueba justamente en su capacidad de hablar de esas dos realidades con una actitud y una competencia que permita una mediación eficaz.

Su función no es magisterial, sino la de generar los espacios de un debate que permita el encuentro entre el Evangelio y la vida concreta de las personas. Para esto, debe hablar de los temas que le importan a la gente, católica o no. Debe hablar de la fe católica en el aquí y ahora, no en abstracto. Lo ideal es no comunicar una doctrina religiosa, ni una moral, ni un conjunto de ritos, sino una manera de vivir.

Cuando el periodista hace bien su trabajo, aporta algo fundamental a la vida de la Iglesia: colabora a generar una fe adulta, capaz de vivirse en la realidad del tiempo y el lugar; capaz también de dialogar con quienes tienen diferentes puntos de vista tanto dentro como fuera de la Iglesia.

El comunicador que desempeña su tarea en la Iglesia, si es fiel a su Maestro, debe conservar su capacidad de crítica y facilitar la discusión, el debate y la diversidad de opiniones en la sociedad civil y en la comunidad eclesial.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

CAPÍTULO 2

LA COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA EN LA RIOJA

2.1 Presentación

Actualmente la Diócesis a nivel de comunicación cuenta con una “Oficina de Prensa” que actúa más como Delegación de Relaciones Institucionales y que se encarga de la representación de la Iglesia en actos públicos y cubrir espacios informativos en varios medios de comunicación de prensa escrita y audiovisual, además de publicar el semanal de Pueblo de Dios.

Recientemente se ha inaugurado el Departamento de Comunicación que cuenta con una persona encargada de todas las labores de comunicación interna y externa.

2.2 Canales

- La página web es el canal donde se proyecta la imagen de la Diócesis y en el que se cuelgan la mayoría de las informaciones. De aquí deberán mostrarse en un futuro las redes sociales.
- El semanario Pueblo de Dios. Recoger la actualidad diocesana, con una tirada de 5.000 ejemplares.
- El espacio en la Cadena Cope. Es un canal por los que se accede a un mayor número de público interno y externo.
- Espacio en Diario La Rioja. Otro canal como el radiofónico.
- Publicaciones de las distintas delegaciones. (Boletín de Infancia Misionera, Transparencia, etc.)
- Boletines parroquiales. Cada uno trabaja el suyo y son independientes.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

- Páginas web de delegaciones con enlaces desde la web diocesana: Cáritas, Pastoral de la Salud, Pastoral Juvenil, Experimenta, etc.
- Blogs y redes sociales de parroquias y sacerdotes.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2.3 Identidad Corporativa



0.

Identidad
Institucional
de la Diócesis de
Calahorra y
La Calzada-Logroño



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

**Identidad
Institucional.
Identidad central.**

Imagen Institucional de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

La Diócesis nunca ha tenido su imagen identificada como tal. Cada parroquia ha tenido sus boletines en el que tiran con su logotipo e incluso el semanario diocesano carece de su identidad gráfica. De aquí la necesidad de hacer de la identidad diocesana un símbolo de unión en la Iglesia en La Rioja.

Identidad central



Identidad extendida





Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad
Institucional.
Identidad central.

Campo
semiótico.

**El campo semiótico de la Identidad corporativa.
Naturaleza de los signos:**

Signo Verbal: Nombre de la marca.

Gráfico: Lingüístico (logotipo), icónico (símbolo), cromático y tipográfico.

Conductual: Cultura de empresa, estilo corporativo y servicios (como acción y comunicación).

Objetual: Los productos.

Ambiental: Escenarios de acción y arquitectura corporativa.

Informacional: Estructura (datos objetivos, cifras, estadísticas), identidad sectorial e identidad regional.

. Signo verbal:

Es la denominación, su nombre legal:

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

. Signo gráfico. Lingüístico:

El signo gráfico es mixto: lingüístico-icónico. En su aspecto lingüístico coincide con el verbal: Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño.

. Signo gráfico. Símbolo:

El signo gráfico actual es identificador de la Diócesis. No existe ningún argumento a favor de su sustitución o modificación formal, por lo que debe ser nuestro símbolo de uso principal.





Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad
Institucional.
Identidad central.

Campo
semiótico.

. Signo conductual:

Queremos que con esta identidad podamos configurar una orientación que logre:

- Dar soluciones al usuario.
- Satisfacer al usuario.
- Facilidad y comprensión.
- Claridad y precisión del emisor.

Todo esto va a definir nuestra misión-visión:

- La cultura de la empresa/institución.
- Estilo corporativo.
- Servicios como acción y comunicación.

. Signo objetual. Estructural. Jerarquía:

La configura la red de delegaciones y asociaciones establecida y que se puede estructurar de la siguiente manera:



Primer nivel



Segundo Nivel



Tercer Nivel

. Signo ambiental:

La Arquitectura corporativa se desarrolla en los distintos escenarios de acción en donde coloquemos nuestra identidad.

. Signo informacional:

Nuestra marca es nuestra identidad regional y tiene que servir como sectorial en los casos que la Diócesis esté presente.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad
Institucional.
Identidad central.

Campo
semiótico.

Manual de Normas

El desarrollo y aplicación de los elementos básicos de la Identidad Pública de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño se presenta en el siguiente Manual de Normas como instrumento que estructura y normaliza la Imagen en sus diferentes soportes de información.

Con este conjunto de normas, la Diócesis, busca optimizar los recursos de los que dispone y reforzar una presencia activa en su relación con los usuarios.

Es un marco de referencia básico al que referirse para acotar la dispersión existente en todos los elementos comunicacionales de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño.

. Signo gráfico. Tipografía:

La tipografía corporativa está construida con tipos de la familia Arial. Aunque la marca central utiliza la tipografía Old English Text Mt, pero para el empleo diario es una tipografía de compleja lectura.

Se recomienda para una correcta correspondencia de pesos, el empleo de Arial y, como peso de resalte Arial Black.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Arial / Cuerpo 10 / Interlineado 1

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Arial Narrow / Cuerpo 10 / Interlineado 1

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Arial Cursiva / Cuerpo 10 / Interlineado 1

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Arial Black / Cuerpo 10 / Interlineado 1

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
Arial Nova/ Cuerpo 10 / Interlineado 1



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad
Institucional.
Identidad central.

Campo
semiótico.

. Signo gráfico. Simple:

Se recomienda la utilización del símbolo gráfico simple en casos esporádicos más informales.



