

Plan de **COMUNICACIÓN**

"Lo que os digo en la oscuridad, decidlo a plena luz;
y lo que escucháis al oído, proclamadlo desde las
azoteas." (Mt 10,27)



Caritas

*Diocesana de
Barbastro - Monzón*

ÍNDICE

Utilidad de este documento	I
1. Introducción	2
2. Nuestra forma de comunicar	3
3. Públicos de nuestra comunicación	4
4. Canales de comunicación	5
5. Líneas editoriales	6
6. Planificación de la comunicación	8
7. Campañas de comunicación	9
8. Comunicación interna	11
9. Evaluación y mejora continua	12

UTILIDAD DE ESTE DOCUMENTO

Este Plan de Comunicación nace para ayudarnos a comunicar de forma coherente, cercana y fiel a la identidad de Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón.

Queremos que todas las personas que forman parte de Cáritas compartamos una misma manera de comunicar, transmitiendo con claridad quiénes somos, qué hacemos y por qué lo hacemos. Este documento establece criterios comunes y orientaciones prácticas para que nuestra comunicación sea:

- Coherente con nuestra identidad y nuestros valores.
- Cercana, poniendo siempre a la persona en el centro.
- Clara y transparente, generando confianza.
- Participativa, invitando a implicarse en nuestra misión.
- Transformadora, sensibilizando y promoviendo una sociedad más justa y fraterna.

No es solo un manual de comunicación. Es una guía para hacer visible, a través de cada palabra, imagen o historia, la esperanza que construimos cada día junto a las personas.

Cada historia compartida puede despertar un corazón dispuesto a transformar el mundo

1. INTRODUCCIÓN

En Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón entendemos la comunicación como una parte esencial de nuestra misión. No comunicamos únicamente para informar de lo que hacemos, sino para hacer visible la realidad de las personas que acompañamos, sensibilizar a la sociedad y generar oportunidades de participación y compromiso.

Nuestra comunicación nace del Evangelio y de la convicción de que cada persona tiene una dignidad infinita. Por eso, buscamos una comunicación cercana, veraz y esperanzadora, que ponga siempre a la persona en el centro, promueva la justicia y contribuya a transformar la realidad.

Comunicar en Cáritas es también rendir cuentas con transparencia, fortalecer la confianza de quienes colaboran con nosotros y recordar que detrás de cada proyecto, cada campaña y cada dato hay historias de vida, de esfuerzo y de esperanza que merecen ser escuchadas.

Porque comunicar no consiste únicamente en contar lo que hacemos, sino en ayudar a comprender por qué lo hacemos y qué cambio queremos generar en la sociedad.



SENSIBILIZAR

Dar a conocer la realidad



EVANGELIZAR

Anunciar el Evangelio



MOVILIZAR

Invitar al compromiso



ACOMPañAR

Poner rostro a las personas



TRANSPARENCIA

Rendir cuentas con claridad



TRANSFORMAR

Promover una sociedad más justa

2. NUESTRA FORMA DE COMUNICAR

En Cáritas la comunicación es mucho más que una herramienta de difusión. Forma parte de nuestra acción y de nuestra manera de estar presentes en la sociedad. A través de ella sensibilizamos, denunciemos situaciones de injusticia, rendimos cuentas con transparencia y animamos a otras personas a implicarse en la construcción del bien común.

No comunicamos para buscar protagonismo ni para aumentar nuestra visibilidad. Comunicamos para poner rostro a la pobreza, reconocer la dignidad de cada persona y mostrar que la transformación social es posible cuando caminamos juntos.

Cada noticia, fotografía, publicación, entrevista o campaña es una oportunidad para construir puentes, generar confianza y sembrar esperanza.

DOBLE DIMENSIÓN DE LA COMUNICACIÓN



COMUNICACIÓN EXTERNA

Sensibilizar a la sociedad.
Dar a conocer la realidad de la pobreza y la exclusión.
Invitar al compromiso y la participación.
Rendir cuentas con transparencia.
Generar confianza y credibilidad.



COMUNICACIÓN INTERNA

Compartir la misión común.
Fortalecer el sentido de pertenencia.
Facilitar la coordinación entre equipos.
Favorecer el intercambio de experiencias.
Construir una única identidad diocesana.

LA COMUNICACIÓN, RESPONSABILIDAD DE TODOS

La comunicación no es una tarea exclusiva del Área de Comunicación. Cada persona voluntaria, trabajadora, colaboradora o representante de Cáritas transmite, con sus palabras, sus actitudes y sus acciones, la imagen y los valores de nuestra entidad.

