



Plan Estratégico de Comunicación (PECO) de la Familia Vicenciana.

Proyecto trienal (2019/2021).

*Una propuesta de metodología y actuaciones.
Para el Comité Ejecutivo de la Familia Vicenciana.
Enero de 2019.*



Francisco Javier Fernández Chento
Coordinador de la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana
Móvil / Whatsapp: +34 657 774 050
Email: chento@famvin.org

1. Introducción

Las ramas y miembros de la Familia Vicenciana afrontan, desde hace años, el reto de **caminar juntos** y asumir la **colaboración mutua** como dos de los objetivos principales para vivir y hacer efectivo el carisma vicenciano. Así, afrontan retos tanto en la **comunicación interna** como en la **comunicación externa**, que nos obligan a estar alertas para **responder adecuadamente a las exigencias de la colaboración**.

Durante estas últimas décadas, hemos asistido en nuestro mundo a un creciente protagonismo de la comunicación en todas sus facetas: el **desarrollo de las nuevas tecnologías**, los **nuevos hábitos y modelos de relaciones** sociales, la **reconversión del sector de la comunicación**, la aparición de novedosos **soportes tecnológicos**, etc.

Nadie cuestiona, hoy en día, el papel fundamental que la comunicación juega en las organizaciones, particularmente en el caso de la Familia Vicenciana, cuyo carisma incluye el **anuncio del evangelio a los empobrecidos**, donde la comunicación, más que una opción, ha pasado de ser **necesariamente una obligación**. No sólo es importante comunicar **a la sociedad** en su conjunto y **a la Iglesia** en particular nuestra **visión, objetivos, carisma, pasado y presente**, sino que debemos contar **lo que hacemos y cómo hacemos** «efectivo el evangelio» en las sociedades en las que estamos.

Hoy es **tiempo de cooperación** y, en este contexto, es fundamental establecer mecanismos de comunicación interna entre las distintas ramas y miembros de la Familia Vicenciana, que permitan **flujos de información estables y continuos, canales de información, no solo descendentes**, sino también **ascendentes y horizontales**.

Asimismo, es tiempo de establecer **cauces de diálogo permanente** y de comunicación externa con todos nuestros «públicos objetivos de interés», diálogo en el que debe **colaborar toda la comunidad vicenciana**, compartiendo con la sociedad la experiencia y metodologías de trabajo propios y distintivos del carisma vicenciano.

Es un trabajo en desarrollo, que **exige la colaboración activa** de los distintos actores que, de una u otra forma, están trabajando en este sentido, además de los **recursos humanos y económicos** indispensables para realizar esta misión. Aunque se hayan abordado y desarrollado muchas de acciones dirigidas a **comunicar el carisma vicenciano al mundo y a visibilizarlo en la Iglesia**, aún es mucho el trabajo por hacer, máxime cuando nuestro tiempo no hace sino añadir constantemente nuevos retos en el ámbito de la comunicación.

1.1 Filosofía del PECO de la Familia Vicenciana

1 Propósitos

- **Ofrecer, mediante un modelo cooperativo y plurilingüe, una formación e información integral, adaptada a las necesidades de los muchos miembros de la Familia Vicenciana, potenciando la formación de cristianos vicencianos con criterio, creativos, emprendedores y**

comprometidas con la transformación social.

- **Crear un ámbito de formación e información desde el carisma vicenciano que sea útil y válido** no solo a los miembros de la Familia Vicenciana, sino también a la Iglesia y a la sociedad en general, que redunde en beneficio de los pobres.
- **Disponer de una estructura basada en la colaboración entre los miembros de la Familia Vicenciana**, donde se primen las relaciones colaborativas, en anuncio del evangelio y la denuncia de las situaciones injustas que viven los pobres.
- **Asumir nuestra responsabilidad como institución eclesial comprometida con la transformación social**, contribuyendo a la mejora de las condiciones de vida de los empobrecidos, así como al desarrollo económico sostenible de su territorio de influencia y el Cambio Sistémico, participando activamente en la búsqueda de soluciones a los retos sociales, culturales y medioambientales de nuestro mundo.

2 Metas

- Buscaremos **provocar la reflexión, desde el carisma vicenciano, para transformar la realidad de los empobrecidos** y superar las situaciones injustas que viven.
- **Informaremos sobre la realidad local que viven los vicencianos en las distintas partes del mundo, fomentando la creación de redes colaborativas** entre las ramas de la Familia Vicenciana y **la comunicación de experiencias** que puedan ser útiles en otras realidades.
- **Ofreceremos materiales de formación específica**, desde nuestra identidad vicenciana, que ayuden a hacer efectivo el evangelio siguiendo el carisma que nos han transmitido nuestros hermanos mayores: «**saber más para servir mejor**».
- **Comunicaremos experiencias y reflexiones locales que visibilicen la concreción del carisma vicenciano** en las distintas y múltiples realidades locales en nuestro mundo actual.
- **Promoveremos la creación de contenidos a través del trabajo cooperativo, creando alianzas** entre los distintos encargados de comunicación de las distintas ramas y miembros de la Familia Vicenciana, así como con cualquier otro agente social y eclesial que comparta nuestros objetivos.
- Nos preocuparemos específicamente en **promover la creación de contenidos en los principales idiomas** en los que la Familia Vicenciana está implantada.
- Ofreceremos, a través de los **medios de comunicación social y redes que utilizamos, un espacio para la reflexión y el diálogo**, que pueda contribuir decisivamente al enriquecimiento mutuo entre los miembros de la Familia Vicenciana.

3 Ejes estratégicos y objetivos

1. **Acercar la Familia Vicenciana a la sociedad actual.** Este eje se puede expresar en dos sentidos:

- **Establecer diálogos y cauces estables de comunicación e intercambio de información entre la Familia Vicenciana y la sociedad**, especialmente con nuestros públicos

objetivos de interés, en particular la Iglesia en general.

- **Trasladar a la sociedad y a la Iglesia el quehacer cotidiano de la Familia Vicenciana**, potenciar nuestra presencia en la sociedad y mejorar el conocimiento de nuestro carisma y misión entre ella.
2. **Mejorar la colaboración interna de la Familia Vicenciana.** Se trata de trabajar colaborativamente, no solo a nivel interno entre los distintos miembros de la Familia Vicenciana, sino también en la visibilización de nuestra Familia eclesial, que nos permita desarrollarnos como una sola entidad que tiene una mirada unitaria dirigida hacia los pobres, según los retos que afrontamos en nuestra sociedad, mirando hacia el futuro con esperanza. También podemos expresar este eje en dos sentidos:
- **Fomentar el sentimiento de pertenencia a la Familia Vicenciana** entre las personas que la componen, que trabajan o colaboran en las distintas obras y ramas, y **mejorar los flujos de información y comunicación entre los miembros y ramas** de la Familia Vicenciana, **incluyendo cualquier comisión o equipo de trabajo instituido, así como los Consejos Regionales y Nacionales**, allá donde existan, definiendo un modelo propio de comunicación.
 - **Potenciar la proyección de una imagen unitaria y atractiva de la Familia Vicenciana, tanto interna como externamente:** todas las personas y todas las ramas de nuestra familia formamos parte de un proyecto común.

