

ÍNDICE

ABREVIATURAS	19
PRÓLOGO	21
PRESENTACIÓN	25
I. QUÉ FUE ESO DE LA JMJ	29
Qué es una Jornada Mundial de la Juventud	31
Historia breve de las JMJ	32
Programa de la JMJ Madrid 2011	32
Crónica exprés de una semana	33
Dimensiones de la JMJ Madrid 2011	35
Los números de la JMJ	37
II. CÓMO SE HIZO LA JMJ	69
LOS ORGANIZADORES DE LA JMJ	41
La Santa Sede	41
El Comité Organizador Local	42
<i>Organigrama y asignación de competencias</i>	43
<i>Sistema de trabajo</i>	46
El Comité Operativo	47
PARTICIPACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	49
La Casa Real	50
La Administración General del Estado	50
La Comunidad Autónoma de Madrid	51

El Ayuntamiento de Madrid	52
La Federación de Municipios de Madrid	53
Cuerpo diplomático residente en España	54
La Comisión Mixta Administraciones Públicas – JMJ	56
Valoración e incidencias	57
LOS PARTICIPANTES EN LA JMJ	65
Modalidades de inscripción	65
Estadísticas de inscritos por país y por lengua	68
Perfil sociológico	69
EL PERSONAL DE LA JMJ	71
Directivos y <i>staff</i>	71
Los voluntarios permanentes internacionales	73
Los voluntarios	74
<i>Número, derechos y deberes</i>	74
<i>Organización del área</i>	75
<i>Voluntarios diocesanos</i>	76
<i>Los demás voluntarios</i>	77
<i>Valoración de los voluntarios</i>	78
LOS DINEROS DE LA JMJ	81
Organización de la gestión económica	81
El presupuesto de la JMJ	82
Ingresos	83
<i>Contribuciones de los peregrinos</i>	83
<i>Patrocinios</i>	84
<i>Otras fuentes de financiación</i>	84
Gastos	85
<i>Política de gastos</i>	85
<i>Procedimientos de aprobación de gasto</i>	86
<i>Criterios de buenas prácticas</i>	87
Cuestiones jurídicas	88
<i>Principales consultas jurídicas</i>	88
<i>El acuerdo con la SGAE</i>	89

III. ASÍ SE LA CONTAMOS	93
EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN	95
Papel de la comunicación en la JMJ 2011	95
Organigrama y competencias	97
Elaboración del plan de comunicación	99
Coordinación interna del departamento	100
Personal y sedes	101
Inversión económica en comunicación	104
<i>Personal</i>	105
<i>Sede e instalaciones</i>	106
<i>Relaciones con los medios</i>	106
<i>Servicios técnicos y profesionales</i>	108
<i>Marketing y promoción</i>	108
<i>Audiovisuales</i>	109
<i>El Centro Internacional de Prensa</i>	109
<i>Señal institucional de TV</i>	110
LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LA JMJ	113
Principios operativos	113
<i>La comunicación es una realidad unitaria</i>	113
<i>Aprender de las anteriores JMJ</i>	113
<i>Necesidad de pedir consejo</i>	114
Directrices para el trabajo dentro de la JMJ	116
<i>Cercanía al coordinador general</i>	116
<i>Ponerse al servicio de los otros departamentos</i>	116
<i>Obrar con prudencia y buscar el consenso con paciencia</i>	117
<i>Interés universal</i>	118
<i>Para liderar hay que ir por delante</i>	118
Prioridades en la comunicación con los públicos externos	119
<i>Atención al contexto social, económico y religioso</i>	119
<i>Convertirse en fuente informativa fiable y completa</i>	121
<i>Profesionalidad</i>	122
<i>Elegir el propio público y, en función de su contexto, modular los mensajes</i>	124

