

Pla de Comunicació **2015-2019** **ERC Barcelona**



ÍNDEX

1. Introducció	2
2. Anàlisi	3
2.1 DAFO	3
2.2 Anàlisi orgànica	4
2.3 Anàlisi de l'entorn	6
3. Objectius	8
3.1 Renovació	8
3.2 Suma	9
3.3 Obertura	10
4. Metodologia	11
4.1 Missatge marc	11
4.2 Públic objectiu	12
4.3 Actores i protocol de comunicació	12
4.4 Formats de comunicació	15
4.5 Serveis i equip de comunicació	15
5. Eines	17
5.1 Comunicació interna	17
5.1.1 <i>Correus electrònics</i>	17
5.1.2 <i>WhatsApp</i>	18
5.1.3 <i>Espai de participació</i>	18
5.1.4 <i>Intranet</i>	19
5.1.5 <i>Formació</i>	19
5.2 Comunicació externa	19
5.2.1 <i>Web</i>	19
5.2.2 <i>Xarxes Socials</i>	20

1. INTRODUCCIÓ

ERC Barcelona ens hem fixat com a objectius esdevenir el partit hegemònic de l'esquerra nacional a Barcelona, ser una eina imprescindible per al procés d'independència i ser la clau impulsora de la transformació i el canvi que necessita Barcelona, una ciutat que volem més justa i sense desigualtats entre barris i entre persones.

La secretaria d'Imatge i Comunicació d'ERC Barcelona som conscients del gran repte plantejat i de la responsabilitat que tenim des del nostre àmbit d'actuació. Aquest pla de comunicació pretén ser el full de ruta de l'estratègia comunicativa per aquest apassionant període (2015-2019), que ha de culminar el maig del 2019 amb les primeres eleccions municipals de la República catalana, uns comicis en els que ERC Barcelona ha de jugar un paper determinant.

2. ANÀLISI

2.1 DAFO

D

- Dificultat per esdevenir alternativa a Trias o Colau
- ERC és un partit associat a l'àmbit nacional i no coneixen el projecte per BCN
- Candidat massa associat a temes nacionals
- Militància, simpatitzants i amics poc interessats en la política municipal
- Poc arrelament d'ERC en associacions o reivindicacions de barri
- Poca presència mediàtica per temes de ciutat. Des de l'oposició això es dificulta encara més
- Manca d'un relat clar de cara a la ciutadania
- Dificultat per mobilitzar el nostre entorn a nivell 2.0
- A nivell tècnic falta transmetre més imatge barcelonina i potenciar l'apartat audiovisual

A

- El nou candidat de CDC pot apropiat-se votant potencial d'ERC
- Desgast per l'acció de govern de Junts pel Sí
- Política barcelonina subjecta a què passi a nivell de país
- BeC pot consolidar-se com a partit hegemònic si ningú planteja una alternativa a l'hiperlideratge d'Ada Colau
- Les enquestes poden afavorir un joc entre BeC i CDC
- BeC acapara tota la comunicació institucional i té un perfil de simpatitzant molt més mobilitzat a les Xarxes Socials
- Gran projecció mediàtica de l'alcalde

F

- Des de l'oposició és més fàcil consolidar-se com a alternativa de govern
- El 2019 tindrem un candidat amb 4 anys de rodatge a BCN
- Més presència orgànica (5 regidors i 19 consellers de districte)
- L'Alfred Bosch és un molt bon comunicador
- Equip de comunicació professional i inversió creixent de la Federació de Barcelona en comunicació
- Capacitat d'adopció de noves eines de comunicació i plataformes socials

O

- El canvi que prometia BeC no es materialitzarà
- L'alcalde té aspiracions mes enllà de Barcelona
- Trias plega i encara no hi ha un successor clar
- Possibilitat d'aprofitar la bona gestió que faci ERC des del Govern català
- Política barcelonina subjecta a què passi a nivell de país
- Més focus mediàtic sobre l'Ajuntament de Barcelona gràcies a l'Efecte Colau
- Pes cada cop major de les Xarxes Socials i diaris digitals

2.2 Anàlisi orgànica

Les notícies generades els últims anys per ERC Barcelona sorgeixen principalment des del grup municipal a l'Ajuntament i tenen un marcat to institucional. Hem de ser capaços de comunicar també la feina que fem des de la Federació de Barcelona. En aquest sentit, la incorporació d'un tècnic de comunicació ha de servir, entre d'altres objectius, per comunicar també tota la feina que fa la Federació de Barcelona, més enllà del grup municipal. Alhora, ha de permetre també millorar els fluxos de coordinació amb l'equip de comunicació del grup municipal, per tal d'unificar missatges i dur a terme accions coordinades; al capdavant la ciutadania ens percep com un únic subjecte polític.