. Signo gráfico. Cromatismo:

Con carácter general, la gama cromática no incluye variantes de color.

Los pantones utilizados son los siguientes:

Pantone 7421 C

Pantone 7621 C

Pantone 254 C

Pantone 7742 C





www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

**Identidad
Institucional.
Identidad central.**

**Símbolo gráfico
El símbolo**

Versiones en positivo y
negativo.





www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Comunicado

Xx/xx/xxxx

Señores:

La normalización de los mecanografiados (en documentos ofimáticos) para papeles de carta asegura la unidad de imagen de toda correspondencia, por lo cual se presenta este ejemplo válido para cualquier organismo de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño.

La principal característica es la justificación de todos los textos. El espacio entre líneas es el que se muestra (14 puntos) y la separación entre párrafos es un doble espacio de máquina, así como el tipo y el cuerpo de letra (Arial, 10). Se debe procurar no partir palabras.

El texto debe estar situado siempre dentro de los márgenes establecidos, marcados por el logotipo y el último nivel, que será de 20 cm por ambos lados.

Identidad Institucional de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

Papelería Básica. Documentos administrativos.

Carta.

Formato:
DIN A4
297x210 mm

Calidad del papel:
80gr. Tipo off set.
Soportes blancos.

Tintas:
Para todo el documento administrativo la impresión es monocromía. (Pantone 432).

Tipografía:
Fecha.
Arial 24

Texto.
Arial 10



www.iglesiaenlarioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad Institucional de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

Papelería Básica. Documentos administrativos.

Sobre americano con ventana.

Formato:
220x110 mm

Calidad del papel:
Sobre cierre autodex

Tipografía:

Texto.
Arial 9

Sobre americano sin ventana.

Formato:
220x110 mm

Calidad del papel:
Sobre cierre autodex

Tipografía:

Texto.
Arial 9



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
Calle Obispo Fidel García 1
26004, Logroño, La Rioja
Teléfono: 941270008
www.iglesiaenlarioja.org



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
Calle Obispo Fidel García 1
26004, Logroño, La Rioja
Teléfono: 941270008
www.iglesiaenlarioja.org



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

**Identidad
Institucional de
la Diócesis de
Calahorra y La
Calzada-Logroño**

**Papelería Básica.
Documentos
administrativos.**

Carpetas.





www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

**Identidad
Institucional de
la Diócesis de
Calahorra y La
Calzada-Logroño**

**Papelería Básica.
Documentos
administrativos.**

Sellos de caucho.



Diócesis de Calahorra
y La Calzada-Logroño



Diócesis de Calahorra
y La Calzada-Logroño

Pastoral Vocacional



Diócesis de Calahorra
y La Calzada-Logroño

Pastoral Vocacional

Plan Diocesano de Pastoral



www.iglesiaenlarioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Identidad Institucional de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

Papelería Básica. Documentos administrativos.

Tarjetas.

Formato:

A8: 52x74 mm.

Calidad del papel:

300gr. Tipo cartulina
Bristol doble. Soportes
blandos.

Tipografía:

Todos los niveles Arial 9
El nombre: Arial Bold



Diócesis de Calahorra y La Calzada-
Logroño

Pastoral Vocacional

Víctor M. Jiménez López de Murillas
Vicario Pastoral

Calle Obispo Fidel García 1,
26004 – Logroño (La Rioja)
941 27 00 08 / 612 612 612

www.iglesiaenlarioja.org

vpastoral@iglesiaenlarioja.org



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



OFICINAS DIOCESANAS

Víctor M. Jiménez

Identidad Institucional de la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

Papelería Básica.

Señalética.

Señalización exterior, placa denominativa para los determinados despachos y delegaciones.

**Formato:
300x300 mm.**

**Tipografía:
Arial 11, 18 y 24
(bold)**



OFICINAS DIOCESANAS

Delegación de Iglesia en Salida



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2.4 Plan de Comunicación Interna

Dentro de la comunicación interna hay dos enfoques empresariales en los que debemos fijarnos:

- 1 – Desde el punto de vista de las demandas de información y participación del empleado o del cliente aumentando el sentimiento de empresa
- 2 – Desde el punto de vista de la dirección de la entidad para alcanzar nuestras metas económicas trazadas hay que aumentar la eficiencia y eficacia.

Desde el punto de vista de la Iglesia, se considera que la primera razón debe dominar a la segunda porque la economía debe estar al servicio de la persona. Es importante que la Iglesia incorpore unas buenas prácticas para que la comunicación interna ofrezca resultados positivos.

2.4.1 Propuesta

- Contribuir a un clima de confianza y motivación:

Vamos a hablar con todos, las puertas están abiertas para todos los sacerdotes, religiosos, laicos y delegaciones. Si ofrecemos escucha, damos confianza. Además, deberemos facilitar una línea de comunicación activa para que se sientan parte del proyecto de la Iglesia, con ello ayudaremos a aumentar su motivación, esta línea de comunicación se deberá abrir vía Whatsapp con cada uno de los sacerdotes. Será una línea directa con el Obispado, donde puedan trasladar sus preocupaciones y comunicaciones y donde reciban una respuesta positiva. Además, servirá de vía de comunicación para viralizar campañas que les sea fácil de trasladar a su comunidad parroquial.

- Romper departamentos estancos:

Si queremos abrirnos a los nuestros hay que eliminar las barreras, no podemos seguir incomunicados. Por ello debemos abrir nuestras puertas, pero no solo lo que decíamos antes, también pensar en la opción de ser nosotros los que



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

vayamos a abrir las puertas de sus parroquias o delegaciones. Reactivar el sistema desde dentro es fundamental. También será importante eliminar las barreras culturales, socializar el trabajo en equipo, crear incentivos y emitir mensajes homogéneos y cumplir los compromisos adquiridos.

- Informar puntualmente a los empleados y a otros públicos internos:

Tenemos que informar a nuestra gente de todo antes de que salga a la luz pública. No pueden enterarse por terceros de lo que ocurre en su casa.

- Publicar los logros conseguidos por la Iglesia:

Hay que motivar al que logra su objetivo dándole a conocer. Para que no parea sus ganas de seguir creciendo en su proyecto.

- Diagnosticar la situación de comunicación en la Diócesis:

Podríamos realizar una encuesta interna, un buzón de sugerencias o incluso crear grupos de trabajo para conocer cómo están cada uno de nuestros "empleados" (sacerdotes, religiosos, laicos, delegaciones...).

