



Procés participatiu XXXXXXXX
Pla de Comunicació

INDEX

1. Objectius de la comunicació
2. Públic objectiu (Actors)
3. Canals
4. Actuacions
5. Calendari

A banda d'aquesta proposta de Plantilla de Pla de Comunicació, recorda que tens al teu abast també:

- [Plantilla](#) per dur a terme **accions de comunicació i calendaritzar-les**
- [Plantilla](#) per dur a terme **Difusió a través de xarxes socials**
- [Exemple](#) de la **comunicació** desenvolupada per al **Procés Participatiu Xarxa Òmnia**
- [User Journey](#) d'un procés participatiu, on veuràs els escenaris d'un procés participatiu, moments i objectius de la comunicació, actors a tenir en compte i obstacles per desenvolupar-lo.

1. OBJECTIUS DE LA COMUNICACIÓ (què volem explicar?)

1. **Procés Participatiu.** Donar a conèixer a la ciutadania i el conjunt d'agents implicats el Procés participatiu per repensar els Punts Òmnia. Per a això cal tenir en compte les **diferents FASES** de comunicació dins d'un procés de participació.
 - a. **Mobilització (informació + motivació):** donar a conèixer en què consisteix el procés participatiu (amb tota la informació contemplada: Què són els PÒ, 20 anys, etc).
 - Generar visibilitat.
 - Generar interès en els actors clau per tal que aquests s'informin del procés.
 - Generar participació!
 - Explicar com es pot participar.
 - Convocar als participants a:
 - les sessions de debat presencials
 - Realitzar sessions autogestionades
 - Realitzar aportacions online
 - b. **Desenvolupament:** anar explicant els resultats del procés participatiu i les idees força que van sorgint.
 - Continuar amb la convocatòria als participants.
 - Informar del desenvolupament del procés i dels resultats que van generant.
 - c. **Tancament:** donar resposta a les propostes recollides. Explicar quines es tindran en compte, quines no i perquè.
 - Fer arribar els resultats del procés a tots els participants i actors clau i fer-ne difusió en general.
 - Explicar els resultats del procés participatiu: què s'ha recollit, què es tindrà en compte i què no.
 - Reconeixements i agraïments als participants.
 - d. **Seguiment:** rendir comptes amb els resultats i impactes del procés participatiu.
 - De tot el que s'ha recollit al procés participatiu... què s'està implementant? Cap a on van els PO?
2. **20 anys Punts Òmnia.** Donar a conèixer a la ciutadania i el conjunt d'agents implicats en què consisteixen els Punts Òmnia (funcions, objectius, etc) i explicar que és el 20è aniversari dels Punts Òmnia.
3. **Apropar l'Administració al ciutadà.** Transformar la relació entre ciutadania i Govern, mantenint un diàleg obert. Apropar el programa universal d'intervenció social "Xarxa Òmnia" a les persones que formen part de la comunitat, per tal d'enfortir la xarxa i la vinculació de les persones a aquesta política pública. Generar identificació i pertinença als Punts Òmnia. Identificació dels PO com a benefici col·lectiu i per a la comunitat. Crear xarxa.

- 4. Revisar si cal tenir en compte algun objectiu intern del Servei d'Acció Comunitària i Inclusió social i/o alinear-se amb algun objectiu polític del moment. Molt important treballar amb el coneixement de la unitat promotora.**

2. PÚBLIC OBJECTIU (a qui li volem explicar?)

1. Actors **que formen part** de l'ecosistema dels Punts Òmnia:
 - Persones dinamitzadores
 - Persones usuàries
 - Persones expertes
 - Persones de l'oficina tècnica

2. Actors **al voltant** de l'ecosistema dels Punts Òmnia:
 - Persones de les entitats gestores
 - Administracions públiques
 - Agents del territori
 - Experts
 - Persones de l'oficina tècnica

3. Punts Òmnia del **Centres Penitenciaris**:
 - Persones dinamitzadores del PÒ dels centres penitenciaris
 - Persones usuàries dels PÒ dels centres penitenciaris

Al marge del públic objectiu a qui ens volem adreçar, s'han de tenir en compte altres públics que ens han d'ajudar a arribar a ells (extern: ciutadania que hagi participat en algun procés participatiu similar, empreses proveïdores, mitjans de comunicació, universitats, administració pública, etc. / Intern: empleats departament TASF, comunicació exteriors i govern obert, comunicació TASF, etc.).

S'ha elaborat un **mapa d'actors** detallat per tipus d'actor i àmbit territorial que caldrà analitzar per veure què podem explicar i a qui.

3. CANALS (com arribem al públic objectiu?)

Un cop establerts els objectius de comunicació i els públics als quals adreçar-nos, és important trobar els canals i els espais per comunicar-nos. Cada procés té la seva casuística. Aquí exposem alguns canals habituals, a més de començar a fer preguntes amb l'objectiu d'identificar els canals més adequats. En qualsevol cas, és fonamental treballar aquests canals amb el coneixement de la unitat promotora:

ONLINE

Amb recursos propis

1. **Mailing**

- A la base de dades del mapa d'actors elaborat
- Butlletí de la Secretaria de Transparència i Govern Obert
- Bases de dades d'altres departaments o butlletins d'altres departaments (explorar)

https://butlletins.gencat.cat/pres_push/AppJava/inici.do;jsessionid=1crrqIBN77QDG8Vr7Iju-6pTbMgTgSny1hPeTAyTe70-RjSIAEf5!-550351651