El primer pas que ens fixem en l'àmbit de comunicació és la renovació de la pàgina web d'ERC Barcelona. Els darrers anys s'ha funcionat amb dues webs diferents: d'una banda, un bloc que ha quedat obsolet pel que fa a les seves possibilitats tècniques, i de l'altra, la web de campanya de l'Alfred Bosch. Aquesta darrera ofereix més prestacions, però és una web personal, on s'ha anat recollint l'actualitat municipal, però que pot no ser representativa d'ERC Barcelona. Elaborarem una nova web, adaptada als temps actuals i accessible des de tots els suports (mòbils, tauletes i ordinadors) i amb tots els requeriments a nivell de continguts que necessita el partit a Barcelona.

Les eines 2.0 també s'hauran de posar al dia. Els usos d'aquestes eines evoluciona constantment i des d'ERC Barcelona hem de ser innovadors, pioners en la utilització de noves plataformes i en l'adaptació a nous formats.

Una de les principals novetats que aportarem serà la participació virtual. No és que la política actual ja no consisteixi principalment en la difusió de missatges, sinó que la base del discurs polític parteix de la participació ciutadana. No podem viure d'esquenes a aquesta realitat i hem d'exercir una veritable política participativa. Amb aquest objectiu posem en marxa un canal de participació 2.0 per conèixer l'opinió dels nostres militants, simpatitzants i amics – i també del conjunt de la ciutadania –, i bastir de forma conjunta el nostre projecte polític.

Malgrat aquesta adaptació als nous temps, els casals continuaran sent la nostra punta de llança pel que fa a la comunicació política, en consonància amb la implantació que té el partit a cadascun dels 10 districtes de Barcelona. Hem de ser capaços de donar lloc a equips de comunicació a cada districte, treballar-hi de forma coordinada i oferir-los les màximes facilitats perquè puguin comunicar de la millor manera. Com també hem d'assolir una major coordinació amb la seu nacional del partit.

Hem de comptar, doncs, amb les persones que militen al partit i treballen al territori. Però al mateix temps hem de ser conscients que hem d'obrir el partit a la societat. També en l'àmbit de la comunicació, on els últims anys ens hem centrat en missatges interns. Hem de transcendir els límits del partit i implicar també gent externa. D'aquí, la idea de crear un consell assessor extern de comunicació.

2.3 Anàlisi de l'entorn

Des del passat 27 de setembre de 2015 el Parlament de Catalunya disposa d'una majoria absoluta independentista. Tenim, doncs, l'esperat mandat democràtic per avançar cap a la independència de Catalunya. En aquest procés d'independència la capital de la nova República hi jugarà un paper fonamental, malgrat que malauradament el govern de la ciutat no compta ara mateix amb un govern que aposti per fer de Barcelona la capital d'un nou Estat.

A banda de l'independentisme, l'altre vector que ha determinat la política catalana en un any farcit de conteses electorals ha estat la regeneració política. La nova política ha fet forat, especialment quan no es tractava de votar sobre el futur polític del nostre país en unes eleccions de caire plebiscitari. Barcelona no va ser-ne una excepció i finalment Barcelona en Comú va assolir la victòria a les eleccions municipals, tot i que es va quedar lluny de poder formar un govern fort i estable. Mesos després d'aquelles eleccions, però, el canvi no acaba d'arrencar a Barcelona. En aquest context, ERC Barcelona ha de consolidar-se com una esquerra nacional forta, l'alternativa a un govern que sovint ratlla la demagògia i que ha demostrat no tenir cap interès en liderar el procés d'independència i fer de Barcelona la capital

d'una nova República, justa i igualitària. Però també a una oposició conservadora en aspectes socials, i sense un projecte de transformació i il·lusionant per a la ciutat.

ERC, per tant, ha de saber situar-se com l'actor central en la política barcelonina, i s'ha d'assemblar més a com són la majoria de barcelonines i barcelonins: ideològicament d'esquerres i nacionalment catalans.

