



Pla de Comunicació
Ajuntament
de Centelles

Versió 1

1. | Introducció

L'Ajuntament de Centelles s'ha proposat enfortir i millorar la seva comunicació interna i externa, per tal de reorganitzar millor els canals i transmetre als seus públics de forma més eficaç les accions que es duen a terme al municipi.

Els apartats d'aquest Pla de Comunicació són:

- **Anàlisi i diagnosi de la comunicació.**

En primer lloc s'ha estudiat la gestió de la comunicació, tant interna com externa, que està realitzant actualment l'Ajuntament per tal de poder identificar els punts de millora.

- **Públics.**

En aquest apartat, s'han definit els diferents perfils als quals es dirigeix l'ajuntament a través del Departament de Comunicació.

- **Objectius.**

Els objectius generals i específics que el Departament de Comunicació vol assolir a través del Pla de Comunicació, s'han fixat en base a les reunions mantingudes amb l'equip de comunicació de l'ajuntament, els materials disponibles a la pàgina web i les mancances comunicatives observades per Sibilare*. Aquests objectius són la base per crear el missatge de tota comunicació que es realitzi.

- **Accions.**

Les accions marcades s'han pensat tenint en compte els objectius del Pla de Comunicació i els públics als que es dirigeix l'Ajuntament. Algunes d'elles són executables a curt termini però d'altres són accions a valorar a llarg termini.

- **Recursos.**

En aquest apartat s'han enumerat les diferents persones que estan relacionades laboralment amb el Departament de Comunicació i les tasques de cada una. També s'inclouen els mitjans amb els quals es compta per fer la feina.

- **Pressupostos.**

La despesa total en cada una de les partides relatives a la comunicació s'ha elaborat amb la informació rebuda per part del consistori en les reunions realitzades i a través del portal de transparència.

- **Indicadors.**

S'inclouen indicadors quantitatius i qualitius per tal d'avaluar els resultats de les accions que s'han dut o es duran a terme.

- **Quadre de comandaments.**

El quadre de comandaments serveix per identificar ràpidament la relació entre cada objectius, acció, públic, recurs i els seus indicadors.

- **Calendari d'actuacions.**

El calendari d'actuacions recull totes aquelles accions, tant les del calendari de festes del municipi com les específiques del Pla de Comunicació i serveix per estructurar la tasca comunicativa.

- **Annexos.**

En els annexos s'inclouen diferents documents que facilitaran la feina del Departament de Comunicació. Aquests documents són:

- *Recomanacions de canvis en la presència a xarxes socials*

Es recullen alguns suggeriments de millores en els canals actualment oberts.

- *Informe mensual de comunicació*

Es presenta un model d'informe mensual de comunicació, excepte xarxes socials.

- *Informe mensual de xarxes socials*

Es presenta un model d'informe mensual de xarxes socials.

- *Manual d'imatge corporativa*

S'han enumerat i explicat els diferents punts que ha d'incloure un manual d'imatge corporativa.

- *Guia d'usos de xarxes socials*

Aquesta guia, a disposició dels encarregats de la gestió de xarxes socials de cada departament, servirà per unificar els criteris en les xarxes i millorar l'eficiència.

- *Comunicació pública en situacions excepcionals o de crisi*

Aquesta guia, a disposició de tot l'equip de comunicació, serveix per gestionar situacions imprevistes.

Aquest Pla de Comunicació ofereix pautes per dur a terme una millora significativa dels processos comunicatius existents al municipi. Es concep com un document de treball amb finalitat eminentment pràctica. En aquest sentit, la seva vigència en el temps i la seva eficàcia aniran relacionats amb la capacitat per incorporar-hi els aprenentatges que es vagin adquirint durant la seva aplicació, és per això que es presenta en un format en el que es poden incorporar, eliminar o modificar les diferents seccions.

2. | Anàlisi i diagnosi de la comunicació

2.1 | Comunicació Interna

Les persones encarregades de coordinar la comunicació són la regidora de comunicació i un tècnic de comunicació.

Es detecten problemes en els fluxos de comunicació interna, que donen lloc a falta de coordinació i solapament de feines i esforços. En concret, per exemple, no té un estil clar ni una metodologia uniforme entre els diferents perfils que hi ha a les xarxes socials: cada departament té les seves xarxes i les gestiona d'una forma diferent, tenint així problemes particulars, sense haver-hi gairebé interrelació entre les xarxes de diferents departaments tot i que comparteixen la mateixa informació.

Actualment, no es fan reunions periòdiques específiques entre les diferents regidories i aquestes no tenen estipulat un sistema de comunicació entre elles. Si és possible, en les reunions generals caldria reservar espais per parlar de comunicació: per exemple, una vegada al mes, per mostrar els indicadors i per presentar les accions futures.

| 5

2.2 | Comunicació Externa

2.2.1 | Xarxes socials

L'ajuntament està present a Facebook amb una pàgina oficial, que té 2.516 seguidors. És una pàgina on es comparteixen cartells d'esdeveniments en forma d'imatge però molt sovint no s'acompanyen d'un escrit. Aquesta manera de gestionar-la -la publicació d'imatges sense acompanyar-les d'un text- s'ha repetit en altres pàgines com la del Punt Jove.

També està present a Youtube, en un canal que compta amb 23 subscriptors i que té 42 vídeos publicats. Aquests vídeos són informatius sobre el poble i sobretot enfocats a mostrar els atractius turístics del mateix. No obstant, aquest canal no té imatge al baner ni descripció.

No té, en canvi, un usuari de Twitter actualitzat.

No obstant això, aquesta presència oficial conviu amb una gran diversitat de canals oberts per diferents departaments: a aquest document, més endavant, hi figura una relació completa.

2.2.2 | Web

La pàgina web, www.centelles.cat es troba en procés d'actualització. Actualment la gestiona una persona externa, que rep la informació dels diferents departaments i la publica.

2.2.3 | Butlletí municipal

L'Ajuntament de Centelles disposa d'un breu butlletí municipal de quatre pàgines en blanc i negre d'uns 900 exemplars que s'envia a unes 200 persones via correu normal i que resumeix la informació principal del municipi i l'agenda d'activitats. Uns 100 més es deixen a punts concrets de la vila.

L'alternativa és l'agenda electrònica, que s'envia a unes 450 adreces.

En aquest butlletí es troben les notícies sobre els principals canvis en el poble o els actes que hi han tingut lloc. En l'última pàgina, s'inclou l'agenda d'activitats del mes corresponent. La informació va acompanyada de fotografies i es poden trobar els enllaços a les xarxes socials.

La publicació independent *El Portal de Centelles* encarta aquest butlletí. De fet, presenta una maquetació molt similar. Té una tirada de 600 exemplars.

Seria interessant revisar aquesta distribució, perquè no arriba a tothom i en el cas dels compradors d'aquesta revista podria arribar per dues vegades a les mateixes persones. Es pot recomanar fer una bustiada a les 3.000 llars.

2.2.4 | Política de subvencions

La política de subvencions està publicada al Butlletí Oficial de la Província de Barcelona i data de juny de 2008. S'hi pot accedir a través del portal de transparència de la mateixa web de l'Ajuntament.

En ella es troba tota la informació relativa a la quantia, el mètode de concessió, sol·licitud, etcètera.

També al portal de transparència hi ha un apartat per publicar les subvencions i ajuts atorgat, tot i que encara no hi ha material penjat.

D'altra banda, s'ha publicat recentment un document que resumeix els criteris del consell de cooperació i solidaritat de Centelles per a la selecció de projectes de cooperació al desenvolupament.

2.3 | Anàlisi DAFO

2.3.1 | Debilitats

- La falta de coordinació interna.
- Absència de reunions periòdiques o d'un sistema establert de comunicació.
- Manca d'una línia coherent de comunicació entre els diferents departaments.

2.3.2 | Amenaces

- Pèrdua de rellevància de l'Ajuntament com a veu a l'opinió pública
- Confusió respecte el suport i la implicació de l'ajuntament en les iniciatives del poble, degut a la manca d'una guia d'imatge corporativa.

2.3.3 | Fortaleses

- Bon funcionament d'alguns perfils de xarxes, dels quals se'n poden importar bones pràctiques.
- Correcció i qualitat d'algunes de les publicacions, com les guies turístiques i el programa de la Festa Major.

2.3.4 | Oportunitats

- Nova pàgina web, d'aparició imminent.
- Bona predisposició de l'equip de comunicació a fer canvis.
- Estudi imminent de com funciona l'Oficina d'Atenció al Ciutadà i com funciona la RSC de l'Ajuntament, que pot complementar aquest pla de comunicació

3. | Públics

En aquest apartat es defineixen els públics principals als quals cal dirigir la comunicació. El més evident, i que d'alguna manera n'és el principal i més general, és la ciutadania. Els altres tres rebran la comunicació general que es dirigeixi a la ciutadania tot afegint-hi missatges específics: són el personal de l'ajuntament, el teixit associatiu i el teixit empresarial. Els mitjans de comunicació també es tenen en compte, però no se n'ha volgut fer-ne un públic específic, per tal de destacar que són sempre un mitjà: s'han atendre les seves peticions, i exerceixen una funció molt important en el règim democràtic; des de la comunicació de l'Ajuntament es tindrà present això, però a més es pensarà sempre en el públic al qual arribarà la informació que es comparteix amb cada mitjà.

3.1 | Ciutadania

Els ciutadans del municipi, en tant que principals subjectes de l'acció que realitza el consistori, han de rebre l'actualitat del què passa al poble i poder comunicar les seves queixes i propostes. Entre la informació que han de rebre destaquen les decisions preses pel consistori, les notícies, els esdeveniments i actes que s'hi organitzen i altres peces informatives que puguin ser rellevants.

| 8

Centelles té una població de 7.372 habitants¹, dels quals 6.055 són majors de 16 anys².

Grup d'edat	Població (2015)	Percentatge
De 0 a 19 anys	1575	21,36%
De 20 a 39 anys	1829	24,81%
De 40 a 59 anys	2215	30,05%
De 60 a 79 anys	1277	17,32%
Més de 80 anys	476	6,46%

La majoria de la població a la que es dirigirà el departament de comunicació és menor de 59 anys i això s'ha de tenir en compte a l'hora de preparar els materials i decidir els canals que s'utilitzaran.

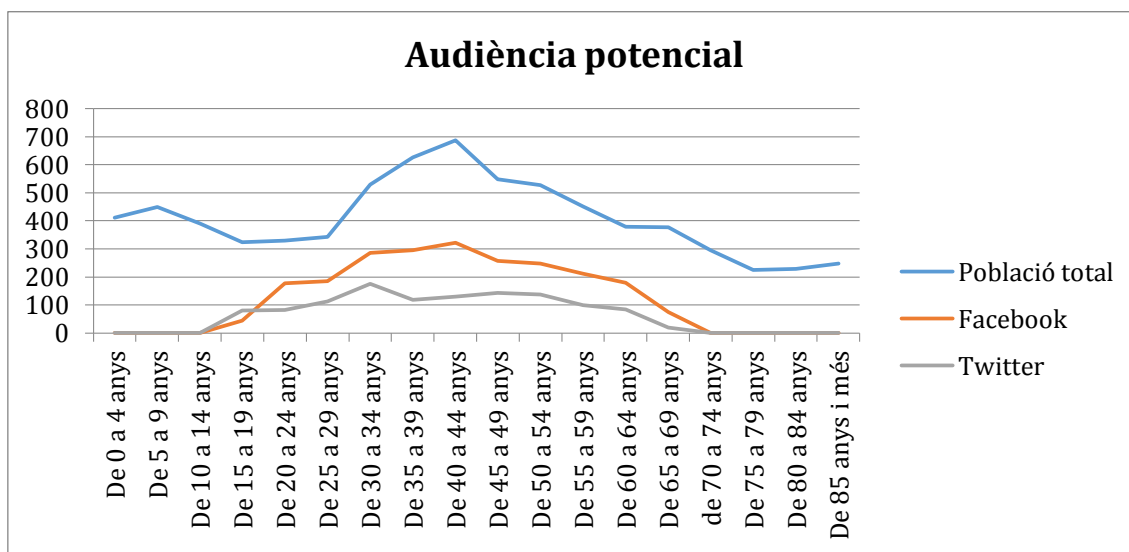
Per altra banda, gairebé el 50% de la població és menor de 39 anys i pot resultar molt més efectiu fer la difusió a través d'internet que a través del butlletí.

