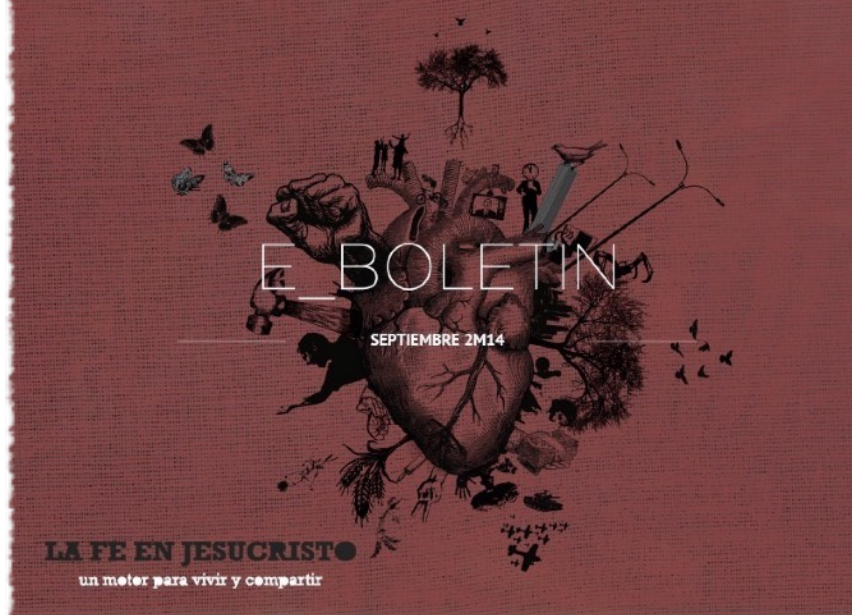


# Memoria 2014-2017 Plan de comunicaci3n

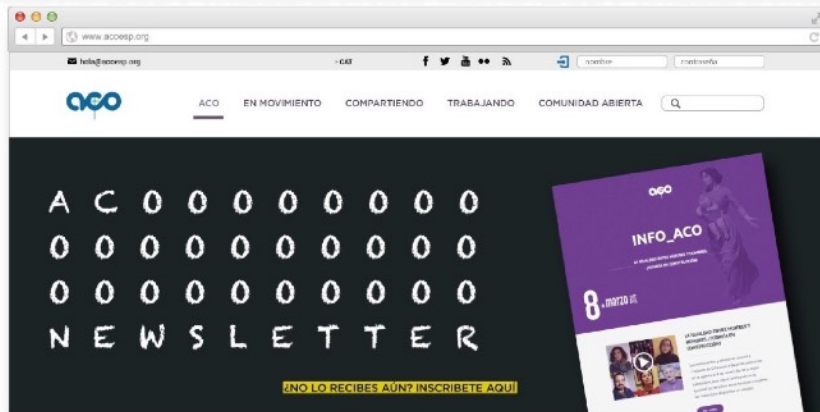


## NOTICIA PRINCIPAL N3MERO DE CARACTERES

This is Photoshop's version of Lorem Ipsum. Proin gravida nibh vel velit auctor aliquet. Aenean sollicitudin, lorem quis bibendum auctor, nisi elit consequat ipsum.

[Ver m3s](#)

v160714

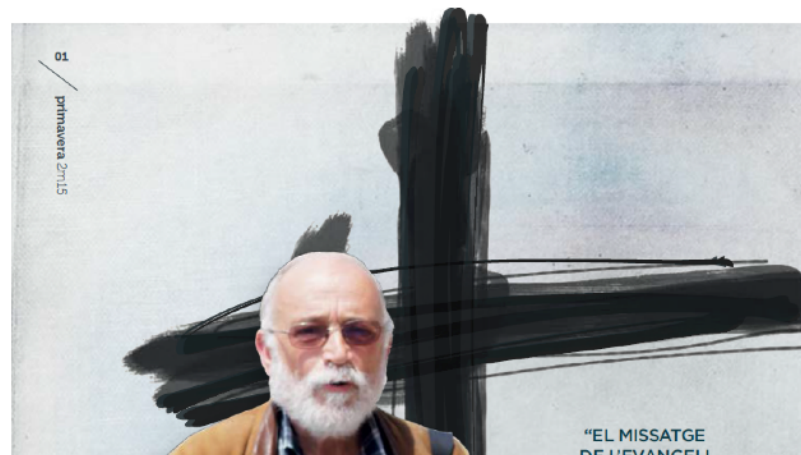


## COMUNIDAD ABIERTA ACO

Lluita obrera adaptada als nous temps X F3rum de Capellans de Madrid  
LA FAGEDA I LA DIGNITAT DE LA PERSONA ●● LA FE EN JESUCRIST COM A MOTOR PER VIURE I COMPARTIR

