

MARCO DE COMUNICACIÓN DE MRE



MARCO DE COMUNICACIÓN DE MRE

Introducción

Marist Region of Europe (MRE) es la unidad administrativa a la que pertenecen las cinco provincias maristas de Europa (Compostela, Europa Centro Oeste, Ibérica, L'Hermitage y Mediterránea), presentes en 15 países: España, Portugal, Rumanía, Francia, Grecia, Hungría, Argelia, Italia, Líbano, Siria, Alemania, Gran Bretaña, Bélgica, Irlanda y Países Bajos.

En noviembre de 2019, la Conferencia Europea Marista (CEM) pide a un grupo de hermanos que elabore un proyecto de lo que será la futura *Marist Region of Europe*. En septiembre de 2020 se celebra la primera reunión del Consejo Regional de la nueva región marista europea, una estructura al servicio de las provincias, para trabajar juntos, compartir recursos y sentir que formamos parte de esta gran familia marista.

Los equipos que conformamos la Europa marista trabajamos interrelacionados para impulsar nuestra misión y reconocemos y difundimos la riqueza que tenemos en nuestra realidad. Valoramos la dimensión multicultural de la región y potenciamos la diferencia como algo positivo.

En el ámbito de la comunicación, este documento es el marco en que se basa la estrategia comunicativa de la Europa marista. Forman parte de esta estrategia comunicativa los principios, los objetivos y la organización de la comunicación, donde se atienden aspectos como la difusión y transmisión de la vida y la misión marista, el cuidado por la imagen de marca, el diseño de los canales de información o la colaboración entre equipos para lograr una comunicación honesta, dinámica, profesional, comprometida y en red.



Contexto actual de la comunicación

La comunicación cambia constantemente y, en la actualidad, las redes sociales han cobrado protagonismo frente a los medios de comunicación tradicionales como referencia informativa de la sociedad.

Los límites de la comunicación han desaparecido y, hoy en día, cualquier información puede tener desde alcance local hasta internacional. En este entorno global, hay que tener especial cuidado con las ‘fake-news’ y ser conscientes del componente emocional que acompaña a muchas noticias.

La tecnología marca nuestras formas de conexión diarias. La comunicación institucional ha crecido y se ha convertido en una potente fuente informativa, que, aprovechando los social media, convive con los medios a la hora de ser emisores de información directa.

En este contexto, la región marista europea inicia su andadura bajo la premisa de que “todo comunica”. El equipo europeo de comunicación trabaja y atiende la comunicación interna y la externa, cuidando, con coherencia, mensajes, destinatarios, canales y formatos. Ofrecemos una comunicación honesta y de calidad, apoyados en la digitalización, con formación y coordinación continua.



Principios de la comunicación marista



Honesta. Comunicamos con transparencia y mostramos lo que somos y hacemos con claridad, veracidad y sencillez.



Profesional. Cuidamos la calidad de la comunicación en todas sus vertientes, siguiendo el estilo marista.



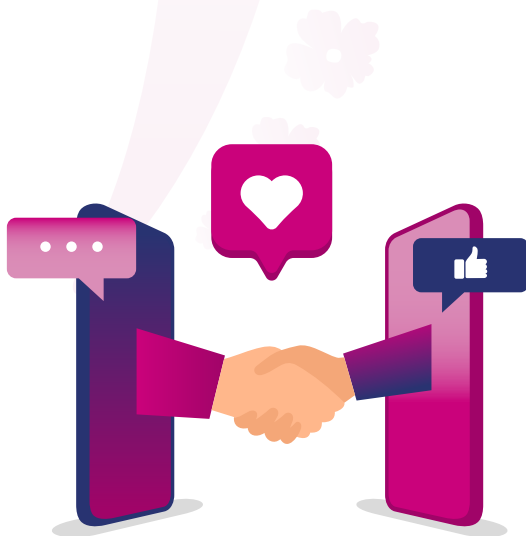
Comprometida. Compartimos la misión, visión y valores de la Europa Marista para visibilizar todos sus ámbitos de actuación.



En red. Colaboramos con el resto de equipos europeos, provincias, hermanos y laicos en la comunicación de los distintos proyectos maristas, así como con otras organizaciones en la difusión de iniciativas comunes.



Dinámica. Ofrecemos una respuesta ágil a las necesidades de comunicación y actuamos de manera proactiva ante las situaciones que lo requieran.



Comunicación de crisis



En situaciones de crisis, seguimos los siguientes criterios y orientaciones:

- ▶ Recopilamos la información
- ▶ Identificamos los públicos afectados
- ▶ Clarificamos el mensaje a transmitir y elaboramos un argumentario
- ▶ Decidimos quién va actuar como portavoz, si es necesario
- ▶ Determinamos los canales a través de los cuales vamos a comunicar
- ▶ Procedemos de la siguiente manera en relación con los medios de comunicación:

1 Cuidamos tanto la comunicación interna como la externa en situaciones de crisis. Nuestro primer destinatario serán siempre nuestros públicos internos.

