

Pla de comunicació del CIRD

Centre d'Informació i Recursos per a
les Dones i servei d'atenció a la
diversitat sexual i de gènere de
l'Ajuntament de Mataró

UOC

Marta Cabot Navarro

Màster universitari de Comunicació Corporativa, Protocol i
Esdeveniments

TIPOLOGIA DEL TFM: Modalitat C (projecte pràctic-
professionalitzador)

TUTOR/A ACADÈMIC/A QUE ASSUMEIX LA DIRECCIÓ DEL
TFM: Víctor Curto Gordo

POBLACIÓ I DATA: Argentona, 17 de juny del 2020

Universitat Oberta
de Catalunya



Índex

Resum	4
Abstract	5
1. Introducció	6
1.1. Exposició del tema	6
1.2. Justificació de la proposta	6
1.3. Estructura del treball	7
1.4. Objectius	7
2. Marc teòric	8
2.1. La comunicació corporativa	8
2.1.1. Definició	8
2.1.2. Àrees d'especialització	10
2.2. La comunicació d'institucions públiques	10
2.2.1. Característiques	10
2.2.2. Funcions	12
2.3. Comunicació i gènere	13
2.4. Conclusió	14
3. Auditoria de comunicació	15
3.1. Anàlisi de la situació de partida	15
3.1.1. Mètodes de recerca utilitzats	15
3.1.2. Context sociodemogràfic	15
3.1.3. Organització i línies de treball del CIRD	16
3.1.4. Gestió de la comunicació interna	18
3.1.5. Gestió de la comunicació externa	19
3.1.6. Comunicació <i>online</i>	21

3.2. Anàlisi de la competència	25
3.3. DAFO	26
4. Pla de comunicació del CIRD.....	27
4.1. Missió, visió i valors	27
4.2. Mapa de públics.....	27
4.3. Metes i objectius de comunicació	28
4.4. Estratègies i tècniques.....	29
4.5. Tàctiques i accions	30
4.6. Missatges.....	35
4.7. Canals, suports i mitjans.....	35
4.8. Cronograma	36
4.9. Pressupost.....	38
4.10. Avaluació	40
5. Conclusions.....	42
Bibliografia.....	44
Annexos.....	49
Annex 1 – Transcripció entrevista.....	49
Annex 2 – Exemple butlletí Terrassa	57
Annex 3 – Resultats enquesta	59
Annex 4 – Anàlisi d'Instagram	62
Annex 5 – Anàlisi de Facebook	74
Annex 6 – Entitats igualtat a Mataró.....	82
Annex 7 – Definició dels públics	85

Resum

Una de de les idees que impregna el present treball final de màster és que el caràcter de proximitat a la ciutadania dels ajuntaments els converteix en agents de canvi fonamentals pel que fa a l'aplicació de polítiques públiques amb impacte real en els ciutadans i ciutadanes. Dins d'aquestes polítiques, hi trobem les que estan relacionades amb la igualtat de gènere home-dona i LGTBI. Aquestes s'han incorporat en els últims anys a l'agenda social mundial gràcies a la tendència creixent de qüestionament del sistema patriarcal iniciada amb moviments com el #MeToo l'octubre de 2017 o d'altres com les vagues feministes dels últims 8 de març.

En el cas de l'Ajuntament de Mataró, l'equipament dedicat a la implantació de polítiques de gènere dona-home i LGTBI és el CIRD, Centre d'Informació i Recursos per a les Dones i servei d'atenció a la diversitat sexual i de gènere. Tot i l'important repte comunicatiu amb què es troba, aquest equipament mai ha comptat amb un pla de comunicació i, per tant, el repte que es proposa aquest treball és la seva elaboració.

Tot i que es podria pensar que n'hi ha prou en aplicar-hi els preceptes principals de la comunicació corporativa, la bibliografia existent demostra que la comunicació al si de les institucions públiques presenta certes singularitats. Cal tenir en compte, per exemple, que aquestes estan gestionades per alts càrrecs subjectes als períodes electorals i que gestionen béns intangibles que són propietat del propi receptor de les comunicacions, és a dir, la ciutadania en general. Concretament, en el cas de les polítiques d'igualtat de gènere dona-home i LGTBI, també cal predicar amb l'exemple i parar especial atenció a l'ús que es fa del llenguatge.

L'auditoria de comunicació per a l'elaboració del pla es basa en contactes personals, entrevistes i enquestes adreçades a les responsables i treballadores del CIRD, l'estudi de fonts documentals com els plans d'igualtat de què disposa l'Ajuntament de Mataró a nivell intern i extern i l'anàlisi dels continguts publicats a les xarxes socials i al web municipal. D'aquesta se'n desprèn una bona gestió de la comunicació interna, tant a nivell d'ajuntament com del CIRD, tot i que es proposa complementar-la amb iniciatives per a la seva optimització.

Quant a la comunicació externa, el CIRD gestiona campanyes que se celebren anualment i per a les quals ja existeix tot un engranatge que en permet la difusió òptima. Les propostes que inclou el pla de comunicació, doncs, van encaminades a la generació d'una imatge de marca unificada, així com a acabar de reforçar les campanyes existents a nivell de xarxes socials i encetar noves campanyes que estan previstes per al període entre juny del 2020 i juliol del 2021, tant a nivell *offline* com *online*. En aquest sentit, el repte més gran s'ha trobat en la segmentació dels públics objectius, ja que si bé certes comunicacions s'adrecen a sectors concrets de la ciutadania, la necessitat de conscienciació ciutadana i educació social quant a les polítiques d'igualtat provoca que sigui convenient que aquestes arribin a tota la població.

Paraules clau: comunicació corporativa, comunicació externa, comunicació interna, comunicació d'institucions públiques, pla de comunicació.

Abstract

One of the key ideas which has influenced this Master dissertation lies in the fact that the close proximity to its citizens makes local governments fundamental agents of change when implementing policies with real impact on the public. Amongst such policies are those relating to gender and LGTBI equality. As patriarchy is continuing to be challenged since the #MeToo movement of October 2017 or 8 March feminist strikes of recent years, these policies are consolidating themselves in the global social agenda.

In the case of the Mataró council, the office responsible for implementing gender equality and LGTBI policies is the CIRD (Centre of Information and Women's Resources and office for sexual and gender diversity). Despite the communicative challenges it is facing, the CIRD has never had a communications plan and thus its elaboration is the aim of this dissertation.

While it might seem sufficient to simply apply key corporate communication principles, current bibliography suggests that public service communication presents its own set of unique traits. After all, at the forefront of public institutions are high office politicians who are subject to election periods and who manage intangible assets, the owners of which are the very receivers of said communication, i.e. the general public. Specifically, gender and LGTBI equality policies require leading by example as well as special attention to language use.

The communications audit necessary for creating the communications plan relied on personal contacts, interviews and surveys directed at CIRD administrators and employees, the analysis of primary sources such as the Mataró council's Equality plans at the internal and external level, as well as the analysis of the council's posts on social media and its website. At an internal level, communications management proves effective, both at the council level and the CIRD level, though further complementary initiatives are recommended to enhance its success.