4 Principios básicos

Algunos principios básicos en los que se sustenta el Plan de Comunicación son:

- **Participación:** todos los miembros de la Familia Vicenciana tienen cabida y su parte de responsabilidad en el desarrollo del Plan de Comunicación en general y de sus acciones en particular. Especialmente importante es la participación de las ramas y sus responsables de comunicación.
- **Colaboración:** la buena marcha del Plan de Comunicación depende de la disposición a cooperar en él de las distintas ramas de la Familia Vicenciana (institucionalmente) y de las personas que las forman (personas encargadas de la comunicación en cada rama, investigadores y periodistas, creadores de contenido, etc.).
- **Coordinación:** es fundamental que la implementación y ejecución de las distintas acciones recogidas en el Plan, desarrolladas por distintos agentes y estamentos, estén coordinadas entre sí.

1.2 Comisión de Comunicación de la Familia Vicenciana

Esta Comisión de Comunicación tendrá tres tareas relevantes para la buena marcha de la comunicación de la Familia Vicenciana en general:

- 1) **poner en práctica las directrices de comunicación señaladas por el Comité Ejecutivo de la Familia Vicenciana**, alineadas con su misión, visión y objetivos estratégicos;
- 2) **coordinación de las iniciativas más relevantes que se llevan a cabo desde las distintas ramas y**

obras vicencianas referidas a la comunicación, tanto interna como externa; en particular, se tendrán muy presentes las iniciativas actuales que han surgido a partir del 400 aniversario de la Familia Vicenciana: la **Alianza FamVin a favor de las personas sin hogar** y la creación de una **cultura vocacional en la Familia Vicenciana**.

- 3) **dinamización y creación de contenidos** en el ámbito de la comunicación en el conjunto de la Familia Vicenciana.

Esta Comisión coordinará las principales líneas y acciones de comunicación, **colaborando con las ramas, otras comisiones, consejos regionales, nacionales y locales, obras, fundaciones...** en todo momento. **Con ellos, sus tareas fundamentales serán de promoción de contenidos, visibilización en redes, apoyo, ayuda y asesoramiento en el ámbito de la comunicación.**

1.3 Estructura de Comunicación

La Comisión de Comunicación, teniendo siempre presente su doble vocación interna (hacia la comunidad vicenciana) y externa (hacia la sociedad) podría organizar su trabajo con arreglo a ocho áreas:

- 1) **Relaciones con los medios de comunicación impresos y audiovisuales**, con especial incidencia en aquellos que son católicos;
- 2) **Fomentar la identidad e imagen vicenciana**;
- 3) **Promoción del carisma vicenciano y su actualidad en el mundo de hoy**;
- 4) **Apoyo a las ramas en su presencia comunicativa en web y redes**; también, apoyo a otras webs vicencianas que no forman parte de los canales oficiales de cada rama y son mantenidos por iniciativa personal o grupal, tales como blogs, *feeds*, foros, canales de vídeos, etc.;
- 5) **Publicación de contenidos en varios idiomas** (6 en la actualidad: inglés, francés, español, portugués, italiano y polaco);
- 6) **Promoción de la publicación del mismo contenido en varios idiomas** (sincronización de contenidos).
- 7) **Mantener y actualizar la red de webs que forman la estructura online de la comisión** (famvin.org, vincentians.com, vinformation.com), así como las distintas páginas en redes sociales, incidiendo especialmente en las estrategias necesarias para conseguir la atención de los miembros de la Familia Vicenciana que usan las redes (aumento de seguidores, *followers*);
- 8) **Fomentar la publicación en soporte papel o video de materiales útiles**, a nivel interno y externo.

La estructura de comunicación propuesta implica la **colaboración de los miembros de la Familia Vicenciana**, así como de un equipo formado, amplio y multilingüe que se encargue de la realización de los objetivos propuestos, muy en particular en todo lo relacionado con Internet y el desempeño de la creación de contenidos y publicación web.

Además, para una adecuada coordinación con las ramas y miembros de la Familia Vicenciana, es preciso **dotarse de una estructura de comunicación interna estable**; para ello es fundamental **fomentar los contactos con los responsables de comunicación de las ramas**. La Comisión de Comunicación de la Familia Vicenciana liderará las acciones de comunicación contando con la colaboración de los responsables de co-

municación de las ramas. Todos ellos formarán un foro estable (de comunicación, de trabajo, de ideas, etc.) que se mantendrá en contacto frecuente para compartir experiencias y promocionar contenidos.

1.4 Las Redes Sociales y páginas Web

Las Redes Sociales son **foros donde poder llegar a una gran multitud de personas con nuestro mensaje** y, por lo tanto, **han de ser particularmente cuidadas**, siendo activos en la publicación de los contenidos que, finalmente, pueden dirigir a las personas un conocimiento más profundo del carisma vicenciano, y a las distintas web de la Familia Vicenciana donde este se muestra y desarrolla de una manera más intensiva.

Para conseguir alcanzar a un número significativo de personas en las redes sociales, y así multiplicar el efecto informativo y formativo, es **necesario fidelizar a las personas y animar las suscripciones a los distintos canales que se tienen activos**. Esta fidelización se ha de buscar, primeramente, **entre los propios miembros de la Familia Vicenciana** que usan estos medios. Debido a las herramientas disponibles en las redes (compartir, *likes*, etc) los contenidos publicados que se comparten llegarán, así, no solo a los seguidores de las mismas, sino a los amigos de aquellos que los comparten.

En las redes es importante, además, considerar que, **para lograr su efectividad a medio y largo plazo, es necesario que, al igual que en las páginas web, las publicaciones sean periódicas y sostenidas en el tiempo**.

También hay que ser conscientes de que las redes sociales tiene un aspecto perecedero: los contenidos fluyen con rapidez y se renuevan velozmente, pues mayoritariamente se consulta el “muro” del perfil propio, donde aparecen cronológicamente los *posts* de las personas y canales que tengamos en nuestra lista. En este sentido, la web complementa a las redes sociales dando un carácter de estabilidad y permanencia en el tiempo a las noticias publicadas.

