



PODEMOS

CASTILLA-LA MANCHA

PROTOCOLO DE
COMUNICACIÓN

Índice

PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN	3
1. Introducción.....	3
2. Comunicación.....	4
2.1. Competencias	4
2.2. Tipos de Intervenciones Comunicativas y sus Características	4
2.3. Objetivos y Pautas	5
3. Redes Sociales y Canales de Difusión.....	7
3.1. Nivel Autonómico	7
3.2. Nivel Supramunicipal.....	8
3.3. Nivel Municipal	8
3.4. Objetivos y Pautas	9

Protocolo de Comunicación

1. Introducción

La **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** de **PODEMOS C-LM** ha redactado este **Protocolo de Comunicación** con la intención de guiar y facilitar el trabajo de las personas responsables de aquellas áreas de **PODEMOS** relacionadas con la comunicación dentro del ámbito territorial de Castilla-La Mancha. Para poder mejorar y maximizar la presencia y la calidad de contenido de **PODEMOS** en medios y redes sociales en Castilla-La Mancha, también será objeto de este documento el análisis y la renovación de aquellos aspectos organizativos en los que se han detectado deficiencias a la hora de dirigir la estrategia comunicativa y de gestión de redes sociales de los **Círculos** y **Grupos de Trabajo** dentro del territorio.

Los medios de comunicación, las redes sociales y los boletines a inscrites e inscritos, entre otros, son herramientas que nos permiten comunicarnos con nuestras bases, con la militancia y con la ciudadanía en general, pero para ello debemos saber utilizarlos y adaptar los mensajes a cada uno de estos ámbitos. Por ello, el presente **Protocolo de Comunicación** pretende servir como un primer paso hacia la excelencia de nuestra capacidad comunicativa a todos los niveles, reconociendo una realidad compleja y cambiante que requiere de la mayor de nuestras atenciones y de nuestro mejor trabajo para así conseguir que la labor diaria de todas las personas que formamos **PODEMOS** sea difundida, reconocida y útil para la ciudadanía.

Ve donde haya silencio y di algo

- Amy Goodman

2. Comunicación

2.1. Competencias

En el ámbito municipal, tal y como establece el **Documento Organizativo Estatal (DOE)**, las personas responsables de la comunicación serán aquellas elegidas por los círculos como **Responsables de Comunicación Municipales (RECOMs)**. Las personas elegidas como **RECOMs** deberán trabajar de forma coordinada con las personas elegidas como **Portavoces Municipales** y con sus **Círculos**, así como con el resto de **RECOMs** y con la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** de **PODEMOS C-LM** para aquellas intervenciones que tengan carácter supramunicipal.

A nivel provincial, el **Protocolo de Constitución y Funcionamiento de las Redes de Círculos** no contempla la capacidad de las **Redes de Círculos Provinciales** para ejercer como órgano comunicante. Por tanto, su potestad comunicativa, caso de necesitarla, será ejercida a través de sus representantes en el **Consejo Ciudadano Autonómico (CCA)** y los mecanismos establecidos a nivel autonómico.

Por último, según viene definido en el **art. 16 del Reglamento del Consejo Ciudadano Autonómico** de **PODEMOS C-LM**, la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** será la encargada de coordinar todas aquellas acciones comunicativas que sucedan en el ámbito autonómico, bien sea a instancias del **CCA**, de un **área** o **secretaría**, o de la **Coordinación y Coordinación Adjunta Autonómicas**.

2.2. Tipos de Intervenciones Comunicativas y sus Características

A grandes rasgos se distinguen cuatro tipos de intervenciones comunicativas en medios: las notas de prensa, los comunicados, las declaraciones y las entrevistas.

La más común de estas intervenciones es la nota de prensa, la cual consiste en una noticia redactada tal y como queremos que aparezca en los medios, en tercera persona, y con cualquier juicio de valor entrecomillado. A diferencia de esta, el comunicado se empleará en aquellos casos que requieran de un punto de vista oficial del órgano comunicante, escrito en primera persona y en forma de carta dirigida al público. Debido a la necesidad de los medios de comunicación de transcribir la información contenida en un comunicado para adaptarla a la noticia, y a la escasez de recursos que suelen sufrir, se recomienda optar en la gran mayoría de los casos por la nota de prensa para facilitar el impacto y difusión de la información comunicada.

Las declaraciones tienen un carácter similar al de un comunicado, pero en este caso el medio de difusión será audiovisual en lugar de escrito. Para este tipo de intervenciones, los medios deben ser convocados por escrito en el lugar y hora elegidos con días de antelación, notificando además las personas participantes y los cargos que ocupan, el motivo y el contexto general de las declaraciones. Si para procesar un comunicado son necesarios personal y tiempo por parte del medio de comunicación, las declaraciones son aún más exigentes, requiriendo de personal, tiempo y recursos para el desplazamiento. Por este motivo las declaraciones deben estar siempre justificadas sólidamente por la persona o personas que las realizarán y el contenido de las mismas, resultando en una desacreditación del órgano convocante en caso de abusar de este recurso.