As concerns external communication, the CIRD runs annual campaigns which are already managed and optimally broadcast. The communications plan proposes to create a more unified brand image, as well as to further reinforce existing campaigns run on social media, and initiate new campaigns suggested for the period between July 2020 and June 2021, both at an offline and online level. In this sense, the greatest challenge has been target group segmentation: while certain communications are addressed at specific sectors, the need to provide social education and raise public awareness of equality policies requires that they be accessible to the entire population.

Key words: corporate communication, external communication, internal communication, public service communication, communications plan.

1. Introducció

1.1. Exposició del tema

El present treball final del Màster de Comunicació Corporativa, Protocol i Esdeveniments presenta el **Pla de comunicació del CIRDA**, Centre d'Informació i Recursos per a les Dones i servei d'atenció a la diversitat sexual i de gènere de l'Ajuntament de Mataró. Una de de les idees primordials que l'impregna és el fet que el **caràcter de proximitat a la ciutadania dels ajuntaments** els converteix en els ens públics que millor coneixen la població i les seves necessitats. Són, per tant, agents de canvi fonamentals en l'aplicació de **polítiques públiques amb impacte real** en els ciutadans i ciutadanes. Dins d'aquestes polítiques, hi trobem les que estan relacionades amb la **igualtat de gènere**.

L'Ajuntament de Mataró va crear la regidoria d'Igualtat i Solidaritat l'any 1999 i disposa des de fa més de quinze anys d'un marc de referència sobre polítiques d'igualtat de gènere, amb l'aprovació l'any 2001 del I Pla per a la igualtat d'oportunitats de Mataró. Actualment, la ciutat ja compta amb el **III Pla d'igualtat de gènere per a la ciutadania de Mataró 2018-2022** (III PIGCM), així com amb el **Pla d'igualtat intern 2015-2018**, del qual se n'ha prorrogat la vigència fins a l'aprovació d'un nou pla aquest 2020.

L'any 2007 es va crear el CIRDA, espai des d'on es planifiquen i s'impulsen les polítiques d'igualtat de gènere per incorporar aquesta perspectiva a tots els àmbits municipals i en el qual s'atenen totes les dones de la ciutat amb la finalitat de superar les situacions de desigualtat de gènere. Aquest equipament es projecta com a **referent en temes d'igualtat de gènere a la ciutat**, així com a la comarca del Maresme.

És important destacar que des del CIRDA i amb el III PIGCM s'aposta per una concepció de la perspectiva de gènere en el sentit més ampli, és a dir, entenent que **el moviment de dones i persones lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals (LGTBI) s'enfronta a les mateixes arrels de desigualtat**: el sistema patriarcal.

1.2. Justificació de la proposta

L'existència d'equipaments com el CIRDA és essencial donades les desigualtats dona-home i la discriminació envers el col·lectiu LGTBI existents al llarg de la història. Tot i que el moviment feminista va néixer entre els anys 60 i 70 del segle passat, darrerament s'ha incorporat a l'agenda social mundial una **tendència creixent de qüestionament del sistema patriarcal**. Aquesta es va iniciar amb moviments com el #MeToo l'octubre de 2017 arrel de la denúncia de múltiples actrius de Hollywood pels abusos sexuals que havien patit o d'altres moviments com les vagues feministes dels últims 8 de març.

El CIRD **no compta amb cap pla de comunicació**, tot i tenir un gran repte a nivell comunicatiu basat en l'impuls de canvis socials que, per tal que siguin efectius, cal explicar seguint una **estratègia idònia**. Les vuit treballadores que formen part de l'equip en són conscients i estan disposades a col·laborar proactivament en la proporció d'informació per a l'elaboració del pla de comunicació, així com a aplicar-lo.

1.3. Estructura del treball

El treball s'estructura en els cinc blocs següents:

1. **Introducció.** Explica quin és el tema del TFM i la seva importància, així com quins són els objectius que es volen assolir amb la seva elaboració.
2. **Marc teòric.** Defineix les característiques principals de la comunicació corporativa per explicar seguidament de quina manera es comunica des de les institucions públiques fent especial incís en l'ús del llenguatge inclusiu i no sexista.
3. **Auditoria de comunicació.** Inclou la fase d'investigació i diagnòstic per a l'elaboració del pla de comunicació del CIRD.
4. **Pla de comunicació del CIRD.** Conté les fases de planificació, execució i avaluació pròpies de la planificació estratègica de la comunicació corporativa, contemplant tant la comunicació interna com externa.
5. **Conclusions.** Resumeix les resolucions extretes de la recerca realitzada, alhora que es valora el nivell d'assoliment dels objectius proposats.

1.4. Objectius

Els objectius generals del present treball i els específics que s'hi associen són:

- **Presentar un marc teòric relacionat amb el projecte i als coneixements adquirits al llarg del Màster en comunicació corporativa, protocol i esdeveniments.**
 - Justificar degudament el per què de les decisions preses en l'elaboració del Pla de comunicació del CIRD.
 - Revisió de teories pel que fa a l'àmbit específic de la comunicació d'institucions públiques.
- **Realitzar una auditoria de comunicació interna i externa *off-* i *online* del CIRD per detectar-ne els punts forts i febles.**

- Conèixer en profunditat les dinàmiques i necessitats comunicatives de les responsables del CIRD, així com de la resta de treballadores.
- Resoldre les mancances i problemes reals que té l'equipament a nivell comunicatiu, de manera que l'aplicació del pla sigui d'utilitat en un futur.
- **Elaborar un pla de comunicació que s'adapti a la realitat de l'equipament i que sigui aplicable de manera efectiva, tenint en compte els seus recursos.**
 - Dotar el CIRD d'una estructura de coordinació interna àgil i sòlida, que faciliti la transmissió de la informació a nivell multidireccional.
 - Potenciar i administrar degudament els canals de què disposa el CIRD per tal d'incrementar-ne la capacitat informativa.

2. Marc teòric

2.1. La comunicació corporativa

2.1.1. Definició

Si ens proposem desgranar el concepte de comunicació corporativa per entendre'l en la seva totalitat, cal començar per la seva pròpia denominació. Segons l'autor que s'hi refereix, veiem que aquest pot ser anomenat de diverses maneres. Només cal fer un repàs als títols d'autors coneguts i recents com Smith, Xifra, Wilcox i Cameron per veure que es decanten per anomenar-la **relacions públiques**. El mateix Xifra (2014) cita com a expressions sinònimes conceptes com “comunicación organizacional, comunicación estratégica, relaciones institucionales, marketing relacional, marketing social, don de gentes, promoción, periodismo de fuentes o gestión de la reputación” (pàg. 24).

A tall d'exemple, si ens agafem a la primera denominació de les citades anteriorment, “comunicació organitzacional”, veiem que posa èmfasi en les **organitzacions com a emissores, ja siguin empreses privades o institucions públiques**. En canvi, es pot considerar que el concepte de “comunicació estratègica” fa més incidència en la **necessitat de planificar les actuacions seguint una estratègia** per tal d'assolir uns objectius finals.

Així doncs, quan es tracta d'anomenar i definir el concepte, diversos autors hi han afegit la seva visió personal. Xifra (2014) afirma que “si el lector pregunta a tres académicos y a tres profesionales que definan las relaciones públicas, obtendrá, con toda seguridad, seis definiciones distintas” (pàg. 26). On coincideixen la majoria de teòrics és en posar l'incís en la comunicació corporativa com a encarregada de la gestió de la **relació entre les empreses i institucions i els seus públics d'interès o stakeholders, ja siguin interns o externs**. En aquest sentit ens podem valdre de l'últim dels conceptes esmentats anteriorment, “gestió de la reputació”, per completar la definició.