- Implementar y socializar el modelo organizativo:

Hay que reflejar el organigrama de una manera clara, integrada y accesible en la página web, con el nombre de las áreas y sus responsables.

- Actualizar y redefinir las listas de distribución:

Nos consta que muchas de las parroquias, por poner un ejemplo, no usan el correo de la Diócesis, por lo que viven aislados de toda comunicación.

- Clarificar la gestión de contenidos en la web:

Todo el mundo debe tener su espacio en nuestra web.

- Desarrollar la Intranet:

Hay que actualizar y renovar la Guía Diocesana, tanto en papel como digital.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2.4.2 Públicos internos

- Personas significativas: Obispo, vicarios, ecónomo, secretario general, párrocos, responsables de consejos diocesanos y de centros escolares.
- Personas comprometidas: responsables de las instituciones diocesanas, equipos de dirección de los centros de enseñanza, responsables de las asociaciones de fieles, de los movimientos apostólicos, encargados de la gestión económica de las parroquias.
- Personas Practicantes que acuden por lo menos una vez a la semana a misa.
- Personal laboral y voluntarios
- Otros agentes internos: AMPAS de los centros escolares, equipos de pastoral, responsables de juventud, catequistas, equipos de Misiones o Cáritas, capellán de hospital, comunidades de vida consagrada.
- Financiadores que apoyan los proyectos diocesanos, que realizan donativos.

2.4.3 Canales de Comunicación Interna

- **La revista diocesana y otras publicaciones:** hoy en día, las revistas han sufrido una caída consistente por consecuencia de la crisis. Aunque más que la crisis, lo agrava el mundo digital que facilita el acceso a la información que proporciona una revista con un solo click. Esto ha provocado un descenso considerable en inversión publicitaria. La lectura online crece, pero la de papel no.

Actualmente, Pueblo de Dios, tiene una tirada de 6.000 ejemplares que se reciben en todas las parroquias de manera gratuita. Se edita semanalmente a 4 páginas cada uno. La revista se cuelga en PDF en la página web en la semana de su publicación y se puede compartir.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

El perfil del público es de una persona católica practicante de más de 50 años.

Propuesta para Pueblo de Dios:

- 1- Adaptar los contenidos a las realidades, dando espacios a todas las delegaciones mes a mes.
- 2- Proponer la impresión de una cuartilla o añadido de cada delegación dentro de la hoja de Pueblo de Dios, cuyo encarte lo pague cada una de ellas.
- 3- Adaptar el formato y el diseño de la revista, proponiendo una impresión a todo color, con una portada más tipo revista y unas secciones bien definidas, haciendo que este cambio nos devuelva a las 8 páginas, pero de calidad.

Propuestas para otras publicaciones:

- 1- Se propone lanzar una revista trimestral a todo color con espacios publicitarios y al precio de 1€ en el que se destaque todas las actividades y eventos realizados hasta ese momento, entrevistas, área cultural, ocio y tiempo libre, espacio para sacerdotes, religiosos, laicos y delegaciones.

Boletines parroquiales: en la actualidad, muchas parroquias cuentan con su propio boletín de información, debemos trabajar todos en la misma dirección y para ello se propone que muchos de los eventos que las parroquias publican en su boletín nos los envíen para su publicación en Pueblo de Dios, además de incluir dicho boletín dentro de la publicación Pueblo de Dios, para así incentivar a recoger ambas publicaciones en una.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

- La web diocesana: engloba las informaciones de la Diócesis y sus eventos. Se elaboran las noticias de portada y su contenido, ahora el contenido multimedia se enlaza desde Youtube, alcanzando mucho más público a estas noticias más dinámicas.

Propuestas de mejora:

- 1- Debemos comenzar a añadir las redes sociales a la web para multiplicar nuestra presencia en el mundo digital y ser más cercanos no solo al público en general sino también a los nuestros.
- 2- Necesitamos incentivar a los organismos diocesanos no pertenecientes a la Curia que tengan su propia página actualizada, para ofrecer sus servicios y comunicaciones principales.
- 3- También hay que actualizar la web una vez al día para mostrar dinamismo y actividad, eso implica ir eliminando contenidos obsoletos para añadir novedades.

- Las redes sociales: actualmente, no hay redes sociales oficiales en la Diócesis, hay muchos sacerdotes o parroquias que cuentan con su página de Facebook o su perfil de Twitter o incluso nuestro Obispo que tiene una cuenta en Instagram, pero nada oficial. Solamente, una canal de Youtube de reciente apertura para ir almacenando nuestro material audiovisual. En vista de que las redes sociales tienen un poder de comunicación muy amplio se requieren tomar las siguientes decisiones:

1. Usar solo páginas y perfiles oficiales
2. Emitir información sobre actos de la Diócesis o de los organismos diocesanos a través de las redes.
3. Utilizar aplicaciones o formatos que facilitan el intercambio de noticias.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

4. Contestar con inmediatez a las cuestiones generadas en las redes.
5. Retuitear las menciones positivas sobre la Diócesis.
6. Utilizar la web como plataforma aglutinante de la comunicación en las redes sociales.

Al final de este documento se adjunta el Plan de Medios que incorpora las redes sociales y su uso.

- **El correo electrónico:** es la herramienta principal para la comunicación interna. Pero necesita una mejora.

Propuesta de mejora:

1. Es necesario que todo usuario de un correo electrónico de la Diócesis tenga una firma con nombre y apellidos, puesto o cargo, entidad, referencias de contacto, dirección postal completa, teléfono directo y dirección de web si dispone de ella.
2. Cuando se quiera informar de algún evento es necesario enviar una breve descripción para que el Departamento de Comunicación pueda trabajar la noticia y publicarla en la web y enviar a los medios de comunicación.

Propuesta de creación: se propone crear una línea de Whatsapp para mantener a los usuarios informados a través de listas de difusión. A su vez, sirve para que los usuarios utilicen esta línea para sugerencias, dudas, consultas, etc.

- **Los audiovisuales:** en estos momentos contamos con una cuenta de Youtube que nos sirve de almacén y mediateca. Dentro del servidor de la Diócesis hemos creado una carpeta de Archivo audiovisual donde vamos guardando todo el material grabado de brutos y de mediateca.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Propuestas: debemos utilizar el poder de la imagen para realizar vídeos de motivación al pueblo de Dios.

- 1- Realizar campañas no solo de Plan Pastoral y de promoción de entidades diocesanas sino también de riqueza cultural e histórica de nuestra región.
- 2- El sistema de reproducción por streaming debe estar a la orden del día, puede resultar un recurso eficaz para llegar a las personas más alejadas, con este servicio llegaremos a un público mucho más joven.