El públic potencial a xarxes socials s'ha calculat tenint en compte els paràmetres de l'estudi realitzat per l'OBS sobre 'l'ús de les xarxes socials dependent del grup

¹ <http://www.idescat.cat/pub/?id=censph&n=10&geo=mun:080673>

² <http://www.observatorisocioeconomicosona.cat/index.php?seccio=tauladedades&informe=5>

d'edat.' En el cas de Centelles, el públic potencial a Facebook és de 2.285 persones i el de Twitter és de 1.183.



En el cas de Facebook, actualment hi ha més seguidors a la pàgina que la capacitat potencial (2.482) i això pot ser per persones que siguin dels pobles del costat i s'interessin per les activitats, per persones que tot i no viure a Centelles hi treballin i per persones que en algun moment han viscut a Centelles i que ara es trobin fora.

| 9

Per fer-ho i personalitzar més els materials, es pot utilitzar l'eina d'anàlisi que tenen les pròpies xarxes socials i que permet obtenir estadístiques sobre l'edat, sexe i ubicació de l'audiència per així poder construir millor l'estratègia comunicativa.

3.2 | Personal de l'ajuntament

Totes les persones que treballen a l'ajuntament han de disposar de la informació municipal actualitzada per tal de millorar l'atenció que fan a la ciutadania. Si bé una part important del personal de l'ajuntament és alhora part de la ciutadania de Centelles, la naturalesa de la tasca que desenvolupen requereix que rebin informació específica, relativa a la seva feina i a la d'altres departaments així com la situació del municipi.

En tant que públic a tenir present en aquest pla de comunicació, els treballadors són considerats públic intern. A més de la informació d'interès per la ciutat o de serveis de l'ajuntament, cal assegurar que hi ha vies per a què puguin satisfer les seves demandes d'informació relatives a la política de personal del contractador, en aquest cas l'ajuntament.

3.3 | Teixit associatiu

El teixit associatiu dinamitza el municipi organitzant esdeveniments i projectes i d'altra banda es tracta d'un pas intermedi de comunicació amb la ciutadania en una doble direcció, ja que les associacions poden transmetre amb major capacitat les informacions que l'ajuntament els transmeti, i també les associacions poden fer arribar a l'ajuntament preocupacions o demandes de la ciutadania, de qui en coneixen potser millor algunes circumstàncies.

Segons la pàgina web, a Centelles hi ha 32 entitats, 17 de les quals són esportives i la resta es dediquen a àmbits que van des de l'acció social, a la difusió cultural i l'àmbit educatiu.

3.4 | Empreses

Les empreses que desenvolupen la seva activitat econòmica a Centelles, han de rebre informació, sobretot relativa a la normativa que les afecta i als canvis que puguin tenir efecte en els seus negocis.

Els sectors en els que es distribueix l'activitat industrial són els següents:

| 10

INDÚSTRIES / ACTIVITAT INDUSTRIAL CENTELLES	
Alimentació	4
Tèxtil	9
Arts gràfiques	3
Ind. Químiques	9
Fab. Prod. Min. No metal·lics	2
Metal·lúrgia	23
Fab. Prod. Informàtics	7
Fab. Mobles	6
emmagatzematge / transport	7
	70

L'activitat econòmica del municipi, segons la guia comercial i de Serveis de Centelles, es divideix en el següents sectors:

Sector	Número d'empreses
Agricultura	3
Indústria	57
Construcció	22
Serveis	124
Bars i restaurants	32
Perruqueries	18
Gestora i assegurances	11
Moda	10
Altres	53

4. | Objectius

4.1 | Objectiu general

L'objectiu general del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Centelles, és transmetre amb claredat, rapidesa i eficiència a la ciutadania les accions que es duen a terme des del Consistori, especialment per facilitar la seva participació en la presa de decisions i l'ús dels serveis als quals tenen dret.

4.2 | Objectius específics

4.2.1 | Millorar la comunicació interna

Se cerca millorar la comunicació entre departaments dintre del mateix ajuntament de manera que els primers beneficiaris i difusors d'aquests objectius de comunicació siguin els mateixos empleats. Entre d'altres punts, se cerca que la imatge corporativa sigui sempre harmònica, amb independència del departament d'on surti el material.

4.2.2 | Optimitzar els recursos

Optimitzar els recursos destinats a la comunicació és un dels objectius específics, per aconseguir arribar a una comunicació eficient en base als recursos disponibles a l'Ajuntament.

4.2.3 | Optimitzar els canals

L'existència de diferents canals comunicatius i l'obertura de noves plataformes cada dia, fa especialment difícil triar-ne una adequada i sobretot eliminar aquelles que no ho són. No obstant, estar present a tots els canals pot ser contraproductiu i per tant s'ha d'optimitzar aquesta presència.

4.2.4 | Promocionar el patrimoni i la cultura

Es tracta d'un poble amb molta participació activa i s'ha de promocionar entre la ciutadania l'ampli ventall d'oferta cultural que hi ha, la tradició municipal i la posada en valor de les festes i del patrimoni municipal.

4.2.5 | Desenvolupar els compromisos estipulats en el Pla de Mandat 2015-2019

Els compromisos relatius a la comunicació que té l'equip de govern per la legislatura 2015-2019 i que es troben recollits en el Pla de Mandat vigent actualment són els següents:

- Prevenició del consum d'alcohol
- Creació d'espais de participació i opinió
- Gestió transparent i bones pràctiques
- Potenciació de l'ús de xarxes socials
- Prevenició i sensibilització a la Festa Major
- Sensibilització de conductes cíviqes i mobilitat sostenible
- Impuls de la nova pàgina web municipal
- Habilitació de punts Wi-Fi
- Impuls de la RSC

5. | Accions

Tenint en compte la informació que s'ha exposat fins ara, les accions a dur a terme són les següents:

5.1 | Estructura del departament de comunicació

5.1.1 | Planificar les activitats comunicatives

És molt important planificar les actuacions a dur a terme durant l'any per assegurar el compliment dels objectius. En l'annex a aquest document s'adjunta un calendari simplificat on s'inclouen tant les actuacions puntuals com les accions transversals. Aquest calendari s'ha de respectar en la mesura del possible, entenent els canvis que seran necessaris segons la ruta i les activitats del poble i sent flexible quan sigui necessari.

La coordinació amb les revistes comarcals amb què es té acord és important en aquest punt, ja que s'encarregarà de publicar algunes de les actuacions que realitza l'ajuntament, segons s'ha acordat amb la persona responsable.

També és important planificar les publicacions que hi haurà a la pròpia pàgina web, ja que d'elles dependrà també el butlletí digital i part del contingut de les xarxes socials.

| 14

5.1.2 | Crear la figura gestora de continguts

Hi ha d'haver una persona que s'encarregui de gestionar els continguts que són interessants per ser publicats.

Aquesta persona, ha d'estar informada sobre les novetats del poble i estar en contacte amb els responsables de cada departament per assegurar-se de no perdre informació rellevant.

5.1.3 | Disposar d'un Pla de Comunicació de crisi

En cas que hi hagi un esdeveniment inesperat a l'Ajuntament pel qual s'hagi de realitzar una comunicació urgent, és important disposar d'un pla de comunicació de crisi per evitar que la gestió de la situació depengui de la persona que estigui disponible en aquell moment, i aconseguir que es tracti d'una actuació amb unes pautes consensuades dins del Departament de Comunicació. Annex a aquest document, es troba un exemple de Pla de Comunicació de crisi.

5.2 | Imatge municipal

5.2.1 | Unificar la imatge corporativa

S'ha de disposar d'un manual d'identitat corporativa, seguint el guió que s'adjunta a l'annex, que serveixi per unificar la imatge que donen tots els departaments i que estigui a disposició d'aquelles entitats del teixit associatiu que s'hi vulguin afegir. Així doncs, s'han de dissenyar els logotips oficials en diverses mides i posar-los a disposició pública dels interessats, així com la font que es fa servir, els codis dels colors oficials i la informació de contacte.

Al mapa municipal, per exemple, no figura el logotip de l'Ajuntament i és important corregir aquest aspecte per dotar-lo de l'oficialitat necessària.

El tècnic de comunicació s'haurà d'encarregar que tots els departaments tinguin aquest manual d'identitat corporativa i l'estiguin respectant així com supervisar la cartelleria realitzada per diferents entitats.

5.2.2 | Centralitzar les activitats de disseny

Per tal d'evitar tenir materials comunicatius diferents i per poder planificar millor els encàrrecs i així reduir costos transaccionals, es recomana centralitzar el disseny dels fulletons en dues persones externes a l'Ajuntament, que es defineixin a l'inici del període i siguin referents.

L'opció que es planteja és la de fer paquets de feina per encarregar i tancar acords específics amb cada una de les persones, separant i distingint bé la feina de la que s'ha d'encarregar cada una. Així doncs, tots els materials que a dia d'avui s'estan fent a través de diferents vies, els farien només dues persones.

5.2.3 | Definir el lema oficial del municipi

Actualment, es fan servir dos lemes quan es fan campanyes a Centelles. Per una banda "Centelles és màgia" i per l'altra "Centelles, portal del comerç". S'ha de triar un lema que serà l'oficial a partir de l'any 2017. Per les reunions realitzades amb el personal responsable de comunicació, s'ha conclòs que el lema que millor defineix el què es vol transmetre a la ciutadania és "Centelles és màgia" i per tant serà el que s'emprarà d'ara endavant, utilitzant "Centelles, portal del comerç" exclusivament en esdeveniments comercials i puntualment.

5.3 | Comunicació interna

5.3.1 | Celebrar reunions periòdiques

Es recomana establir un calendari de reunions a les que assisteixin responsables dels diferents departaments, que s'encarreguin de transmetre la informació del seu departament a la resta. Aquestes reunions haurien de tenir com a objectiu consensuar la veu que tindrà el consistori a la comunicació que es dugui a terme per qualsevol de les vies disponibles. Així, es tractaran els temes que cada regidoria/àrea vol que es tractin i com volen que es tractin, de forma que a partir d'aquest punt, el departament de comunicació tingui tota la potestat. Si bé es poden espaiar temporalment com es cregui convenient, això no implica que no es puguin convocar reunions extraordinàries per un esdeveniment concret. Així mateix, la persona responsable de la comunicació hauria de tenir accés directe a qualsevol dels encarregats de cada àrea en cas que esclati una crisi a la que s'hagi de donar resposta.

5.3.2 | Crear un calendari intern

S'ha proposat en diverses ocasions la creació d'un calendari en línia. És una bona idea que complementarà molt bé les reunions periòdiques.

| 16

Idealment, el tècnic de comunicació rebrà els esdeveniments que organitzen els diversos departaments i serà l'encarregat d'actualitzar l'agenda comú dels esdeveniments del poble assegurant-se que no hi hagi solapaments i que tots els esdeveniments d'interès ciutadà s'anunciïn.