En termes planers, es pot dir que **la reputació és allò que la gent pensa d'una cosa**. La identitat fa referència a com es defineix una corporació, allò que fa i diu. La imatge, en canvi, és la percepció dels públics sobre la identitat. L'objectiu és la **màxima consonància entre identitat, imatge i reputació**. Per acabar-la de definir, la reputació es configura a partir de la imatge projectada al llarg del temps (Aced, 2016, pàg. 17). Pel que fa a la gestió de la reputació d'una empresa o institució, no es podrà controlar directament el que algú n'acabi pensant, però sí que es pot gestionar la seva identitat per tal que el públic se'n generi una bona imatge. Autors com Rojas i Redondo (2013), descriuen la gestió de la reputació *online* com a “todo lo que hay que hacer para poder tener cierta influencia (que no control) sobre nuestra reputación digital” (pàg. 56).

L'ús de teories d'autors especialitzats en comunicació corporativa digital per explicar el concepte de reputació fa palès que **és important la seva gestió tant a nivell *offline* com *online***, perquè en cas contrari es pot caure en el risc que sigui algú altre qui la gestioni i/o que aquesta es descontrolï. Com diu Xifra (2014), “un mundo *online* no es una realidad aparte del mundo *offline*, sino que juntos forman un todo” (pàg. 36).

Tenint en compte la multiplicitat de públics objectius que pot tenir una corporació, Xifra (2014) afirma que “no existe una única reputación, sino tantas como públicos estratégicos existan” (pàg. 36). D'aquí la **importància de la segmentació** en comunicació corporativa basada en conèixer els diversos públics estratègics per tal d'adreçar-los els missatges que més els interessaran.

S'entén, doncs, que les teories de les relacions públiques o comunicació corporativa hagin evolucionat de models basats en la divulgació de manera unidireccional i transparent, com el d'informació pública proposat per Ivy L. Lee a inicis del S. XX, a models com el proposat Edward L. Bernays als anys 20, més basats en l'escolta activa de públics per tal d'obtenir-ne la retroalimentació necessària i poder elaborar missatges realment persuasius. Tot i això, segons Wilcox, Cameron i Xifra (2012) no és fins als anys 20 que Arthur W. Page va plantejar la necessitat que **les relacions públiques de qualsevol empresa tinguin contacte directe amb l'alta direcció**. Els mateixos autors afirmen que “el director ejecutivo de un departamento de relaciones públicas suele tener uno de los siguientes cargos: gerente, director o vicepresidente” (pàg. 98).

De l'últim paràgraf se'n desprèn el caràcter persuasiu de la comunicació corporativa. A diferència d'altres disciplines com la publicitat, però, aquesta persuasió s'acostuma a assolir **sense la necessitat que hi hagi un intercanvi econòmic**. Així ho explica Lalueza (2016), per exemple, quan parla de les relacions amb els mitjans com a àrea d'especialització de la comunicació corporativa i afirma que “no hauríem de dedicar-nos a recompensar econòmicament els que difonen els missatges que volem divulgar. La figura del prescriptor a sou existeix des de fa molt de temps i pot ser legítima, però s'emmarca dins de l'activitat publicitària” (pàg. 28). Per tant, les relacions públiques **contribueixen a la generació de confiança**. Seguint amb l'exemple de les relacions amb els mitjans, quan s'envia una informació a un/a periodista la decisió sobre si allò es publicarà o no i sobre com es publicarà recau en ell/a. Per aquest motiu, cal una estratègia de relacions públiques que enforteixi els vincles, per exemple, amb els mitjans de comunicació, que conegui les seves dinàmiques i que tingui contacte directe amb els i les periodistes.

2.1.2. Àrees d'especialització

Xifra (2014) descriu **diverses àrees d'especialització de les relacions públiques**. Segons el públic amb qui es tracta, diferencia entre relacions públiques internes o comunicació interna, relacions amb la premsa, relacions amb la comunitat, relacions institucionals lobbisme, gestió de conflictes potencials i intel·ligència competitiva, relacions públiques financeres, relacions públiques multiculturals, captació de fons, organització d'esdeveniments, comunicació de màrqueting, comunicació de riscos, comunicació de crisi, diplomàcia pública, responsabilitat social corporativa i cerimonial i protocol (pàgs. 39-44). Aquestes es poden traduir en **diverses funcions dins un mateix departament de comunicació corporativa o bé algunes d'elles en serveis contractats** a consultores o agències de comunicació o relacions públiques.

Pel projecte que ens ocupa, mereix una especial atenció la **comunicació interna i la seva relació amb la comunicació externa**. En termes generals, la primera és aquella que s'adreça als públics interns, és a dir, els treballadors i treballadores d'una empresa o institució. Cuenca i Verazzi (2018) expliquen que entre ells es poden produir tant comunicacions de **caràcter ascendent com descendent i horitzontal**, segons qui emeti els missatges (pàgs. 30-36). És important detectar aquests fluxos d'informació i establir-ne de formals. Qualsevol acció de comunicació externa haurà de ser explicada o fins i tot creada amb els treballadors i treballadores de l'organització, perquè en puguin ser participants i col·laborar en la projecció d'una mateixa imatge de marca.

Cuenca (2017) explica que la comunicació interna, a part de **motivar i augmentar l'eficàcia els empleats/des** obeeix a altres funcions com per exemple el foment de la pertinença a l'equip. És un agent de canvi que permet introduir nous valors o pautes de gestió relacionades amb els objectius estratègics de l'organització, busca satisfer les necessitats d'informació dels empleats, els permet participar de l'empresa o institució i contribueix a l'eliminació de tensions en les relacions interpersonals. També cal destacar la seva contribució en evitar la producció de rumors, patologia que es dona quan manca la gestió de la comunicació interna o quan aquesta està mal gestionada (pàgs. 10-12).

2.2. La comunicació d'institucions públiques

2.2.1. Característiques

Les institucions públiques **també necessiten de la comunicació corporativa** per tal de fer arribar els seus missatges als seus públics objectius. Tot i que es podria pensar que n'hi hauria prou aplicat allò explicat anteriorment, com explica Escalona (2015) "esto no es cierto porque su naturaleza (de les institucions públiques) tampoco es la misma que la de cualquier marca que tiene por objetivo obtener beneficios económicos" (pàg. 22).