- Las reuniones: si queremos comunicar algo, nos reunimos, pero tenemos que hacer de estas reuniones un espacio útil donde intercambiar diferentes ideas.

- 1- Proponemos, además, la emisión de las reuniones de trabajo por streaming interno (Skype), para que los que estén lejos y no pueden acudir presencialmente por temas de agenda o de falta de personal puedan estar al tanto de lo que ocurre y puedan dar su opinión.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2.5 Plan de Comunicación externo

Ya hemos tratado diferentes publicaciones que servirán de herramientas a nivel externo y como se ha descrito antes, existe un plan de Medios adjunto a este documento que explica las acciones a corto y medio plazo a llevar a cabo. Pero ¿por qué un plan de comunicación externo? Porque la Iglesia debe reforzar y mejorar su imagen pública en el exterior. Tenemos que integrarnos con el resto de autoridades civiles y en diferentes ámbitos profesionales y esto es algo que vemos reflejado en una de las tareas que nuestro Obispo Carlos nos describe en el Plan Diocesano de Pastoral: “Hay que convocar un foro de personas relevantes en La Rioja (representantes del mundo de la cultura, política, educación, comunicación...), para intercambiar ideas que nos abran caminos nuevos para la Misión”, pero también para que la sociedad vea que la Iglesia está ahí.

Además, debemos saber gestionar de una manera eficaz las diferentes necesidades y urgencias que tengan los medios de comunicación y que nos repercuta, es decir, necesitamos ofrecer una imagen de que estamos vivos, de que nuestra actuación es inmediata. A veces, el origen de la demanda será el intento de generar polémica, pero en otras ocasiones será por la información de algo que nosotros queramos comunicar: eventos diocesanos, festividades, celebraciones, etc. Son frecuentes las peticiones para entrevistar al Obispo y es algo que debemos procurar ofrecer siempre y cuando sea posible y necesario.

Una cosa que hay que tener en cuenta, es que la comunicación externa no funciona gracias solo al Departamento de Comunicación, sino que si queremos tener una buena comunicación externa debemos actuar de una manera coordinada y fluida a nivel interno para que todos los agentes implicados en las noticias que puedan surgir tengamos una respuesta rápida a cualquier asunto.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Por ello hay que seguir la siguiente línea de actuación:

- 1- Gestionar con fluidez la demanda de información y buscar al interlocutor adecuado.
- 2- Ofrecer alternativas cuando se presentan dificultades de cualquier tipo.
- 3- Agradecer el interés mostrado.
- 4- Los periodistas son nuestros aliados y hay que tratarlos como tal.
- 5- Hay que ser transparentes, veraces y abiertos.

Y con estas actitudes podemos mejorar en las siguientes facetas:

- 1- Aprovechar nuestra autopromoción (Pueblo de Dios, Cope, Popular Tv...).
- 2- Buscar colaboradores diferentes para cada tema, que no siempre sea el mismo portavoz para todo.
- 3- Difundir a través de las redes sociales nuestras apariciones públicas.
- 4- Llevar a cabo formaciones a los sacerdotes, religiosos, laicos, para saber comunicarse, no solo con la palabra, sino también con lenguaje no verbal.

2.6 La comunicación en las situaciones de crisis

Desde el Departamento de Comunicación nos gusta destacar que las crisis son oportunidades que debemos aprovechar, también son riesgos, pero hay que saber gestionarlos.

Las crisis tienen las siguientes características:

- 1- Son impredecibles.
- 2- Son únicas, las mismas causas nunca producen los mismos efectos.
- 3- Son urgentes y hay que responder rápidamente.
- 4- Son acontecimientos aleatorios.
- 5- Pueden llegar a desestabilizar la comunicación.

Para enfrentarnos a ellas:

- 1- Astucia, elegir la mejor vía de respuesta en cada caso.
- 2- Previsión, hay que estar preparado para reaccionar.
- 3- Humildad, todos somos vulnerables.
- 4- Liderazgo, hay que controlar las informaciones y tener una comunicación permanente.
- 5- Transparencia y veracidad.
- 6- Prudencia, valorar los pros y los contras de cada decisión.
- 7- Cortesía, hay que valorar a los demás.

Protocolos de actuación genéricos ante las crisis:

- 1- Informar primero a los públicos internos.
- 2- La primera persona que tenga noticia sobre una situación anómala deberá comunicar el suceso a la persona de máxima responsabilidad en su ámbito.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

- 3- Si se considera que el caso puede afectar a la institución, debe comunicarse inmediatamente al Departamento de Comunicación, que valorarán la situación y decidirán cómo actuar interna como externamente.
- 4- Se conformará un equipo que lidere la situación de crisis.
- 5- Si la crisis afecta al Obispado directamente, el Departamento de Comunicación llevará la iniciativa y estará en constante comunicación con el Obispo. Éste comunicará la cuestión a las personas que considere, para realizar los contactos pertinentes con autoridades, organismos o personas específicas.
- 6- El seguimiento de los acontecimientos deberá ser continuado hasta la fase de recuperación tras la crisis. Si se ve la necesidad de crear una opinión favorable entre la ciudadanía se decidirán nuevas acciones.

ANEXO:

PLAN DE MEDIOS Y CONTENIDOS DE LA DIÓCESIS DE CALAHORRA Y LA CALZADA-LOGROÑO

1. SITUACIÓN Y OBJETIVOS DEL PLAN DE MEDIOS

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN ACTUAL?

La Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño no tiene un plan de contenidos al uso. No está presente en redes sociales como tal. Y tampoco a nivel personal, la cabeza visible, que es el Obispo Carlos Escribano, tampoco tiene un perfil Twitter o Facebook donde comunicarse con el pueblo de Dios.

Si que tiene cuenta Instagram, que sirve de acercamiento a los jóvenes.

Durante el mes de septiembre hemos creado una cuenta de Youtube (Iglesia en La Rioja) organizada por listas de reproducción cuyos vídeos serán enlazados a nuestra página web.

En cuanto a los medios de comunicación tradicionales, la Diócesis cuenta con un espacio en la Cadena Cope, todos los viernes de 13.30 a 14.00 con el programa de El Espejo de la Iglesia en La Rioja. Y con otro espacio en la misma emisora los domingos en los que se relata la agenda diocesana.