5.3.3 | Crear una newsletter interna

Actualment no hi ha cap mètode pel qual els treballadors puguin conèixer l'actualitat municipal més que a través dels canals disponibles per a tota la ciutadania. Sovint, la informació que es comparteix en aquests canals és limitada i hi ha molts aspectes rellevants per als treballadors que no ho són per la resta d'habitants del municipi. La creació d'una newsletter interna, dirigida exclusivament a treballadors municipals facilitarà la disponibilitat de la informació per tots ells i per tant millorarà la seva feina de cara a la ciutadania. Pel que fa al contingut, no hi ha inconvenient que sigui el mateix que la newsletter externa.

5.4 | Comunicació offline

5.4.1 | Gestionar la comunicació de festes

De cara a les Festes del poble, s'han d'elaborar plans específics per cada una, que incloguin recomanacions i informació específica relativa a aquella festa. En aquest Pla de comunicació s'ha de preveure la implicació de terceres parts que organitzin activitats rellevants en el marc de les diferents festes municipals.

5.4.2 | Redissenyar i millorar el butlletí municipal

D'acord amb les pautes establertes al manual d'identitat corporativa, s'ha de redissenyar el butlletí municipal per tal de fer-lo més atractiu i fer-lo visiblement diferent en quan a maquetació i format al Portal de Centelles, per aclarir que es tracten de dues entitats diferents i que no hi hagi confusió entre la ciutadania. D'altra banda, convindria millorar la distribució, de manera que arribi a tothom i no es puguin generar duplicitats.

5.5 | Comunicació online

5.5.1 | Gestionar la pàgina web

A diferència de l'estructura de l'actual pàgina web, la nova web haurà de ser més senzilla i intuïtiva i, sobretot, incloure de forma visible els enllaços a les diferents xarxes socials, sense que l'usuari hagi de fer un gran esforç per trobar-los.

Per altra banda, el circuit per publicar notícies a la pàgina web és un sistema lent i que pot fer que hi hagi temes que no s'actualitzin a temps, pel què s'hauria de valorar si el tècnic de comunicació ha de tenir la capacitat de publicar aquelles coses més urgents. Es pot elaborar un document consensuat entre els diferents departaments i el tècnic encarregat de la pàgina web, de forma que aquest pugui publicar alguns continguts sense necessitat de realitzar tot el procés.

5.5.2 | Crear una newsletter

Per tal de millorar la comunicació amb la ciutadania, es crearà una bústia de subscripció digital, i els ciutadans i ciutadanes que així ho desitgin rebran les novetats al seu correu electrònic. El botó o enllaç per accedir a aquesta bústia de subscripció ha de ser visible a la pàgina web.

La base de dades que conté aquests correus electrònics i la informació relacionada ha d'estar donada d'alta al Registre General de Protecció de Dades de l'Agència Espanyola de Protecció de Dades i respectar i complir amb la LOPD.

5.5.3 | Ordenar la presència a les xarxes socials

Centelles és un municipi amb poc més de 7.000 habitants i actualment disposa de molts perfils i pàgines oberts a diferents xarxes socials. Això dificulta la feina del Departament de Comunicació ja que han d'estar pendents de molts canals i gestionar moltes comunitats diferents.

Per reduir el volum d'aquesta tasca i millorar la comunicació, es recomana ordenar la presència de les xarxes socials tal com s'indica a l'annex "Presència a Xarxes Socials".

Les accions a prendre seran, a grans trets, mantenir un canal principal i alguns secundaris però seguint un criteri que justifiqui la seva existència.

S'actualitzarà la pàgina web, que recollirà tota la informació i es prescindirà de webs secundàries, convertint-les en apartats dins de la pàgina web principal.

5.5.4 | Disposar d'una guia d'usos de xarxes socials

En l'annex d'aquest document s'adjunta una guia d'usos de les diferents xarxes socials que ha de servir al personal encarregat de la comunicació en línia a estructurar la seva tasca. En ella també s'estableixen els criteris específics d'obertura i tancament de xarxes i algunes pautes en quant a la interacció amb els seguidors.

| 18

5.5.5 | Gestionar Facebook

Cal dotar la pàgina de personalitat pròpia a l'hora que s'enllacen altres pàgines institucionals del poble per a què la ciutadania tingui constància que la informació, tot i estar centralitzada, es pot trobar de forma més específica a altres llocs. Això també millorarà la visibilitat de les altres pàgines i reduirà els esforços que ha de realitzar l'ajuntament ja que algunes publicacions es podran compartir amb un sol clic d'una altra pàgina.

Hi ha dues pàgines de Facebook que realment són perfils de persona: Espai Jove i Ratafia. Això és un error a corregir ja que va en contra de la normativa de Facebook i pot provocar el tancament inesperat d'alguna d'aquestes pàgines. Per evitar aquestes situacions en el futur, és recomanable impartir formació a les persones encarregades de la creació i manteniment dels diferents perfils de l'ajuntament i l'elaboració d'un manual d'usos de les xarxes socials.

5.5.6 | Gestionar Twitter

El perfil a Twitter s'ha d'actualitzar, canviant la imatge de perfil i portada i adaptant el nom. Una recomanació en quant al nom és seguir el patró @ajcentelles.

Aquest perfil serviria per anunciar els diferents esdeveniments del municipi i compartir notícies que puguin ser rellevants per als ciutadans a l'hora que es potencia la interacció amb els mateixos.

5.5.7 | Gestionar Youtube

El canal de Youtube s'ha d'impulsar amb la incorporació d'una imatge de baner i una descripció. Un cop fet això, s'haurà de fer difusió d'aquest canal a les xarxes per promocionar-lo.

5.6 | Impulsar la RSC

L'Ajuntament de Centelles s'ha de posicionar com una entitat socialment responsable i per fer-ho ha d'impulsar la seva RSC i promocionar millores econòmiques, socials i mediambientals.

5.7 | Mitjans de comunicació

| 19

5.7.1 | Monitoritzar notícies sobre el municipi

Seria interessant compartir les notícies publicades sobre Centelles i per fer-ho s'ha de fer una monitorització del què es diu a les xarxes, així es podrà captar qualsevol menció als mitjans de comunicació i es podrà reaccionar a allò que s'està dient sobre el poble.

5.7.2 | Elaborar base de dades de mitjans de comunicació

Per tal d'agilitzar la comunicació amb els mitjans de comunicació i la difusió de les notes de premsa, s'ha d'elaborar una base de dades amb els contactes actualitzats dels mitjans de comunicació, tant locals com nacionals, i que estigui sempre a disposició de la regidora, o la persona responsable en cada mandat.

6. | Recursos

6.1 | Recursos humans

Tot i que actualment ja hi ha un tècnic de comunicació i una regidora, s'ha de reforçar la seva figura i sobretot millorar la seva credibilitat interna cap als tècnics i l'equip de govern, de forma que la informació pugui quedar ben estructurada i centralitzada, tenint els fluxos informatius clars i les figures referents ben definides. Les persones implicades en el procés comunicatiu són les següents:

6.1.1 | Coordinador/a de continguts

En la mesura del possible, es preveu la incorporació d'una persona que s'encarregui de gestionar els continguts a penjar a la pàgina web.

Aquesta persona haurà de redactar el contingut i publicar 15 notícies al mes, renovant de forma setmanal per tal que cada setmana hi hagi tres notícies noves a l'apartat de novetats de la pàgina. Aquestes notícies podran ser: informació oficial de l'Ajuntament, informació relativa a la gestió de govern (projectes nous, acords de govern, pressupostos, mocions...) i activitats de les diferents regidories i serveis. En línia amb això, s'encarregarà de gestionar les "newsletters" municipals. Setmanalment, s'enviaran newsletters amb les notícies noves i l'agenda d'activitats per aquella setmana.

| 20

Mensualment, s'enviarà una newsletters amb les notícies més destacables d'aquell període, que probablement coincidiran amb les del butlletí municipal. Finalment, s'encarregarà de la redacció i difusió de les notes de premsa i l'atenció als mitjans, de convocar les rodes de premsa i de gestionar els anuncis aprovats per la regidoria.

6.1.2 | Tècnic de comunicació

El tècnic de comunicació s'haurà d'encarregar de validar tots els materials comunicatius que s'elaborin i s'hagin de publicar, en paper o en digital, per assegurar que respecten la identitat corporativa establerta al manual.

Fins ara, cada departament s'ha encarregat de la gestió de les seves xarxes socials i per tant l'equip era dispers. A partir d'ara, idealment la supervisió d'aquestes està centralitzada en el tècnic de comunicació, que a més de gestionar directament les xarxes socials principals, s'encarregaria d'assegurar que les secundàries segueixen la identitat corporativa i que no s'obren més perfils dels necessaris. A final de cada

mes, presentarà un informe com el que s'adjunta en l'annex que permetrà avaluar la feina duta a terme.

Una altra de les tasques que haurà de dur a terme és la de gestionar la comunicació interna i externa.

També hauria de portar la comunicació ordinària de l'ajuntament, disseny de cartells, plans de comunicació per a cada esdeveniment, relació amb els mitjans quan volen informació, etc.

6.1.3 | Regidora de comunicació

La regidor o regidor de comunicació de cada mandat serà la persona encarregada de validar el calendari de publicacions i els acords publicitaris. Ha de vetllar, juntament amb el tècnic de comunicació, del bon funcionament del departament de comunicació i de la tasca comunicativa del consistori en general.

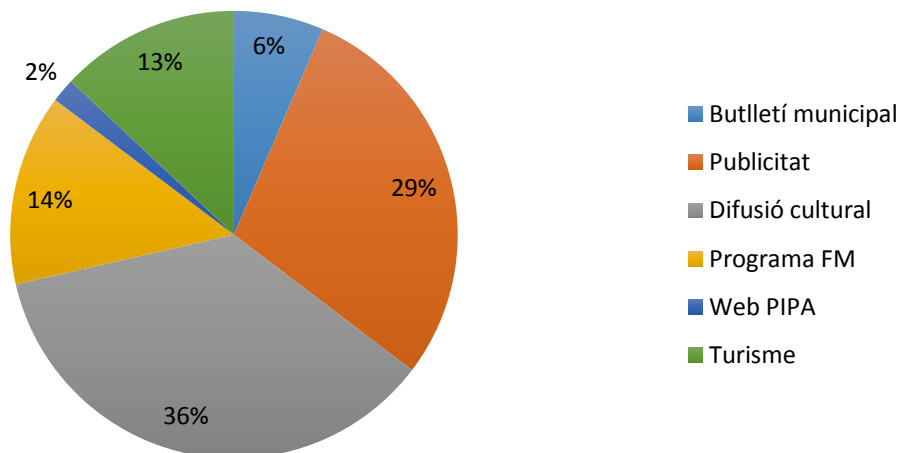
6.1.4 | Secretaria d'alcaldia

La secretaria d'alcaldia és la responsable d'enviar els continguts a publicar al coordinador o la coordinadora de la web.

Des de la visió global del consistori, ha de garantir que s'informa als ciutadans de les accions més importants i que és fa de forma ordenada.

6.2 | Recursos materials

Pressupost



Concepte	Pressupost
Butlletí municipal	4.500
Publicitat	20.000
Difusió cultural	25.000
Programa FM	9.600
Web PIPA	1.200
Turisme	9.000
Total	60.600

| 22

Segons les dades proporcionades pel consistori, el 36% del pressupost es va destinar a la difusió cultural, el 29% a la publicitat i el 14% a l'elaboració del programa de la Festa Major.

El pressupost total dedicat a la comunicació va ser de 60.600 però no inclou els sous de les persones que desenvolupen aquestes tasques.