ACTIVISME, FE I INSPIRACI3 **Salillum** 5€

Contribuyendo a cohesionar la ACO y haciendo llegar nuestra voz a la sociedad



## Apreciadas y apreciados militantes,

Hace ya cuatro años que un grupo de cuatro militantes profesionales en el mundo de la comunicación recibimos el encargo del Comité General de proponer un Plan de comunicación. La propuesta recibió la luz verde del Comité Catalán y

desde entonces se ha hecho un trabajo que ahora, en el Consejo que se acerca, llega el momento de valorar y decidir si queremos darle continuidad, cambiar algún aspecto o bien dejarlo aparcado.

## Objetivos del Plan de comunicación y evolución

OBJETIVO	EVOLUCIÓN 2014-2017
<ul style="list-style-type: none"><li>• Contribuir a la cohesión del movimiento y ser un canal efectivo y eficaz de comunicación entre los diferentes órganos del movimiento y las personas militantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• En la web se ha dado cabida a la sección El libro de ruta del Comité Permanente, se han explicado los encuentros y reuniones del Comité Catalán y se ha dinamizado la sección Compartiendo ACO.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Replantear el uso de los medios actuales de comunicación interna y proponer otros nuevos, principalmente digitales, que tienen menor coste y más efectividad que los tradicionales de papel, a fin de que faciliten de forma periódica y en el formato adecuado información pertinente y de valor a los diferentes públicos internos del movimiento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se ha creado un e-boletín mensual (también en versión papel para las personas sin e-mail) que informa periódicamente sobre las actividades del movimiento y con propuestas exclusivas para la militancia (Comunidad Abierta de la web). Estaba previsto tener espacios específicos para consiliarios y responsables de zona que no se han llevado a cabo.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Facilitar la comunicación bidireccional, especialmente con la militancia, para ir ajustando los mensajes y contenidos a lo que se espera de ellos por parte de los destinatarios. Para alcanzar este objetivo nos apoyaremos en las nuevas tecnologías.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Desde la web se admiten comentarios a las publicaciones en caso de entrar como militante. Esta opción ha sido escasamente utilizada, pero se han recogido aportaciones por otras vías: correo electrónico, redes sociales...</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Dar a conocer el trabajo interno que se desarrolla en el movimiento para valorar a las personas que realizan estas tareas, para animar en la participación, para facilitar el relevo e incrementar el sentimiento de pertenencia al movimiento. Se pone especial atención al trabajo desarrollado en las diferentes comisiones.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Las noticias publicadas en la web y las aportaciones escritas que se realizan desde puestos de responsabilidad (coordinadora, presidentes, consiliario general) han permitido explicar de primera mano qué tareas suponen y qué aportan.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Incrementar la visibilidad externa como vía para dar a conocer el movimiento a personas interesadas, tanto en el ámbito eclesial como en el social.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La producción de la revista Luzysal ha permitido crear puentes con muchas personas y entidades no militantes pero con objetivos de transformación comunes.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Hacer llegar nuestra voz a la sociedad, convirtiéndonos en un agente de opinión autorizada y entrar en la agenda de los medios y periodistas especializados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se ha consolidado una base de datos de periodistas y medios a los que se ha difundido parte de nuestra actividad vía notas de prensa. Esto ha permitido situar a la ACO como actor relevante, sobre todo entre los medios especializados.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Elaborar un libro de estilo tanto gráfico como de contenido que permita homogeneizar y pautar los diferentes elementos de comunicación, así como ejecutar en el día a día los criterios de comunicación aprobados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Se han elaborado unos procedimientos con las tareas vinculadas a la comunicación que permitirían el traspaso de la información a cualquier técnico que asumiera esta función. Faltaría afinar con más precisión los criterios de comunicación.</li></ul>