También tiene una columna de opinión todos los domingos en el Diario La Rioja, llevado hasta ahora por Justo García Turza.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

La pastoral juvenil cuenta con un espacio entrevistado de unos 10 minutos en Popular TV La Rioja, dentro del late night.

Por supuesto, también contamos con nuestra hoja semanal diocesana “Pueblo de Dios”.

¿CUÁLES SON NUESTROS OBJETIVOS Y QUÉ CONTENIDOS VAMOS A GENERAR PARA POTENCIAR A LA IGLESIA?

Nos vamos a poner la primera semana de noviembre como fecha de lanzamiento oficial de las redes sociales principales: Facebook, Twitter e Instagram.

Aprovecharemos el 4 de noviembre con el “MisionFest” que organizan los jóvenes, en ese momento lo que intentaremos conseguir es que un público mayoritariamente juvenil y difícil de captar en redes sociales si no les interesa el contenido nos sigan desde el primer momento.

En los medios tradicionales, el espacio de la Cadena Cope habría que darle una vuelta, pensando también su cambio para noviembre con media hora más dinámica, que sirva de promoción de delegaciones, pastorales, asociaciones, tipo entrevista de conocimiento y mostrando cercanía a los oyentes.

También tenemos que aprovechar el espacio del domingo y ver cuántos minutos tenemos para promocionar nuestros actos.

En Radio María ya hemos contactado para tener un espacio de Agenda Diocesana que casi todas las diócesis tienen en dicha emisora y comenzaremos a explotarla también la primera semana de noviembre.

En Popular TV La Rioja solicitaremos un espacio de 15 minutos en el programa de la noche, además de proponerles varias entrevistas y contenidos que les puedan interesar para su programación semanal.

Debemos continuar con el espacio en el Diario La Rioja, por ser referente en prensa escrita en nuestra comunidad autónoma.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Propondremos al periódico cada cierto tiempo tener una columna de opinión en la hoja central con una carta del Obispo, con el objetivo de mostrarnos presentes en todos los ámbitos.

Para la hoja de Pueblo de Dios, planteamos que en enero podamos cambiar su diseño e imagen, vamos a meditar cambiarla a quincenal e imprimirla a color.

Tenemos en mente la creación de una revista trimestral de pago realizada por la Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño.

¿A QUÉ PÚBLICO NOS DIRIGIMOS?

Hoy en día, tenemos un público fiel, católicos practicantes que nos siguen constantemente y que sabemos que están ahí día tras día.

Dependiendo de los temas a tratar, también contamos con otro tipo de público más secundario, también católico y practicante, pero por distinguirlo de alguna manera, es más pasivo, solo le interesan sus eventos y el seguimiento de ellos.

A este segundo público se le une un tercero, que no es tan practicante, pero que si tratamos un evento o acto en los que están presentes nos escuchan.

Con nuestro objetivo de "Iglesia en salida", no solo tenemos que tener a estos públicos, sino que también tendremos que buscar a los alejados, a los que no les interese nada de lo que contamos y para eso deberemos analizar ese tipo de público y conocerlo más en profundidad.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2. REDES SOCIALES

Existen diferentes formas de clasificar a las redes sociales existentes en Internet, la mayoría de ellas son válidas.

La tipología definida por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información -ONTSI2- y distingue así entre las redes sociales directas y las redes sociales indirectas:

Las redes sociales indirectas o “aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto”. En esta definición podemos encontrar los foros, los blogs y las wikis.

Y, las redes sociales directas o “aquellas en las que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten”. En esta definición podemos encontrar a las redes sociales más populares como Facebook, Twitter o YouTube.

Además, dentro de las redes sociales directas podemos distinguir entre:

- Las redes sociales verticales; o aquellas en las que los usuarios se agrupan en torno a una acción o temática concreta. Como son, por ejemplo, LinkedIn para las relaciones laborales y la búsqueda activa de empleo, Instagram o Flickr, para la fotografía o Change.org para las peticiones entre otras.
- Redes sociales horizontales; independientemente del formato en las que se presente. Como son Facebook, Google + o la red social de microblogging, Twitter.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

FACEBOOK



Lanzamiento: 4 de noviembre de 2018

Evento: MisionFest

Nombre de Página: Iglesia en La Rioja

CONTENIDOS EN NUESTRO FACEBOOK

4 actualizaciones diarias:

9.00: post de historia, institucional, celebración, santoral o festividad

13.00: post de noticia de actualidad regional

18.00: post de noticia de delegaciones y pastorales

21.00: oración diaria

Se podrán modificar las actualizaciones y temáticas según la importancia del día a día.

CÓMO FUNCIONA FACEBOOK

Con unos 1,94 mil millones de usuarios en todo el mundo (dato de mayo del 2017), si hay una red social que **reina sobre las demás**, esa es, sin duda Facebook. En España concretamente, Facebook se estima que cuenta con más de 20 millones de usuarios.

Se trata, de un fenómeno de una envergadura y peso social que alguien que se quiera mantener al corriente de la sociedad actual simplemente **no puede ignorar**.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

La esencia de Facebook es muy sencilla: es una red que conecta personas con personas.

Cuando abrimos una cuenta en Facebook, entramos en una red social que conecta a amigos, familiares y socios de negocios.

Aunque Facebook ha estado y sigue estando orientado, sobre todo, a las personas, con el tiempo, las marcas o instituciones, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook. Sin embargo, el espíritu de la red sigue siendo un espíritu muy orientado a las vidas personales, algo que precisamente las marcas o instituciones deben tener muy en cuenta si quieren “enganchar” a los usuarios.

Por otra parte, Facebook es un lugar muy visual donde las fotos tienen mucho peso. Comentar las cosas que has hecho y acompañar estos relatos de fotos es la actividad por excelencia que los usuarios realizan en Facebook. Aquellas fotos que quieras destacar además de una manera más permanente las puedes organizar en tu colección personal de álbumes de fotos que se expondrá en la biografía.

La filosofía que plantea Facebook es una especie de ventana a nuestra vida personal del día a día, con la posibilidad de controlar el nivel de privacidad y decir a qué público exponemos cada cosa.

1. Marca personal

Facebook es una red social tan importante y con un número tan grande de usuarios que simplemente por eso tiene que ser si o si un pilar en la estrategia 2.0 para la creación de nuestra marca personal: Iglesia en La Rioja.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

2. Contactos con instituciones

Facebook puede ser una **buena plataforma para crear contactos profesionales**. La clave es la alta presencia que ya tienen en esta red hoy en día tanto las instituciones como los profesionales.