Convindria estimar quina part del pressupost es destina a cadascuna de les accions, i d'acord amb els prioritats que s'estableixin fer-ne el repartiment de recursos.

7. | Indicadors

Acció	Indicadors
1. Planificar les activitats comunicatives	Accions planificades Accions planificades i realitzades Accions no planificades i realitzades Accions planificades i no realitzades
2. Crear la figura gestora de continguts	Valoració de la regidora
3. Disposar d'un Pla de Comunicació de crisi	Persones que disposen del Pla
4. Unificar la imatge corporativa	Persones que disposen del manual Materials supervisats Materials corregits
5. Centralitzar les activitats de disseny	Número de dissenyador/es Número de materials elaborats Cost total
6. Definir el lema oficial del municipi	Vegades que s'empra el nou lema Valoració subjectiva de la regidora
7. Celebrar reunions periòdiques	Número de reunions celebrades Temps entre reunions Número d'assistents a les reunions
8. Crear un calendari intern	Número d'activitats mostrades al calendari Número de visites al calendari
9. Crear una newsletter interna	Subscriptors a la newsletter Correus electrònics enviats

	Percentatge d'obertura
10. Gestionar la comunicació de festes	Número de festes anunciades Número de publicacions relatives a festes "Engagement" generat
11. Redissenyar el butlletí municipal	Valoració de la ciutadania i del personal de l'ajuntament Cost del disseny
12. Gestionar la pàgina web	Número de notícies publicades Número de visites Visitants únics Pàgines visitades
13. Crear una newsletter	Número de subscriptors Correus electrònics enviats Percentatge d'obertura
14. Ordenar la presència a les xarxes socials	Número de perfils i pàgines supervisades
15. Disposar d'una guia d'usos de xarxes socials	Persones que disposen de la guia
16. Gestionar Facebook	Seguidors M'agrada Comentaris Comparticions Publicacions

17. Gestionar Twitter	Seguidors Seguits Tweets Retweets M'agrada Mencions Impressions
18. Gestionar Youtube	Vídeos publicats Visites Subscriptors
19. Impulsar la RSC	Valoració de la regidora Valoració de la ciutadania
20. Monitoritzar notícies sobre el municipi	Número de notícies monitoritzades
21. Elaborar un document de relació amb els mitjans de comunicació	Mitjans amb els que es té relació Notícies enviades Notícies publicades Peticions de contacte rebudes

| 25

8. | Quadre de comandaments

Acció	Objectius	Públic	Recursos	Indicadors
1. Planificar les activitats comunicatives	Optimitzar els recursos Optimitzar els canals comunicatius	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació Coordinador/a de continguts Tècnica de comunicació	Accions planificades Accions planificades i realitzades Accions no planificades i realitzades Accions planificades i no realitzades
2. Crear la figura gestora de continguts	Optimitzar els recursos	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació	Valoració de la regidora
3. Disposar d'un Pla de Comunicació de crisi	Optimitzar els recursos Optimitzar els canals comunicatius	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació Secretaria d'alcaldia Coordinador/a de continguts Tècnic de comunicació	Persones que disposen del Pla
4. Unificar la imatge corporativa	Optimitzar els canals comunicatius	Personal de l'ajuntament, Empreses, Teixit associatiu	Regidora de comunicació Tècnic de comunicació Coordinador/a de continguts	Persones que disposen del manual Materials supervisats Materials corregits

5. Centralitzar les activitats de disseny	Optimitzar els recursos	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació	Número de dissenyador/es Número de materials elaborats Cost total
6. Definir el lema oficial del municipi	Promocionar el patrimoni i la cultura	Personal de l'ajuntament, Empreses, Ciutadania	Regidora de comunicació	Vegades que s'empra el nou lema Valoració subjectiva de la regidora
7. Celebrar reunions periòdiques	Millorar la comunicació interna	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació	Número de reunions celebrades Temps entre reunions Número d'assistents a les reunions
8. Crear un calendari intern	Millorar la comunicació interna	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació Tècnic de comunicació	Número d'activitats mostrades al calendari Número de visites al calendari

<p>9. Crear una newsletter interna</p>	<p>Millorar la comunicació interna</p>	<p>Personal de l'ajuntament</p>	<p>Regidora de comunicació Tècnic de comunicació</p>	<p>Subscriptors a la newsletter Correus electrònics enviats Percentatge d'obertura</p>
<p>10. Gestionar la comunicació de festes</p>	<p>Promocionar el patrimoni i la cultura Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu</p>	<p>Regidora de comunicació Secretaria d'alcaldia Coordinador/a de continguts Tècnic de comunicació</p>	<p>Número de festes anunciades Número de publicacions relatives a festes "Engagement" generat</p>
<p>11. Redissenyar el butlletí municipal</p>	<p>Promocionar el patrimoni i la cultura Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu</p>	<p>Regidora de comunicació</p>	<p>Valoració de la ciutadania i del personal de l'ajuntament Cost del disseny</p>

<p>12. Gestionar la pàgina web</p>	<p>Optimitzar els recursos</p> <p>Promocionar el patrimoni i la cultura</p> <p>Optimitzar els canals comunicatius</p> <p>Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament,</p> <p>Ciutadania, Empreses</p> <p>Teixit associatiu</p>	<p>Regidora de comunicació</p> <p>Secretaria d'alcaldia</p> <p>Coordinador/a de continguts</p>	<p>Número de notícies publicades</p> <p>Número de visites</p> <p>Visitants únics</p> <p>Pàgines visitades</p>
<p>13. Crear una newsletter</p>	<p>Optimitzar els recursos</p> <p>Promocionar el patrimoni i la cultura</p> <p>Optimitzar els canals comunicatius</p>	<p>Personal de l'ajuntament,</p> <p>Ciutadania, Empreses</p> <p>Teixit associatiu</p>	<p>Coordinador/a de continguts</p>	<p>Número de subscriptors</p> <p>Correus electrònics enviats</p> <p>Percentatge d'obertura</p>
<p>14. Ordenar la presència a les xarxes socials</p>	<p>Optimitzar els recursos</p> <p>Promocionar el patrimoni i la cultura</p> <p>Optimitzar els canals comunicatius</p> <p>Desenvolupar compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament,</p> <p>Ciutadania, Empreses</p> <p>Teixit associatiu</p>	<p>Regidora de comunicació</p> <p>Tècnic de comunicació</p>	<p>Número de perfils i pàgines supervisades</p>

<p>15. Disposar d'una guia d'usos de xarxes socials</p>	<p>Optimitzar els recursos Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament,</p>	<p>Tècnic de comunicació</p>	<p>Persones que disposen de la guia</p>
<p>16. Gestionar Facebook</p>	<p>Optimitzar els recursos Promocionar el patrimoni i la cultura Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat</p>	<p>Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu</p>	<p>Tècnic de comunicació</p>	<p>Seguidors M'agrada Comentaris Comparticions Publicacions</p>
<p>17. Gestionar Twitter</p>	<p>Optimitzar els recursos Promocionar el patrimoni i la cultura Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els</p>	<p>Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu</p>	<p>Tècnic de comunicació</p>	<p>Seguidors Seguits Tweets Retweets M'agrada Mencions Impressions</p>

	compromisos del Pla de Mandat			
18. Gestionar Youtube	Optimitzar els recursos Promocionar el patrimoni i la cultura Optimitzar els canals comunicatius Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat	Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu	Tècnic de comunicació	Vídeos publicats Visites Subscriptors
19. Impulsar la RSC	Desenvolupar els compromisos del Pla de Mandat	Personal de l'ajuntament, Ciutadania, Empreses Teixit associatiu	Regidora de comunicació	Valoració de la regidora Valoració de la ciutadania
20. Monitoritzar notícies sobre el municipi	Optimitzar els recursos Optimitzar els canals comunicatius	Personal de l'ajuntament	Coordinador/a de continguts	Número de notícies monitoritzades
21. Elaborar un document de relació amb els mitjans de	Optimitzar els recursos Promocionar el patrimoni i la cultura	Personal de l'ajuntament	Regidora de comunicació Coordinador/a de continguts	Mitjans amb els que es té relació Notícies enviades

comunicació	Optimitzar els canals comunicatius			Notícies publicades Peticions de contacte rebudes
--------------------	------------------------------------	--	--	--

9. | Calendari de treball

Mes	Esdeveniment
Gener	Promoció dels nous punts Wi-Fi a Plaça Major, El Passeig, Pavelló Municipal i a la piscina d'Estiu. Cicle de Teatre Familiar Cavalcada de reis Cau de bruixes
Febrer	Impulsar la campanya de sensibilització de conductes cíviques i mobilitat sostenible: compres a peu, hàbitats saludables i conductes cíviques. Carnestoltes Promoció del premi de relat breu
Març	Organitzar espais de participació ciutadana Impulsar la gestió transparent, apropant l'administració al poble Promoció del mercat setmanal Setmana de prevenció de consum de drogues
Abril	Diada de Sant Jordi Duets de Jazz
Maig	Festa de la Cooperació Elaborar un recull de bones pràctiques de comunicació local pública.
Juny	Sant Joan Fira de la Ratafia
Juliol	Campanya per potenciar hàbits saludables entre els joves Festes d'estiu Nits de piscina

	Caminada nocturna
Agost	Festa Major d'Estiu i prevenció i sensibilització per conscienciar el jovent sobre els perills.
Setembre	Campanya de prevenció de consum d'alcohol Festa Major d'Estiu i prevenció i sensibilització per conscienciar el jovent sobre els perills.
Octubre	Organitzar espais de participació ciutadana Caminada popular Vesprades de tardor (Música)
Novembre	Planificar calendari de publicacions del proper període Trobada de Teatre Concert de Santa Cecília Campanya contra la violència de gènere
Desembre	Campanya de prevenció de consum d'alcohol Fira de la Tòfona Centelles és màgia per Nadal Festa major d'hivern Cap d'Any

10. | Annexos

10.1.1 | Recomanacions de canvis en la presència xarxes socials

Xarxa Actual	Seguidors	Canvis
CANALS OFICIALS		
Facebook @ajuntamentcentelles	2516	Canviar l'estil de publicació afegint textos Incorpora-hi el contingut de la resta de pàgines que s'eliminaran
Twitter Ajuntament de Centelles @ajcentelles	-	Crear Incorpora-hi el contingut de la resta de pàgines que s'eliminaran
Instagram Centelles és Màgia @centellesesmagia	249	Mantenir Calendaritzar publicacions
Web www.centelles.cat		Actualitzar i incorpora-hi la informació dels blocs que havien sigut independents
Subscripció a l'agenda d'actes	400	Ampliar i convertir-la en subscripció setmanal a les novetats del poble, que inclogui tant l'agenda com les notícies. Mensualment se'n pot enviar una altra amb els destacats.
Facebook Espai Jove Centelles	-	Eliminar el perfil de persona
Facebook @espaijove.centelles	1613	Acompanyar les publicacions de textos breus
Blog Espai Jove http://espaijovecentelles.blogspot.com/es/	-	Eliminar, incorporar tota la informació a la pàgina web principal i al Facebook de l'Espai Jove