Por otra parte, la web de cualquier entidad es una **indispensable tarjeta de presentación** y una importante herramienta de comunicación, tanto desde la **perspectiva interna (formación e información) como externa (información a la Iglesia y sociedad, denuncia profética, comunicaciones e iniciativas globales, etc.)**.

Las páginas web en general, y las vicencianas en particular, debe cumplir varios objetivos de comunicación:

- 1) atender las **necesidades internas**;
- 2) atender las **necesidades externas**;
- 3) colaborar en el abordaje de los **objetivos que la Familia Vicenciana se marque a corto, medio y largo plazo**;
- 4) **transmitir la imagen, identidad y carisma de la Familia Vicenciana moderna, enraizada en tradición eclesial y, muy en particular, en la Doctrina Social de la Iglesia**, capaz de generar diálogo y acciones en favor de los empobrecidos en un mundo globalizado, acorde a su compromiso con el evangelio.

Las páginas web de la Comisión de Comunicación son espacios significativos por los que el mundo conoce nuestro carisma y nuestra acción. La web debe ser, por tanto, un escaparate y una ventana al mundo, pero también una fuente eficaz y eficiente para obtener e intercambiar formación e información.

2. Estrategia, estilo y mensajes

2.1 Estrategia

La estrategia de comunicación que propone este plan de comunicación de la Familia Vicenciana permitirá difundir y dar a conocer los valores y las actividades de la Familia Vicenciana, sus ramas y miembros.

La estrategia de comunicación se basará tanto en la comunicación web como en otro tipo de técnicas de comunicación (ruedas de prensa, notas de prensa, visitas, planificación de sucesos, etc.), sin obviar la posibilidad de utilizar otras herramientas comunicativas a nuestro alcance (encuentros, actos presenciales, comunicación escrita, etc.) dirigidos a nuestros públicos objetivo, medios de comunicación, Iglesia y sociedad en general.

2.2 Estilo de comunicación

Los principios fundamentales de nuestra comunicación se han de basar en los valores, carisma y virtudes que las ramas y miembros de la Familia Vicenciana comparten, ya nos dirijamos a públicos internos o externos; en particular, se incidirá especialmente en la colaboración entre los miembros de la Familia Vicenciana, tanto interna como externa, como un valor imprescindible para realizar acciones comunicativas efectivas.

Nuestro estilo de comunicación debe ser **sencillo, transparente y objetivo**, y, además, ser **atractivo, claro, creativo, cercano, que sea capaz de provocar respuestas en el público**. Debemos **incidir especialmente en aquellos públicos que requieran una respuesta más particular: la infancia y juventud, los pobres, las personas con dificultades en el acceso a los medios de comunicación, los laicos de la Familia Vicenciana en general**, etc.

El estilo de nuestras comunicaciones debe definir nuestras características como Familia Vicenciana; en particular, consideraremos importante que sea:

- **Distintivo:** que refleje la realidad de nuestro carisma de evangelización y servicio a los pobres.
- **Positivo:** que desde la reflexión y la denuncia de la injusticia sea capaz de proponer respuestas que movilicen al cambio sistémico.
- **Nítido:** debe ser claro y fácilmente inteligible.
- **Universal:** que abarque las distintas sensibilidades de la Familia.
- **Plurilingüe:** promoviendo el acceso a la formación e información y cuantos más lenguajes, mejor.

La comunicación tendrá en cuenta también el uso de **los logotipos y marcas visuales** que cada Rama, comisión y proyectos especiales están usando, y **que nos distinguen y nos hacen reconocibles**.

2.3 Mensajes

Los mensajes que queremos hacer llegar a nuestros públicos objetivos de interés, tanto internos (miembros de la Familia Vicenciana, sus ramas y personas) como externos (la Iglesia y la sociedad en general), tendrán en cuenta siempre el carisma distintivo heredado de san Vicente de Paúl y santa Luisa de Marillac, así como otros fundadores y personas destacadas que basaron su experiencia vital en aquellos primeros. En particular, **el anuncio del Evangelio y el servicio a los necesitados** son dos pilares básicos que han de guiar las estrategias de comunicación. En este sentido, la formación interna tendrá una presencia fundamental, siguiendo la máxima de «saber más para servir mejor».

3. Propuestas de actuación

En este apartado enunciaremos brevemente cada una de las acciones propuestas que contiene este Plan de Comunicación, agrupadas en tres grandes apartados:

1. **Acciones estructurales:** aunque no se pueda considerar que este grupo de acciones sean propiamente acciones de comunicación (porque tienen que ver con la organización de la estructura de comunicación y son previas a las acciones de comunicación), es importante que tengamos una **estructura funcional u organigrama** y acciones relacionadas con soportes de comunicación. Estas acciones son condiciones *sine qua non* para que se pueda desarrollar exitosamente este Plan de Comunicación.
2. **Acciones de comunicación externas:** este grupo de acciones están directamente relacionadas con la comunicación externa de la Familia Vicenciana, están dirigidas a públicos objetivos externos determinados y tienen objetivos de comunicación precisos, para dar a conocer nuestra realidad y carisma a aquellas personas que no lo conocen o lo conocen poco.

Tres serán nuestros objetivos principales: **las personas de nuestros entornos que no conocen nuestro carisma** y pueden llegar a formar parte de alguna rama de la Familia Vicenciana; **la Iglesia;** y **los medios de comunicación y la sociedad en general.**
3. **Acciones de comunicación internas:** este grupo de acciones están directamente relacionadas con la comunicación interna de la Familia Vicenciana, están dirigidas a nuestros miembros (personas que pertenecen de alguna rama y, también, aquellos que viven el carisma vicenciana fuera de las ramas instituidas).