En el cas que ens ocupa, el CIRD és un equipament que depèn de l'Ajuntament de Mataró. Trobem una bona comparació entre empresa i ciutat en aquesta taula de De Elizagarate que reproduïx Escalona:

Paral·lelisme entre empresa i ciutat		
	Empreses	Ciutats
Alta direcció (Corporate Governance)	Consell d'administració	Alcalde i equip de govern
Propietat	Accionistes	Ciutadans
Productes	Productes fabricats	Serveis i atraccions
Clients	Consumidors	Empreses, inversors, visitants, ciutadans i treballadors
Competidors	Altres empreses	Altres ciutats

Font: Elaboració pròpia a partir d'Escalona (2015), pàg. 30

Com a ens gestionats temporalment per polítics, està clar que un dels seus públics estratègics seran els votants convençuts i potencials del/s partit/s que estan governant en aquell moment i que hi haurà molts **punts d'encontre amb la comunicació política**. Tot i això, donada la seva vessant de servei a la ciutadania, els missatges que s'emetin des dels ens públics no seran exclusivament polítics. Segons Aira, Curto i Rom (2013, pàg. 201), "a la comunicació institucional se li encomanen dues grans tipologies de missatges:

- **els d'informació d'interès ciutadà**
- **i els de promoció de valors i actituds cíviques.**"

Quant als **instruments** amb què compten les institucions públiques per emetre les seves comunicacions, n'hi ha un que és propi de la seva activitat reguladora i que es tradueix en la **redacció i aprovació de normativa**. Aira, Curto i Rom (2013) sumen a aquests instruments **els que estan vinculats a l'activitat periodística, els que ho estan a l'activitat publicitària i els que son propis de les relacions públiques**. D'entre aquestes, l'activitat publicitària és la que suposa sumes més grans de diners pel que fa al pressupost (pàg. 203). Xifra (2001) afegeix que "els anuncis o espots d'aquestes accions solen ser presentats en els mitjans com a objecte noticiós; la qual cosa els converteix en un objecte més de l'estratègia global d'informació" (pàgs. 841-842).

Pel que fa als **canals** que s'utilitzen, és essencial tenir en compte **a quin sector específic s'adreçarà cada missatge**. L'existència de la fractura digital, per exemple, pot deixar sense sentit l'emissió a través dels mitjans digitals d'una comunicació dirigida als sectors de població d'edat més elevada. Així doncs, segons Aira, Curto i Rom (2014) "televisió, premsa, ràdio i mitjà exterior s'erigeixen com els protagonistes habituals pel que fa a suports dels missatges de publicitat institucional" (pàg. 204).

Escalona (2015, pàgs. 33-65) esmenta les següents com a característiques essencials que diferencien la comunicació de les institucions públiques:

- **Gestionen intangibles.** Aquests béns són propietat de tota la ciutadania a qui representa la institució en qüestió i cal que es projectin de manera sòlida per tal de donar sentit a la democràcia.
- **Durada limitada dels mandats.** Condicionada pels terminis electorals, que provoca lideratges que tenen una durada màxima de quatre anys si no són reelegits.
- **Té un marc legal específic.** A l'Estat Espanyol ve regulada per la Llei 29/2005 de Publicitat i Comunicació Institucional i, més concretament, a Catalunya per la Llei 18/2000 per la qual es regula la publicitat institucional. Tot això sense detriment que hi pugui haver ordenances o reglaments que regulin la comunicació de les institucions públiques a àmbits territorials inferiors, ja siguin províncies o municipis.
- **Poca expertesa en els equips de comunicació.** Tot i la tendència creixent a incorporar professionals de l'àmbit com a càrrecs de confiança per dur a terme les tasques de cap de gabinet, director de comunicació, cap de premsa o de relacions amb els mitjans, cap de protocol, portaveu i assessors especialistes.
- **Públic objectiu molt ampli.** Els missatges han de ser entesos per part de tota la ciutadania d'un territori i, per tant, han de ser simples. També hi haurà situacions en què el missatge anirà adreçat a un públic específic per tal de ser eficaços.

Es pot considerar que una característica complementària de la comunicació institucional és la **unidireccionalitat**, que postula les administracions públiques com a emissores de missatges a la recerca d'altaveus que difonguin la seva activitat i sense esperar-ne respostes directes. Xifra (2001) afirma que "l'administració pública catalana, com la majoria d'administracions públiques, aplica, en el seu tractament dels *mass media*, més el model d'agent de premsa que no pas el d'informació pública de les relacions públiques" (pàg. 839). Això ve demostrat per una clara preferència de l'ús de les notes de premsa en lloc de, per exemple, l'organització de rodes de premsa. Com a molt se suma a aquesta tècnica l'organització d'esdeveniments, tot i que sovint es faci des de departaments diferenciats, és a dir, **sense entendre el departament de comunicació com a un tot que inclou les diverses àrees d'especialització** de les relacions públiques.

Cal a dir, però, que **des de l'àmbit local existeixen iniciatives de participació ciutadana endegades pels poders públics** perquè, com explica Xifra (2001) "la comunicació política basada en el diàleg, és a dir, les relacions públiques polítiques, no són només un utensili comunicatiu, sinó una necessitat de la vivacitat de la democràcia i una condició per a la supervivència dels seus actors" (pàg. 842).

2.2.2. Funcions

Pel que fa a les finalitats de la comunicació de les institucions públiques més enllà de la informació i la persuasió, Escalona (2015, pàgs 73-74) se serveix de les **funcions metapublicitàries** que Aira, Curto i Rom emmarquen en l'àmbit publicitari perquè afirma que són adaptables a la comunicació de les institucions públiques. Es tracta de:

- **Educació social.** Aportació d'informació de servei públic amb voluntat didàctica.
- **Disseny de l'agenda pública.** La realització d'una campanya determinada pot servir per situar un tema al centre del debat públic. Es pot fer mitjançant els propis continguts vinculats a temes d'interès social o amb l'ús d'estratègies de relacions públiques per tal que temes importants siguin presentats com a notícia. A través d'aquesta segona opció és la mateixa institució pública qui pot iniciar els debats o modificar-ne els tempos. La intenció persuasiva de la comunicació d'institucions públiques pot magnificar els efectes socials sobre altres continguts mediàtics merament informatius.
- **Simulació de l'acció política.** Emissió de missatges que evoquin l'aparença de solució per tranquil·litzar la ciutadania, mentre s'evita entrar en l'àmbit de les solucions reals.

2.3. Comunicació i gènere

La Llei 17/2015 d'igualtat efectiva entre dones i homes fa referència en diferents articles a l'ús de la **comunicació amb perspectiva de gènere** per part de les institucions públiques. A l'article 15, per exemple, defineix les particularitats que han de tenir els plans d'igualtat del sector públic i, entre aquestes, hi ha el fet de tenir en compte l'**ús d'un llenguatge no sexista** ni androcèntric i de la **comunicació inclusiva**. A l'article 20 també especifica que els poders públics han d'impulsar la participació social de les dones mitjançant les tecnologies de la informació i la comunicació.

Partint d'aquesta base, l'Ajuntament de Barcelona va publicar un decàleg que explica com fer ús d'un llenguatge no sexista. Es resumeix en aquest quadre:

Quadre-resum de la Guia d'ús del llenguatge no sexista		
Afirmació	Exemple sexista	Fórmula no sexista
Evitar fer ús del masculí genèric.	<i>Alumnes</i>	<i>Alumnat</i>
Utilitzar els dos sexes si no hi ha una expressió genèrica inclusiva.	<i>Els treballadors</i>	<i>Les treballadores i els treballadors</i>
Substituir substantius per adjectius en les referències a alts càrrecs.	<i>Informe del metge</i>	<i>Informe mèdic</i>
Fer servir les formes que s'assimilen a "tothom" en lloc de a "tots".	<i>Tots fan el que volen</i>	<i>Tothom/cadascú fa el que vol</i>
Utilitzar el mateix tractament per a homes i dones.	<i>Senyor López i esposa, senyora Laura Puig</i>	<i>Senyor López i senyora Laura Puig</i>
Fer ús del femení quan es fa referència a una professional que és una dona.	<i>L'advocat Maria Garcia</i>	<i>L'advocada Maria Garcia</i>
No feminitzar certes professions.	<i>Les dones de la neteja</i>	<i>El personal de neteja</i>