Blog Escola de Música escolademusicadecentelles.blogspot.com.es	-	Eliminar, incorporar tota la informació a la pàgina web principal.
Facebook @el.pipa.56	1913	Modificar nom d'URL, per exemple @elpipacentelles i el nom d'usuari, El Pipa Centelles. Millorar grafisme
Twitter El Pipa @puntjovePIPA	161	Eliminar
Twitter @elpipacentelles	1	Eliminar
Instagram @elpipacentelles	132	Mantenir Millorar imatge de perfil
Web http://www.centelles.cat/elpipa/		Seguir l'estil gràfic de la pàgina principal.
Facebook @tofona.decentelles	876	Eliminar el perfil de persona, incorporar el contingut dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Facebook "Centelles, capital de la tòfona"	215	Eliminar, incorporar el contingut dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Twitter @tofonacentelles	525	Eliminar, incorporar el continguts dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Facebook Fira Ratafia de Centelles	385	Eliminar el perfil de persona
Facebook Fira de la Ratafia de Centelles	405	Eliminar, incorporar el contingut dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Twitter @ratafiacentelle	296	Eliminar, incorporar el contingut dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Facebook Festa del pi	79	Eliminar, incorporar el contingut dins de la

(centelles)		pàgina principal de l'Ajuntament.
Facebook @caudebruixesdecen elles	2097	Eliminar, incorporar el contingut dins de la pàgina principal de l'Ajuntament.
Youtube Ajuntament	22	Millorar grafisme amb imatge al baner Afegir descripció.
Butlletí municipal	200	Mantenir, remaquetar i modernitzar
Blog centre d'art Marçó Vell	-	Millorar el disseny i afegir dins de la web oficial Definir un calendari de publicacions
Facebook Biblioteca de Centelles @Biblioteca de Centelles	1742	Millorar la qualitat de les imatges
Twitter Biblioteca de Centelles @bcentelleslc	913	Millorar la qualitat de les imatges Canviar el nom d'usuari
Blog Biblioteca de Centelles	-	Eliminar i incorporar el contingut dins de la web oficial
Revista El Portal de Centelles		Mantenir
Twitter @jazzcentelles	210	Millorar grafisme
Facebook Vesprades de Tardor @vesprades.detardor	406	Eliminar perfil de persona i integrar el contingut dins de la pàgina principal
Twitter Vesprades de Tardor @vespradestardor	28	Eliminar perfil i integrar el contingut dins de la pàgina principal
Youtube Vesprades de Tardor	3	Eliminar el canal i integrar el contingut dins de la pàgina principal
Web Arxiu Ildefons	-	Incorporar dins de la pàgina principal.

Cerdà		
Web Espai Cerdà	-	Incorporar dins de la pàgina principal.

10.2 | Informe mensual de comunicació

INFORME MENSUAL				
	Indicadors	Mes actual	Mes anterior	Objectiu ³
P'lanificar activitats comunicatives	Accions planificades			
	Accions planificades i realitzades			
	Accions no planificades i realitzades			
	Accions planificades i no realitzades			
Imatge corporativa	Materials supervisats			
	Materials corregits			
Activitats de disseny	Dissenyadors			
	Materials elaborats			
	Cost			
Reunions periòdiques	Reunions celebrades			
	Temps entre reunions			
	Assistents a les reunions			
Calendari intern	Activitats al calendari			
	Visites al calendari			
Newsletter interna	Subscriptors			
	Correus electrònics enviats			
	Percentatge d'obertura			
Monitoritzar	Notícies			

| 39

³ Definir objectius pel proper període

notícies	monitoritzades			
Relació amb els mitjans de comunicació	Mitjans amb els que es té relació			
	Notícies enviades			
	Notícies publicades			
	Peticions de contacte rebudes			
Balanç:				
Recomanacions:				

10.3 | Informe Mensual de Xarxes Socials

INFORME MENSUAL XARXES SOCIALS				
	Indicadors	Mes actual	Mes anterior	Objectiu ⁴
Facebook	Seguidors			
	Publicacions			
	Número d'interaccions			
	Publicació més popular:			
Twitter	Seguidors			
	Tweets			
	Número d'interaccions			
	Tweet més popular:			
Youtube	Vídeos publicats			
	Visites			
	Subscriptors			
Pàgina web	Visites			
	Usuaris únics			
	Pàgines vistes			
	Notícies més visitades:			
Newsletter	Subscriptors			
	Mails enviats			
	Obertura			
Balanç:				
Recomanacions:				

| 41

⁴ Definir objectius pel proper període

10.4 | Manual d'imatge corporativa

El Manual d'imatge corporativa ha d'estar a disposició de tot el personal de l'Ajuntament i totes aquelles persones que, per la tasca que desenvolupen, el necessitin. És recomanable afegir-lo també a la pàgina web.

Aquest manual, haurà d'incloure els següents punts, tots explicats i acompanyats d'exemples gràfics:

10.4.1 | Identificació visual

S'ha d'incloure l'escut, en versió descarregable i en diverses mides i formats. S'han d'especificar les proporcions gràfiques que han de tenir aquestes imatges

A més d'incloure l'escut i les imatges corporatives oficials, s'ha de determinar quan fer servir cada una i els criteris de reproducció segons si es tracta d'un fons clar o d'un fons fosc.

10.4.2 | Color

La gama cromàtica que es pot utilitzar per respectar la identitat corporativa ha d'estar molt clara i els colors han de ser fàcilment identificables per tothom. És per això que els colors s'han d'especificar en RGB, CMYK, i hexadecimal.

| 42

10.4.3 | Tipografia

Un dels elements que fa que la identitat corporativa no sigui uniforme és el fet que no es disposi d'una tipografia única per tots els elements i que cada document en tingui una diferent. És per això que el manual d'identitat corporativa ha d'incloure la tipografia a utilitzar, tant la principal com la secundària (per aquells suports que no les suportin totes) i si és possible adjuntar un enllaç de descarrega.

10.4.4 | Coexistència

En aquest apartat s'ha de donar l'àrea de seguretat requerida entre l'escut de l'ajuntament i el text o altres elements gràfics.

10.4.5 | Aplicacions

Per tal de donar exemples de com emprar els logotips, es faran maquetes d'aquests a documents oficials, notes de premsa, targetes, sobres, etcètera.

10.4.6 | Usos incorrectes

Aquest apartat es reserva per posar exemples d'aquells usos que no estan permesos pel manual d'identitat corporativa, com per exemple, modificar els colors, distorsionar o retallar les imatges.

10.4.7 | Informació de contacte

S'ha de designar una persona responsable de la supervisió, en aquest cas el tècnic de comunicació, i incloure en aquest apartat les seves dades de contacte per aquelles persones que puguin tenir dubtes a l'hora d'aplicar el manual d'identitat corporativa.

10.5 | Guia d'usos de les xarxes socials

10.5.1 | Introducció

La comunicació és una de les eines bàsiques de les institucions per assolir el seu objectiu fundacional: servir als ciutadans tot millorant la societat i les seves condicions de vida. Actualment, les administracions tenen al seu abast més instruments comunicatius que mai abans. La irrupció d'internet i, sobretot, de les xarxes socials, ha nodrit les administracions d'eines eficients i de gran abast per arribar als ciutadans.

Les xarxes socials són una encertada eina per a les administracions per a oferir més informació directa als ciutadans, sense intermediaris, però poden ser molt més que tot això. El repte de l'administració és extreure tot el potencial d'aquests nous canals, i per fer-ho, és necessari establir uns criteris d'ús i d'estil que permetin oferir una imatge comuna, donar el mateix servei a tots els ciutadans sigui quin sigui l'emissor públic del moment, i utilitzar els canals sota una mateixa estratègia comunicativa i professional.

La Guia d'Usos i Estil de les Xarxes Socials de l'Ajuntament de Centelles estableix unes pautes comunes per a la presència homogènia de l'administració, abordant el procés comunicatiu des del seu inici. La Guia estableix els criteris que s'han de seguir en tot moment per a determinar l'obertura de nous canals, els continguts que s'hi han de difondre, l'estil que s'ha de seguir, com s'ha d'interactuar amb els usuaris de les xarxes i també els criteris que poden portar al tancament de canals que resultin innecessaris o fins i tot perjudicials per a la imatge de l'administració.

Els criteris que s'exposen a la Guia parteixen del criteri d'una gestió professional de les xarxes socials, que s'entenen i es conceben com una eina comunicativa de gran potència que, per tant, s'han de basar amb una estructura professional i tutelada per persones especialment preparades per desenvolupar aquesta tasca.

10.5.2 | Principis de funcionament

La presència de l'Ajuntament de Centelles a les xarxes socials es regirà per uns principis que orienten qualsevol actuació de l'administració pública en aquest àmbit.

Servei públic. La comunicació a través de les xarxes socials és un servei que l'administració ofereix a la ciutadania. Els ciutadans tenen el dret a conèixer què fan les institucions, i a obtenir respostes de l'administració. En aquest sentit, s'ha de mostrar en tot moment una predisposició a escoltar i ajudar el ciutadà, i oferir solucions a tots els seus dubtes. Cal recordar, a més, que els canals de comunicació de l'administració són la veu de la institució i, per tant, des dels perfils corporatius no s'emetraran opinions personals.

Transparència. Les administracions han d'oferir al ciutadà tota aquella informació que requereixi, i explicar de manera proactiva les iniciatives i actuacions dutes a terme amb els recursos públics. La comunicació des de les xarxes socials s'ha d'entendre com un exercici de transparència màxima.

Interacció. Les xarxes socials són, per naturalesa, bidireccionals. L'administració ha d'utilitzar aquest canal de comunicació en tot el seu potencial, tot fomentant la participació dels ciutadans i atenent les seves demandes.

Corresponsabilitat. Les xarxes socials tenen el seu propi llenguatge i unes regles de joc determinades, i s'han de respectar sempre i en tot moment. Aquest fet ha de conviure amb el perfil d'un canal públic, a través del qual es representa una administració. S'ha de trobar un to de presència i conversa proper però a la vegada institucional. La redacció ha de ser lingüísticament correcta, sense errors ortogràfics, lèxics ni gramaticals.

Creació de comunitat. L'administració pública ha de fomentar i estimular la participació ciutadana en les iniciatives públiques i oferir les eines que tingui al seu abast per fer possible aquest objectiu.

Aquests principis són d'aplicació a les xarxes socials pròpies de l'Ajuntament de Centelles i a les d'aquells organismes dependents de l'administració local.

Com és lògic, els canals institucionals segueixen un funcionament independent d'aquella presència que, en el pla personal, vulguin fer les persones que exerceixen responsabilitats en el sí de l'Ajuntament en ús de la seva llibertat. Com una via per evitar malentesos amb el servei que s'oferix des de l'administració, es recomana que els comptes d'ús personal s'obrin des de comptes de correu electrònic no corporatius de l'Ajuntament de Centelles.

10.5.3 | Protocol per a regular la presència a les xarxes socials

La presència de l'Ajuntament de Centelles a les xarxes socials s'ha d'encaixar dins l'estratègia comunicativa global de l'administració, tot aplicant els principis citats a l'apartat 2.

Qualsevol canal que l'Ajuntament de Centelles tingui a les xarxes socials ha de servir per complir els objectius de proximitat, transparència i servei públic, i ha de millorar les capacitats comunicatives de l'administració, sense dificultar la tasca del departament de comunicació ni duplicar els esforços i continguts. Això implica una planificació global de la presència de la institució a les xarxes socials, que ha d'estar marcada pels següents criteris:

Utilitat. Qualsevol perfil a les xarxes socials s'ha de demostrar útil per a la ciutadania i per a l'administració.

Constància / Periodicitat. Els perfils de l'Ajuntament de Centelles han de publicar continguts de manera regular i planificada.

Volum. El volum haurà de ser suficient per justificar la necessitat de la creació d'un canal nou. Principalment, es crearà quan cap altre canal pugui assumir el volum de contingut d'un tema específic.

Idoneïtat. Cada perfil a les xarxes socials ha de respondre a una necessitat concreta, i ha d'existir un únic perfil per atendre cadascuna de les temàtiques, evitant sempre les duplicitats en els perfils i els canals.