3.1 Acciones estructurales

1 Organigrama

1. Crear un **Equipo de Responsables de Comunicación de la Familia Vicenciana**, que reúna a los responsables de comunicación de las ramas de la Familia Vicenciana, de los Consejos nacionales y regionales, y otras comisiones y equipos de trabajo relacionados
2. Consolidar a la actual la **Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana**, encargada de las páginas web y redes sociales, responsables de la imagen, de la gestión de contenidos y de la usabilidad de las mismas, así como de la comunicación externa de la Familia Vicenciana.
3. Dotar tanto al **Equipo de Responsables de Comunicación** como a la **Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana** de los recursos materiales y humanos necesarios para liderar los procesos de mejora en la comunicación interna y externa, en su labor de coordinar los es-

fuerzos de las diferentes ramas (CM, HC, AIC, SSVP, JMV, MISEVI, etc.); **liderar los esfuerzos de colaboración en los aspectos de comunicación; asesorar a los distintos responsables de comunicación de las ramas de la Familia Vicenciana; apoyar iniciativas**, colaborar en las acciones de comunicación interna y externa; **organizar los flujos de información** para que esta llegue a ser publicada en los medios de comunicación generales; y **ayudar en la creación de materiales para la difusión interna y externa.**

4. Apoyar a la **Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana** para que centralice y unifique la formación e información vicenciana, proveyéndola de materiales para su publicación en Internet. Consolidar una dinámica de trabajo interna estable, periódica y duradera en el tiempo.

2 Soportes de comunicación

5. **Fomentar los contenidos en formato audio/video/podcast.**
6. **Incentivar nuestra presencia en aquellas redes sociales que son más adecuadas** para la comunicación de nuestros objetivos. En particular, cuidar la presencia en distintos idiomas en Facebook y Twitter.
7. **Renovar las páginas web generales de la Familia Vicenciana** (famvin.org, vinformation.com, vincentians.com) tanto en su diseño gráfico como en su arquitectura (mejorar organización de su estructura interna).
8. **Promover la publicación de contenidos, al menos, en los siguientes idiomas: inglés, francés, español, italiano, portugués y polaco.**
9. **Auxiliar a aquellas ramas que lo soliciten** para la mejora, creación, alojamiento, etc., de soportes de comunicación propios.

3.2 Acciones de comunicación externa e interna

10. **Difundir entre la sociedad y la iglesia las obras e iniciativas que se realizan desde la Familia Vicenciana**, tanto a nivel general como iniciativas locales y/o grupales.
11. **Divulgar y potenciar el uso de los materiales preparados por las Comisiones de la Familia Vicenciana** (Cambio Sistémico, VFCAP, Homeless Alliance, etc.). En particular, promover la difusión y el conocimiento del Cambio Sistémico como herramienta transformadora de la realidad de aquellos que viven en pobreza, así como otras iniciativas que la Familia Vicenciana está llevando a cabo en la actualidad desde diversas comisiones (Homeless Alliance, Presencia en la ONU, Iniciativa por Haití, etc.).
12. **Definir una estrategia global de comunicación externa de la Familia Vicenciana:** qué tenemos que comunicar, cómo lo haremos, dónde lo haremos.
13. **Promover y dar a conocer encuentros que faciliten el conocimiento del carisma vicenciano**, tanto a nivel local como nacional o internacional. Garantizar que, en ellos, se haga presente algún miembro de la Comisión de Comunicaciones para poder dar a conocer lo que en ellos se realice.
14. **Fomentar el conocimiento del carisma vicenciano y su indisoluble relación con la Doctrina**

Social de la Iglesia.

15. **Habilitar espacios virtuales de comunicación (comunidades) que permitan el intercambio de información horizontal entre miembros de la Familia Vicenciana** (foros, listas de correo, etc.).
16. **Fomentar el conocimiento mutuo:** el de las muchas ramas, comunidades y grupos que forman la Familia Vicenciana; asimismo, fomentar el conocimiento de la diversidad de formas en las que el carisma vicenciana se concreta en la realidad actual.
17. **Potenciar los procesos formativos encaminados a la profundización en el carisma vicenciano**, especialmente entre los laicos y en aquellas regiones o ramas con dificultades para el acceso a la formación.
18. **Abrir canales para los jóvenes** miembros de la Familia Vicenciana, donde puedan expresar sus inquietudes y su visión del carisma, así como la forma en que ellos la concretizan hoy en día.
19. **Incentivar la reflexión vicenciana**, solicitando a miembros de la Familia que escriban periódicamente una reflexión que pueda ser útil siendo publicada en nuestros canales de comunicación.
20. **Elaborar una carta de servicios de la Comisión de Comunicaciones** y difundirla entre los miembros de la Familia Vicenciana.

4. Descripción de propuestas

Seguidamente se pormenorizan cada una de las acciones propuestas, incluyendo el público objetivo al que van dirigidas, una breve descripción de cada acción, el objetivo u objetivos que persigue cada una, los indicadores de evaluación de proceso (cumplimiento del plan) y de resultados (efectividad de la acción), responsable de la acción y prioridad.

Acción 1

Crear un Equipo de Responsables de Comunicación de la Familia Vicenciana, que reúna a los responsables de comunicación de las ramas de la Familia Vicenciana, de los Consejos nacionales y regionales, y otras comisiones y equipos de trabajo relacionados.

<i>Descripción:</i>	Es conveniente que los responsables de comunicación de las distintas ramas, consejos nacionales y regionales y equipos de la Familia Vicenciana pongan en común lo que están haciendo en el ámbito de la comunicación.
<i>Objetivo:</i>	Coordinar y colaborar mutuamente en las acciones de comunicación de la Familia Vicenciana.
<i>Ejecución:</i>	Sea mediante encuentro presencial o comunicación telemática, los responsables procurarán un contacto periódico donde compartir la problemática en la comunicación de las distintas ramas, así como posibles soluciones y acciones conjuntas. <i>Promover un encuentro bianual de webmasters de la Familia Vicenciana mundial.</i>
<i>Responsable:</i>	Oficina de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Alta.

Acción 2

Consolidar a la actual Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.

<i>Descripción:</i>	La Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana tiene a su cargo los medios de comunicación comunes a todos los miembros de la Familia, en cuanto a Formación e información, tanto de comunicación interna como externa.
<i>Objetivo:</i>	Afianzar el equipo de trabajo de la Comisión de Comunicaciones.
<i>Ejecución:</i>	Buscar al menos dos personas por cada idioma, capacitadas para publicar contenidos en web y redes. Estudiar la mejor manera de publicar materiales idénticos en diversos idiomas. Colaborar estrechamente con el equipo de traductores de la Familia Vicenciana.

Responsable: Coordinador de la Comisión de Comunicaciones.

Prioridad: Alta.

Acción 3

Dotar tanto al Equipo de Responsables de Comunicación como a la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana de los recursos materiales y humanos necesarios para liderar los procesos de mejora en la comunicación interna y externa.

Descripción: Asignar fondos económicos y recursos humanos para la realización de las funciones de ambos equipos.

Objetivo: Mejorar la colaboración entre las distintas ramas y la comunicación tanto externa como interna, mediante sinergias y proyectos comunes.