Existen múltiples enfoques para hacer esto que van desde buscar activamente aquellos contactos que nos interesen e interactuar con ellos, ya sea de manera directa con comentarios a lo que ellos publican o más indirecta localizando, hasta tener Facebook como vía de difusión de una actividad nuestra.

3. Incremento de la visibilidad y marketing gratuito para nuestra institución.

La potencia de Facebook no está en usarlo como un simple canal de publicidad, sino en saber interactuar con la red **con un toque más humano** que genere más interés en sus usuarios. Facebook tiene un “feeling” informal y muy humano, **es importante sintonizar con esto para tener éxito**. De no hacerlo, es complicado enganchar a los usuarios, pero si logramos cogerle “la onda” a los usuarios tenemos a nuestra disposición una potente herramienta de marketing y gratis.

Por otra parte, si estamos dispuestos a invertir un poco de dinero, Facebook está empezando a tener un éxito considerable con su plataforma de publicidad online **Facebook Ads**.

4. Atención y fidelización de usuarios.

Las páginas de Facebook (se siguen llamando páginas de fans) son una gran oportunidad para fidelizar a usuarios. Simplemente haciendo ‘clic’ en el botón de “me gusta” un usuario no solamente expresa públicamente que le gusta el titular de la página, sino que además se **suscribe** a recibir las publicaciones de esa página, es decir, en términos de Twitter, se convertiría en un seguidor de nuestra página.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Por tanto, una vez que un usuario se haya conectado a nuestra página tenemos una gran oportunidad de proveerle de información interesante y de usarla también para realizar ciertas tareas de atención y servicio a los usuarios.

5. Feedback usuarios en tiempo real

Otra vertiente muy relacionada con el marketing es la posibilidad de **poder medir** (hasta cierto punto) el **éxito** de nuestras iniciativas (nuevas campañas) mediante la **respuesta** de los usuarios, aunque para que esto funcione en términos estadísticos, es decir, para que la información sea medianamente fiable, hace falta llegar primero a una comunidad de cierto tamaño (con miles de usuarios).

La gran ventaja es que con una comunidad suficientemente grande se van a poder detectar las **reacciones** prácticamente en **tiempo real** (la mayoría se producen en cuestión de horas) y así **analizar y reaccionar** a las opiniones de los usuarios que hagan comentarios, todo **de forma inmediata, sin costos y engorrosos estudios** de mercados o encuestas a clientes.

6. Imagen y Social Proof

Esto es muy simple: con el número de usuarios que hay y el peso que han adquirido las redes sociales estar o no estar es una cuestión de imagen muy simple porque simplemente **no podemos no estar**. Punto.

No estar no sería simplemente una cuestión de renegar al enorme potencial de poder contactar con toda esta gente, sino que cada vez más no estar será sinónimo de una institución desfasada que no está al corriente de los tiempos.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

7. Ventajas SEO para el posicionamiento en los buscadores y potencial de difusión directa

Es un hecho conocido que la relevancia de una web para Google (y presumiblemente también para los demás buscadores), ya sea una web de un particular (blogger, etc.) o de una institución, depende en buena medida de su éxito en las redes sociales.

Por tanto, si queremos mejorar el posicionamiento de nuestra web debemos tener en cuenta las redes sociales también desde este punto de vista. De hecho, Google Analytics ya mide el impacto en las redes sociales.

No obstante, el tráfico directo (el provocado por las reacciones de la gente) que trae una actividad proactiva en las redes sociales es mucho mayor que lo que se puede atribuir a los efectos SEO.

En resumen:

Facebook es una red social directa y horizontal basada en las relaciones interpersonales, la amistad es la base estructural de esta red social.

Los usuarios registrados en Facebook pueden actualizar sus perfiles para compartir contenidos propios o de terceros, publicar qué sienten cuando ven las publicaciones de sus amigos, enviar mensajes personales, crear o unirse a grupos de interés y crear o unirse a un evento.

En la actualidad Facebook es la red social con un mayor número de usuarios registrados en España y también en la Comunidad Autónoma de La Rioja y ahí reside su principal ventaja competitiva.

La utilización de Facebook en nuestra estrategia de comunicación es interesante para informar al ciudadano sobre el estado de las campañas y eventos que desarrolle la Diócesis.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Las relaciones en esta red social son mucho más cercanas que en cualquier otra red (familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc.) y como consecuencia de ello, los usuarios registrados en Facebook consumen el contenido de forma pausada y relajada.

A la hora de gestionar un perfil corporativo en Facebook podemos aprovechar esta situación para priorizar los contenidos que mantengan un vínculo emocional con los seguidores de la página. Como son por ejemplo todos los contenidos relacionados con nuestra cultura, nuestras tradiciones, nuestra solidaridad, nuestra historia ...

En Facebook no podemos crear un perfil personal para un departamento, servicio o marca ya que incumple las normas de uso. Por tanto, la página es la solución para las diferentes cuentas corporativas ya que Facebook atribuye un carácter diferencial a las organizaciones de todo tipo para distinguirlas de los perfiles personales.

Para una presencia óptima en Facebook, debemos mantener la actividad de manera continuada, pero sin hacer un uso abusivo de la red. En circunstancias normales se considera óptimo publicar de 1 a 5 post diarios. Para obtener más información y ayuda sobre Facebook y sus funcionalidades podemos visitar su centro de ayuda en www.facebook.com/help



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



TWITTER

Lanzamiento: 4 de noviembre de 2018

Evento: MisionFest

Nombre de Cuenta: @iglesiarioja

CONTENIDOS EN NUESTRO TWITTER

4 actualizaciones diarias:

9.00: retweet de Pontifex_es o de nuestro Obispo. O noticia de Instagram

13.00: post de noticia de actualidad regional

18.00: post de noticia de delegaciones y pastorales

21.00: retweet de Pontifex_es o de nuestro Obispo.

Se podrán modificar las actualizaciones y temáticas según la importancia del día a día.