Coordinació. La presència de l'Ajuntament de Centelles a través de diferents perfils a les xarxes socials ha d'oferir, tot i la diversitat, una mateixa imatge, i respondre a una mateixa estratègia.

10.5.4 | Procés d'obertura de nous canals

El procés d'obertura d'un canal institucional a les xarxes socials ha de ser competència del Departament de Comunicació. Tots els perfils que s'obrin han de ser amb correus electrònics de la corporació i no a través de correus personals dels diferents treballadors i treballadores.

Qualsevol nou perfil ha de servir per millorar les capacitats comunicatives de l'administració i ha d'encaixar en la planificació global de participació ciutadana i comunicació. Per tant, l'obertura un nou canal requereix una reflexió prèvia que contempli els següents punts:

Objectius

El primer pas d'aquesta reflexió consisteix en marcar els objectius que s'han d'assolir amb aquest nou canal. Només s'obrirà un nou perfil quan aquests objectius estiguin plenament justificats, a la llum dels principis assenyalats en aquesta guia, complint sempre els criteris especificats al punt 3.

| 47

L'entorn

Per determinar si el nou canal que es planteja millorarà la situació comunicativa d'aquell moment, és imprescindible estudiar l'entorn existent a les xarxes socials, tant intern com extern.

S'ha d'analitzar la presència a les xarxes de perfils similars al que es vol obrir, el volum de conversa que genera la temàtica que es vol abordar amb el nou perfil i la pròpia estratègia comunicativa de l'administració en aquell àmbit concret.

- El **volum de conversa** permetrà obtenir arguments a favor o en contra de la presència d'un nou canal. Observar les converses existents permet detectar el to i les necessitats de la comunitat que aborda els temes que pretén el nou canal, i pot ser una bona base per aconseguir usuaris per al mateix. En cas de detectar-se un buit de conversa sobre un determinat tema, cal analitzar si aquesta situació es deu a una absència d'interès per la temàtica concreta o si la situació es deu a la falta d'actors que aportin continguts interessants sobre la temàtica concreta. D'entrada, una escassa conversa sobre un tema concret desaconsella l'obertura d'un canal específic sobre aquesta matèria. Ara bé, aquesta premissa pot variar si des de l'Ajuntament es considera un objectiu polític posicionar-se sobre un determinat àmbit i oferir contingut d'interès (amb planificació i garantia de continuïtat).

- Una vegada analitzat l'entorn extern, s'ha de posar la mirada al panorama intern de l'administració, i analitzar si **algun canal ja existent està tractant la temàtica que es pretén abastar amb el nou canal**. Si és així, s'ha d'estudiar de manera precisa si aquesta temàtica específica té prou pes per ella mateixa per generar suficient activitat i justificar l'existència d'un canal específic. Abans d'obrir un nou canal, cal estar molt segur que la resposta a aquesta darrera pregunta és afirmativa. Si es conclou que no hi ha contingut suficient per a nodrir un canal específic, es desaconsella l'obertura d'un canal específic i es poden analitzar estratègies alternatives, com la creació de hashtags temàtics dins d'un perfil més genèric o dins diferents perfils.

Elecció de canals

Si una vegada superades les dues fases anteriors es decideix obrir un nou canal de comunicació, s'ha d'analitzar quina plataforma concreta es vol utilitzar. Per fer-ho, s'ha de tenir en compte la naturalesa dels continguts que es volen difondre i els recursos dels quals disposa l'administració per a mantenir-los. Només s'ha d'obrir un nou canal si s'està segur de disposar de prou continguts i prou recursos (tècnics i humans) per mantenir-lo actiu: un perfil inactiu ofereix una mala imatge de l'administració i pot ser contraproduent per als objectius de transparència i interacció. Només s'han d'obrir aquells canals que es podran gestionar amb regularitat i solvència.

| 48

Programació de continguts

Abans d'obrir formalment el nou canal s'ha de dissenyar una estratègia de continguts per garantir material suficient per a la fase inicial i decisiva del nou perfil. **El període considerat fase inicial pot variar, però ha de ser de tres mesos, com a mínim**. L'estratègia ha de tenir en compte els principals interessos que s'hauran detectat a la fase d'anàlisi de l'entorn de la conversa, i adaptar-se al to i format que es vol adoptar per aquest canal concret.

La programació de continguts ha d'establir, de manera genèrica, les següents característiques del canal:

- Periodicitat amb la que es publicaran continguts.
- Tipus de continguts que es difondran: imatges, textos, enllaços, continguts externs, concursos, crides a la participació...

- Eines que es faran servir per a la publicació de continguts.
- Disponibilitat de recursos humans per a respondre a la interacció generada.

La programació de continguts ha de continuar de manera periòdica durant tota la vida del canal, establint una estratègia que es vagi renovant i s'adapti a les noves necessitats que puguin sorgir i a les noves tendències a les xarxes.

En el cas de canals que s'obrin exclusivament per a fets molt puntuals, la programació de continguts ha de ser més detallada, i ha d'abastar tot el temps que duri el fet que motiva l'obertura d'aquest canal.

10.5.5 | Les persones

Les xarxes socials són un instrument de comunicació i, com a tal, seran competència i responsabilitat del Departament de Comunicació de l'Ajuntament de Centelles. El personal assignat a aquesta àrea serà el responsable de vetllar pel bon ús i funcionament dels canals municipals, tot creant l'estructura necessària per tutelar l'activitat registrada a les xarxes socials i garantir que els continguts que es publiquin i el to que s'utilitzi s'ajusta a allò que s'especifica en aquesta Guia.

Inicialment és el personal del Departament de Comunicació qui ha de gestionar directament les xarxes i publicar-hi contingut. Tot i així, es podrà autoritzar altres persones a publicar als diferents canals dels que disposa l'Ajuntament, però cap persona externa al Departament de Comunicació podrà interactuar a les xarxes sense l'autorització expressa del Departament. Per a què una persona pugui publicar als canals de comunicació de l'Ajuntament, s'hauran de complir els següents requisits:

- Acreditar el seu coneixement dels criteris que es fixen a la present Guia.
- Acreditar la seva capacitat lingüística per publicar continguts amb correcció ortogràfica i gramatical.
- Acreditar que estan autoritzats pel departament de l'Ajuntament on s'inscriu el canal.

Una vegada acreditades aquestes tres condicions, el Departament de Comunicació autoritzarà les persones designades per a gestionar les xarxes socials indicades, sempre sota els criteris fixats a la present Guia.

10.5.6 | Redacció i criteris lingüístics

La informació que difon l'Ajuntament de Centelles a través dels seus canals a les xarxes socials ha de tenir rellevància, interès i ha de ser d'utilitat per al ciutadà. Això implica que cada contingut ha de ser pensat i elaborat amb dedicació i professionalitat periodística.

És molt difícil establir criteris uniformes i homogenis que funcionin a les diferents plataformes i que donin resposta a les diferents temàtiques. Cada xarxa té el seu propi llenguatge i la seva pròpia sintaxi, i per tant cada missatge s'ha d'adequar al canal pertinent. Ara bé, es poden establir alguns consells generals que permeten millorar la visibilitat dels missatges i incrementar el seu potencial de lectura, i que per tant incrementa la proximitat entre ciutadà i administració:

- Incloure imatges a les publicacions sempre que sigui possible.
- Interpel·lar directament a l'usuari a través de preguntes o crides a l'acció, sempre que s'escaigui.
- Aprofitar les tendències de cada moment a les xarxes per incloure contingut relacionat, o adoptar una estratègia comunicativa que utilitzi els temes del moment per difondre el missatge propi de l'administració.
- Utilitzar un llenguatge entenedor i clar, fugint de tecnicismes excessius.
- Incloure enllaços a les publicacions, sempre que sigui possible i necessari.

Aquestes pautes generals s'han de complementar amb una correcta redacció de les publicacions. En aquest sentit:

- S'han d'evitar textos excessivament llargs. La síntesi i la concreció són indispensables a les xarxes socials, on l'usuari acostuma a fer una lectura ràpida dels continguts. Es recomana acompanyar els textos d'enllaços cap a altres llocs web on es pugui ampliar informació, per tal d'oferir dos nivells clars de lectura.
- S'ha d'apostar per frases redactades en ordre lògic: subjecte – verb – predicat. Evitar, com a norma general, estructures complexes i les construccions passives.
- Evitar les faltes ortogràfiques i les construccions sintàctiques incoherents.

Per norma general, les publicacions es redactaran en català. Aquest criteri general, però, no exclou l'ús d'altres llengües, com el castellà i l'anglès, segons el tipus de contingut del que es tracti.

10.5.7 | La interacció

Un dels motius de ser de les xarxes socials és la interacció. Des dels canals de l'Ajuntament de Centelles s'ha de propiciar aquesta interacció amb els ciutadans, entenent les xarxes com un vehicle que permet potenciar el servei públic i acostar-se als administrats.

La difusió de la informació municipal a través de les xarxes és important, però no ho és més que l'atenció a les demandes i comentaris dels ciutadans. S'ha d'escoltar als ciutadans i donar respostes adequades a les seves necessitats, adoptant una actitud propera i cordial, participant en la conversa d'igual a igual.

L'administració pública ha de respectar les opinions de tots els usuaris, tot i que no les comparteixi. De fet, l'objectiu de l'Ajuntament de Centelles a les xarxes socials ha de ser compartir informació, escoltar i conversar amb la ciutadania, sense pretendre fer canviar d'opinió als ciutadans ni imposar les tesis municipals del moment.

Per norma general, tota aquella interacció iniciada pel ciutadà ha de ser atesa a les xarxes socials de l'Ajuntament de Centelles, tot entenent que aquest és un canal bidireccional, i tant important és el que s'explica des de l'administració com el que s'exposa des de la ciutadania. La fórmula amb la que s'ha d'atendre cada interacció dependrà de la naturalesa de la mateixa.

A les xarxes socials, la interacció es manifesta en diferents formats:

- Respostes als continguts difosos a través dels canals públics.
- Interpel·lacions i preguntes que s'envien a l'administració o als seus organismes vinculats a través dels seus canals a les xarxes socials, ja sigui a través de canal públic o de missatge privat.

Resposta als continguts públics

La mostra més habitual d'interacció a la xarxa són els comentaris que els usuaris publiquen en resposta als continguts que es difonen des dels diferents canals. Per norma, s'ha de procurar respondre tots els missatges i comentaris que arribin als diferents perfils de l'Ajuntament de Centelles a les xarxes socials. La resposta s'ha de produir sempre aplicant els criteris de coresponsabilitat, servei públic i transparència, i s'han de produir sempre als canals institucionals, i no des dels perfils personals de qui gestioni la temàtica del comentari en qüestió.

Els regidors han d'evitar respondre qüestions concretes des dels seus perfils personal i derivar les respostes a través de canals institucionals.

Una vegada un usuari publica un comentari a alguna de les xarxes socials municipals, els gestors d'aquests comptes poden decidir mantenir o no aquest missatge visible. Per norma general, es mantindran tots, sempre que compleixin els següents requisits:

- Que siguin pertinents, que facin referència a temes dels quals tracta el canal.
- Que siguin respectuosos, sense ofendre ni atemptar contra la dignitat de les persones.
- Que no continguin dades personals ni informació publicitària.
- Que no pretenguin confondre, estafar o enganar a la ciutadania.
- Que respectin les lleis de drets d'autoria i propietat intel·lectual.
- Que no sigui contingut brossa.

En el cas que es decideixi eliminar un comentari, es recomana informar al seu autor dels motius que han motivat la retirada del seu missatge sempre a través de missatge privat.