Por ello, este Plan pretende ofrecer un marco común que garantice una comunicación coherente, independientemente del canal, del formato o de la persona que la realice.

3. PÚBLICOS DE NUESTRA COMUNICACIÓN

La comunicación de Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón se dirige a públicos muy diversos. Cada uno de ellos tiene necesidades, intereses y formas de comunicación diferentes, por lo que adaptaremos el lenguaje, los formatos y los canales sin perder una identidad común.

Nuestro objetivo es que cada persona encuentre en Cáritas una voz cercana, coherente y creíble, capaz de informar, sensibilizar e invitar a la participación.

PERSONAS ACOMPAÑADAS

Son el centro de nuestra misión. La comunicación debe transmitir cercanía, respeto y confianza, facilitando el acceso a nuestros recursos y evitando cualquier forma de estigmatización.

VOLUNTARIADO Y PERSONAS TRABAJADORAS

La comunicación interna fortalece el sentido de pertenencia, mejora la coordinación y favorece que toda la organización comparta una misma identidad y una misma misión.

COMUNIDAD CRISTIANA

Parroquias, sacerdotes, movimientos y comunidades son parte esencial de Cáritas. La comunicación busca fortalecer este vínculo, mostrando que la acción caritativa forma parte de la misión evangelizadora de la Iglesia.

SOCIOS, DONANTES Y EMPRESAS

La transparencia, la rendición de cuentas y la cercanía son fundamentales para generar confianza y consolidar el compromiso de quienes sostienen nuestra misión con su colaboración.

ADMINISTRACIONES Y ENTIDADES

Mantenemos una comunicación institucional basada en la colaboración, el reconocimiento mutuo y la visibilización del impacto social de los proyectos desarrollados conjuntamente.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios son aliados fundamentales para sensibilizar a la sociedad. Nuestra relación con ellos se basará en la veracidad, la disponibilidad y la generación de contenidos de interés público.

SOCIEDAD EN GENERAL

Queremos llegar a toda la ciudadanía para dar a conocer la realidad de la pobreza y la exclusión, despertar conciencia e invitar a construir una sociedad más justa, solidaria y fraterna.



UNA MISMA IDENTIDAD, DIFERENTES LENGUAJES

Adaptamos nuestra forma de comunicar a cada público y a cada canal, pero nunca renunciamos a aquello que nos identifica: poner siempre a la persona en el centro.

4. CANALES DE COMUNICACIÓN

La comunicación de Caritas Diocesana de Barbastro-Monzón se desarrolla a través de diferentes canales, cada uno con un objetivo específico y dirigido a públicos concretos. Todos ellos deben mantener una identidad común, adaptando únicamente el lenguaje y el formato a las características de cada medio.

La planificación de contenidos permitirá mantener una comunicación constante, coordinada y coherente entre todos los canales.

WEB

Es el principal espacio de referencia de la entidad. Recoge la información institucional, noticias, proyectos, campañas, documentación, transparencia y recursos para la ciudadanía.

Objetivo: Informar, dar profundidad a los contenidos y servir como fuente oficial de información.

REDES SOCIALES

Instagram, Facebook, LinkedIn, X, Threads, YouTube y otras plataformas permiten acercar la misión de Caritas a diferentes públicos mediante contenidos ágiles, visuales y participativos.

Cada red tendrá un lenguaje y formato propios, manteniendo siempre una identidad común.

Objetivo: Sensibilizar, generar comunidad, aumentar el alcance e invitar a la participación.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las notas de prensa, entrevistas, colaboraciones y espacios en radio, prensa y televisión son una herramienta esencial para trasladar a la sociedad la realidad de la pobreza, visibilizar nuestra acción y generar reflexión.

Objetivo: Amplificar el impacto de nuestros mensajes y favorecer la incidencia social.

COMUNICACIÓN DIRECTA

Incluye el correo electrónico, WhatsApp, Telegram, boletines, cartelería, folletos, campañas impresas y cualquier otro soporte utilizado para mantener una comunicación cercana con voluntariado, socios, parroquias, empresas y colaboradores.

Objetivo: Facilitar la información, fortalecer el vínculo y favorecer la participación.

PODCAST Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Los formatos audiovisuales permiten profundizar en temas concretos, dar voz a las personas acompañadas, compartir testimonios y generar contenidos de mayor valor divulgativo.

Objetivo: Humanizar la comunicación y acercar la realidad social desde una narrativa más cercana.