Vigilar les fórmules utilitzades en documents oficials i formularis.	<i>Està empadronat a</i>	<i>Amb empadronament a</i>
Buscar alternatives amb enginy.	<i>Molt agraïts</i>	<i>Us agraïm</i>
Vigilar l'ús d'expressions amb connotacions sexistes.	<i>M'heu fet emocionar. Heu fet que sortís la meva part femenina</i>	-

Font: Elaboració pròpia a partir d'Ajuntament de Barcelona (s.d., pàgs. 4-16)

Un altre document interessant publicat per l'Ajuntament de Barcelona (s.d.) és la *Guia de comunicació inclusiva*, que parteix de la idea que “una comunicació lliure d'estereotips i prejudicis i que sigui respectuosa amb els col·lectius oprimits i/o vulnerabilitzats és essencial per a una bona convivència” (pàg. 4). Aquest document inclou un apartat específic sobre la comunicació relacionada amb qüestions de gènere i LGTBI i convida a **deixar de fer ús d'expressions excloents, homòfobes, sexistes, no respectuoses o androcèntriques**

2.4. Conclusió

En definitiva, si contraposem la bibliografia consultada referent a comunicació corporativa en general i la que fa referència a la comunicació d'institucions públiques, podem confirmar que aquesta segona presenta prou peculiaritats per ésser considerada en si mateixa una branca d'especialització de la comunicació corporativa i que requereix de professionals que en coneguin les característiques per tal que aquesta estigui gestionada de manera òptima.

Emissor, receptor, missatge, codi i canals presenten singularitats que fan que la comunicació d'institucions públiques sigui prou idiosincràtica com per a que diversos autors i autores n'hagin teoritzat al respecte. Això és així en tant que, de manera resumida, neix d'un tipus d'organitzacions que gestionen béns intangibles i que són propietat de tota la ciutadania a qui representa la institució. S'hauran d'emetre, per tant, missatges que continguin informació d'interès ciutadà o bé que promoguin valors i actituds cíviques, amb una clara vessant d'educació social. A més a més, caldrà vetllar perquè aquests missatges siguin entesos i arribin a la major part de la població possible.

Concretament, quan la comunicació que s'emet des de les institucions públiques s'adreça o tracta sobre col·lectius oprimits i/o vulnerabilitzats cal parar atenció a l'ús que es fa del llenguatge per tal que aquest sigui inclusiu i no sexista.

3. Auditoria de comunicació

3.1. Anàlisi de la situació de partida

3.1.1. Mètodes de recerca utilitzats

Per a la investigació i diagnòstic, s'ha fet ús dels mètodes de recerca següents:

- **Contactes personals.** Amb la Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran i la Tècnica que gestiona les xarxes socials del CIRD.
- **Estudi de fonts documentals.** Basat principalment en el III PIGCM i en el Pla d'igualtat intern de l'Ajuntament de Mataró.
- **Entrevista oberta.** A la Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran (annex 1).
- **Enquesta amb qüestionari.** A les vuit treballadores del CIRD per tal de detectar les seves necessitats relacionades amb la comunicació de l'equipament (annex 3).
- **Anàlisi de contingut.** Per tal de revisar l'ús que es fa de les xarxes socials Instagram i Facebook des del CIRD (annexos 4 i 5), així com de l'espai web destinat a la temàtica de "Gènere i diversitat sexual" dins el web de l'Ajuntament de Mataró.

3.1.2. Context sociodemogràfic

Mataró és la ciutat del mar Mediterrani que ostenta la capitalitat del Maresme. Està situada a 30 km de Barcelona i limita directament amb els pobles d'Argentona, Cabrera de Mar, Dosrius i Sant Andreu de Llavaneres. Segons dades de l'Idescat, el 2019 Mataró comptava amb una població 128.265 habitants, el 50,39% dels quals són dones. Per grups d'edat, hi ha un 15,74% de dones entre 0 i 14 anys, un 64,38% entre 15 i 64 anys, un 16,16% entre 65 i 84 anys i un 3,72% de 85 anys o més.

És una de les ciutats més poblades de Catalunya i es divideix en **onze barris**. Aquesta distribució és interessant perquè **cada barri mostra idiosincràsia en certs aspectes**. Per exemple, segons el III PIGCM, l'any 2017 **els que presentaven índexs de masculinitat més elevats** (relació del total d'homes sobre el de dones) **eren Rocafonda, Palau-Escorxador i Cerdanyola**, mentre que els més baixos eren Eixample, Peramàs i Centre. Quant a la mitjana d'edat, en canvi, **els barris més envellits es troben al centre i sud de la ciutat i els relativament més joves al nord i a l'oest**. Si ens fixem en les dades del III PIGCM sobre les **330-340 dones** ateses anualment al CIRD, respecte a la distribució per barris **predominen Cerdanyola, Centre-Eixample i Rocafonda** i, pel que fa a les franges d'edat, **la majoria tenen entre 30 i 45 anys i entre 46 i 65 anys**. El nivell d'estudis de les dones ateses demostra que els problemes sorgits en el marc de les desigualtats de gènere afecten tot tipus de dones.

Quant a les dades referents al col·lectiu LGTBI, el III PIGCM inclou una diagnosi basada en una enquesta penjada al web “Totes i tots som Mataró” que van respondre la ciutadania i els treballadors/es municipals. Tot i això, no es basa en una mostra representativa i, per tant, no es disposa de dades quantitatives extrapolables.

Finalment, pel que fa al govern municipal de Mataró, està format per tretze regidors del PSC i dos d’En Comú Podem. L’encapçala l’alcalde socialista David Bote Paz, reelegit en el seu càrrec després de les eleccions municipals del passat 26 de maig. La regidora delegada responsable d’Igualtat, Feminisme i LGTBI i Participació és Marisa Merchán Cienfuegos. Formen el Ple municipal un total de 27 regidors, dels quals vuit formen part del grup municipal d’ERC-MES-AM, dos de Junts per Mataró i dos de Ciutadans.

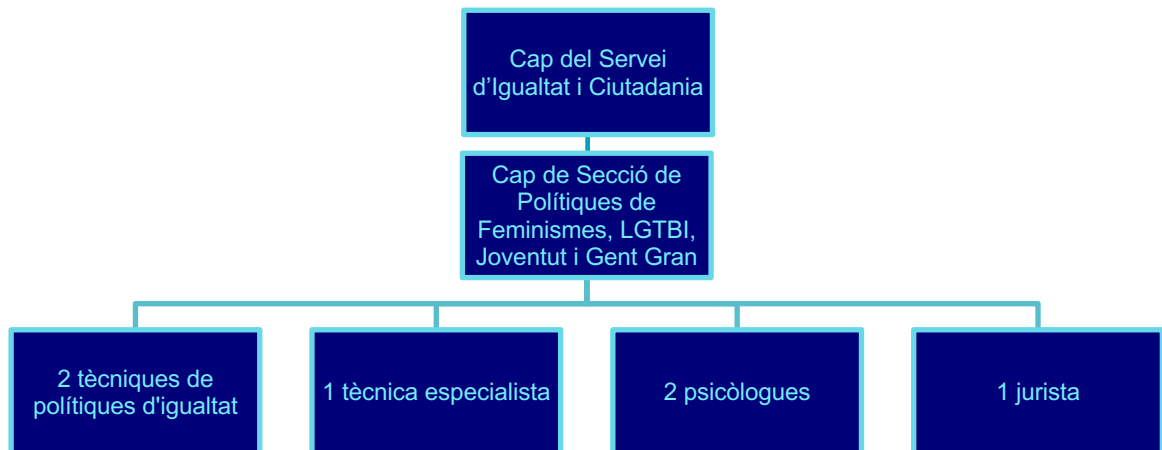
3.1.3. Organització i línies de treball del CIRD

El CIRD és un equipament que es troba físicament al centre de Mataró i compta amb un pressupost anual d’uns 390.000 €. Dins l’organigrama municipal, el CIRD es troba a:



Extracte de l’organigrama municipal. Font: Elaboració pròpia.