CÓMO FUNCIONA TWITTER

Twitter es una red de "microblogging" que permite a los usuarios publicar mensajes de texto de hasta 140 caracteres, fotografías y videos y establecer conversaciones en base a estos contenidos con otros usuarios. Para las instituciones, esta plataforma es un buen canal para conocer la percepción de los ciudadanos sobre su servicio, difundir información institucional de interés ciudadana y generar redes de intercambio de contenido con otras instituciones tanto públicas como de la sociedad civil.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

1. Para gestionar el día a día de la o las cuentas de Twitter institucionales, es necesario considerar la utilización de un software administrador. Con estas herramientas se pueden agrupar las diferentes cuentas de determinada institución, tener una mejor visualización de lo que está sucediendo y ofrecer funcionalidades como, por ejemplo, la programación de tweets (sistema que permite programar una actualización un día y hora específico) o la entrega de estadísticas. Algunos ejemplos de administradores son: Seesmic, Hootsuite y Tweetdeck, entre otros. Algunas de estas herramientas de administración también permiten la integración de cuentas de Facebook y otros para facilitar la labor del administrador de redes sociales.
2. Se debe definir la periodicidad de las publicaciones. Los mensajes en bloque sólo ayudarán a que los usuarios consideren la cuenta como un Spam. En este sentido, es importante señalar que la visibilidad de la cuenta en el timeline de un usuario no tiene relación con publicar una gran cantidad de actualizaciones, sino más bien, con hacerlo en los momentos adecuados.
3. Por lo tanto, se recomienda emitir los mensajes en las horas punta de uso, eso permitirá tener un mayor alcance. Las recomendaciones generales son hacerlo de lunes a viernes en la mañana y en la tarde cerca de las 19 hrs. Pero esto varía de acuerdo con el tipo de público y la institución a la que nos estemos refiriendo.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

4. En el caso específico de Twitter, la extensión de los mensajes debe ser media, es decir, no ocupar la totalidad de los 140 caracteres, dado que se desea que el contenido sea "compartible". En lo posible, se deben dejar cierto número de caracteres libres para que el usuario pueda comentar el tweet o hacer RT sin necesidad de editar previamente el mensaje o perder información.
5. Utilizar un acortador de direcciones (URL shortener) para incluir enlaces a contenido. Debido a la limitación de caracteres en Twitter, esta herramienta es imprescindible. Algunas opciones son Bit.ly, goo.gl, tinyurl o las que vienen incluidas en los administradores de cuentas.
6. Con el fin de distinguir la cuenta de Twitter oficial de la institución con una cuenta falsa o de parodia, esta plataforma ofrece la opción de obtener verificación, agregando un distintivo que certifica que ésta pertenece efectivamente a la institución. Para realizar este procedimiento, sólo es necesario ingresar a Twitter a través de la web y rellenar el formulario de verificación correspondiente.

En resumen:

Twitter es una red social directa y horizontal basada en la micromensajería, las conversaciones son la base estructural de esta red social. Los usuarios registrados en Twitter pueden compartir públicamente sus opiniones a través de mensajes de texto breves, denominados 'tuits', compuestos por un máximo de 140 caracteres.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Para fomentar la participación de los usuarios, las conversaciones en Twitter se centralizan a través de etiquetas, denominadas `hashtags´; una cadena de caracteres formada por una o varias palabras concatenadas que hacen referencia a la temática de la conversación y que están precedidas por una almohadilla.

Las conversaciones con un mayor número de mensajes o tuits pasan a ser las conversaciones más populares, también denominadas `Trending Topic´. A diferencia de Facebook, los usuarios registrados en Twitter pueden interactuar con cualquier otro usuario sin que exista una relación de amistad, aunque tienen la posibilidad de bloquear a aquellos usuarios que le incomoden.

El componente viral de la red y su capacidad para ser consumida de forma transmedia, complementando el consumo de contenidos de los medios de comunicación tradicionales, son sus principales ventajas competitivas.

Además de mantener unos buenos datos de penetración en España. La utilización de Twitter en nuestra estrategia de comunicación es interesante para la difusión de noticias de actualidad, la retransmisión de eventos en directo y la respuesta activa y de forma pública de las dudas, consultas y sugerencias de los usuarios.

Como ocurre en Facebook, para una presencia óptima en Twitter, debemos mantener la actividad de manera continuada sin hacer un uso abusivo de la red. En circunstancias normales se considera óptimo publicar de 3 a 10 tuits diarios.

Además de fomentar la conversación e interactuar con los ciudadanos participando en espacios de terceros. Para obtener más información y ayuda sobre Twitter y sus funcionalidades podemos visitar su centro de ayuda, support.twitter.com



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 06 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



INSTAGRAM

Lanzamiento: 4 de noviembre de 2018

Evento: MisionFest

Nombre de Cuenta: iglesiaenlarioja

CONTENIDOS EN NUESTRO INSTAGRAM

1 actualización diaria:

9.00: un edificio diocesano, patrimonio, santoral, recuerdos, historia, campañas, en definitiva, una imagen que tenga fuerza y sentido.

Se podrán modificar las actualizaciones y temáticas según la importancia del día a día.

EXPLICACIÓN DE CÓMO FUNCIONA INSTAGRAM

Instagram es esencialmente una aplicación móvil que nos permite tomar fotos, añadir filtros y compartirlas en tu red social. Con más de 300 millones de usuarios activos mensuales y el 73% de su base de usuarios con edades comprendidas entre 15 y 35 años.

Si nuestra intención es construir presencia de marca y generar conciencia en los jóvenes, sin duda deberíamos considerar crear un perfil social de Iglesia en La Rioja.

Investigación completa de tu audiencia

Utilizar Instagram para averiguar lo que los jóvenes actuales hablan sobre la Iglesia. Las búsquedas de hashtags y las etiquetas de localización nos servirán de gran ayuda. Hecho esto, podemos establecer audiencias por personas y comunidades.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

La clave está en entender qué contenido diseñar, el uso que harán de las imágenes y qué será de gran interés para ese público específico. Se trata de saber qué es lo que quiere nuestro público objetivo.

Postear en el mejor momento

Instagram puede parecer bastante desalentadora para una institución, ya que en gran medida es imprecisa en cuanto a datos nos referimos. Hasta el momento no hay forma real para evaluar la eficacia de las interacciones que no sea contabilizando el número de me gusta, comentarios o repost. Por esta razón puede que no sea la mejor plataforma para medir las conversiones, pero sin duda es una gran plataforma para el conocimiento de marca y el compromiso.

La mayoría de contenido se publica de lunes a viernes de 8 a 16 horas, siendo este horario cuando los marketers están trabajando. Pero hay que pensar cuándo los jóvenes están en las redes sociales.

Contar historias

La belleza de Instagram es que proporciona a los usuarios un contenido que no pueden conseguir en otra parte. A diferencia de cualquier otra plataforma, es la única plataforma totalmente visual y que permite una comunicación lúdica.