2. **Suports propis Secretaria Transparència i Govern Obert i de La Unitat promotora: web i xarxes socials**

- Web participa.gencat.cat
- Govern obert
 - Web de Govern Obert (home) i subhome Participació
 - Xarxes socials: Twitter Govern Obert i Twitter exteriors
- Unitat promotora
 - Webs unitat promotora
 - Xarxes socials unitat promotora
 - Persones a twitter @, bloggers, youtubers, etc per fer d'altaveus
- @Gencat
 - Xarxes @Gencat

Campanya de comunicació

Si disposem de pressupost per fer una campanya a internet, podem comptar amb diferents recursos. És important establir els objectius d'aquesta campanya: es tracta d'una campanya de *branding*, és a dir, per donar a conèixer el procés en general (i aquí potser interessa una campanya que generi impressions)? O es tracta de promocionar sessions concretes i facilitar inscripcions (i aquí caldria una campanya per generar inscripcions i conversions a inscripció)? O volem que descarreguin els kits per fer sessions autogestionades? L'objectiu, el públic i el pressupost ens ajudarà a definir la campanya. A grans trets, però, podem comptar amb aquests canals:

1. **Campanya display** (a mitjans, blogs, etc.)
2. **Campanya google** (a buscadors)
3. **Campanya xarxes socials** (facebook, twitter, instagram, youtube, linkedin, etc. Però també falques a ràdio, spotify, etc.).

OFFLINE

Recursos propis

1. Unitat promotora

- Explorar quines persones i suports ens poden ajudar a difondre el procés a través de la xarxa de què pugui disposar la unitat promotora
 - **Support al territori?** Es disposa de serveis territorials? Llocs presencials on difondre presencialment? taulells d'informació? Recepció? Fons pantalla ordinadors? Algun butlletí amb la formació del PÒ? Algunes intranet?
 - **Persones de referència al territori:** Hi ha capacitat d'enviar informació?
 - **Entorn?:** Es disposa de xarxa de col·laboradors? O d'entitats afins? hi ha entitats col·laboradores que podrien ajudar a fer difusió?
 - Es pot fer difusió a través dels seus webs, de butlletins que tinguin? Xarxes socials pròpies? Intranets?
 - Tindria sentit alguna acció al carrer? A un barri? Plaça? Mercat? Lloc concorregut?

Campanya comunicació

1. Anuncis a mitjans, falques de ràdio, opis, etc.

MITJANS DE COMUNICACIÓ

Per treballar moments puntuals del procés: presentació procés (amb suport polític, millor), tancament procés, retorn, etc. Però també generant continguts d'interès. Podem explicar quelcom d'interès noticable? Algunes entrevistes?

- Premsa generalista
- Premsa especialitzada (Identificar en funció de la temàtica PÒ)
- Altres mitjans online: vilaweb, xarxanet, etc.

4. ACTUACIONS (què cal fer per comunicar allò que volem a qui volem?)

1. Elaborar missatges (treballar el contingut)

- Elaborar títol procés participatiu i *claim* (frase curta que acompanya i explica breument el procés participatiu).
- Elaborar un document consensuat i validat que expliqui el procés participatiu amb el seu argumentari. Aquest document servirà de base per fer tots els materials de difusió que calen (pàgina web, mailings, pòsters, etc).
- Elaborar el missatge que es vol transmetre (procés participatiu, valors a destacar, etc). Cal tenir en compte els públics als quals ens adrecem per utilitzar un llenguatge adequat i tenir en compte el nivell de coneixement que tenen sobre la temàtica del procés participatiu i el coneixement en sí del que suposa un procés participatiu.

2. Elaborar la base de dades (treballar a qui ens adrecem i amb quin objectiu)

- Omplir la base de dades de mapa d'actors i tenir identificats els actors en funció de si
 - és gent susceptible de participar
 - és gent susceptible de fer d'altaveu (ens ajudaran en la difusió del procés participatiu).
 - Tenir en compte públic intern i extern.

3. Elaborar materials de comunicació (treballar efectivament les peces de comunicació)

- Per difondre el procés participatiu
 - **ONLINE**
 - Omplir la pàgina web explicant el procés (objectius, eixos, límits i fases del procés)
 - Mail presentant el procés participatiu
 - Mail convocant a sessió presencial
 - Mail convocant explicant i animant a sessió autogestionada
 - Crear una bústia de correu del procés participatiu (des de la que adreçar-se i rebre notificacions) (valorar)
 - Xarxes socials:
 - Crear un hashtag per difondre a xarxes (valorar)
 - Banner per a la pàgina participa.gencat.cat (valorar)
 - banners per a les xarxes que s'utilitzin (twitter/ altres?) o butlletins o webs on es puguin penjar (valorar)
 - Vídeo o Infografia animada explicant el procés? O explicant les fases? (valorar)
 - Fer fotos del procés per explicar-lo
 - Etc.
 - **OFF**
 - Tríptic informatiu (valorar)
 - Pòster (valorar)
 - Flyer per repartir (valorar)
 - Altre material

- Per anar explicant com va el procés participatiu
 - Recull d'idees força dels debats i difondre'ls a través de:
 - Butlletí de seguiment de com es va succeint el procés per informar als diferents públics (possibilitat de butlletí, blog al participa.gencat.cat, etc).
 - Informar a responsables polítics.
 - Fer difusió per animar a altres persones a participar a la resta de sessions que puguin quedar.

5. CALENDARI