Tenim quatre anys per endavant per bastir un projecte guanyador, capaç de sumar la voluntat de convertir Barcelona en la capital d'un dels estats més pròspers d'Europa i el compromís de posar fi a una ciutat marcada per les desigualtats, per donar lloc a una nova Barcelona, justa, dinàmica i lliure.

3. OBJECTIUS

Els tres objectius principals que fonamentaran la nostra actuació en l'àmbit de la comunicació en els propers anys són els de 'renovació, suma i obertura'.

3.1 Renovació

En el món actual els esdeveniments se succeeixen molt de pressa i les eines de comunicació s'han adaptat a aquest ritme trepidant. Aquest nou paradigma ha donat lloc a unes eines comunicatives pròpies dels nostres temps. Hem de ser capaços d'expressar al màxim aquestes noves eines i treure'n el màxim rendiment possible.

El primer element que cal renovar és la pàgina web corporativa d'ERC Barcelona. Necessitem una web nova, interactiva, amb un disseny atractiu i adaptada a dispositius mòbils. Els darrers anys hi ha hagut una autèntica revolució en l'àmbit digital i en la manera d'accedir a les webs, i les eines de què disposem actualment han quedat obsoletes. Si fa uns anys la majoria d'usuaris hi accedien a través d'ordinadors, ara ho fan majoritàriament a través dels telèfons mòbils i tauletes. Hem de ser conscients d'aquest canvi de tendència i crear una web adaptada a aquesta dinàmica.

Les xarxes socials, evidentment, juguen un paper fonamental en la comunicació actual. Cal estar al dia de les novetats – que són contínues – en aquest àmbit per tal d'aprofitar totes les possibilitats que ofereixen. Hem de ser capaços de ser capdavaners en el bon ús de les xarxes per aconseguir el màxim d'incidència possible.

A més, hem de saber aprofitar i treure profit d'aquelles plataformes que permetin connectar amb segments d'interès, com per exemple el públic jove.

En aquest sentit, i en l'exercici d'una nova política, més participativa i republicana, introduïrem a la comunicació d'ERC Barcelona eines de participació digitals per conèixer l'opinió de la ciutadania en temes d'actualitat per tal de configurar la nostra

estratègia. Recollirem les propostes de la gent per tal de vehicular-les i fer-les realitat.

Al mateix temps, hem de fer-nos nostre el concepte de transparència, i hem de saber mostrar-nos tal com som i oferir a la ciutadania tota la informació necessària sobre el nostre projecte polític, fonts de finançament, etc.

També ens fixem com a objectiu establir una nova línia gràfica, més moderna, innovadora i trencadora, de marcat caire barceloní. Esquerra Republicana ha de ser percebuda com un partit eminentment barceloní, modern i transformador, una eina útil per als barcelonins i les barcelonines.

3.2 Suma

Per tal de poder dur a terme una bona comunicació a nivell de ciutat, cal implicar tothom, sumar esforços i generar sinèrgies entre tots els nivells territorials i sectorials del partit que convivim a Barcelona.

És imprescindible que treballem de forma coordinada amb la seu nacional, el grup municipal, els diferents casals de Barcelona i els grups de treball sectorials.

Reforçarem els missatges i les accions més importants que es portin a terme des de la secretaria d'Imatge i Comunicació a nivell nacional i de la mateixa manera en demanarem la col·laboració que quan des de Barcelona presentem projectes remarcables.

La Federació d'ERC Barcelona treballem de forma absolutament coordinada, a través d'un únic equip de comunicació conformat per Oriol Duran i Bernat Gimeno, en representació del grup municipal a l'Ajuntament de Barcelona, d'una banda, i per Èrica Orte i Cristian Agudo, per part de la Federació. Cadascú s'ocupa del seu àmbit, però entre tots quatre ens coordinem i treballem de forma conjunta, al servei d'ERC Barcelona.

Un dels objectius fixats és que els casals esdevinguin la punta de llança de la comunicació d'ERC Barcelona a tots els districtes. Per aquest motiu volem definir equips de comunicació a cada casal que s'encarreguin de contactar amb els mitjans locals de cada districte, mirant de col·locar-hi impactes (entrevistes, articles, notícies, etc.). Un altre dels objectius a mitjà termini és que cada casal tingui un equip de comunicació capaç de donar cobertura informativa a tots els nivells (imatge, vídeo, premsa, cobertura online, etc). Des d'ERC Barcelona també es dona serveis als casals i als grups de treball temàtics en totes aquelles necessitats que puguin tenir.