Ejecución: Nombrar a las personas que componen el Equipo de Responsables de Comunicación.

Responsable: Oficina de la Familia Vicenciana / Comité Ejecutivo de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Alta.

Acción 4

Apoyar a la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana para que centralice y unifiquen la formación e información vicenciana, proveyéndola de materiales para su publicación en Internet.

Descripción: En la Familia Vicenciana, en todo el mundo, se generan muchas acciones que sería muy positivo darlas a conocer, por el impacto positivo que tienen a la hora de dar ideas a otros miembros de la Familia Vicenciana (comunicación interna), así como para dar a conocer efectivamente lo que los miembros de la Familia realizan hoy en día (comunicación externa).

Objetivo: Concienciar a todos los miembros de la Familia Vicenciana de la necesidad de mostrar las obras que se realizan, y enviar noticias a la Comisión de Comunicaciones, para su publicación.

Valorando la importancia que tiene comunicar nuestro ser y actuar, incidiremos para que se vean reflejadas, en nuestros medios de comunicación comunes, las distintas ramas y ámbitos geográficos donde está presente la Familia Vicenciana.

Ejecución: Enviar una comunicación a todos los responsables locales de todas las ramas de la Familia Vicenciana, animándolos a contactar con el Coordinador de la Comisión de Comunicaciones para la publicación de lo que localmente se está realizando, fomentando la continuidad en el tiempo, de forma periódica, del envío de informaciones.

Responsable: Comité Ejecutivo de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Media.

Acción 5

Renovar las páginas web generales de la Familia Vicenciana tanto en su diseño gráfico como en su arquitectura (mejorar organización de su estructura interna).

<i>Descripción:</i>	Adaptación del estilo visual, buscando facilitar el acceso a las noticias y contenidos de las páginas web. Unificar el estilo visual de famvin.org, vinformation.com y vincentians.com.
<i>Objetivo:</i>	Facilitar que las páginas web, sobre todo sus páginas principales, sean agradables, fáciles de navegar, adaptadas a los dispositivos móviles, y que renueven sus contenidos diariamente.
<i>Ejecución:</i>	La Comisión de Comunicaciones trabajará por dotar de estas mejoras en las webs comunes a toda la Familia Vicenciana.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 6

Promover la publicación de contenidos, al menos, en los siguientes idiomas: inglés, francés, español, italiano, portugués y polaco.

<i>Descripción:</i>	La dificultad de publicar contenidos en ciertos idiomas no proviene, solamente, de la escasez de noticias en dichos idiomas, sino también de la dificultad de encontrar personas que puedan llevar a cabo su publicación o, en su caso, la traducción de otros materiales en otros idiomas.
<i>Objetivo:</i>	Dotar a todas las webs lingüísticas de contenidos periódicos.
<i>Ejecución:</i>	Publicar al menos cinco contenidos semanales en los idiomas con mayor escasez de los mismos.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 7

Incentivar nuestra presencia en aquellas redes sociales que son más adecuadas para la comunicación de nuestros objetivos. En particular, cuidar la presencia en distintos idiomas en Facebook y Twitter.

<i>Descripción:</i>	La diversidad de redes sociales actual tiene sus pros y sus contras. Ante la realidad de la Familia Vicenciana, es aconsejable promover aquellas redes que puedan ser más efectivas para comunicar el mensaje.
<i>Objetivo:</i>	Promover las suscripciones a los canales de la Familia Vicenciana. Añadir contenidos audiovisuales adicionales.
<i>Ejecución:</i>	Publicar en las redes Facebook y Twitter todas las entradas que aparecen en las webs. Campaña para la suscripción a contenidos. Promover dentro de la Familia Vicenciana personas capacitadas en la creación de contenidos audiovisuales especialmente dirigidos a las Redes Sociales.

Responsable: Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Media.

Acción 8

Auxiliar a aquellas ramas que lo soliciten para la mejora, creación, alojamiento, etc., de soportes de comunicación propios.

Descripción: La red famvin en Internet posee un espacio propio de alojamiento, que está disponible para aquellas ramas que lo deseen. Asimismo, ofrece servicios de alojamiento, creación o mejora de portales web para las ramas de la Familia Vicenciana que lo deseen.

Objetivo: Dar a conocer que la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana puede ayudar a crear plataformas, a coste reducido, a aquellas ramas, grupos, etc., que no tengan recursos humanos para hacerlo.

Ejecución: Informar en los canales propios de cada rama de esta opción. Poner información en la web famvin.org, en lugar claro y destacado, sobre estos servicios.

Responsable: Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Media.

Acción 9

Fomentar los contenidos en formato audio/video/podcast.

Descripción: El impacto de la imagen es fundamental en el proceso de comunicación. Es necesario contar con personas capacitadas que se encarguen de crear contenidos en este sentido.

Objetivo: Periódicamente, publicar o dar a conocer videos, preferiblemente cortos (2-3 minutos), que ilustren la obra o facetas del carisma vicenciano.

Ejecución: Contactar con personas que conozcamos realicen este tipo de acciones (por ejemplo, Corazón de Paúl en Colombia, la SSVP en Brasil, etc.). Sugerirles contenidos. Poder llegar a publicar este tipo de materiales en diversos idiomas.

Responsable: Todos.

Prioridad: Alta.

Acción 10

Difundir entre la sociedad y la iglesia las obras e iniciativas que se realizan desde la Familia, tanto a nivel general como iniciativas locales y/o grupales.

Descripción: Realizar una labor comunicativa eficaz entra dentro de los planeamientos del carisma vicenciano. San Vicente mismo utilizó los medios a su disposición para concienciar a su sociedad de los sufrimientos de los pobres debido a las guerras y la hambruna.

Objetivo: Visibilizar la situación de los pobres desde la experiencia local de los miembros de la Familia Vicenciana. Comunicar nuestra labor a los medios de comunicación, propios o ajenos.

<i>Ejecución:</i>	Insistir a las ramas y grupos locales a que comuniquen sus experiencias en el trabajo a favor de los empobrecidos, y los logros conseguidos. Publicación de dichos testimonios en nuestros medios de comunicación internos, y envío de los más significativos a los externos.
<i>Responsable:</i>	Oficina de la Familia Vicenciana / Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Alta.

Acción 11

Divulgar y potenciar el uso de los materiales preparados por las Comisiones de la Familia Vicenciana (Cambio Sistémico, VFCC, Homeless Alliance, etc.). En particular, promover la difusión y el conocimiento del Cambio Sistémico como herramienta transformadora de la realidad de aquellos que viven en pobreza, así como otras iniciativas que la Familia Vicenciana está llevando a cabo en la actualidad desde diversas comisiones (Homeless Alliance, Presencia en la ONU, Iniciativa por Haití, etc.).