10.5.8 | Els canals

Les administracions disposen d'un ampli ventall de xarxes socials on ser presents, i a través de les quals fer arribar els seus missatges als ciutadans, escoltar-los i interactuar amb ells. Aquestes eines han d'ajudar a millorar la relació entre l'administració i els administrats, oferint un servei més directe i proper.

Per la seva pròpia idiosincràsia, cada plataforma té els seus avantatges i inconvenients, i l'administració haurà de determinar quina d'elles s'ajusta més a les necessitats comunicatives i d'interacció que s'ha marcat. Els perfils corporatius de l'Ajuntament de Centelles són un actiu públic i són titularitat de l'administració local, no de la persona que l'obri. Per això, al perfil no figura el nom de la persona que edita els continguts del perfil.

L'Ajuntament de Centelles pot disposar de canals a les xarxes socials que cregui oportunes, sempre i quan la presència a aquests canals compleixi els requisits especificats als punts 2 i 3 de la present Guia. Per tant, aquelles xarxes socials que, per la seva naturalesa, no permetin assolir aquests objectius quedaran descartades.

L'administració ha de gestionar els seus recursos amb eficàcia i amb eficiència, i en aquest sentit s'ha d'optar per una presència a les xarxes socials equilibrada entre la diversificació i la dispersió. L'Ajuntament de Centelles ha de seleccionar els canals necessaris que li permetin arribar a la ciutadania amb eficàcia i amb eficiència, sense apostar per una dispersió exagerada que exigiria una estructura de manteniment dels canals difícilment sostenible.

10.5.9 | Twitter

Twitter és una plataforma de micromissatgeria per publicar missatges de text curts (fins a 140 caràcters) i conversar amb altres usuaris. La publicació de tuits és oberta, i les converses són habitualment públiques.

Per les seves característiques, és una plataforma adequada per a informacions breus, que inclouen referències a altres fonts (com pàgines web o repositoris de continguts). També és una eina propensa per a la retransmissió d'esdeveniments, mitjançant missatges curts i sintètics. Permet arribar a un gran número d'usuaris a través de l'opció de retuit, de tal manera que és una bona eina per difondre convocatòries i informació d'interès pràctic per al ciutadà.

Com a xarxa social, Twitter està pensat per a la interacció, i és un canal on es poden mantenir converses amb interaccions curtes i amb respostes directes. Pot ser, per tant, una bona eina de relació amb el ciutadà i per respondre dubtes concrets.

Estètica

La imatge de capçalera inclourà sempre algun element que permeti identificar visualment aquell perfil amb la tasca de l'Ajuntament de Centelles. Cada departament podrà escollir, amb el vist-i-plau del Departament de Comunicació i d'Imatge Corporativa, la temàtica d'aquesta capçalera, però sempre amb alguna referència visual a la vessant administrativa del perfil.

La imatge de capçalera pot utilitzar-se esporàdicament per a la promoció d'esdeveniments concrets relacionats amb la temàtica del canal, sempre que es mantingui la coherència estètica i a través de l'avatar o de la pròpia imatge de capçalera es pugui identificar clarament aquell perfil com un compte de l'Ajuntament de Centelles.

Contingut

Pel què fa als tuits, el text de la informació ha de funcionar com un titular: ha de ser precís, sintètic i breu. Per això és molt important que, sempre que es pugui, els tuits estiguin acompanyats d'un enllaç on es pugui trobar més informació que la que es pot explicar amb 140 caràcters.

Si el text, l'enllaç i l'etiqueta ho permet, es recomana sempre introduir una imatge al tuit. Aquest element incrementa de manera molt notable la notorietat de la

publicació, i augmenta les possibilitats que sigui llegit per un major nombre d'usuaris.

Retransmissió d'actes

En el cas que s'utilitzi Twitter per retransmetre actes en directe, s'ha de crear una etiqueta específica per aquell esdeveniment. Una vegada iniciat l'acte, es poden produir dos tipus de tuits: descriptius i declaratius.

Retuits

Només s'han de retuitar continguts de fonts fiables i contrastades. En aquest sentit, s'entén que les principals fonts que poden aportar missatges per redifondre són les següents:

- Administracions i institucions reconegudes.
- Usuaris amb prestigi avalat.
- Informacions oficials emeses per altres comptes de Twitter.
- Altres comptes de la pròpia administració.

| 56

Activitat

L'activitat als comptes de Twitter ha de ser regular i constant. Depèn de la naturalesa de cada perfil, la publicació de continguts serà major o menor, però per norma general s'han de publicar continguts diàriament si es vol mantenir un nivell òptim d'usuaris.

Tots els gestors de comptes de Twitter de l'Ajuntament de Centelles han de treballar en base a una planificació de continguts, que ha de ser tutelada pel Departament de Comunicació. Aquesta programació es trencarà quan es produeixin fets imprevistos que mereixin ser comunicats de manera ràpida.

Els tuits es poden programar amb antelació fent servir aplicacions dissenyades expressament per aquest fet.

10.5.10 | Facebook

Facebook és actualment la xarxa social més utilitzada al món i, per tant, una plataforma de comunicació amb un gran abast i potencial. Permet compartir informació, fotografies, vídeos i enllaços. També possibilita la creació de comunitats i grups d'interès, que poden ser oberts o tancats, així com l'enviament de missatges d'un usuari a l'altre i l'establiment de xats bidireccionals o múltiples. Les opcions, per tant, són diverses, i això ha catapultat a Facebook com la xarxa més popular de totes, gràcies també a opcions com els botons de "M'agrada", ampliat amb diferents opcions de reacció a les publicacions d'altres usuaris a través d'emoticones.

La presència de l'administració a Facebook permet arribar a un públic majoritari, compartir imatges i enllaços sense les limitacions d'espai que ofereix Twitter, i interactuar amb els ciutadans. És, per tant, un canal que permet major detall en les informacions publicades. Dóna, també, molta informació sobre els gustos de l'audiència i el seu perfil.

La presència de l'administració a Facebook s'ha de vehicular a través de pàgines. De fet, les pròpies normes de la xarxa social així ho especifiquen, i l'ús inadequat d'un perfil personal per part d'alguna entitat o administració pot requerir una sanció per part de Facebook.

| 57

Estètica

L'estètica de totes les pàgines a Facebook de l'Ajuntament de Centelles ha de tenir un mateix fil conductor, que s'ha d'ajustar a les consignes que es decideixin des del departament d'Imatge Corporativa.

La imatge de capçalera que presideix les pàgines ha de tenir relació conceptual amb la temàtica del canal, i no pot contenir missatges publicitaris ni comercials, ni enllaços que dirigeixin cap a una altra web diferent a la pròpia. S'ha d'especificar, també, que el canal és titularitat de l'Ajuntament de Centelles.

La imatge de capçalera pot utilitzar-se esporàdicament per a la promoció d'esdeveniments concrets relacionats amb la temàtica del canal, sempre que es mantingui la coherència estètica i a través de l'avatar o de la pròpia imatge de capçalera es pugui identificar clarament aquell perfil com un compte de l'Ajuntament de Centelles.

Contingut

Els continguts que poden ser publicats a les pàgines de Facebook de l'Ajuntament de Centelles són principalment:

- Iniciatives de l'equip de govern.
- Propostes formals realitzades pels representants legals a la institució (a través de la pàgina institucional de Facebook).
- Convocatòries d'ajuts públics.
- Convocatòries de recursos humans.
- Crides a la participació ciutadana.

Es recomana que no es publiquin tuits al Facebook, ja que són dos canals diferents amb llenguatges diferents.

Compartir contingut

Facebook ofereix la possibilitat de compartir continguts publicats per altres usuaris. Les pàgines oficials de l'Ajuntament de Centelles poden utilitzar aquesta opció sempre que el contingut provingui de fonts contrastades i fiables. Així, es recomana compartir les publicacions de les següents fonts:

- Administracions i institucions reconegudes.
- Usuaris amb prestigi avalat.
- Informacions oficials emeses per altres pàgines de Facebook.
- Altres pàgines de la pròpia administració.

Activitat

Les pàgines oficials de l'administració han de mantenir un ritme regular de publicació de continguts. Per norma general, es recomana publicar amb freqüència diària, i en aquells canals de gran abast i temàtica molt diversa, és aconsellable la publicació d'un mínim de tres missatges diaris.

10.5.11 | Instagram

Aquesta xarxa social està basada en la compartició de fotografies i vídeos de curta duració. És una plataforma altament visual que està creixent amb força.

L'administració pot utilitzar aquesta xarxa social com a eina per divulgar iniciatives que puguin ser explicades a nivell gràfic, per posar en valor elements del patrimoni municipal o per retransmetre activitats promogudes o participades per l'Ajuntament de Centelles.

És una eina de gran abast per tots aquells departaments que tinguin interès en la promoció de la ciutat, ja sigui a nivell turístic, comercial, gastronòmic o similars. La força de les imatges és el gran poder d'aquesta xarxa.

Es recomana no repetir massa imatges d'un mateix acte o esdeveniment, ja que podria saturar els usuaris, i fer ús d'una mateixa etiqueta creada específicament per a l'acte.

Instagram ofereix l'opció d'etiquetar altres usuaris a les imatges. En el cas de les imatges publicades per l'Ajuntament de Centelles, es recomana etiquetar aquells usuaris que apareguin a les imatges si es coneix el seu usuari.

| 59

Estètica

La imatge de perfil dels comptes d'Instagram de l'Ajuntament de Centelles ha de ser de bona resolució i ha de permetre identificar la pertinença d'aquell compte a l'administració.

10.5.12 | Youtube

És una plataforma que permet publicar, visualitzar i compartir vídeos. És una eina idònia per a la difusió de material audiovisual, ja sigui de caràcter informatiu o divulgatiu. Funciona moltes vegades com a repositori de tot el material de vídeo elaborat per un usuari. Per tant, aquesta plataforma serveix bàsicament per a nodrir de contingut a les altres xarxes, que exerciran de difusores del material publicat a la plataforma.

Per a una administració del mida de l'Ajuntament de Centelles es recomana disposar d'un únic canal a Youtube. En cas que algun departament sol·liciti un canal específic, s'haurà de justificar aquesta necessitat i correspondrà al Departament de Comunicació autoritzar o no aquesta creació depenent del seu encaix a l'estratègia comunicativa de l'administració.

Quan es publica un vídeo, s'ha de posar un títol i una descripció. S'han d'incloure també etiquetes sobre la temàtica del vídeo per tal de facilitar la seva cerca. Una descripció i etiquetes adequades millora el posicionament dels vídeos als cercadors i incrementa la seva visualització.

Es pot escollir la imatge en miniatura que identifica el vídeo i exerceix com a imatge de presentació. Aquesta decisió és molt important també a l'hora de millorar la visibilitat dels vídeos.

| 60

10.5.13 | Anàlisi i seguiment

La mera presència a les xarxes socials no és un objectiu suficient per ell mateix. Per comprovar el compliment dels objectius de servei públic que prèviament s'ha fixat l'administració, és necessari realitzar una anàlisi constant del funcionament de cadascun dels canals.

Aquesta anàlisi s'ha de realitzar a partir d'indicadors quantitativs i qualitativs. Els indicadors quantitativs genèrics han de ser els següents, com ara:

- Número de seguidors a cadascuna de les xarxes. Comparació amb les dades de l'analítica anterior.
- Número de visites a les pàgines web de l'Ajuntament i als repositoris de continguts procedents de les xarxes socials.
- Número de mencions als comptes oficials de l'Ajuntament de Centelles.
- Número de redifusions de les publicacions (retuits a Twitter, comparticions a Facebook).
- Número de comentaris publicats.
- Número d'impressions obtingudes.

| 61

Xarxes socials com Facebook o Twitter ofereixen els seus propis serveis d'estadística i anàlisi, que poden ser molt útils a l'hora de realitzar aquests balanços.