5. LÍNEAS EDITORIALES

La comunicación de Caritas Diocesana de Barbastro-Monzón debe reflejar de forma equilibrada la diversidad de nuestra misión. Más allá de informar sobre actividades o proyectos, buscamos sensibilizar, denunciar las causas de la pobreza, mostrar el impacto de nuestra acción e invitar a la participación.

Todas las publicaciones, independientemente del canal utilizado, deberán enmarcarse en alguna de las siguientes líneas editoriales.

ACCIÓN SOCIAL

Dar a conocer los programas, proyectos y recursos de Caritas, mostrando el trabajo que realizamos junto a las personas y el impacto que genera en nuestro territorio.

PERSONAS E HISTORIAS DE VIDA

Compartir testimonios reales que pongan rostro a la pobreza, la superación, el voluntariado y la solidaridad, respetando siempre la dignidad, la privacidad y la voluntad de las personas.

SENSIBILIZACIÓN E INCIDENCIA

Explicar las causas que generan pobreza y exclusión, difundir estudios e informes, conmemorar días internacionales y promover una reflexión crítica sobre la realidad social desde la Doctrina Social de la Iglesia.

ESPIRITUALIDAD E IDENTIDAD

Transmitir el sentido cristiano de la caridad, compartir reflexiones, citas bíblicas, celebraciones y acontecimientos eclesiales que ayuden a comprender que Caritas es la acción caritativa y social de la Iglesia.

VOLUNTARIADO Y PARTICIPACIÓN

Visibilizar el compromiso de las personas voluntarias, favorecer la incorporación de nuevos colaboradores y mostrar cómo cualquier persona puede formar parte de la misión de Caritas.

TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Informar con claridad sobre el destino de los recursos, el desarrollo de los proyectos, las subvenciones recibidas y el impacto alcanzado, fortaleciendo la confianza de la sociedad.

CAMPAÑAS Y MOVILIZACIÓN

Difundir las campañas institucionales, las iniciativas propias y las situaciones de emergencia, invitando a la participación activa mediante donaciones, voluntariado, colaboración o sensibilización.

VIDA INSTITUCIONAL

Dar visibilidad a la actividad interna de la entidad, encuentros, jornadas, formación, colaboración con otras instituciones y presencia pública de Cáritas en la vida de la diócesis.



CONTAR LO QUE HACEMOS, EXPLICAR POR QUÉ LO HACEMOS

Cada publicación debe ayudar a comprender que detrás de cada proyecto existe una realidad social, una persona con dignidad y una comunidad comprometida en construir esperanza.

¿QUÉ DEBE APORTAR CADA PUBLICACIÓN?

Antes de publicar cualquier contenido, conviene preguntarse qué aporta a la misión de Cáritas. No comunicamos por ocupar espacio ni por mantener actividad en las redes; cada publicación debe tener un propósito y contribuir a nuestra identidad.

Siempre que sea posible, cada contenido debería responder, al menos, a una de estas preguntas:



- ¿Ayuda a comprender mejor la realidad de la pobreza y la exclusión?
- ¿Da a conocer la labor que realiza Cáritas y el impacto de nuestros proyectos?
- ¿Pone a la persona en el centro, respetando siempre su dignidad?
- ¿Invita a participar, colaborar o comprometerse con nuestra misión?
- ¿Genera esperanza y muestra caminos de transformación?
- ¿Refleja los valores del Evangelio y la identidad de Cáritas?

6. PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación de Caritas Diocesana de Barbastro-Monzón debe responder a una planificación previa que permita mantener una presencia constante, coherente y equilibrada a lo largo del año.

Planificar la comunicación nos ayuda a anticiparnos, coordinar los diferentes canales y garantizar que los contenidos reflejen la diversidad de nuestra misión, evitando que la actualidad marque por completo nuestra agenda.

La planificación no pretende restar espontaneidad, sino asegurar que cada acción de comunicación tenga un sentido y contribuya a los objetivos de la entidad.

PLANIFICACIÓN ARTICULADA EN CUATRO NIVELES

COMUNICACIÓN ORDINARIA

Recoge el día a día de Caritas: actividades, proyectos, visitas, formación, encuentros, noticias y vida institucional.

Es la base de nuestra comunicación y permite mostrar una Caritas cercana, activa y presente en el territorio.

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Incluye las campañas promovidas por Caritas Española y las campañas propias de la diócesis, así como aquellas acciones de sensibilización que se desarrollan de manera periódica durante el año. Estas campañas cuentan con una planificación específica y una imagen común que refuerza su reconocimiento.

EFEMÉRIDES Y SENSIBILIZACIÓN

Aprovechamos fechas significativas del calendario social y eclesial para sensibilizar sobre diferentes realidades relacionadas con nuestra misión: pobreza, migraciones, empleo, vivienda, refugiados, ecología integral, voluntariado o derechos humanos.