3.3 Obertura

Un dels objectius prioritaris que ens hem fixat és l'obertura del partit a nivell de ciutat. Davant de la situació política actual, aquest procés d'obertura no pot esperar més i, a nivell de comunicació s'ha de dur a terme de forma decidida i desacomplexada. Per aquests motius prendrem les següents mesures:

- Obertura d'un espai de participació 2.0 obert a tota la ciutadania, a través d'una aplicació a la qual es podrà accedir a través de mòbils, tauletes i ordinadors i que també estarà integrada a la nova pàgina web.
- Màxima transparència pel que fa als comptes d'ERC Barcelona. Publicarem a la nova web totes les dades necessàries per garantir aquesta transparència: sous dels càrrecs públics, balanços d'ingressos i despeses, informes econòmics, etc.
- Assembles obertes. Ens marquem l'objectiu de trobar la col·laboració de persones de fora del partit, expertes en l'àmbit de la comunicació, que ens puguin ajudar en l'elaboració d'estratègies comunicatives.

4. METODOLOGIA

4.1 Missatge marc

ERC Barcelona defensem el nostre projecte d'esquerres i republicà, transparent i ambiciós, de canvi i il·lusió, d'ambició nacional i projecció internacional, posant la ciutat per davant i apostant pels canvis que la ciutadania ens reclama des de fa molts anys. I ho farem des de l'oposició, construint l'alternativa progressista que necessita Barcelona. Som l'esquerra nacional, l'alternativa al govern decebedor de BeC i el PSC; i també l'alternativa a les opcions conservadores que minen els drets socials i les polítiques públiques de benestar.

Tenim la voluntat de ser el partit majoritari i referent de l'esquerra nacional a Barcelona, que lideri i articuli les majories polítiques progressistes de la ciutat i que assumeixi sense complexos la governabilitat d'una capital radicalment democràtica i socialment avançada. I aquesta transformació s'ha de dur a terme d'acord amb els interessos de les classes socials populars i treballadores, generant prosperitat i oportunitats, i que faci de Barcelona una ciutat on els veïns i les veïnes sentin l'orgull de viure-hi.

Cal portar la ciutat on es mereix, a ser la capital pròspera i justa de la futura República Catalana. Esdevenir la capital d'un nou estat és el principal repte i oportunitat que té Barcelona actualment. La construcció d'un nou país no reeixirà sense Barcelona al capdavant, ni aquesta esdevindrà una gran capital internacional sense la grandesa del país al seu darrere.

En cas d'independència i sense dèficit fiscal, la nostra ciutat disposaria de 3.500 milions d'euros addicionals per finalitzar les grans infraestructures i projectes urbanístics que s'han anat aparcant i que resten pendents des de fa dècades. Amb un Estat a favor, una capital pot decidir per ella mateixa el seu futur i, entre altres qüestions, connectar-se amb la resta del món. Barcelona també necessita el país per créixer com a ciutat, per donar resposta a les necessitats de la seva gent, per

generar oportunitats per a aquelles persones que no en tenen o en tenen poques i construir plegats un lloc millor on viure.

4.2 Públic objectiu

De manera global, el públic objectiu a qui dirigir els missatges d'ERC Barcelona són votants d'esquerres, demòcrates i catalanistes.

El públic objectiu però, el conformen tres grups diferenciats amb característiques pròpies, que es detallen a continuació:

- Menors de 29 anys, d'esquerres i preocupats pels drets socials, els ajuts, l'educació i la sanitat.
- Majors de 50 anys, catalanistes d'esquerres, les prioritats dels quals són l'ocupació, l'economia i el projecte de ciutat.
- Població entre 30 i 50 anys, catalanista d'esquerres, interessada principalment en la convivència i la qualitat de vida.

4.3 Actors i protocols de comunicació

Actors externs:

Mitjans de comunicació. Són el principal actor extern que hem de tenir en compte. En aquest sentit, cal establir una sèrie de dinàmiques amb els mitjans per garantir una bona cobertura de la nostra acció política:

- Actualitzar la llista de mitjans d'àmbit nacional i barceloní (premsa escrita, televisió, ràdio i mitjans digitals).
- Definir temàtiques o paraules clau associades a cada mitjà, en funció de la seva línia ideològica o el seu àmbit de cobertura.
- Treballar la informació de forma diferenciada i qui ha de rebre què.