Hay que contar historias de nuestra institución, entrevistas a jóvenes o documentos históricos. Publicar contenido que nuestros usuarios quieran ver y con los que se sientan identificados. Contar historias de la gente que pueda resultar una forma fácil de identificarse y animar a los usuarios a que piensen que podrían ser ellos. Por ejemplo, hacer historia con el Domund, con Manos Unidas, etc



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

Publicar videos

El consumo de video está creciendo desmesuradamente. Se prevé que en 2018 el 70% del tráfico web sea a través del consumo de video. Por ello es muy importante crear contenido de video que sea acoplable a todas las plataformas.

Recientemente la plataforma social ofrece la posibilidad a todos los usuarios a publicar videos de 60 segundos, (el límite estaba en 15 segundos).



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



YOUTUBE

Lanzamiento: Ya en marcha

Nombre del canal: Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño

CONTENIDOS EN NUESTRO YOUTUBE

Todo tipo de vídeos realizados dentro de nuestra Diócesis. Eventos, celebraciones, campañas, actualidad, etc.

Al contrario que el resto de Redes Sociales, en Youtube, no hay reglas de cuándo publicar el contenido. Cuando lo tengamos disponible, lo publicaremos.

Tener disponible el vídeo en nuestro canal nos ayudará a enlazar directamente el contenido a nuestra página web.

Con ello estaremos alimentando al resto de redes sociales con material multimedia para poder utilizar cuando nos plazca. Y nos sirve de “nube audiovisual”, puesto que todo el contenido se va guardando con el orden y el etiquetado que le demos a cada archivo.

YouTube es una red social directa y vertical en la que los usuarios se agrupan en torno a los contenidos audiovisuales. Los usuarios registrados en YouTube pueden crear y editar su propio canal de producción de contenidos audiovisuales, ver y compartir contenidos propios o de terceros y/o guardar sus vídeos favoritos en listas de reproducción personales para visionarlos más adelante.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

3. PRENSA ESCRITA, TELEVISIÓN Y RADIO

LA RIOJA DIARIO DE LA RIOJA

En la actualidad contamos con un espacio los domingos que escribe Justo García Turza y el horario de las eucaristías de los domingos en las parroquias que está completamente desfasado.

El Diario La Rioja pertenece al grupo Vocento, un grupo empresarial que se mueve mucho en el ámbito comercial, si no ponemos publicidad es difícil que hablen de nosotros o que saquen nuestras campañas tanto en el periódico como en TV Rioja (TVR).

ACCIONES:

1. Continuaremos con la labor de Justo García Turza hasta que él nos diga.
2. Debemos actualizar de inmediato todos los horarios de las parroquias y para ello contar con los párrocos y que nos den esa información lo antes posible.
3. Proponer al Diario La Rioja, cubrir una vez al mes, si es posible, una columna de opinión dentro del editorial del periódico.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



RADIO  MARIA

Actualmente no hacemos nada oficial en Radio María.

ACCIONES:

1. Tendremos un espacio para contar nuestra agenda semanal del Plan Diocesano de Pastoral.
2. Valoraremos tener alguna entrevista o espacio para hablar sobre la Iglesia en salida.



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



La situación actual es presencia mínima a nivel diocesano. Las delegaciones si que suelen tener algún espacio. Por ejemplo, Pastoral Juvenil, que cuenta con 10-15 minutos al mes de entrevista en el programa de la noche.

ACCIONES:

- 1.** Crear un espacio de “Iglesia en salida”: dentro de la campaña que deberemos realizar de la misión. La Iglesia en salida debería tener su propio espacio en Popular TV, unos clips de 10 minutos o incluso menos, con un contenido realizado por nosotros mismos y que podamos facilitar a la televisión.
- 2.** Tener 10 minutos al día en el programa de la noche de lunes a jueves a nivel diocesano. Ese espacio se le podría facilitar a todas las delegaciones que lo soliciten, pero que sea manejado por nosotros y que todos tengan voz en la televisión.
- 3.** Proponer un informativo semanal, contando nuestra agenda y actividades, como un noticiero corto de 5 minutos.



www.iglesiaenlorioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



En la Cadena Cope tenemos presencia todos los viernes con el programa de El Espejo de la Iglesia en La Rioja y un espacio los domingos para contar nuestra agenda de manera rápida en una desconexión nacional.

ACCIONES

1. Mantener el programa de El Espejo de la Iglesia en La Rioja, pero cambiando el formato, dando voz a las delegaciones, olvidando las tertulias y reflexiones que se dan y explicando el trabajo que hacen las distintas pastorales en nuestra comunidad y que son el reflejo del pueblo de Dios.
2. Mantener la agenda semanal, pero proponiendo como en la televisión un noticiario quizás más rápido de unos 3 minutos.
3. Como en PopularTV deberíamos tener nuestra campaña "Iglesia en salida".



www.iglesiaenlarioja.org

Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación



Por último, Pueblo de Dios, en la actualidad a 4 páginas, a dos colores. Muy desfasado.

ACCIONES

1. En enero o antes, cambiar el formato, a color, tamaño DIN A4.
2. Mantener las 4 páginas o pensar en tirar a 8 con artículos más variados, espacios para las delegaciones, cultura, cine, arte, agenda diocesana, etc.
3. Dar una imagen de unidad, con el logo de la Diócesis en portada. Propuesta de cambio de nombre a "IGLESIA EN LA RIOJA".
4. Proponer una tirada trimestral que pueda llamarse "PUEBLO DE DIOS" a 1€ y como revista al nivel de "La Verdad".



Diócesis de Calahorra y La Calzada-Logroño
C/ Obispo Fidel García, 1
26004 - Logroño (La Rioja)
Telf.: (+34) 941 27 00 08 / 695 582 097

Departamento de Comunicación

Plan de comunicación

REFERENCIAS:

José Gabriel Vera, Ángel Losada, Juan Ramón Martín, David Alameda, Fernando Galindo, Fernando Martínez. Universidad de Verano, Facultad de Comunicación Universidad Pontificia Salamanca “Comunicación corporativa en entornos multimedia”.

Jorge Oesterheld: “No basta con un click. Iglesia y Comunicación”.

José María La Porte: “Introducción a la comunicación institucional de la Iglesia”.

“Plan de comunicación de la Diócesis de Bilbao”.

“*La comunicación al servicio de una auténtica cultura del encuentro*” XLVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Mensaje del papa Francisco.

Francisco Javier Paniagua: “Gestión de conflictos potenciales, situaciones de riesgos y crisis”.