Estas publicaciones complementan nuestra acción cotidiana y favorecen la incidencia social.

COMUNICACIÓN EXTRAORDINARIA

Incluye situaciones no previstas que requieren una respuesta rápida y coordinada, como campañas de emergencia, acontecimientos de especial relevancia, comunicados institucionales o situaciones de crisis.

En estos casos se activarán los protocolos específicos recogidos en este Plan.

7. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

La actividad de Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón se desarrolla a través de diferentes campañas de comunicación que permiten sensibilizar a la sociedad, promover la participación y dar respuesta a las distintas realidades que acompañamos.

Cada campaña contará con una planificación específica, adaptada a sus objetivos, públicos y canales, manteniendo siempre la identidad visual y comunicativa de la entidad.

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES

Son aquellas promovidas por Cáritas Española o por la propia diócesis y forman parte de la actividad ordinaria de la entidad.

Entre ellas se encuentran, entre otras:

- Campaña de Navidad.
- Campaña Institucional, día de la Caridad.
- Empresas con Corazón.
- Otras campañas diocesanas.



UN PASO MÁS

Cada campaña es una oportunidad para sensibilizar, generar confianza e invitar a la participación.

Todas ellas deberán mantener una imagen coherente y una planificación adaptada a cada edición.

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN

A lo largo del año se desarrollarán acciones de comunicación vinculadas a fechas significativas del calendario social y eclesial.

Estas publicaciones permitirán acercar a la sociedad diferentes realidades relacionadas con la misión de Cáritas, favoreciendo la reflexión, la incidencia y el compromiso ciudadano.

Siempre que sea posible, estas campañas se apoyarán en datos, testimonios, materiales gráficos y recursos audiovisuales que faciliten la comprensión de cada realidad.

CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN

Periódicamente se desarrollarán campañas orientadas a favorecer la incorporación de nuevas personas voluntarias, socios, donantes, empresas colaboradoras y otras formas de participación. Estas campañas deberán transmitir una invitación clara al compromiso, mostrando el impacto real que tiene la colaboración con Cáritas en la vida de las personas.

CAMPAÑAS DE EMERGENCIA

Ante situaciones de emergencia humanitaria —como conflictos armados, catástrofes naturales o crisis de especial gravedad— Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón activará una comunicación rápida, coordinada y unificada con la red de Cáritas, favoreciendo una respuesta eficaz y transparente.

La comunicación de estas campañas priorizará siempre la captación de fondos económicos, al ser la forma más rápida, segura y eficaz de atender las necesidades reales de la población afectada. Siempre que sea necesario, se explicarán de forma sencilla las razones que justifican esta prioridad, destacando que las aportaciones económicas permiten responder con mayor rapidez, adquirir los recursos necesarios en el lugar de la emergencia, reducir costes logísticos y apoyar la recuperación de la economía local.

Para agilizar la respuesta, Cáritas dispondrá de una plantilla gráfica base, preparada para adaptarse inmediatamente a cualquier emergencia. Esta incluirá la imagen de la situación, el número de cuenta bancaria, el código Bizum, la información sobre los beneficios fiscales de las donaciones y un mensaje común alineado con la comunicación de Cáritas Española.

La activación de una campaña de emergencia irá acompañada, siempre que sea posible, de una estrategia coordinada que incluirá la publicación en la página web, redes sociales, difusión por mensajería instantánea, comunicación a parroquias y colaboradores, así como el envío de notas de prensa y otros materiales dirigidos a los medios de comunicación.

Una vez finalizada la campaña, se informará sobre el destino de los fondos y el impacto de la ayuda prestada, reforzando el compromiso de Cáritas con la transparencia y la rendición de cuentas.



UNA SOLA VOZ ANTE LA EMERGENCIA

Todas las campañas de emergencia se desarrollarán de forma coordinada con Cáritas Española y la red internacional Cáritas, garantizando mensajes coherentes, información contrastada y una respuesta común ante cada crisis.

8. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es una herramienta fundamental para fortalecer la identidad de Caritas, favorecer la coordinación entre equipos y garantizar que todas las personas que forman parte de la entidad compartan una misma misión y una misma forma de comunicar.

Una organización bien comunicada transmite mayor confianza, trabaja de forma más coordinada y ofrece una respuesta más cercana y coherente a las personas que acompaña.

La comunicación interna debe facilitar el intercambio de información, la participación y el sentimiento de pertenencia, promoviendo espacios de encuentro entre voluntariado, personas trabajadoras, equipos parroquiales y órganos de coordinación.