La última de las intervenciones más comunes en comunicación es la entrevista. Este formato comunicativo se distingue de los tres anteriores en tanto en que, en este caso, el canal es bidireccional (entrevistador-entrevistado). Si bien las declaraciones suelen contar con un apartado final de preguntas de los y las periodistas, las entrevistas son siempre de carácter temático o coyuntural y a iniciativa del medio de comunicación. Es posible ofrecer a los medios este formato en caso de apreciar una oportunidad debido a las circunstancias políticas o sociales, pero no es lo común y se corre el riesgo de desgastar la relación con los medios.

Todos los tipos de intervenciones, sus características y los detalles de cada una de ellas serán desarrollados en profundidad en los ciclos de formación comunicativa que se llevarán a cabo en los municipios por parte de la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** en coordinación con la **Secretaría de Círculos, Extensión y Formación**, la **Secretaría de Feminismos**, la **Secretaría de Municipalismo y Sociedad Civil**, la **Secretaría de Organización** y la **Secretaría de Participación y Producción**.

2.3. Objetivos y Pautas

El objetivo de toda comunicación política debe ser la transmisión, de la forma más clara y sencilla posible, del mensaje que queremos hacer llegar al público general para generar una respuesta en el mismo. Existen diversas maneras para conseguirlo, aunque todas ellas dependen en última instancia de las emociones del receptor y la capacidad del mensaje para estimularlas. Las emociones más comunes a las que se interpela en comunicación política suelen ser el miedo, el odio, la esperanza y la ilusión, de más a menos accesibles en ese orden.

El miedo y el odio son sentimientos que generan una respuesta rápida y muy fuerte por parte del público, si bien sus efectos, además de impredecibles, suelen ir en detrimento de los derechos colectivos y la libertad democrática. Por ejemplo, el uso del miedo y el odio frente a

una amenaza extranjera que se utilizó tras los atentados del 11S en los Estados Unidos de América o el miedo y la xenofobia alimentados por la extrema derecha especialmente en los países del sur de Europa.

En el lado contrario, y aunque mucho más difícil de construir, nos encontramos por ejemplo con el discurso que surgió en España tras el 15M como el mejor ejemplo de cómo la esperanza de cambiar las cosas y la ilusión de las personas en un futuro mejor han sido capaces de esculpir un nuevo modelo político en nuestro país. En **PODEMOS** nos mantenemos fieles a ese espíritu y, por tanto, las herramientas comunicativas que utilizaremos irán preferentemente destinadas a proponer modelos políticos y de gestión alternativos, basados en la participación, el ecologismo, el feminismo, la defensa de los servicios públicos y de los derechos fundamentales, y en un sistema equitativo que no deje a nadie atrás.

Debido a la dispersión y variedad de nuestro territorio y las diferentes sensibilidades que este abriga, la comunicación de **PODEMOS** en Castilla-La Mancha debe tener en especial consideración la cohesión del discurso a todos los niveles. Por este motivo, se prestará especial atención a la coordinación entre las diferentes fuentes comunicativas dentro del partido y de los órganos que lo componen. Para ello, la **Red de RECOMs de PODEMOS C-LM** ejercerá como espacio de coordinación continua con el resto de municipios y la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación**, según coyuntura, y siempre en base al **Documento Político** aprobado en la **III Asamblea Ciudadana Autonómica de PODEMOS C-LM** y la línea discursiva oficial de **PODEMOS** a nivel autonómico y estatal.

3. Redes Sociales y Canales de Difusión

Existen numerosos canales de comunicación que han surgido a raíz de la revolución digital y que nos permiten realizar una difusión descentralizada de la información. Estas nuevas herramientas han cambiado completamente el escenario comunicativo tradicional en el que tan solo aquellas personas con grandes recursos eran capaces de llegar al público.

Plataformas como Facebook, Twitter o Instagram y servicios de mensajería como WhatsApp o Telegram, nos abren un amplio abanico de posibilidades para hacer llegar nuestro mensaje a la mayoría de las personas. Sin embargo, al igual que la comunicación política tradicional, es necesario conocer las características propias de cada uno de estos canales para poder sacar el mayor rendimiento posible de su uso y maximizar la eficiencia de nuestro trabajo.

3.1. Nivel Autonómico

Tal y como viene recogido en el **art. 57 del Documento Organizativo Autonómico**, las competencias para la administración y gestión de las redes sociales de **PODEMOS C-LM** corresponden al **Grupo de Trabajo de Comunicación** como parte de la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación**. Las redes sociales oficiales de **PODEMOS C-LM** serán solamente aquellas que puedan comunicar en nombre de **PODEMOS C-LM**, con la imagen corporativa del partido, y que se encargarán de difundir y cumplir con todo lo establecido en los documentos de **PODEMOS** a nivel autonómico y estatal.

Actualmente, **PODEMOS C-LM** cuenta con páginas oficiales en Facebook, Twitter e Instagram, así como sendos canales de difusión en Telegram y WhatsApp. La creación de cualquier otra página en las mismas u otras plataformas, así como de canales de difusión de cualquier tipo, deberá contar con la aprobación previa por parte del **Consejo Ciudadano Autonómico** de **PODEMOS C-LM**, el cual valorará, en base a las recomendaciones de la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación**, la idoneidad o no de su creación y las características de los mismos.