L’equip del CIRD està format per vuit treballadores. Per sota de la Regidora d’Igualtat, Feminisme i LGTBI i Participació en l’escala jeràrquica, hi trobem:



Organigrama del CIRD. Font: Elaboració pròpia.

Les seves línies de treball són les següents:

- **Servei d’Informació i Atenció a les Dones (SIAD).** Inclou acollida i acompanyament, assessorament jurídic i psicològic.

- **Servei d'Atenció Integral al Col·lectiu LGTBI (SAI).** Inclou acollida i acompanyament, assessorament jurídic i psicològic.
- **Actuacions de promoció de la igualtat de gènere i reconeixement de la diversitat sexual i de gènere com a riquesa.** Adreçades a persones, entitats, institucions i organitzacions de la ciutat, a l'administració local i a la ciutadania en general.
- **Transversalitat de les polítiques d'igualtat de gènere.** Incorporació de la igualtat efectiva de dones i homes en els documents estratègics del pla de mandat, formació a treballadors/es municipals, ciutadania en general i entitats, elaboració del protocol d'actuació en situacions d'assetjament moral, agressió sexual, per raó de sexe o orientació sexual i redacció del pla d'igualtat intern.

Les properes campanyes previstes són:

- **Del 24 al 29 de juliol, durant Les Santes (Festa Major de Mataró).** “De festa, respecta” i dos sublemes: “No és no” adreçat a agressions sexuals i sexistes i “No callem” adreçat a la prevenció de les agressions LGTBIfòbiques.
- **25 de novembre.** Dia internacional contra les violències masclistes.
- **8 de març.** Dia internacional de les dones.
- **17 de maig.** Dia internacional contra la LGTBIfòbia.
- **28 de maig.** Dia internacional d'acció per la salut de les dones. Aquesta campanya en els últims anys no s'ha dut a terme, però les entitats reclamen que es recuperi.
- **28 de juny.** Dia internacional pels drets del col·lectiu LGTBI.

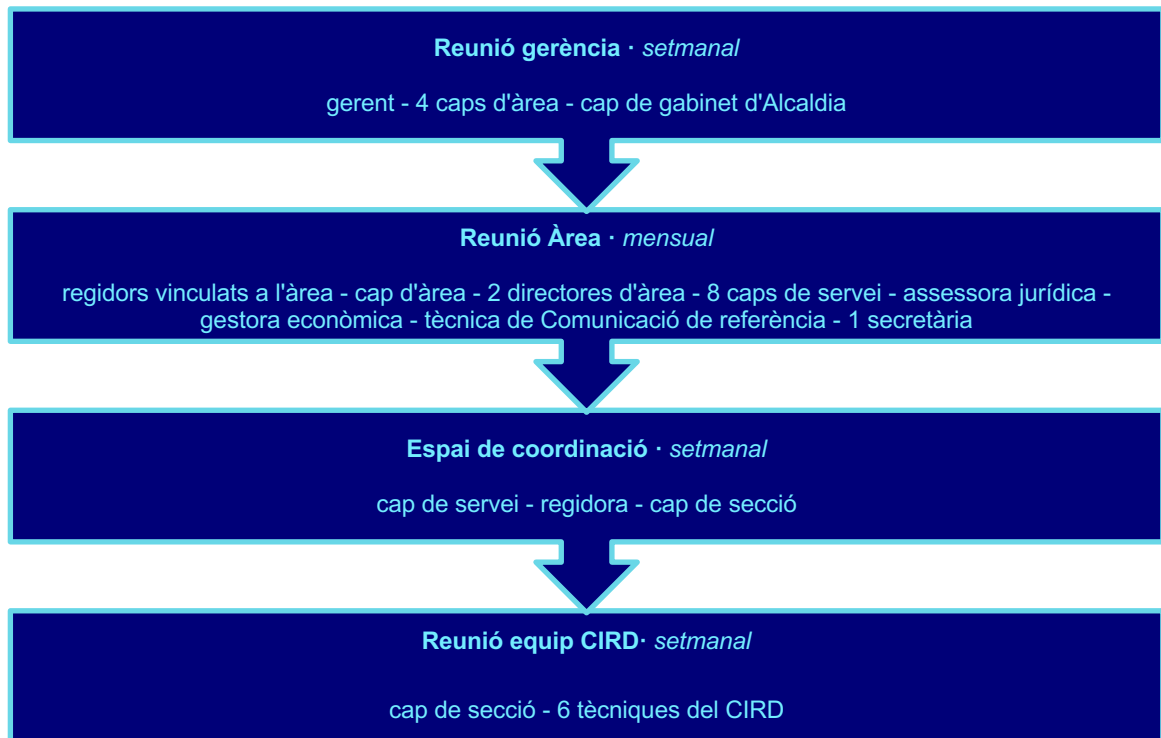
A més a més, sense data fixada hi ha prevista l'actualització del lloc web “Totes i tots som Mataró” com a portal de referència en temes LGTBI al Maresme i, com ja s'ha comentat, l'aprovació del Pla d'igualtat intern.

El mes de febrer del 2021 també està previst celebrar el Congrés de feminismes i LGTBI i iniciar l'Escola de Feminismes i LGTBI.

Finalment, cal destacar l'existència del **Consell Municipal d'Igualtat Dona-Home**, constituït per 25 entitats i grups polítics municipals, on s'estableix un diàleg entre les entitats i el govern local en l'àmbit del gènere i la diversitat sexual. Aquest té una comissió de treball que es reuneix per gestionar qüestions relacionades amb l'organització de les campanyes anteriors, així com la formació.

3.1.4. Gestió de la comunicació interna

L'Ajuntament de Mataró treballa la **comunicació en cascada** per traslladar les prioritats polítiques i retre comptes des de les instàncies més altes de l'escala jeràrquica a les més baixes. En el cas específic del CIRD, el circuit que segueix la informació és el següent:



Comunicació en cascada a l'Ajuntament de Mataró. Font: Elaboració pròpia.

El CIRD compta també amb un espai de supervisió setmanal dirigit per la Cap de Secció i una psicòloga externa. Aquesta trobada està més adreçada a la supervisió de casos i revisió de projectes per consensuar objectius i decidir de quina manera es treballaran.

