

Documento de debate sobre la Estrategia Comunicativa para la V Asamblea de Verdes Equo Andalucía

Escenario de comunicación:

En las últimas Asambleas de Verdes Equo Andalucía, la comunicación no ha tenido documento propio al estar englobada en la Estrategia Política.

Esta situación es la más lógica puesto que la comunicación es una de las patas fundamentales para poder llevar a cabo la estrategia política.

Del mismo modo la comunicación interna forma parte importantísima de la organización y las herramientas de extensión del partido.

La comunicación, junto con la formación y la expansión, es uno de los pilares sobre el que tenemos que afianzar al partido.

Quizá por ello resulta tan difícil participar en los debates políticos u organizativos sin nombrar a la comunicación y la necesidad de potenciarla.

En ese sentido, en el documento de Estrategia política aprobado en la última Asamblea andaluza y que está en vigor para los próximos dos años, aparece la estrategia comunicativa en los siguientes términos y que ha sido adaptada y ampliada en la V Asamblea:

Estrategia comunicativa:

1. Mesas informativas frecuentes en todas las ciudades en la calle y en las proximidades de Universidades, centros comerciales, hospitales. etc.
2. Reforzar la marca VERDES en nuestro nombre añadiendo un girasol de manera destacada.

3. Campañas informativa y propositiva en torno a nuestras propuestas frente al Cambio Climático desde el ámbito municipal y andaluz que llamen a unirse a Equo Verdes Andalucía.
4. Campañas informativas y propositivas en torno a conflictos socioambientales particulares, que nos sirvan para incorporar nuevos activistas a la causa y que den a conocer nuestra marca.
5. Reforzar nuestros medios y hacer más eficaz y eficiente nuestra presencia en las redes. Potenciar nuestra web, blog, canal de video, la red de blogs particulares de los afiliados. Coordinar más nuestra presencia en las redes sociales alineada con nuestras líneas de acción, con ciberacciones más planificadas y potentes, en momentos de oportunidad mediática, que desborden nuestro pequeño círculo de afines y convencidos.
 - 5.1. Para conseguir el punto anterior es necesario un giro estratégico poniendo en el centro la difusión de forma orgánica de nuestro blog y nuestro canal de YouTube, diferenciando la parte BLOG para la difusión de nuestras ideas del formato noticias de la web. Y, convertir el canal de YouTube en la herramienta principal de difusión.
 - 5.2. Mantener el ritmo de comunicación en prensa, pero sin que eso haga dejar atrás el punto anterior.
6. Constante posicionamiento en la actualidad política. Visibilidad. Seguimiento y posicionamiento del pacto de gobierno tripartito andaluz.

Aportaciones al debate que se integran en la estrategia:

Creemos que es evidente que algunas de las propuestas que aprobamos no se han llevado a cabo. Algunas por motivos propios y otras por causas ajenas a nosotras. Y, en algunos casos por la conjunción de ambas, la pandemia, la falta de recursos, etc.

También alguna, como la marca verde y la presencia del girasol en el logo, nos han venido indirectamente y nos van a provocar cambiar la posición de la palabra "verdes" en nuestro nombre y el rediseño del logo, que parece que nos proporcionará federal.

Hemos tenido una gran actividad en redes y en el envío de notas, aunque no siempre con la repercusión que hubiéramos deseado y que sin duda el trabajo realizado merece.

También, a la vez que ha supuesto un gran escollo la situación que estamos viviendo con la pandemia por la COVID19 ha supuesto un gran aprendizaje para la realización de actividades online.

Tenemos que seguir trabajando y afianzando la línea comunicativa y la coordinación entre las personas que llevan estas tareas en las distintas provincias.

Es el momento de aportar y seguir dotándonos del equipo humano y material necesario y conseguir que la comunicación, interna y externa, sea el puntal que tiene que ser en la actividad del partido.

Es el momento de adoptar una actitud más agresiva y afrontar la realidad de que los medios de comunicación no nos dan demasiada cobertura, pero eso no lo vamos a cambiar quejándonos o "sufriéndolo en silencio" sino haciendo que, por nuestros propios medios lleguen nuestros mensajes, hasta el punto de que en algún momento sean los mismos medios que ahora no nos escuchan los que nos busquen para recabar nuestra postura. Conseguir que sean ellos quienes nos etiqueten a nosotros para saber nuestra opinión o nos sigan para conocer nuestras opiniones.