Més enllà de la presència mediàtica als mitjans d'àmbit català o espanyol (que depèn en bona part d'inputs nacionals), treballarem per fer arribar la veu d'ERC Barcelona a les ràdios, televisions, diaris i revistes que es fan a nivell barceloní. Elaborarem un pla de presència als mitjans locals, on hi puguin participar els regidors a l'Ajuntament, consellers de districte, presidents de casals, responsables de grups sectorials, etc. L'objectiu és assegurar una presència comunicativa no només a nivell nacional, sinó sobretot a nivell de barri o districte.

Actors interns:

Grup Municipal. Hem establert mecanismes de coordinació entre els equips de comunicació de la Federació i el Grup Municipal per tal de definir els missatges principals i comunicar-los de forma coherent i conjunta. Els espais a les Xarxes Socials (Facebook i Twitter d'ERC BCN) són els mateixos per als dos equips, de manera que es treballa de forma coordinada per no solapar-nos.

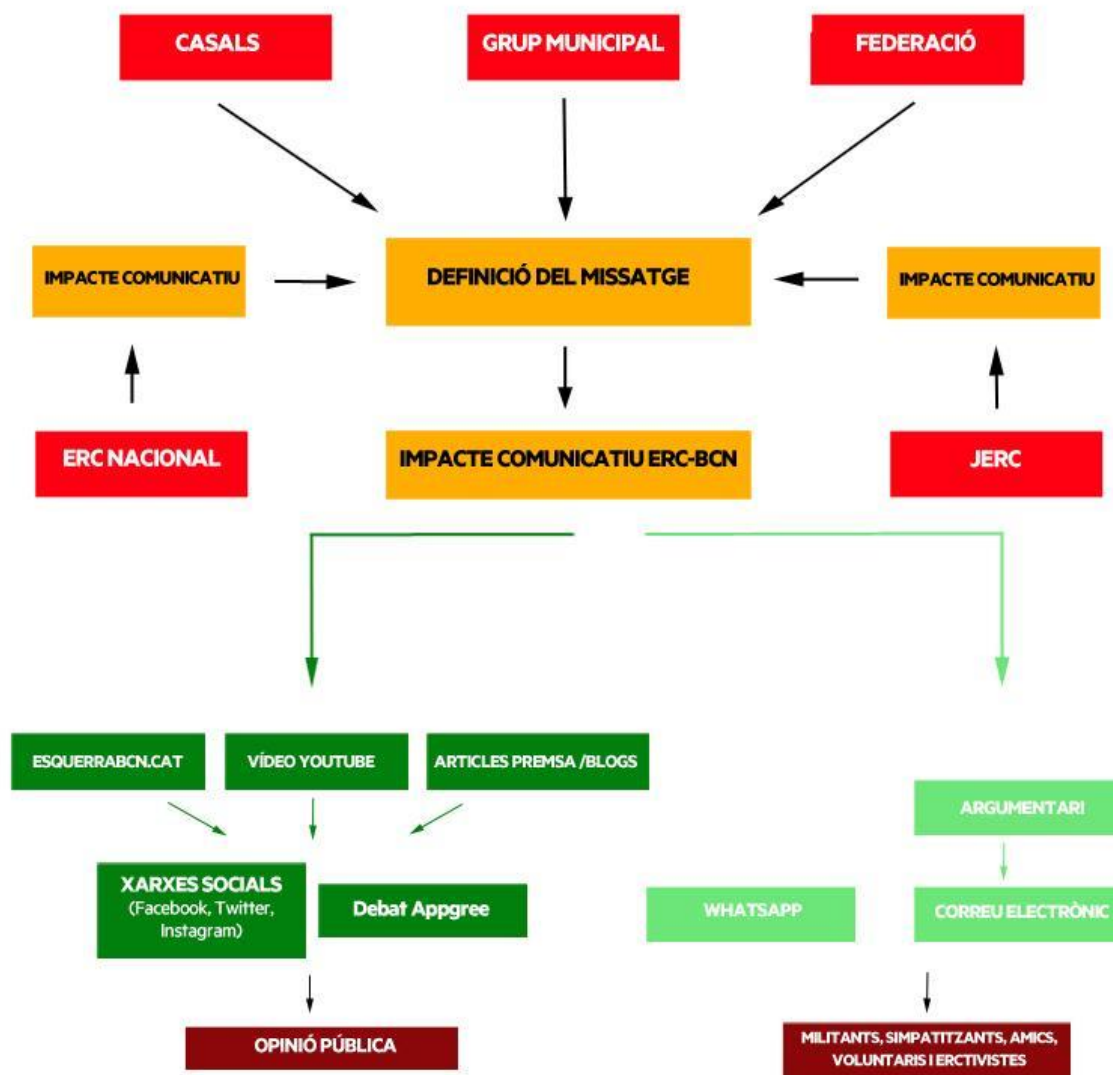
Al mateix temps, des de la Federació es realitzen accions de reforç en aquells missatges municipals que es consideren prioritaris (per exemple, edició d'imatges per a les Xarxes Socials, fulletons sobre iniciatives presentades a l'Ajuntament, etc).