<i>Descripción:</i>	La Familia vicenciana promueve una serie de iniciativas mediante comisiones que aún son poco conocidas.
<i>Objetivo:</i>	Hay que insistir en el conocimiento de las herramientas que dichas comisiones ponen a disposición de todos los miembros de la Familia Vicenciana, y de su misma existencia.
<i>Ejecución:</i>	Visibilizar las páginas web de las Comisiones en lugares destacados. Animar y apoyar la publicación periódica y frecuente de experiencias significativas en el trabajo de las mismas.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 12

Definir una estrategia global de comunicación externa de la Familia Vicenciana: qué tenemos que comunicar, cómo lo haremos, dónde lo haremos.

<i>Descripción:</i>	Para que los que no pertenecen a la Familia Vicenciana conozcan nuestro espíritu y labor, es necesario contar con medios de comunicación externos.
<i>Objetivo:</i>	Dar a conocer nuestro carisma y espiritualidad, tanto a los creyentes como a la sociedad en general, usando los medios de comunicación de la Iglesia, tanto escritos como virtuales, en todos los idiomas posibles.
<i>Ejecución:</i>	Asignar una persona en dedicación exclusiva al trabajo de contacto y envío de noticias y notas de prensa a dichos medios de comunicación: que se encargue de crear e informar periódicamente de las actividades más señaladas de la Familia Vicenciana y que, en coordinación con la Oficina de la Familia Vicenciana, el Equipo de Comunicaciones y la Comisión de Comunicaciones, elabore un plan anual de comunicaciones externas. Se anexa, al final de este documento, un perfil específico para esta persona.

Responsable: Oficina de la Familia Vicenciana / Equipo de Comunicaciones / Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
Prioridad: Alta.

Acción 13

Promover y dar a conocer encuentros que faciliten el conocimiento del carisma vicenciano, tanto a nivel local como nacional o internacional.

Descripción: Más allá de la comunicación por Internet, conviene promover los encuentros locales de formación, reflexión y celebración, de los miembros de la Familia Vicenciana.

Objetivo: Allá donde no se realice aún (sea a nivel local, regional o nacional), promover un encuentro de al menos un día (anual, bianual) de Familia Vicenciana, donde estén invitados todo aquel miembro de la misma que desee asistir.

Ejecución: Animar a los Consejos Nacional a organizar dichos encuentros. Promover su realización e informar de los mismos.

Estudiar la mejor estrategia para visibilizar la realidad de la Familia Vicenciana, en particular, en los continentes asiático y africano, no solo mediante la publicación de materiales, sino también estudiando la posibilidad de utilizar los idiomas nativos.

Responsable: Oficina de la Familia Vicenciana / Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Media.

Acción 14

Fomentar el conocimiento del carisma vicenciano y su indisoluble relación con la Doctrina Social de la Iglesia.

Descripción: La Doctrina Social de la Iglesia, en muchas partes del globo, sigue siendo poco estudiada y aplicada, también entre los miembros de la Familia Vicenciana.

Objetivo: Dedicar una sección especial en las webs de la Familia Vicenciana a la profundización en el conocimiento de la Doctrina Social de la Iglesia, así como su concreción desde el carisma vicenciano.

Ejecución: Solicitar a los estudiosos en la materia que colaboren con materiales adecuados para poder cumplir este objetivo.

Responsable: Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.

Prioridad: Media.

Acción 15

Habilitar espacios virtuales de comunicación (comunidades) que permitan el intercambio de información horizontal entre miembros de la Familia Vicenciana (foros, listas de correo, etc.).

Descripción: Fomentar los medios necesarios para que, quien lo desee, pueda entrar en contacto con otros vicencianos del mundo. Hoy en día, la comunicación mediante listas de

	correo, comentarios en web y redes sociales dentro de la Familia Vicenciana suele ser básicamente unidireccional.
<i>Objetivo:</i>	Animar la participación dialogada en la comunicación vicenciana.
<i>Ejecución:</i>	Estudiar las medidas que se pueden tomar para promover la participación horizontal, mediante comentarios y sugerencias. Abrir cauces de participación, si estos no existieran.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 16

Fomentar el conocimiento mutuo: el de las muchas ramas, comunidades y grupos que forman la Familia Vicenciana; asimismo, fomentar el conocimiento de la diversidad de formas en las que el carisma vicenciano se concreta en la realidad actual.

<i>Descripción:</i>	La Familia Vicenciana está formada por varios cientos de comunidades y ramas, aunque apenas se conocen suficientemente a media docena de ellas.
<i>Objetivo:</i>	Siguiendo el espíritu de lo vivido en el Año de la Colaboración, profundizar en el conocimiento de las distintas ramas que forman la Familia Vicenciana a nivel internacional.
<i>Ejecución:</i>	Promover entrevistas, artículos informativos y noticias propias de todas las ramas de la Familia Vicenciana, solicitando la colaboración a los Superiores de cada una de ellas para que podamos dar a conocer con efectividad la obra de cada una de ellas a día de hoy.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 17

Potenciar los procesos formativos encaminados a la profundización en el carisma vicenciano, especialmente entre los laicos y en aquellas regiones o ramas con dificultades para el acceso a la formación.

<i>Descripción:</i>	La formación es un aspecto fundamental para llevar a cabo nuestra labor como vicencianos.
<i>Objetivo:</i>	Apoyar la labor que realiza el Equipo de Trabajo de Formación de la Familia Vicenciana, dando a conocer las posibilidades de formación que se ofrecen desde dicho equipo.
<i>Ejecución:</i>	Dar a conocer los encuentros de formación que se programen para este fin, tanto anunciando su futura realización como informado sobre sus resultados.
<i>Responsable:</i>	Oficina de la Familia Vicenciana / Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 18

Abrir canales para los jóvenes miembros de la Familia Vicenciana, donde puedan expresar sus inquietudes y su visión del carisma, así como la forma en que ellos la concretizan hoy en día.

<i>Descripción:</i>	Es importante dar a los jóvenes un espacio para su creatividad y reflexión, también en los medios de comunicación de la Familia Vicenciana.
<i>Objetivo:</i>	Conseguir que algunos jóvenes de la Familia Vicenciana envíen sus reflexiones a los medios de comunicación, o animarlos a seguir haciéndolo.
<i>Ejecución:</i>	Contactar con jóvenes que puedan enviar periódicamente sus contribuciones, darles un espacio resaltado en la página principal de la web.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 19

Incentivar la reflexión vicenciana, solicitando a miembros de la Familia que escriban periódicamente una reflexión que pueda ser útil siendo publicada en nuestros canales de comunicación.