Els indicadors qualitativs són més subjectius, i es poden mesurar segons l'impacte que han tingut les publicacions a la població en general. Si s'ha facilitat la participació a una determinada convocatòria, si s'ha incrementat l'assistència a un acte a través de la seva publicació a les xarxes, si ha permès gestionar millor una incidència, etc.

La combinació de les analítiques quantitatives i qualitatives ha de permetre realitzar anàlisis mensuals. Les conclusions d'aquestes revisions mensuals poden portar a canvis d'estratègia o millores en la gestió, que sempre han de repercutir en un millor servei cap al ciutadà.

10.5.14 | Drets d'autoria

Es considera l'Ajuntament de Centelles titular dels drets d'explotació dels textos, comentaris i altres aportacions que hi ha en les seves diferents xarxes socials, a l'efecte que se'n pugui facilitar la reproducció, distribució, comunicació pública i transformació.

Pel que fa a les imatges, cal tenir presents algunes orientacions:

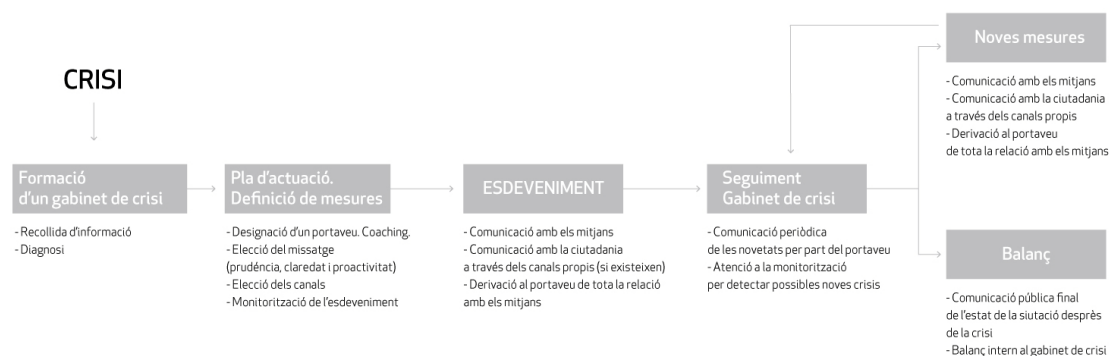
- Garantir que les imatges de tercers que s'usen estant respectant els drets d'autor. En cas que calgui demanar-los, optar preferiblement llicències Creative Commons.
- Garantir que les imatges pròpies compten també amb els requisits necessaris, també pel que fa a les persones que hi apareixen.
- Preveure la correcta gestió dels drets en tots aquells procediments de provisió de contingut informatiu que s'efectuï en el marc de l'activitat de l'Ajuntament de Centelles.

10.6 | Comunicació pública en situacions excepcionals o de crisi

Davant d'algun fet excepcional o una situació de crisi, l'Ajuntament ha de posar en marxa un protocol de comunicació específic. A nivell general, s'aplicaran dos protocols d'actuació, depenent de quin és la naturalesa de l'esdeveniment que motiva la necessitat comunicativa: una situació d'emergència o de crisi sense planificació anterior, o una situació excepcional i inusual al municipi que pugui ser planificat amb antelació.

10.6.1 | Situació d'emergència o de crisi

S'entendrà per situació d'emergència o de crisi un esdeveniment no previst i totalment excepcional que no ha pogut ser previst amb anterioritat. Davant aquesta situació, s'aplica el següent protocol:



| 63

El protocol s'inicia amb l'adveniment de la crisi. Una vegada això succeeix, es forma un gabinet de crisi per gestionar la situació. Aquest gabinet ha de comptar amb la participació de la persona o persones encarregades de la comunicació a l'Ajuntament, que ha de garantir la confidencialitat de la informació que s'intercanviï en el sí d'aquest grup.

Aquest gabinet de crisi, **una vegada estudiada la situació i recollida tota la informació**, definirà les mesures que cregui pertinents per afrontar l'episodi. Entre aquestes, s'ha d'aconseguir que la comunicació esdevingui una eina per ajudar a superar aquesta crisi, incardinant les mesures en aquest àmbit dins el pla global de mesures.

Aquest gabinet de crisi haurà de designar un portaveu per atendre als mitjans de comunicació. A la vegada, s'ha de decidir quin missatge es vol transmetre i a través de quins canals. S'ha de fer roda de premsa? S'han de fer declaracions als mitjans de comunicació? S'ha de redactar una nota de premsa? A qui s'ha d'enviar? S'ha de comunicar a través de les xarxes socials? S'ha de convocar reunió amb els ciutadans?

La definició d'aquest missatge ha d'estar marcat per tres característiques: Prudència, Claredat i Proactivitat.

- **Prudència.** S'ha de comunicar allò que efectivament es coneix, i no aventurar-se en hipòtesis no confirmades.
- **Claredat.** Explicar la situació de manera clara i directa, sense donar lloc a possibles interpretacions per part de qui rep el missatge.
- **Proactivitat.** Portar la iniciativa comunicativa en tot moment, donant així menys espai per al sorgiment de rumors i teories no alineades amb el missatge oficial.

Per poder complir aquest tercer requisit, s'activarà una monitorització a mitjans i xarxes socials per conèixer en temps real l'evolució comunicativa de l'episodi i poder reaccionar amb celeritat.

Una vegada definit el portaveu i el missatge, s'ha de consensuar entre aquest i el personal de comunicació el discurs a comunicar, i assajar possibles preguntes i dubtes que puguin sorgir. Caldrà també coordinar la tasca comunicativa de les diferents administracions si és que hi ha participació de diversos agents en la gestió d'aquesta crisi.

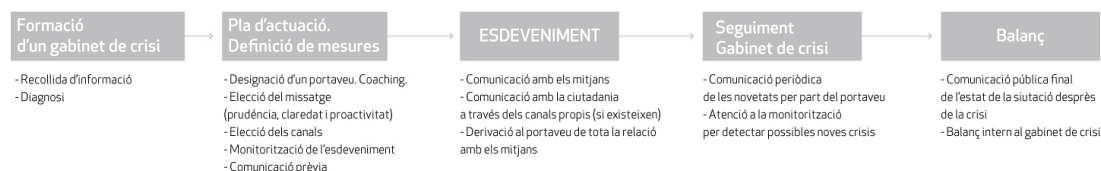
Amb el missatge ja definit i el portaveu designat i preparat, tindrà lloc la comunicació efectiva. S'ha d'intentar que aquesta comunicació es produeixi quan abans millor, per tal de donar la versió oficial abans que puguin sorgir versions alternatives. Aquesta comunicació pot realitzar-se a través de roda de premsa, nota de premsa, comunicacions a través de xarxes socials i de la web municipal, reunions ciutadanes. El més important en aquest cas és que tota la comunicació que sorgeixi de l'Ajuntament estigui centralitzada en el portaveu designat per a exercir aquesta funció.

Una vegada feta la primera incursió comunicativa, cal fer el seguiment de l'impacte que té el missatge emès (monitorització on-line més seguiment dels impactes off line). Paral·lelament, s'ha de seguir en permanent contacte amb el gabinet de crisi per conèixer l'evolució de les mesures aplicades i anar informant de les noves mesures que es van introduint. Durant l'evolució de la crisi s'anirà informant dels canvis que es vagin succeint, les noves mesures que s'apliquin i tot allò que es consideri necessari.

Finalment, una vegada l'episodi crític es doni per tancat, es farà un balanç final del mateix, i s'oferiran explicacions públiques del mateix. A la vegada, els responsables municipals faran balanç de l'experiència per extreure conclusions i obtenir un *know-how* aplicable en el futur.

10.6.2 | Situació inusual però que es pot planificar

S'entendrà per situació inusual però que es pot planificar aquells esdeveniments que tenen lloc a un municipi concret, i que són extraordinaris perquè no formen part del funcionament ordinari del municipi. Un exemple poden ser les festes patronals. Davant aquesta situació es proposa el següent protocol d'actuació.



En aquest cas, el procés comença quan es coneix amb antelació que tindrà lloc un determinat esdeveniment extraordinari. En aquest cas, el primer pas a prendre és format un gabinet de gestió d'aquest esdeveniment, i el personal de comunicació s'ha d'integrar dins aquest gabinet, tot garantint la confidencialitat de la informació que s'abordi en el sí d'aquest gabinet.

Una vegada conformat el gabinet, les tasques són similars a les que afrontava el gabinet de crisi de l'apartat anterior. Així, una vegada estudiades les característiques de l'esdeveniment, el gabinet definirà les mesures que cregui pertinents per gestionar aquest episodi. El personal de comunicació aportarà els seus criteris per tal que la comunicació esdevingui una eina per aconseguir una projecció adequada i ajustada del fet, incardinant les seves mesures dins el pla global de mesures.

Aquest gabinet de gestió haurà de designar un portaveu per atendre als mitjans de comunicació. A la vegada, s'ha de decidir quin missatge es vol transmetre i a través de quins canals. S'ha de fer roda de premsa? S'han de fer declaracions als mitjans de comunicació? S'ha de redactar una nota de premsa? A qui s'ha d'enviar? S'ha de comunicar a través de les xarxes socials? S'han de crear canals específics per a l'esdeveniment, o n'hi ha prou amb els que ja té l'ajuntament? S'ha de convocar reunió amb els ciutadans? Amb quina periodicitat (*timing*) s'han de fer comunicacions?

Una de les funcions diferencials d'aquest gabinet és que haurà d'emetre informació prèvia de l'esdeveniment sempre que sigui necessari. Tant si l'objectiu és aconseguir ressò mediàtic d'un esdeveniment concret, com si l'objectiu és garantir la correcta celebració del mateix, caldrà elaborar un dossier informatiu on s'incloguin els ítems més destacats de l'esdeveniment en qüestió. Aquest dossier ha de reunir les tres característiques que ja imperaven en la gestió de crisi:

- **Prudència.** S'ha de comunicar allò que efectivament es coneix i que es pot demostrar.
- **Claredat.** Explicar la situació de manera clara i directa, sense donar lloc a possibles interpretacions per part de qui rep el missatge.
- **Proactivitat.** Portar la iniciativa comunicativa en tot moment. En resum, dir nosaltres allò que volem abans que els altres diguin allò que no volem que es digui.

Aquest dossier pot ser remès als mitjans de comunicació en cas que es consideri convenient, i també pot ser comunicat als ciutadans a través de les pàgines webs municipals i de canals a les xarxes socials si és que l'Ajuntament disposa dels mateixos. En cas d'intervenció d'altres administracions, es pot comptar amb la seva col·laboració per difondre el missatge, utilitzant els seus canals comunicatius si es pot pactar un missatge conjunt.

Una vegada fixat el missatge, escollits (i activats si és necessari) els canals comunicatius i feta ja la comunicació prèvia, arriba l'esdeveniment pròpiament dit. Llavors, cal actuar d'acord amb les mesures preses al sí del gabinet de gestió. La comunicació s'ha de centralitzar en el portaveu designat, i s'ha d'aplicar la calendarització prevista.

| 66

La monitorització de l'impacte d'aquesta comunicació és essencial per conèixer les reaccions que provoquen als destinataris del missatge, i per tal de preveure possibles crisis. Així, el personal de comunicació estarà permanentment atent a aquesta monitorització, per observar possibles focus que requereixin d'una intervenció comunicativa ràpida o no prevista.

Una vegada finalitzat l'esdeveniment, es farà un balanç públic del mateix.