Casals. Els casals són un element central de la comunicació del partit, ja que són l'altaveu als barris de Barcelona del nostre projecte polític. Treballarem de forma coordinada i bidireccional amb els Secretaris d'Imatge i Comunicació de cada casal, amb 3 objectius principals: unificar la comunicació de missatges rellevants, proporcionar als casals materials comunicatius (imatges, infografies, cartells, etc) i oferir propostes de formació als casals sobre temes de comunicació.

En aquest sentit, un altre dels objectius principals és formar, conjuntament amb cada casal, equips de comunicació territorials. Aquests equips permetran satisfer les necessitats comunicatives que hi pugui haver en cada moment i bastir una estructura comunicativa el més forta possible a nivell territorial.

ERC Nacional. Treballem de forma coordinada amb l'equip de comunicació nacional en totes aquelles qüestions nacionals que tenen incidència a Barcelona i a la inversa; en aquells temes barcelonins que adquireixen una dimensió nacional. El treball conjunt serveix per definir quin missatge destaquem en cada cas, com el comuniquem i oferir altaveus de difusió en cada cas.

JERC. Establirem canals de coordinació amb les JERC per reforçar missatges que siguin d'interès comú, especialment en aquelles iniciatives o accions que afecten el públic jove.



4.4 Formats de comunicació

Nota de premsa. Serveix per marcar posicionament i incorporar la veu del partit a temes d'interès. Cal elaborar notes de premsa de tots aquells temes que siguin significatius a nivell de partit i/o grup municipal.

Malgrat ser el format comunicativament més feble, cal no descuidar-lo.

Les notes de premsa han de cuidar sobretot el titular, per tal que sigui el més efectiu i explicatiu possible, i han d'incorporar sempre un telèfon de contacte per a aquells mitjans que vulguin més informació.

Roda de premsa. Les convoquem per comunicar temes prioritaris, sobretot a nivell municipal (marcar discurs en una qüestió concreta, presentar iniciatives, valorar l'acció de govern, etc). A nivell de Federació es convocaran en qüestions d'alta transcendència (per exemple, la presentació d'una campanya feta des d'ERC Barcelona sobre una temàtica concreta).

Les rodes de premsa d'àmbit municipal cal convocar-les amb un mínim de 24 hores d'antel·lació. Les que facin referència a temes de partit cal convocar-les amb més marge i trucar als mitjans per confirmar la recepció de la convocatòria i la seva assistència.

Entrevistes i articles d'opinió. Serveixen per aprofundir en temes prioritaris i afegir un punt de reflexió i anàlisi que expliqui més detalladament el nostre projecte per la ciutat. Treballarem perquè les persones dirigents (tant al Grup Municipal com a la Federació) puguin generar de forma periòdica articles d'opinió.

4.5 Serveis i equip de comunicació

L'Equip de Comunicació de la Federació de Barcelona ofereix a casals, càrrecs electes, etc. diferents serveis relacionats amb la imatge i comunicació:

Imatge gràfica: disseny i producció de material gràfic per a actes o accions polítiques que es vulguin dur a terme (cartells, fulletons, targetes, pancartes, imatges per les Xarxes Socials, etc).

Cobertura d'esdeveniments: elaboració de notes de premsa, seguiment d'esdeveniments a les Xarxes Socials, fotografia, vídeo.

Assessorament d'imatge i comunicació: com elaborar un discurs, com parlar en públic, millorar la comunicació no verbal, vestuari, estilisme.