<i>Descripción:</i>	Los artículos de reflexión son valorados por los lectores y ejercen una influencia positiva, así como ayudan a describir la espiritualidad y el carisma vicenciano tanto a nivel interno de la Familia, como a nivel externo.
<i>Objetivo:</i>	Conseguir más personas que se comprometan a escribir un artículo para la web, ya sea semana, bisemanal o mensualmente.
<i>Ejecución:</i>	Contactar con aquellos vicencianos de cualquier rama que puedan realizar esta labor.
<i>Responsable:</i>	Oficina de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

Acción 20

Elaborar una carta de servicios de la Comisión de Comunicaciones y difundirla entre los miembros de la Familia Vicenciana.

<i>Descripción:</i>	El equipo de Comunicaciones de la Familia Vicenciana cuenta entre sus miembros con personas preparadas técnicamente para apoyar la comunicación de las ramas de la Familia Vicenciana que experimenten carencias en este sentido.
<i>Objetivo:</i>	Dar a conocer las posibilidades de comunicación que ofrece la Comisión de Comunicaciones (diseño web, alojamiento web, consultoría, etc.), a coste reducido.
<i>Ejecución:</i>	Anunciar mediante sección fija en la página principal de la web los servicios adicionales que ofrece la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana a los miembros de la misma, sean ramas, grupos locales e, incluso, personas individuales.
<i>Responsable:</i>	Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
<i>Prioridad:</i>	Media.

5. Cronograma de actuaciones para 2019

Siendo un plan de comunicaciones trienal, es conveniente concretar las distintas acciones señaladas en actos concretos a realizar durante cada año, que puedan ser evaluables para poder realizar periódicamente un control de su cumplimiento.

Para 2019 se sugieren las siguientes:

Acción	Descripción	Metas para 2019	Fecha inicio
1	Equipo de Responsables de Comunicación de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contacto con cada responsable de comunicaciones de las distintas ramas, equipos, consejos nacionales y regionales, etc. Creación de un listado de responsables. 2. Encuesta para conocer la realidad de la comunicación en los distintos grupos, incluyendo objetivos y necesidades. 3. Programar un encuentro de responsables de comunicación (¿Roma, enero de 2020?) 	Enero de 2019.
2	Consolidar a la actual la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Localizar posibles candidatos a la publicación periódica de materiales en los medios de comunicación web y redes sociales (idealmente, dos por idioma, que dediquen dos horas a la semana a la publicación y revisión de contenidos). 2. Promover los contenidos idénticos en todos los idiomas (una publicación semanal de este estilo). 	Enero de 2019.
3	Dotar tanto al Equipo de Responsables de Comunicación como a la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana de los recursos materiales y humanos necesarios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un responsable/coordinador del Equipo de Responsables de Comunicación. 2. Asegurar la financiación de la comunicación global de la Familia Vicenciana mediante aportaciones de las ramas y donativos privados. 	Mayo de 2019.

Acción	Descripción	Metas para 2019	Fecha inicio
4	Apoyar a la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana proveyéndola de materiales para su publicación en Internet.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar a los Superiores Generales / Presidentes de los distintos grupos que envíen a sus movimientos o equipos una carta donde informen de la existencia de las páginas web y redes sociales comunes toda la Familia Vicenciana, y comuniquen el contacto con la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana, concienciando de la importancia de comunicar sus actividades e instándoles a mandar informaciones y noticias locales, regionales o globales para su publicación. 2. Incidir especialmente en aquellas ramas menos conocidas. 3. Promover sobre todo la publicación de los continentes subrepresentados (África, Asia y Oceanía). 	Enero de 2019.
5	Renovar las páginas web generales de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar el aspecto gráfico de las webs, simplificando el acceso a las informaciones. 2. Integrar el estilo de las distintas web en un aspecto visual similar e identificativo. 3. Integrar secciones para las iniciativas que se desea promover actualmente (entre otras, la Alianza FamVin con los sin hogar y la Cultura vocacional). 	Enero de 2019.
6	Promover la publicación de contenidos, en inglés, francés, español, italiano, portugués y polaco.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instar a los grupos lingüísticos menos representados a enviar informaciones en sus idiomas: francés, italiano, portugués y polaco. 2. Estudiar la mejor manera de publicar informaciones en otros idiomas. 	Enero de 2019.
7	Incentivar nuestra presencia en aquellas redes sociales que son más adecuadas para la comunicación de nuestros objetivos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publicación en Facebook y Twitter de los contenidos que aparecen en las distintas webs. 2. Campaña de colaboración con otras páginas en Facebook o Twitter para elevar el número de suscripciones a las redes sociales comunes de la Familia Vicenciana. 	Enero de 2019.
8	Auxiliar a aquellas ramas que lo soliciten para la mejora, creación, alojamiento, etc., de soportes de comunicación propios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informar, mediante publicaciones específicas en las webs, de los servicios que la Comisión de Comunicaciones puede ofrecer a los distintos grupos vicencianos. 	Marzo de 2019.
9	Fomentar los contenidos en formato audio/vídeo/podcast.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contactar con creadores vicencianos de contenidos audiovisuales. 2. Establecer con ellos un plan de publicaciones periódicas en estos formatos. 	Marzo de 2019.