Con el fin de evitar que una persona tenga que cargar con todo el trabajo y cortar la dinámica de habernos convertido en una "máquina de quemar gente", se propone la creación de un grupo coordinado, a través de Telegram y la Equomunidad y con reuniones periódicas, donde se compartan las tareas y que esté formado por las personas responsables de comunicación de cada provincia, que unirían alguna tarea a nivel andaluz a su propia tarea local, en función de sus habilidades y disponibilidad.

Se trataría así de descargar de trabajo al responsable de comunicación en la EVA con lo que aumentaría seguro su capacidad de preparar y avanzar contenidos, además de que más gente pueda saber cómo funciona la comunicación a nivel andaluz, para que una posible sustitución o relevo no sea demasiado traumática.

A este grupo se podrían unir también personas especialistas en campos concretos de la comunicación como pueden ser la imagen, los vídeos, los artículos de opinión, etc.

Del mismo modo, sería importante que en cada provincia se intente repetir ese esquema de grupo coordinado, para que tampoco recaiga todo el esfuerzo en una persona. Se trata así de conseguir que más gente participe para repartir la carga de trabajo y, a la vez, transmitir una sensación de utilidad al grupo muy importante.

No olvidemos que entre las personas que se acercan a VERDES EQUO, habrá gente que solo quiera mirar y participar de un modo testimonial, pero lo que no debemos nunca es dejar que personas que quieren participar más ampliamente se alejen del partido por no poderlo hacer y sentirse inútiles a sus ideas.

Líneas de actuación 2021-2022:

Con todo ello, y para lograr los objetivos que en su día nos marcamos, se proponen las siguientes líneas de actuación:

- Tratar de tener una metodología respecto a las notas de prensa que nos permita lanzarlas de forma rápida y profesional. A partir de ahí, llevar un buen seguimiento de los medios en los que se publican y el alcance que tienen, para ver si realmente nuestras notas tienen visibilidad.
- Redacción de un reglamento o protocolo para la elaboración y propuestas de notas de prensa por parte de cualquier provincia para su envío por Verdes Equo Andalucía.
- Asimismo, es importante dar voz a más personas, tanto en redes como en las notas de prensa y las actividades. Ya sea por proximidad geográfica o por tener un marcado perfil hacia una problemática concreta. En esta línea, dar contenido al subgrupo de Comunicación de la Equomunidad, intentando aunar en él a personas que tengan un perfil destacado en algún ámbito, algo así como un "comité de expertos". Esto nos permitiría tener y reflejar voces autorizadas en distintos temas además de poder

preparar con tiempo notas sobre diferentes temáticas para eventos predecibles.

- En el mismo entorno de los medios sería interesante crear y fomentar la relación con periodistas con los que intentar tener un acceso directo, del que tirar en caso de necesidad.
- Ante las diferencias en el formato y en la actualización de las webs de las distintas provincias, establecer una "estrategia web" en la que se incluiría solicitar a Comunicación Federal la unificación de las URL y tratar con las distintas personas responsables de comunicación en cada provincia las posibilidades de reunificación de las webs para lograr que estén actualizadas y cumplan el papel que deben desempeñar, ser una primera carta de presentación. Además, se deberían analizar algunas métricas relacionadas, como número de visitas, artículos que más interés despiertan, número de formularios que nos envían, etc., lo que nos serviría para organizar mejor la información y las secciones.
- Potenciar la generación de contenido para YouTube ya que los contenidos de esta plataforma son más duraderos y mucho más fáciles de consumir para la mayoría de la gente.
- En este sentido, es importantísimo aprender a usar y a "explotar" las distintas herramientas de comunicación. Tomar como lo habitual el uso de vídeos y grabaciones para trasladar nuestras opiniones y propuestas. Un vídeo corto, de apenas un minuto o minuto y medio, puede ser mucho más efectivo que una sesuda nota de prensa. Aunque una cosa no tiene porqué invalidar la otra.
- A pesar del buen ritmo de publicaciones en las redes sociales, el número de seguidores, sobre todo en Facebook y Twitter apenas ha variado en los últimos dos años. Esto nos indica la necesidad de estudiar más a fondo la estrategia de publicaciones además de plantearnos un cambio radical en la misma.
- Potenciar el uso de Newsletter para dar a conocer la actividad del partido, además de recopilar direcciones de correo electrónico que nos permitan mantener un contacto con personas interesadas.