Formació en comunicació: optimitzar l'ús de Xarxes Socials (Facebook, Twitter, etc), elaboració de butlletins electrònics, com redactar notes de premsa i relacionar-se amb els mitjans, redactar un argumentari, ús de programes d'edició d'imatge o vídeo.

L'equip de comunicació està format per les persones següents:

Cristian Agudo - Secretari d'Imatge i Comunicació de la Federació de Barcelona

Èrica Orte - Tècnica de Comunicació de la Federació de Barcelona

Oriol Duran - Cap de Comunicació del Grup Municipal

Bernat Gimeno - Cap de Comunicació Digital del Grup Municipal

5. EINES

5.1 Comunicació interna

5.1.1 Correus electrònics

A través del correu electrònic s'informa regularment a militants, simpatitzants i amics. Setmanalment s'envia un correu amb les últimes novetats sobre la Federació i el Grup Municipal, a més d'una agenda dels propers actes.

Quan convé, es realitzen també comunicacions puntuals per a temes concrets. Per norma s'enviarà un màxim de 2 correus electrònics setmanals.

Qui signa els correus?

- Els butlletins setmanals o missatges informatius d'actes no aniran signats.
- Els comunicats, cartes d'agraïment, etc aniran signats habitualment pel president de la Federació o l'adjunta a la presidència en el seu defecte.
- Els correus que involucrin una àrea en concret aniran signats pel secretari de la Federació responsable de l'àrea en qüestió.
- Els comunicats enviats des del grup municipal aniran signats habitualment pel president del grup municipal o, en el seu defecte, per un dels regidors.

ERCTivistes. Més de 200 persones reben el butlletí electrònic dirigit als ERCTivistes. L'objectiu d'aquest tipus de comunicacions és que els destinataris comparteixin a les Xarxes Socials les imatges, vídeos, piulades, etc que enviem. El contingut del butlletí és diferent als correus convencionals, ja que l'objectiu principal no és informar sinó promoure la compartició dels materials a les Xarxes.

Durem a terme una campanya de creixement dels ERCTivistes, en la qual prioritzarem l'augment del número d'ERCTivistes que reben el butlletí electrònic.

Voluntaris pel Sí. En base a les peticions fetes pels casals, enviem crides als Voluntaris a través del correu electrònic demanant col·laboració per a temes logístics (repartir fulletons, penjar cartells, etc), el muntatge o l'assistència a actes.

5.1.2 WhatsApp

WhatsApp és una eina de comunicació directa molt efectiva, en tant que permet comunicar un missatge i rebre respostes de forma ràpida. L'eina s'utilitza en diferents sentits:

Llista de difusió. Disposem d'un llistat de més de 200 persones que reben les novetats i notícies generades per ERC Barcelona a través de WhatsApp (imatges, vídeos, comunicats, piulades). Cal multiplicar el número de persones inscrites a la llista de difusió, en tant que permet fer circular missatges de forma pràcticament instantània.

Grups de WhatsApp. El partit s'organitza internament, entre d'altres, a través de grups de WhatsApp, que serveixen per a la coordinació diària d'accions i missatges. Dos exemples són la *Taula de presidents* o la *Taula de comunicació*, que agrupa als presidents i secretaris de comunicació de cada casal, respectivament.

Voluntaris pel Sí. Es planteja com a objectiu la posada en marxa d'una o diverses llistes de difusió de WhatsApp que agrupin tots els Voluntaris pel Sí, amb l'objectiu de millorar-ne la coordinació.

5.1.3 Espai de participació

Posarem en marxa un espai de participació integrat a la pàgina web, obert a la ciutadania. Aquest espai servirà per plantejar debats, enquestes o votacions sobre qüestions d'actualitat i conèixer de primera mà les opinions dels nostres conciutadans. Fem bandera d'una nova manera de fer política, afavorint el debat ciutadà, l'obertura del partit i la democràcia participativa.

5.1.4 Intranet

Durant l'any 2016, es valorarà la implementació a nivell nacional d'un CRM que permetrà potenciar la comunicació a nivell intern. A través d'aquesta eina podrem personalitzar molt més les característiques associades a la militància, simpatitzants, amics i amigues (per exemple, a quin barri resideixen o de quines associacions formen part). Alhora, això permetrà segmentar més i millor l'enviament de correus electrònics. A més, el nou sistema facilitarà estadístiques d'aquests enviaments (percentatge d'obertures, número de clics, etc).