Segons la Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran, el circuit de comunicació en cascada **també funciona a l'hora de proposar projectes transversals en sentit ascendent**. Tot i això, el III PIGCM inclou una avaluació del II Pla d'igualtat de gènere per a la ciutadania de Mataró 2013-2016 duta a terme per l'Oficina de les Dones i LGTBI de la Diputació de Barcelona que posa en relleu la **dificultat perquè es donin relacions horitzontals entre tècnics de serveis diferents**. Aquestes es donen més aviat de manera informal per la coneixença entre persones.

A part dels canals *offline*, a nivell *online* l'ajuntament disposa d'una **intranet** amb un apartat de notícies i altra informació corporativa, així com del **butlletí corporatiu Mat News**. Per publicar-hi informació, cal fer-la arribar a Recursos Humans, que és qui gestiona aquests recursos.

Segons l'enquesta realitzada al personal del CIRD, tres de les vuit treballadores valoren els canals de comunicació interna utilitzats per al traspàs d'informació entre elles amb un 5 en una escala de l'1 al 5 i quatre treballadores els atorguen una puntuació de 4. Pel que fa a si totes les treballadores estan al corrent de les tasques de les seves companyes, cinc treballadores han puntuat la pregunta amb un 5 i dues treballadores amb un 4. Així doncs,

es pot considerar que la comunicació interna entre les treballadores de l'equipament és bona.

3.1.5. Gestió de la comunicació externa

L'Ajuntament de Mataró disposa d'un Servei de Comunicació que centralitza bona part de la difusió de l'activitat dels seus equipaments. Cada vegada que hi ha una campanya o projecte destacat, la Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran fa arribar una **nota de premsa** a la tècnica del Servei de Comunicació referent per al CIRD. Des de Comunicació es publica i distribueix a:



Circuit de difusió de notes de premsa a l'Ajuntament de Mataró. Font: Elaboració pròpia.

De vegades també es fa ús dels **autobusos de Mataró Bus** i del **circuit de pantalles LED** situades a les Oficines d'Atenció Ciutadana de l'Ajuntament i altres punts estratègics de la ciutat. Finalment, destacar que les **rodes de premsa** són una tècnica que està caient en desús per la poca assistència de periodistes i només se'n convoquen en el cas dels projectes més grans.



Grafisme campanya 28 de juny a un autobús de Mataró Bus. Font: Arxiu CIRD.

Pel que fa a l'enquesta realitzada a les treballadores del CIRD, només dues donen una puntuació de 4 i 5 punts en una escala de l'1 al 5 a la relació amb el Servei de Comunicació de l'Ajuntament, mentre que la resta la valoren amb 3 punts. Tot i això, als comentaris afirmen que hi ha hagut una **millora de la relació els darrers anys** i es constata que se li està donant **més importància i visibilitat als projectes del CIRD**.

Si seguim amb l'enquesta, cinc treballadores valoren amb 4 punts el **grau de difusió que el CIRD dona als seus projectes**, dues amb un 3 i una amb un 5, mostrant **disparitat**

d'opinions. Quatre treballadores consideren que la ciutadania té un bon grau de coneixement de la tasca que es fa des del CIRD, dues consideren que no i dues no ho saben. D'entre els motius que es donen hi ha no utilitzar els canals adequats, que la informació no es presenta de manera prou atractiva, la insuficiència de recursos o la manca d'interès del Servei de Comunicació i bona part de l'equip de govern. Altres idees que es desprenen de l'enquesta són la percepció que **sí que es coneixen les activitats de sensibilització, però no els serveis com el SIAD o el SAI**, el fet que les dones només accedeixen a aquests serveis quan tenen un problema concret o la **vinculació del CIRD amb temes de violència masclista i no amb l'atenció psicològica en altres situacions de desigualtat dona-home**. També es parla de la necessitat de pensar mecanismes per arribar a persones no sensibilitzades amb la temàtica.

El CIRD no compta amb un pressupost específic per a comunicació. Es destina una quantitat d'uns 5.000 € en les campanyes anuals sense imatge fixa (8 de març i 25 de novembre, relacionades amb polítiques d'igualtat dona-home). Aquest pressupost s'emplea en el disseny d'imatge i adaptacions (cartell, fullat, *mupis*, *roll up*, web i xarxes socials). Cada vegada que se celebra una d'aquestes campanyes es crea un nou *leitmotiv*. Enguany, es vol posar en valor la perspectiva feminista i LGTBI plantejant a la ciutadania mataronina els debats que existeixen dins el propi moviment feminista.



Cartell i *mupi* que publiciten activitats del CIRD. Font: Arxiu CIRD.

En les campanyes que ja tenen imatge específica (17 de maig i 28 de juny, relacionades amb polítiques LGTBI), el pressupost destinat a comunicació és d'uns 2.500 €.



Grafisme fixe de les campanyes del 17 de maig i 28 de juny. Font: Arxiu CIRD.

3.1.6. Comunicació online

Una de les tècniques de polítiques d'igualtat dedica aproximadament un **30% de la seva jornada a tasques de comunicació** que inclouen la gestió dels perfils a les xarxes socials Instagram i Facebook, així com a mantenir actualitzada l'agenda i la pàgina de "Gènere i diversitat sexual" dins el web de l'Ajuntament de Mataró cada vegada que hi ha una nova campanya o projecte.

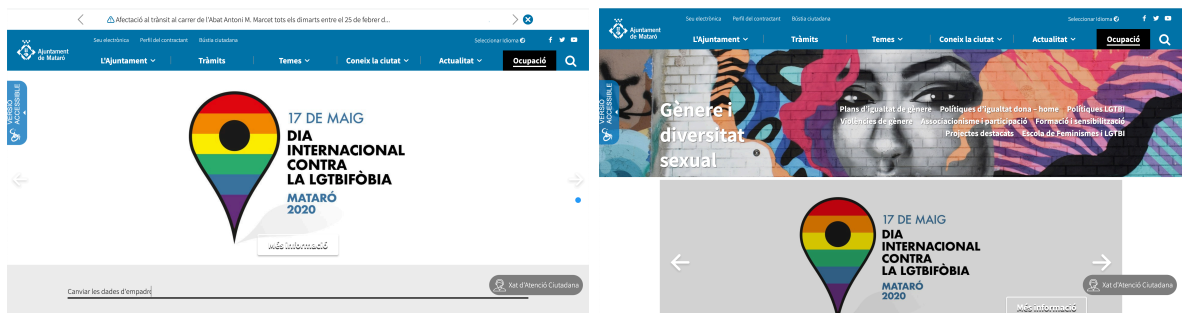
De cara a la creació de nous perfils a les xarxes socials, es fa en coordinació amb una altra Tècnica de referència del Servei de Comunicació. Tot i això, no es considera que aquest fet sigui un impediment de cara a l'agilitat de la gestió.

Els comptes d'Instagram i Facebook del CIRDA han estat creats recentment (febrer del 2020). La primera cosa que crida l'atenció és que en ambdós casos, **en lloc de posar-li el nom del CIRDA s'ha optat per l'opció @igualtatmataro**, fent referència a la regidoria i al servei al qual pertany l'equipament. En el cas d'Instagram, el nom complet és "Igualtat Mataró" i, en el cas de Facebook és "Igualtat, feminismes i LGTBI. Ajuntament de Mataró". En el cas del lloc web, en canvi, l'apartat de referència s'anomena "Gènere i diversitat sexual". Aquests detalls podrien dificultar la cerca de l'equipament a través dels buscadors de les xarxes socials i donen una imatge de marca poc unificada. Si el que es pretén és que l'equipament s'associï també a les polítiques d'igualtat LGTBI i no només dona-home, seria interessant **apostar per una mateixa denominació**, tant a nivell *online* com *offline*.