- Es muy importante aprovechar en toda su extensión nuestros medios. Blogs, oficiales y personales, redes sociales, webs, etc.... Trascendental no perder las posibilidades que se nos puedan abrir, como el blog de Andalucía Información.
- Debemos enfocar buena parte de nuestra actividad a conseguir involucrar a la población más joven de Andalucía, tal y como nos comprometimos en la 3ª Asamblea de EQUO Andalucía, con la resolución que aprobamos y que presentó la Red EQUO Joven. Pedir, llegado el caso, la colaboración de dicha red para la difusión y la elaboración de contenidos.
- Del mismo modo que es previsible que se haga a nivel federal, debemos aprovechar el posible tirón del cambio de nombre y nuevo logo para hacer una fuerte campaña en redes sociales.
- Llevar a cabo encuentros, como ya se han tenido en el pasado, en los que podamos aprender sobre el uso de herramientas de comunicación y sobre cómo comunicar nuestras ideas con eficacia y con poder de llegada.
- Disponer, en cuanto a los contenidos, de una parte, más de actualidad y otra parte con contenidos "evergreen" bien hechos para que nos ayuden a posicionarnos en los buscadores como Google o YouTube, a nivel SEO.
- Plantear un plan de trabajo comedido y eficiente. Es decir, que lo que se haga, se haga muy bien, y asumir que habría que renunciar a llevar a cabo muchas de las propuestas y objetivos que nos hayamos propuesto. En función de nuestros recursos propios deberíamos ser más o menos ambiciosos al respecto. Habría que concretar los objetivos comunicativos que se persiguen acorde a los medios y recursos que disponemos para abordar las necesidades en torno a qué medios necesitamos (equipos de trabajo, formación, etc.), recursos, etc., y planificarlos por fases a lo largo del año. Habría que tener una clara radiografía de la situación comunicativa en Andalucía por provincias, para intentar mejorar la disparidad de medios que puede haber.
- Con el objetivo de intentar llegar a personas de "mediana edad" y mayores, debemos intentar tener más presencia en los

medios de comunicación televisivos. En esta línea sería importante poder contar con una persona referente tanto en la comunidad autónoma como en cada una de las provincias, que transmita una imagen personal visible y clara, intentando introducir su participación en diferentes tertulias y poder así comunicar la opinión del partido en la mayoría de las situaciones que se estén viviendo.

- Intentar establecer una regularidad en la colocación de puntos de acceso informativos en universidades, hospitales, etc. Debemos movernos más y de forma más coordinada. Aunque el momento actual no sea fácil para poder realizar cualquier tipo de acción, necesitamos llevar a cabo acciones que marquen un punto de inflexión ante los medios, algo que sea destacable y ponga de manifiesto nuestro punto de vista, aprovechando para ello temas concretos de gran repercusión.
- Tratar de involucrar a toda la militancia de EQUO, ya sean personas afiliadas, simpatizantes o "curiosos por lo que hacemos" para que actúen como altavoces de todo aquello que proponemos y de nuestro trabajo comunicativo, ya sea presencial, en medios o redes.
- Ante la evidencia de que el tiempo en el que dispusimos a media jornada de una compañera periodista supuso un momento de impulso a nivel comunicativo, aunque no se exploró la línea de aprovechar sus conocimientos también para la formación, más allá de nuestra buena voluntad, disposición y medidas a desarrollar, proponemos explorar las posibilidades de poder contratar con otras regiones (Murcia, etc.) a una profesional, aunque sea a media jornada que, aunque no dé para que lleve el peso comunicativo, si pueda servir para asentar una orientación y trabajar esa coordinación y formación de la que se habla.

6 acciones de comunicación:

Ante estas propuestas, resumimos los puntos fuertes a lograr y que se sumarían a lo aprobado en la asamblea:

- 1) Definir los objetivos.
- 2) Creación de un grupo coordinado y amplio.
- 3) Aumento de la presencia en la calle con puntos informativos.
- 4) Aprovechamiento de los distintos canales y medios a nuestro alcance para llevar nuestras propuestas a toda la ciudadanía, sea cual sea su medio preferido.
- 5) Priorizar vídeos para YouTube y redes sociales, incluido encuentros en directo, así como potenciar los contenidos propios en equoandalucia.org.
- 6) Contratación de personal profesional que oriente en la coordinación y formación de las personas que lleven la comunicación a todos los niveles.