**Procés participatiu XXXXXXX**

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](https://participa.gencat.cat/uploads/decidim/attachment/file/1656/2_PLANTILLA_AccionsComunicacio.xlsx) per dur a terme **accions de comunicació i calendaritzar-les**
* [Plantilla](https://participa.gencat.cat/admin/assemblies/gruptreballportalparticipa/attachments/1657/edit) per dur a terme **Difusió a través de xarxes socials**
* [Exemple](https://participa.gencat.cat/admin/assemblies/gruptreballportalparticipa/attachments/1660/edit) de la **comunicació** desenvolupada per al **Procés Participatiu Xarxa Òmnia**
* [User Journey](https://participa.gencat.cat/admin/assemblies/gruptreballportalparticipa/attachments/1659/edit) 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?)**
2. **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.
	1. **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
	1. **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.
	1. **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.
	1. **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 PÒ?
1. **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.
2. **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.
3. **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.**
4. **PÚBLIC OBJECTIU (a qui li volem explicar?)**
5. Actors **que formen part** de l’ecosistema dels Punts Òmnia:
* Persones dinamitzadores
* Persones usuàries
* Persones expertes
* Persones de l’oficina tècnica
1. 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
1. 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.

1. **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=1crrqIBN77QDG8Vr7lju-6pTbMgTgSny1hPeTAyTe70-RjSlAEf5!-550351651>

1. **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
	+ **Suport 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? Alguna 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 noticiable? Alguna entrevista?

* Premsa generalista
* Premsa especialitzada (Identificar en funció de la temàtica PÒ)
* Altres mitjans online: vilaweb, xarxanet, etc.
1. **ACTUACIONS (què cal fer per comunicar allò que volem a qui volem?)**
2. **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.
1. **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.
1. **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.
1. **CALENDARI**

Mes 2

- Contractar empresa comunicació (si cal)

- Elaborar tots els materials (mailings, flyers, pòsters, vídeos)

Mes 3

- Presentació del procés participatiu.

- Començar la difusió.

Mes 1

- Mapa actors

- Elaborar missatges

- Tenir tota la informació a la pàgina web (sessions, eixos, fases)