5.1.5 Formació

Un dels objectius en comunicació interna serà oferir, de forma periòdica, eines de formació a la militància, ja sigui sobre noves eines, definició d'estratègies comunicatives, etc.

5.2 Comunicació externa

5.2.1 Web

La nova web d'ERC Barcelona està dividida en tres grans eixos:

Informació i actualitat. A nivell informatiu la pàgina web es divideix en tres grans eixos:

- **Federació**. S'incorpora una àmplia informació sobre el partit i el seu projecte polític, així com un històric dels programes electorals a nivell municipal o les campanyes dutes a terme per la formació. També s'inclou tota l'actualitat i agenda d'actes del partit.
- **Grup Municipal**. A nivell municipal, la web incorpora un apartat específic del Grup Municipal a l'Ajuntament, amb un tractament gràfic diferenciat.

L'objectiu és dotar d'entitat pròpia la feina que es fa a nivell municipal. A banda de l'actualitat també s'inclou la referència i contacte de tots els regidors i consellers de districte.

- **Districtes.** La web incorpora els continguts publicats a les webs de cada districte, i inclou un mapa interactiu amb les dades de contacte de cada districte.

Transparència. Es posarà en marxa un apartat de transparència des d'on es podrà consultar el balanç d'ingressos i despeses del partit a Barcelona, l'agenda oberta dels regidors, el codi ètic del partit, etc. Fem pública aquest volum d'informació com a forma d'obertura del partit a la ciutadania.

Participació. Un dels principals objectius de la nova web és estimular la participació dels usuaris. En aquest sentit, s'incorporen diverses eines com: un espai obert de debat que es vehicularà a través de l'aplicació AppGree; un formulari perquè els ciutadans puguin enviar idees i propostes; o un apartat per tal que la gent pugui fer-se Militant, Simpatitzant, Amic o Amiga, o bé participar com a ERCtivistes o Voluntaris del Sí.

5.2.2 Xarxes Socials

Facebook. Tenim actiu una pàgina de Facebook amb 3.200 seguidors (a data 18/01/2016). Els principals objectius en aquesta plataforma són:

- Difondre el nostre posicionament polític i l'activitat que fem des del grup municipal i des del partit.
- Augmentar la notorietat i coneixement dels regidors i dels principals càrrecs del partit (president i vicepresidents).

Com a objectius secundaris, també ens marquem redirigir trànsit a la pàgina web, augmentar la comunitat de seguidors en aquesta plataforma i la interacció dels usuaris.

Twitter. Tenim un compte de Twitter (@ERCbcn) amb més de 6.500 seguidors (a data 18/01/2016). A Twitter definim una estratègia centrada en tres objectius diferents:

- Difondre el posicionament polític i l'activitat que fem a nivell municipal i com a partit. El volum d'informació que compartim a Twitter és superior que en d'altres plataformes.
- Potenciar la presència 2.0 dels casals, mencionant o compartint missatges i promovent la seva activitat a la xarxa.
- Interrelacionar-nos amb actors polítics, socials, veïnals, etc. A través de Twitter podem donar cobertura a mobilitzacions o iniciatives dutes a terme per diferents actors de la ciutat, o bé fer un primer contacte amb referents externs d'interès.

Youtube. El compte de Youtube d'ERC Barcelona és el repositori de tot el material audiovisual que produïm com a partit. Potenciarem la producció de continguts en vídeo, per exemple: entrevistes a càrrecs municipals o de partit, petites píndoles per xarxes socials, vídeos per reforçar el nostre discurs de ciutat, etc.

Prioritzarem també la retransmissió d'esdeveniments rellevants per *streaming*, ja sigui actes importants, rodes de premsa, etc.

Instagram. Obrirem un compte d'ERC Barcelona a Instagram, una plataforma amb un perfil de públic majoritàriament jove. L'objectiu serà reforçar la nostra imatge i discurs com a partit a través de fotografies. El contingut publicat a Instagram serà diferent del que publiquem en altres plataformes, i es prioritzarà que les fotografies siguin de qualitat o bé creatives.

AppGree. Una de les apostes a nivell comunicatiu és la creació d'un perfil públic a AppGree, una aplicació que serveix per potenciar la participació de la comunitat en la presa de decisions o en l'elaboració del discurs polític. L'eina servirà per plantejar debats, enquestes o demanar l'opinió dels ciutadans. L'objectiu final és potenciar la nostra transparència com a partit.



BARCELONA
ERC