Cualquier otro espacio de comunicación que pueda existir a nivel autonómico bajo el paraguas de **PODEMOS** deberá seguir en cualquier caso las líneas comunicativas establecidas por las áreas competentes a nivel autonómico y estatal.

3.2. Nivel Supramunicipal

Según los documentos aprobados en la **III Asamblea Ciudadana** de **PODEMOS** y en la **III Asamblea Ciudadana Autonómica** de **PODEMOS C-LM**, así como en la normativa que los desarrolla, no existe ningún órgano con competencias comunicativas al margen de aquellos establecidos a nivel autonómico y municipal. Cualquier espacio público de difusión por encima del nivel municipal se entenderá vinculado a lo establecido a nivel autonómico.

3.3. Nivel Municipal

Las redes sociales y canales de difusión municipales serán creados y administrados por el **Grupo de Trabajo de Comunicación** de **PODEMOS C-LM** a instancia de los **Círculos Municipales**.

La responsabilidad de la gestión de las redes sociales y canales de difusión de **PODEMOS** a nivel municipal recaerán en la persona que sea elegida en cada círculo como **Responsable de Comunicación Municipal (RECOM)**. Solamente podrán gestionar las redes sociales y canales de difusión municipales aquellos círculos que hayan sido constituidos, activados, y que hayan elegido a su **RECOM** según lo establecido en el **Documento Organizativo Estatal** y en el **Reglamento de Funcionamiento de los Círculos**. La persona que ejerza de **RECOM** podrá solicitar compartir la gestión de las redes sociales y canales de difusión municipales con hasta dos personas de su **Círculo Municipal**.

Al igual que lo establecido para la comunicación, la persona que ejerza como **RECOM** deberá cumplir con lo establecido en el presente **Protocolo** y en cualquier normativa de rango superior para la gestión de las redes sociales y canales de difusión de **PODEMOS** en su municipio. Deberá seguir además la línea comunicativa escogida por su **Círculo Municipal** y en coordinación con la persona que ostente la **Portavocía** de su **Círculo Municipal**, la **Red de RECOMs** y la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** de **PODEMOS C-LM**.

Cualquier red social y canal de difusión de **PODEMOS** a nivel municipal que no se encuentre activo, por falta de **RECOM** o por falta de actividad o desaparición de su **Círculo Municipal**, seguirá siendo administrada por parte del **Grupo de Trabajo de Comunicación** de **PODEMOS C-LM**, el cual podrá gestionarla o cederla temporalmente a la espera de que se den las condiciones establecidas para devolver su gestión al **Círculo Municipal**.

3.4. Objetivos y Pautas

El objetivo de la gestión de las redes sociales y los canales de difusión será el de compartir y publicitar de la forma más eficiente y plural posible todo el trabajo resultante de la actividad de los órganos electos de su ámbito territorial, así como el de difundir todas las convocatorias y eventos que emanen de la actividad normal de los mismos. Toda comunicación que se realice mediante estas herramientas estará supeditada al interés común y a las pautas establecidas por cada una de las áreas y documentos de su ámbito territorial y superiores.

Si bien la principal actividad debe ser la de generar contenidos en forma de infografías, vídeos, textos, etc. con los objetivos expuestos, otra parte muy importante de la actividad en redes sociales será la difusión de aquellas campañas desarrolladas por otros espacios de **PODEMOS** del mismo o de distinto ámbito territorial. En este sentido, la relación entre los diferentes espacios comunicativos de **PODEMOS** en Castilla-La Mancha estará basada en los principios de solidaridad y reciprocidad para crear una relación sinérgica que potencie al máximo la efectividad comunicativa de todos los espacios desde la independencia de los mismos.

Además de generar contenido propio, se procurará por tanto compartir y difundir periódicamente aquellas campañas que, por su especial relevancia política o social, puedan ser de interés para el público objetivo, tanto si afecta directamente, indirectamente o si no tiene una repercusión explícita sobre el ámbito territorial que lo comparte. Para facilitar esta cooperación, desde la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** se habilitarán dos espacios de coordinación a nivel autonómico en el servicio de mensajería Telegram:

- **Grupo de Difusión de Podemos C-LM.** En este espacio participarán todas aquellas personas que, por su militancia, afinidad y/o actividad política en **PODEMOS**, estén interesadas en las campañas comunicativas municipales y autonómicas. Las personas elegidas como **RECOMs** y la **Secretaría de Estrategia Política y Comunicación** se encargarán de compartir aquellas publicaciones de especial relevancia que crean que pueden ser objeto de difusión en otros ámbitos territoriales distintos del propio.
- **Red de RECOMs.** Además de las funciones ya descritas en el apartado **2.3. Objetivos y Pautas**, este grupo servirá para coordinar campañas conjuntas entre los municipios y el nivel autonómico que multipliquen el impacto comunicativo de estos espacios por separado. También servirá como punto de encuentro y asesoramiento colectivo para el desarrollo de material audiovisual, intervenciones comunicativas y gestión de redes sociales y canales de difusión.