## Publicaciones

- E-boletín ACO. Se han elaborado 28 e-boletines ACO desde que se empezó a editar en noviembre de 2014, se envían a 782 personas (algunas no militantes ya que la suscripción es abierta). En cada publicación hay 5 noticias, dos propuestas destacadas de eventos y tres contenidos de la Comunidad Abierta. El e-boletín también se imprime y se envía por correo postal a aquellos militantes que no tienen correo electrónico o a los que les representa alguna dificultad la lectura mediante pantalla. Entre el día del envío y los dos posteriores, casi un 40% de los receptores entra en la web para consultar y/o ampliar los contenidos.
- Info-ACO. Se han elaborado 30 info-ACO o e-mailings específicos que informaban sobre actos concretos, recordatorios o noticias relevantes que se producían en el espacio cronológico entre e-boletines.
- Revista Luzysal. Se han elaborado 4 revistas desde que se empezó a editar en

abril de 2015. Hay un Consejo Editorial que propone las grandes líneas de contenidos y un equipo de redacción constituido por la Comisión de Comunicación. La revista tiene una alta valoración y es conocida en los ámbitos de relación de ACO, a pesar de que prácticamente todos los receptores son militantes de ACO. Está pensada como vehículo para hacer puentes y explicarnos a personas no militantes, por lo tanto, habrá que profundizar en una estrategia para incrementar suscripciones.

- Documentos Jornada General y Consejo. Desde la Jornada General de 2014 todos los elementos del curso que se entregan a la militancia han sido rediseñados y planteados con criterios de amabilidad en la lectura y en el grafismo (Dossier, Plan de Curso, Crecemos y otros documentos de formación). Se ha incorporado la imagen del curso vinculada a la prioridad o al tema principal con la participación de militantes de diferentes zonas.

## Pedimos opinión

Antes de desarrollar y ejecutar el Plan de comunicación se hizo un estudio cualitativo basado en entrevistas en profundidad a 25 militantes, consiliarios y simpatizantes de ACO que permitió hacer un DAFO (matriz con las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de ACO).

A partir de ahí, se han ido realizando encuestas sobre temas concretos para captar la opinión de la militancia (nombre

revista ACO, valoración primer número revista) y que han culminado en la encuesta preparatoria del Consejo en la que ha participado un elevado número de militantes (52%).

También, desde el número pasado de Luzysal se busca la participación de los lectores, por ejemplo, dando la posibilidad de hacer preguntas a la persona que será entrevistada.

## Formación

En 2015 se hizo la I Jornada de comunicación un encuentro formativo en el que se explicó el funcionamiento de la parte privada de la web (Comunidad Abierta) y se hizo una panorámica sobre la situación de los medios de comunicación con la participación del periodista David Vidal, del colectivo Som Atents.

La II Jornada de comunicación se hará el próximo 18 de marzo y consistirá en una

jornada práctica para conocer el uso que podemos dar a las redes sociales para comunicar el Evangelio.

La comunicación también se ha querido hacer presente con la presencia de un taller en habilidades comunicativas en la última Semana Santa, impartido por Joan Francesc Cánovas o la formación específica que se hará en este sentido al Comité Catalán.

# ACO en la red y los medios

La ACO tiene perfiles activos en Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Mixcloud y Slideshare. En estos espacios despliega una actividad básicamente propositiva y se hace eco de mensajes de otros actores que refuerzan los objetivos de ACO. Los más dinamizados son Facebook (1 post diario) y Twitter (5 post semanales).

También se ha ampliado y se tiene actualizada la entrada de ACO en la Wikipedia.

En cuanto a los medios, la ACO ha salido en 38 ocasiones desde mayo de 2014 en

diferentes medios en formato prensa (Catalunya Cristiana, La Vanguardia, Hoja Dominical del Arzobispado de Barcelona), internet (CatalunyaReligió.cat, EsglésiaBarcelona.cat, agencia Flama, obispado de Sant Feliu), televisión (Mataró Televisión) o radio (Catalunya Ràdio, Ràdio Estel, Ràdio Molins de Rei).

## L'esperança, eina necessària en el kit de supervivència

L'Acció Catòlica Obrera engueta nou curs en la Jornada General del 12 d'octubre

Joan Andreu Parra

Barcelona

Acabem de celebrar una jornada general de treball i de reflexió, en defensa del treball i de la dignitat humana. El tema de la jornada ha estat el treball i la dignitat humana. El tema de la jornada ha estat el treball i la dignitat humana. El tema de la jornada ha estat el treball i la dignitat humana.