2 Lo que no digamos nosotros, alguien lo va a decir por nosotros. Atendemos siempre a los medios. El silencio no es rentable. Pero nosotros decidimos cómo respondemos.

3 Hemos de adoptar una visión global. Tener en cuenta a todos los medios de comunicación y valorar el impacto de la noticia en cada ámbito y territorio.

4 Los comunicados nos permiten fijar nuestro mensaje y marcar los tiempos. Deben ser breves y aportar novedades. Nosotros decidimos qué tipo de comunicado emitimos y cómo y cuándo lo hacemos.

5 El comunicado escrito no siempre es suficiente. Debemos tener preparada la figura del portavoz, que puede poner voz e imagen al comunicado.

6 No digas nunca a un periodista lo que no quieras ver publicado.

7 Los amigos (periodistas) los hacemos antes de las crisis, no durante las crisis. Debemos cuidar la relación con los medios en todo momento.

8 No entramos en el juego de los medios ni colaboramos con sus metas (recuento de víctimas, detalles de las investigaciones...).

9 Un periodista no es un interlocutor con las víctimas de abusos.

10 Cualquier comunicación estará basada en el argumentario, que ofrece los pilares de nuestro relato y estructura nuestro discurso y las respuestas, las cuales adecuaremos en función del interlocutor. El argumentario lo elabora el gabinete/comité de crisis.



Objetivos del marco de comunicación de MRE

- ▶ Comunicar la vida y misión marista en Europa
- ▶ Transmitir la identidad y los valores maristas
- ▶ Visibilizar los proyectos de MRE y sus equipos
- ▶ Generar cultura de comunicación en MRE
- ▶ Establecer criterios comunes en la gestión de la comunicación interna y externa
- ▶ Impulsar el desarrollo y seguimiento de un Plan de comunicación
- ▶ Favorecer las relaciones institucionales y el trabajo en red en el ámbito marista
- ▶ Proporcionar e impulsar la formación adecuada sobre comunicación en MRE
- ▶ Impulsar líneas de acción conjuntas en materia de comunicación de crisis cuidando nuestra imagen institucional
- ▶ Elaborar un manual de comunicación en situaciones de crisis
- ▶ Desarrollar formaciones conjuntas en portavocía y comunicación de crisis
- ▶ Crear una red de contactos en los medios de comunicación
- ▶ Promover la difusión de noticias sobre la vida y misión marista
- ▶ Desarrollar estrategias conjuntas de comunicación
- ▶ Diseñar criterios comunes para la gestión de los social media
- ▶ Impulsar y desarrollar campañas de comunicación corporativa



Organización de la comunicación

Nos encontramos en la era de la comunicación integral, caracterizada por la riqueza informativa y la posibilidad en el ámbito institucional de gestionar canales de comunicación propios para difundir la identidad y los valores corporativos. En este contexto, la labor de los profesionales de la comunicación en las instituciones es fundamental para que estas acciones se rijan por los criterios adecuados.

Este Marco de comunicación establece una serie de pautas que después se concretarán en planes de comunicación, en los que se expondrán los proyectos y acciones específicos de cada curso escolar. A continuación, se presentan varias indicaciones comunes a todos los equipos en relación con la gestión de la comunicación interna y externa.



Planificación. Hay un Equipo de comunicación europeo que determina los criterios institucionales en el ámbito de la comunicación, y que se concretarán en el Plan de comunicación de la Región.



Coordinación. Todos los equipos europeos de MRE debemos estar coordinados en materia de comunicación en los contenidos que difundimos y en la identidad corporativa que transmitimos a nuestros diversos públicos (comunidades maristas, obras educativas, equipos regionales, movimientos juveniles, instituciones, otros).



Seguimiento. El Equipo europeo de comunicación supervisará la creación, desarrollo y gestión de nuevos recursos y canales de comunicación de los equipos regionales.



Acompañamiento. Este Equipo de comunicación acompañará las acciones comunicativas que se lleven a cabo desde MRE aportando recursos, impartiendo formaciones y ofreciendo soporte y apoyo a los equipos regionales en este ámbito.

Equipo de Comunicación de MRE

Provincia Compostela (Mar González)
communicationcom@champagnat.eu

Provincia Europa Centro Oeste (Brigitte Riedmaier)
communicationwce@champagnat.eu

Provincia Ibérica (Anabel Abad)
communicationibe@champagnat.eu

Provincia L'Hermitage (Imma Amadeo)
communicationlhe@champagnat.eu

Provincia Mediterránea (Víctor Recuerda)
communicationmed@champagnat.eu

MARCO DE COMUNICACIÓN