<i>Crear un ámbito propio de actividad informativa</i>	125
<i>Importancia de escuchar a los distintos públicos externos</i>	126
<i>Elección atenta de los portavoces</i>	126
<i>La JMJ es de todos y para todos</i>	126
Fines y objetivos	127
Mensajes	128
Estilo	130
Los mensajes de Benedicto XVI para la cultura del tweet	131
CONTENIDOS INFORMATIVOS	135
Objetivos de la sección	135
Estructura	136
Plan de contenidos	137
La controversia estrella: la presunta financiación del Estado	140
Turbulencias en la opinión pública	146
<i>Los pasos sevillanos</i>	146
<i>Un consejero de Prisa</i>	148
<i>El 15M y la JMJ</i>	149
<i>La manifestación contra el viaje del Papa</i>	151
<i>La polémica sobre el himno</i>	151
<i>Los «excluidos» en Cuatro Vientos</i>	153
<i>La comunión en la Misa final</i>	154
<i>Otras turbulencias menores</i>	156
La solidaridad, asignatura atravesada	158
PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN	161
Redes sociales	161
<i>Planteamiento y objetivos</i>	161
<i>Primera decisión estratégica: red abierta o cerrada</i>	161
<i>Método de trabajo</i>	163
<i>Equipo</i>	168
<i>Herramientas y aplicaciones</i>	169
<i>El Bus 2.0</i>	170
<i>Encuentro de redes iCat</i>	171
<i>Valoraciones</i>	172

Página web oficial de la JMJ	173
<i>Arquitectura y planteamiento</i>	173
<i>Programación y gestión</i>	174
<i>Incidencias: ataque informático a la web</i>	177
<i>Valoración</i>	178
Relaciones con los medios de comunicación	178
<i>Organización y funciones</i>	178
<i>Actividad desarrollada</i>	180
<i>Atención a los medios acreditados ante el Vaticano</i>	181
<i>Acreditaciones</i>	182
<i>Atención a los medios antes de la JMJ</i>	183
<i>Atención a los medios en el CIP</i>	187
<i>Valoración del CIP</i>	188
<i>Valoración de impactos</i>	191
Marketing	193
<i>Objetivos y mensajes</i>	193
<i>Equipo</i>	195
<i>Estrategia de medios</i>	195
<i>Descripción de las campañas realizadas</i>	197
<i>Resultados de las campañas</i>	199
<i>Valoración</i>	199
Promoción directa	200
<i>Metodología de trabajo</i>	201
<i>Acciones</i>	201
<i>Un ejemplo: el proyecto unomasuno</i>	203
PATROCINIOS	205
<i>Finalidad y competencias</i>	205
<i>La propuesta de patrocinio de la JMJ</i>	207
<i>Acontecimiento de excepcional interés público</i>	208
<i>Organización del trabajo</i>	210
<i>Fundación Madrid Vivo</i>	212
<i>Otras iniciativas para recabar fondos</i>	214
<i>Portal de donativos</i>	214

<i>Microdonativos por móvil</i>	214
<i>Tienda de la JMJ</i>	215
<i>Sello de la JMJ</i>	216
SECCIONES DE APOYO Y ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	217
La marca de la JMJ 2011	217
Sección de producción audiovisual	220
<i>Producción ajena</i>	220
<i>Organización y objetivos del área</i>	221
<i>Personal y equipos técnicos</i>	222
<i>Producción de vídeos</i>	223
<i>Versiones en otras lenguas</i>	224
<i>Difusión</i>	225
<i>Resultados</i>	225
<i>Valoración</i>	225
<i>Un documental que no salió</i>	226
Voluntarios de comunicación	227
<i>Finalidad y organización</i>	227
<i>Plan de formación de los VCOM</i>	228
<i>Valoración</i>	230
Fotografía	231
Diseño gráfico	232
Oficina virtual de traducciones	233
JMJ Radio	235
<i>Características del proyecto</i>	235
<i>Valoración</i>	236
La WEB TV Madrid11 TV	237
<i>Origen del proyecto</i>	237
<i>Características y funcionamiento</i>	238
<i>Resultados de Madrid11 TV</i>	238
OPERACIONES DE LOS MEDIOS	241
Organigrama y competencias	241
Doble señal institucional de TV	242
Centro Internacional de Prensa	244

<i>Elección e instalaciones del CIP</i>	244
<i>Funcionamiento y servicios técnicos del CIP</i>	246
Centro satélite y tribunas en los actos	247
<i>Centro satélite de prensa en Cuatro Vientos</i>	247
<i>Valoración e incidencias</i>	248
Distribución de la señal y <i>booking</i> audiovisual	248
<i>Descripción del servicio de booking</i>	249
<i>Incidencias producidas en la cobertura de la señal</i>	250
<i>Valoración de los servicios audiovisuales prestados</i>	251
Plan de regiduría general	252
<i>Descripción de objetivos</i>	252
<i>Valoración de la regiduría</i>	252
<i>Valoración general de la imagen proyectada de la JMJ</i>	253
IV. CIERRE Y BALANCES	255
CIERRE DE LA JMJ	257
Cierre operativo	257
Cierre económico de la JMJ Madrid 2011	259
Cierre de comunicación	261
Últimos proyectos de comunicación	262
<i>El documental oficial</i>	262
<i>Álbum fotográfico</i>	263
<i>Exposición ciudadana</i>	264
Traspaso de experiencias a la JMJ 2013	264
BALANCES DE LA JMJ	267
¿Es posible un balance?	267
Selección de reacciones y datos estadísticos	268
Balance operativo: luces y sombras de la JMJ	273
Balance del director de comunicación	275
Colofón: el secreto de la JMJ	281
V. ANEXOS	285
1. Organigramas	287
2. Presupuesto definitivo de la JMJ 2011	291