OBJETIVOS

La comunicación interna buscará:

- Favorecer la coordinación entre áreas, programas y equipos.
- Compartir información de forma clara, ágil y accesible.
- Reforzar el sentimiento de pertenencia a Caritas Diocesana.
- Difundir buenas prácticas y experiencias de los distintos proyectos.
- Promover la participación y el trabajo en red.
- Fortalecer la identidad común de la entidad.

HERRAMIENTAS

Para facilitar esta comunicación se utilizarán, entre otros, los siguientes canales:

- Correo electrónico.
- Grupos de mensajería instantánea.
- Reuniones y encuentros de coordinación.
- Jornadas formativas.
- Espacios compartidos de documentación.
- Recursos audiovisuales cuando se considere oportuno.

La elección del canal dependerá del tipo de información, procurando siempre utilizar el medio más adecuado para cada comunicación.

CULTURA DE COMUNICACIÓN

La comunicación interna no consiste únicamente en transmitir información. Implica escuchar, compartir, reconocer el trabajo de los equipos y favorecer una comunicación cercana, respetuosa y bidireccional, donde todas las personas puedan sentirse parte activa de la misión de Caritas.

9. EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA

La comunicación es un proceso vivo que debe revisarse y adaptarse de forma continua para responder a las necesidades de la entidad y de la sociedad.

Evaluar nuestra comunicación nos permite conocer el alcance de las acciones realizadas, identificar oportunidades de mejora y garantizar que los mensajes siguen siendo coherentes con la misión y los valores de Cáritas.

La evaluación no debe entenderse únicamente como un análisis de datos, sino como una herramienta para aprender, innovar y seguir creciendo.

¿QUÉ EVALUAMOS?

La revisión periódica del Plan de Comunicación tendrá en cuenta, entre otros, los siguientes aspectos:

IDENTIDAD

- Coherencia entre los mensajes y la misión de Cáritas.
- Uso correcto de la identidad visual y del lenguaje institucional.

ALCANCE

- Visibilidad de las publicaciones.
- Alcance en medios de comunicación.
- Tráfico a la página web.
- Evolución de la comunidad digital

PARTICIPACIÓN

- Interacciones en redes sociales.
- Participación en campañas y actividades.
- Consultas y solicitudes recibidas.
- Captación de voluntariado, socios y colaboradores

IMPACTO

- Capacidad de sensibilización.
- Presencia pública de Cáritas.
- Colaboraciones con otras entidades.
- Repercusión social de las campañas desarrolladas.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO

La evaluación podrá apoyarse en indicadores cuantitativos y cualitativos, tales como:

- Alcance e impresiones de las publicaciones.
- Interacciones y nivel de participación.
- Apariciones en medios de comunicación.
- Visitas a la página web.
- Formularios de contacto y solicitudes recibidas.
- Incorporación de nuevas personas voluntarias.
- Incremento de socios, donantes y empresas colaboradoras.
- Valoración de campañas y acciones de sensibilización.

Estos indicadores servirán como herramienta de apoyo para la toma de decisiones, sin perder de vista que el verdadero valor de nuestra comunicación se encuentra en su capacidad para generar confianza, compromiso y transformación social.

MEJORA CONTINUA

El presente Plan de Comunicación será un documento abierto, sujeto a revisión periódica para incorporar nuevas herramientas, canales y formas de comunicación que permitan responder a los cambios sociales y tecnológicos sin perder la identidad de Cáritas.

La innovación, la creatividad y la formación continua serán elementos fundamentales para seguir desarrollando una comunicación cercana, eficaz y al servicio de las personas.



UN PASO MÁS

La mejor comunicación no es la que consigue más alcance, sino la que logra transformar más corazones.

Este Plan de Comunicación quiere ser una herramienta útil para todas las personas que forman parte de Cáritas Diocesana de Barbastro-Monzón.

Más allá de establecer criterios o definir canales, pretende ayudarnos a comunicar desde una misma identidad, poniendo siempre a la persona en el centro y haciendo visible, con verdad y esperanza, la misión que compartimos.

Cada palabra, cada imagen y cada historia tienen el poder de acercar realidades, despertar conciencias y abrir caminos de compromiso.

Porque comunicar, cuando se hace desde el Evangelio y desde el amor al prójimo, también es una forma de acompañar, de servir y de transformar.

*Cada historia merece ser escuchada.
Cada persona merece ser reconocida.
Y cada gesto de amor merece ser compartido.*



Cáritas

*Diocesana de
Barbastro - Monzón*