# Nuestra tarea en un vistazo

- 28 e-butlletins publicados
- 30 info-ACO
  - 4 revistas Luzysal



Web [acocat.org](http://acocat.org)

- 5.229 usuarios únicos (sept 2016) vs 2.573 (sept 2015)
- 9.274 sesiones (septiembre 2016) vs 3.746 (septiembre 2015)
- 45% usuarios que vuelven vs 32%
- 30% rebotes vs 35%
- 33.362 páginas consultadas vs 13.680
- 6' 14" duración media de visita en visitante recurrente y 1' 38" duración media de visita en nuevo visitante



Redes sociales

- 1.237 seguidores en Facebook
- 436 seguidores en Twitter
- 1.118 visionados en YouTube
- 458 audiciones en Mixcloud
- 1.979 visionados presentaciones en Slideshare



Medios

- 38 apariciones en medios de comunicación y revistas

# Trabajo en red

La comunicación predispone al Movimiento al diálogo y en este sentido se han continuado estrechando lazos con diversas entidades cristianas como es el caso de Cristianismo y Justicia (presentación de libros en común), Justicia y Paz (campañas por el Trabajo Digno) y también las acciones en redes sociales el Día del Trabajo Digno con el

MMTC (Movimiento Mundial de Trabajadores Cristianos).

La elaboración de la revista ha permitido entrar en contacto con muchas entidades que bien han conocido a ACO por primera vez o han profundizado en nuestro carisma: es el caso de CCOO, Migra Studium, Cáritas, Red de Economía Solidaria, etc.

# Quiénes somos

Técnico de comunicación (liberado a media jornada): Joan Andreu Parra

Comisión de comunicación: Joan Francesc Cánovas, Quim Cervera, Ton Clapés, Montse Forcadell, Joan Andreu Parra, Ángela Rodríguez, Celia Santiago

Consejo Editorial Luzysal: Fina Faidella, Sonia Herrera (externa, Cristianismo y Justicia), Joan Andreu Parra (secretario), Josep Pascual, Mercè Solé, Xavier Such

## Pasamos cuentas

El Plan de comunicación ha supuesto unos gastos, básicamente los servicios iniciales como profesional y posteriormente la contratación a partir de febrero del 2015 a media jornada del militante y técnico de comunicación Joan Andreu Parra. El coste de la contratación se ha sufragado con la cotización extra de 25 € durante tres años que han hecho los militantes que cotizan y que han dado la conformidad (un 80%). Esta cotización extraordinaria finaliza en diciembre del 2017 y este año se recogerán 11.370 €.

El mismo técnico ha realizado una labor de captación de recursos externos para que el Movimiento pudiera asumir más fácilmente una parte de esta inversión y esto se ha hecho presentando los proyectos de comunicación (web, revista Luzysal) y también la Jornada General a las convocatorias públicas de ayudas de la Generalitat de Cataluña y del Ayuntamiento de Barcelona. En estas convocatorias se han obtenido estas ayudas (algunas, a pesar de estar aprobadas, aún no han sido ingresadas en la tesorería de ACO):

Entidad	2014 otorgado	2015 otorgado	2016 otorgado
Ayuntamiento de Barcelona	1.600	3.000	3.900
Generalitat de Catalunya	6.879	11.000	2.000
Total	8.479	14.000	5.900

## Reflexión de la Comisión de Economía

Consideramos que podemos resumir las respuestas dadas por la militancia en la encuesta en dos puntos:

- A los militantes les gusta y quieren que ACO tenga más visibilidad, en línea del Plan de Comunicación
- Los militantes no consideran que haya que cotizar más para tener más liberados

Y también llegamos a una conclusión. Estos dos puntos no son compatibles de entrada. Sólo es compatible si hay un trabajo de militantes voluntario. La experiencia de los últimos años nos dice que el trabajo militante voluntario es escaso y cuesta hacerlo aflorar. Si este trabajo militante voluntario no sale, sólo hay dos vías:

- No se tiene la visibilidad que los militantes piden, el Plan de Comunicación, y por lo tanto el puesto de trabajo de Joan Andreu se elimina.
- El trabajo debe estar remunerado y por lo tanto se debe cotizar más o al menos mantener las cotizaciones actuales... (sabiendo que si hay bajas, éstas las deben asumir los militantes que quedan).

Si tomamos como base el coste total del año 2017 del técnico de comunicación: 16.100 €, que incluye el bruto del trabajador y la Seguridad Social a cargo de ACO, para pagar este salario entre todos los militantes que cotizan (572) habría que incrementar la cotización anual en 30 € (2,5 € al mes).