3.	Informe de impacto económico de PwC	292
4.	Lista de patrocinadores y benefactores de la JMJ	296
	<i>Partners de la JMJ</i>	296
	<i>Patrocinadores de la JMJ</i>	297
	<i>Benefactores a través de la Fundación Madrid Vivo</i>	298
	<i>Media Partners</i>	299
5.	Balance económico del departamento de comunicación	300
6.	Boceto inicial de plan de comunicación (20-XII-2008)	302
7.	Bases del concurso para la identidad corporativa de la JMJ ..	313
8.	Manual breve de uso de la marca	325
9.	Agenda de las reuniones de brainstorming sobre comunicación	327
10.	<i>Briefing</i> para el <i>spot</i> oficial de la JMJ 2011	330
11.	Los <i>tweets</i> de Benedicto XVI a los peregrinos de la JMJ	333
12.	Planificación informativa de abril a agosto 2011	335
13.	Estadísticas de la web oficial de la JMJ <i>www.madrid11.com</i> ..	342
14.	Pliego para la instalación del Centro Internacional de Prensa ..	344
15.	<i>Checklist</i> para las ruedas de prensa	350
16.	Resultados del sondeo a periodistas que cubrieron la JMJ ...	357
17.	Informe de Press Tracking	361
18.	Informe del Media Reputation Research Center (Resumen ejecutivo)	371
19.	Veinticinco historias que merecen ser contadas	373
20.	Argumentario sobre algunos temas controvertidos	382
	<i>Sobre las cifras de participación</i>	382
	<i>Sobre las protestas de algunos colectivos</i>	382
	<i>Sobre el Movimiento 15M (indignados)</i>	383
	<i>Sobre la campaña publicitaria de preservativos</i>	383
	<i>Sobre las confesiones del Papa en el Retiro</i>	384
	<i>Sobre el Víacrucis</i>	384
	<i>¿Es España uno de los principales países católicos o es una leyenda?</i>	385
	<i>¿Jornada Mundial o Jornada Católica?</i>	385
	<i>Sobre pederastia</i>	385

<i>Sobre posibles huelgas en el transporte público de Madrid</i>	385
<i>¿Ha habido indulgencias y perdones especiales en las pasadas JMJ?</i>	386
<i>¿Tendrá frutos la JMJ de Madrid o será una tormenta de verano?</i>	386
<i>Sobre los dineros de la JMJ</i>	386
<i>Sobre una posible «alianza de la Iglesia con el gran capital» ...</i>	387
<i>Sobre el Fondo de Solidaridad JMJ</i>	388
<i>¿Hay sitios de pago para asistir a los actos con el Papa?</i>	388
<i>¿Pasará el Papa por zonas deprimidas como la Cañada Real o solo se reúne con los jóvenes pijos?</i>	388
<i>¿Concede la SGAE privilegios a la JMJ?</i>	389
<i>¿Quiénes son los voluntarios permanentes?</i>	390
<i>Sobre el impacto turístico de la JMJ</i>	390
<i>Sobre los alojamientos y su coste</i>	390
<i>Sobre el abono de transporte público</i>	391
21. Pautas de comunicación ante una posible crisis	393
22. Libro de estilo de la JMJ 2011 para documentos audiovisuales	395
23. Guía de manejo de redes sociales	404
24. Proyecto de solidaridad JMJ: reconstrucción del seminario de Haití	417
25. Proyectos de solidaridad JMJ 2011	421
<i>Proyecto 1: En beneficio de la juventud de Brasil</i>	421
<i>Proyecto 2: Complejo residencial JMJ2011 en Madrid</i>	423
26. La JMJ de Madrid, por Benedicto XVI	424
ÍNDICE DE NOMBRES	429