Acción	Descripción	Metas para 2019	Fecha inicio
10	Difundir entre la sociedad y la iglesia las obras e iniciativas que se realizan desde la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informar a medios de comunicación católicos de todas las iniciativas promovidas desde la Familia Vicenciana, solicitando su difusión. 2. Promover el conocimiento de las experiencias locales llevadas a cabo por la Familia Vicenciana, como ejemplos de implementación de los objetivos de las diversas iniciativas de la Familia Vicenciana. 	Enero de 2019.
11	Divulgar y potenciar el uso de los materiales preparados por las Comisiones de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar a cada comisión / consejo / equipo de trabajo que compartan noticias y actualicen periódicamente su labor, para comunicarla a través de las webs y redes sociales. 2. Informar desde la web de las distintas webs que cada comisión / consejo / equipo de trabajo mantiene, cuando estas existan. 3. Animar a cada comisión / consejo / equipo de trabajo a crear su espacio web y presencia en redes, si no lo tuvieran, y a mantenerlo actualizado. 	Marzo de 2019.
12	Definir una estrategia global de comunicación externa de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definir las funciones y estrategias para el puesto de Responsable de la Oficina de Prensa de la FV. 2. Crear una «<i>hoja de estilo</i>» donde se concreten los aspectos más importantes de nuestro carisma y nuestra acción que queremos potenciar y comunicar, y que sirva como referencia a los distintos grupos para una publicación efectiva de noticias en la comunicación externa. 3. Ofrecer el contacto y asesoramiento de la persona encargada en la comunicación externa. 	Marzo de 2019.
13	Promover y dar a conocer encuentros que faciliten el conocimiento del carisma vicenciano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desde los medios de comunicación, fomentar los encuentros locales de formación, celebración y conocimiento mutuo para la Familia Vicenciana. 2. Ofrecer recursos (materiales y humanos) para su realización, si fuesen solicitados. 3. Informar de los encuentros que se realicen. 	Enero de 2019.
14	Fomentar el conocimiento del carisma vicenciano y su indisoluble relación con la Doctrina Social de la Iglesia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promover una cultura colaborativa, donde compartamos globalmente los materiales formativos (en formato digital) que se están usando localmente. 2. Trabajar junto al Equipo de Formación de la Oficina de la Familia Vicenciana para la publicación en web de los materiales recibidos. 	Marzo de 2019.

Acción	Descripción	Metas para 2019	Fecha inicio
15	Habilitar espacios virtuales de comunicación (comunidades) que permitan el intercambio de información horizontal entre miembros de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudiar la viabilidad de crear un foro de comunicación para miembros de la Familia Vicenciana. 2. Promover el diálogo a través de las redes sociales. 3. En general, estudiar la mejor manera de fomentar el diálogo horizontal entre los miembros de la Familia Vicenciana. 	Junio de 2019.
16	Fomentar el conocimiento mutuo: el de las muchas ramas, comunidades y grupos que forman la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actualizar la información que se ofreció durante el Año de la Colaboración de los miembros de la Familia Vicenciana, mediante un artículo semanal sobre cada miembro de la misma. 2. Informar sobre el cuadro de miembros de la Familia Vicenciana, de la manera que se considere más adecuada. 	Marzo de 2019.
17	Potenciar los procesos formativos encaminados a la profundización en el carisma vicenciano.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impulsar la recogida de materiales formativos mediante las herramientas sugeridas por el Equipo de Trabajo de Formación de la Oficina de la Familia Vicenciana. 2. Hacer viable su difusión mediante espacios digitales creados <i>ex-profeso</i>. 	Enero de 2019.
18	Abrir canales para los jóvenes miembros de la Familia Vicenciana.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Solicitar a los miembros más jóvenes de la Familia sus aportaciones para su difusión digital, sobre todo encaminadas a mostrar su visión del carisma desde su identidad joven. 2. Convocar un concurso de canción vicenciana entre los jóvenes. Como incentivo, se podría premiar a los ganadores con la grabación (por profesionales) de los temas seleccionados. Económicamente es un proyecto de presupuesto moderado, y la música tiene una gran capacidad movilizadora entre la juventud. 	Enero de 2019.
19	Incentivar la reflexión vicenciana, solicitando a miembros de la Familia que escriban periódicamente una reflexión.	<ol style="list-style-type: none"> 1. En nuestros canales digitales ya hay varios vicencianos que escriben reflexiones semanales. Aún así, a mayoría radican en de Estados Unidos o España. Fomentar, por tanto, la participación regular de personas de otros ámbitos culturales y lingüísticos, especialmente de otras zonas y continentes. 	Marzo de 2019.
20	Elaborar una carta de servicios de la Comisión de Comunicaciones.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Destacar en sección fija en la página principal de la web los servicios digitales que ofrece la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana a los miembros de la misma, sean ramas, grupos locales e, incluso, personas individuales. 	Marzo de 2019.

Anexo (referenciado en la acción 12).

Responsable de la Oficina de Prensa de la Familia Vicenciana - Descripción del trabajo

Organización

El Comité Ejecutivo de la Familia Vicenciana (VFEC) es una asociación sin personalidad jurídica formada por los líderes de la Familia de San Vicente de Paúl en todo el mundo. Existe para promover los esfuerzos de colaboración de las más de 150 ramas de esta Familia espiritual católica. La Oficina de la Familia Vicenciana internacional (VFO) es el agente administrativo del VFEC.

Puesto

Reportando al Coordinador de la VFO internacional, el Responsable de la Oficina de Prensa de la Familia Vicenciana implementará las estrategias para todas las comunicaciones, mensajes de relaciones públicas y nexos necesarios para articular de una manera consistente la misión de la Familia Vicenciana vista desde el VFEC.

El Responsable se asegurará de que la Familia Vicenciana sea bien conocida, como la portadora contemporánea del carisma y la misión de San Vicente de Paúl, sus colaboradores y sus sucesores.

El Responsable trabajará colaborando estrechamente con la VFO, el Equipo de Comunicaciones de la FV, la Comisión de Comunicaciones de la FV y los líderes de la Familia Vicenciana, mediante las diversas iniciativas estratégicas que defina por el VFEC.

Responsabilidades

- Participar, como miembro del Equipo de comunicaciones de la Familia Vicenciana, en el desarrollo, implementación y evaluación de un plan anual de comunicaciones en las audiencias discretas de la red, en colaboración con los constituyentes de la Familia Vicenciana.
- Generar contenidos internacionales semanales, tanto en línea y como de prensa (impreso), que atraiga a segmentos de audiencia y conduzca a acciones medibles. Decidir a quién, en dónde y

cuándo difundirlos.

- Utilizar los vehículos de comunicación existentes y crear otros nuevos para generar impulso y mayor conciencia.
- Comunicarse consecuentemente con la persona responsable de la Comisión de Comunicaciones de la Familia Vicenciana.
- Prestar servicios de asesoramiento de prensa a los líderes de las ramas que integran la Familia Vicenciana, en eventos institucionales en el Vaticano, en la búsqueda de entrevistas en radio y otros medios con nuestro líderes.
- Proponer a la Comisión de Comunicación de la Familia Vicenciana una serie de posibles acciones e iniciativas encaminadas a dar mas visibilidad a la Familia Vicenciana en las redes sociales e Internet.
- Buscar alternativas para publicar, en la prensa católica romana y vaticana, artículos firmados por los líderes de las principales ramas de la Familia Vicenciana (un artículo por mes).
- Producir comunicados de prensa sobre la Familia Vicenciana y publicarlos en los medios de comunicación vaticanos y romanos, así como grabar pequeños vídeos con los líderes de la Familia Vicenciana, para distribución en la prensa local.