La valoració que fan les treballadores de l'ús que el CIRDA fa de les xarxes socials és la següent: una treballadora els atorga una puntuació de 5, cinc treballadores els donen 4 punts, una 3 punts i una altra 2 punts. Així doncs, es fa palesa certa **disparitat d'opinions** al respecte. Una de les propostes de millora despreses de la mateixa enquesta va en la línia de treballar en equip un pla per la difusió del servei i recursos del CIRDA a través de les xarxes socials, fet que podria minvar les opinions diferenciades entre treballadores pel que fa a la gestió de les xarxes. Una altra proposta és l'ampliació de les xarxes que s'utilitzen.

3.1.6.1. Web municipal

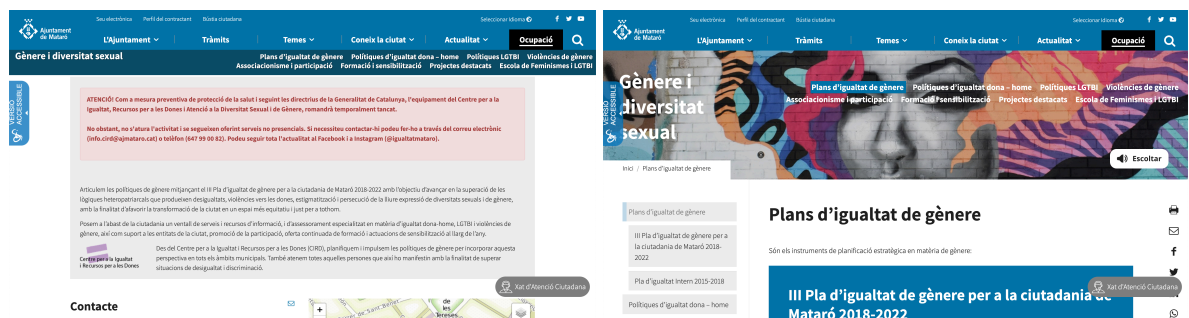
En accedir al web municipal <https://www.mataro.cat/> el primer que hi trobem és un **baner** de grans dimensions des d'on s'hi publiciten les principals campanyes que s'estan duent a terme des de l'ajuntament. El logotip de l'Ajuntament de Mataró i els títols estan ben situats a la part superior esquerra



Pàgina principal i de "Gènere i diversitat sexual" al web d'Ajuntament de Mataró. Font: mataro.cat

A nivell d'**usabilitat** i **accessibilitat**, damunt del baner hi ha el **menú superior**. Només cal clicar a "Temes" i ja apareix l'opció d'accedir a l'apartat de "Gènere i diversitat sexual", per tant, la ruta per arribar a la informació del CIRD només requereix de dos clics i no hi ha necessitat de fer *scroll*. Just a sota del baner i al menú superior hi ha el **buscador** com a sistema alternatiu de navegació. És, per tant, un lloc web de navegació fàcil.

La pàgina de "Gènere i diversitat sexual" té un **encapçalament diferent** que la diferència de la pàgina principal i que conté un menú amb subapartats. A sota hi ha un nou baner que serveix com a tanca publicitària i desapareix un cop s'accedeix a als subapartats del menú propi. Per tal de navegar per cadascuna d'aquestes pàgines sí que cal fer *scroll down*, però es manté el menú superior, alhora que n'apareix un segon a la part esquerra de la pantalla. Es destaquen elements fent ús de **botons** pràctics i representatius.



Pàgina principal i de "Gènere i diversitat sexual" al web d'Ajuntament de Mataró. Font: mataro.cat

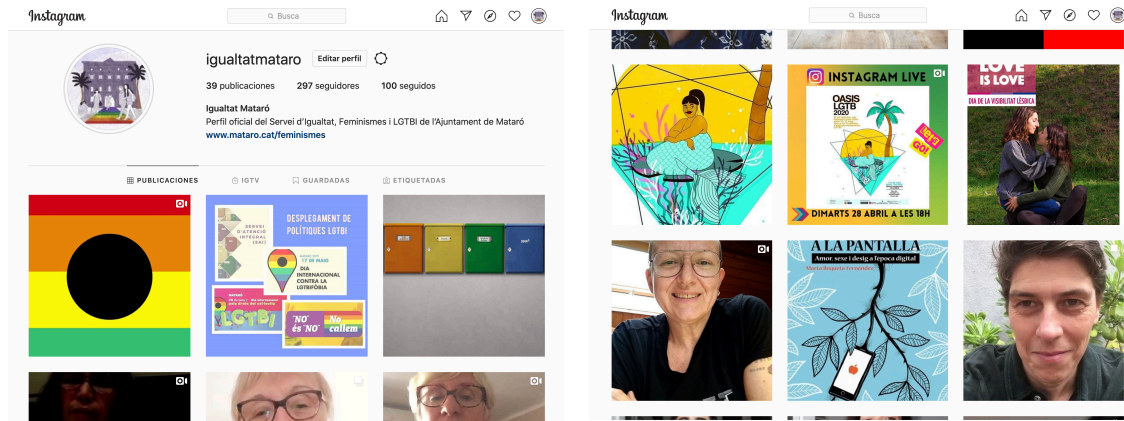
El disseny del web és **responsiv** o **adaptatiu**, ja que l'usuari gaudeix d'una correcta visualització de la pàgina en diferents dispositius. A més a més, si es necessita posar la pantalla més petita des d'un ordinador, aquesta respon i permet que es visualitzi sencera.



Vista web Ajuntament de Mataró des d'un dispositiu mòbil. Font: mataro.cat.

Pel que fa al **contingut** concret de l'espai referit a "Gènere i diversitat sexual", seria convenient revisar-lo amb **criteris de lectura fàcil** per tal d'assegurar-se que aquest sigui comprensible per tota la ciutadania. Finalment, caldria **enllaçar-hi les xarxes socials** del CIRD, recomanablement, a la part superior dreta de la pantalla.

3.1.6.2. Instagram



Instagram del CIRD. Font: Perfil @igualtatmataro.

El perfil d'Instagram té 39 publicacions, 297 seguidors i 100 seguits. Tot i que es publiquen *stories*, **no n'hi ha cap de destacada**. Hi ha publicacions en format vídeo i imatge i, de vegades, s'aprofita el recurs de publicar múltiples continguts en un mateix post. Al text s'hi fa ús d'**etiquetes** relacionades amb la temàtica en qüestió per tal de potenciar que arribin a un públic més ampli. De tota manera, de vegades se n'inclouen algunes que es podrien considerar massa generalistes i que provoquen que **el text sigui més llarg innecessàriament**. És el cas de #gratis #centrecivic #activitats.

Un altre recurs del qual es fa ús és la inclusió d'**enllaços web** als textos de les publicacions. A Instagram, però, les adreces web **no es transformen en enllaços clicables** i el que s'acostuma a fer és indicar que, temporalment, hi haurà el *link* relacionat amb la informació del post a l'apartat de "Biografia" del perfil, on sí que hi ha una opció per afegir-hi una adreça web.

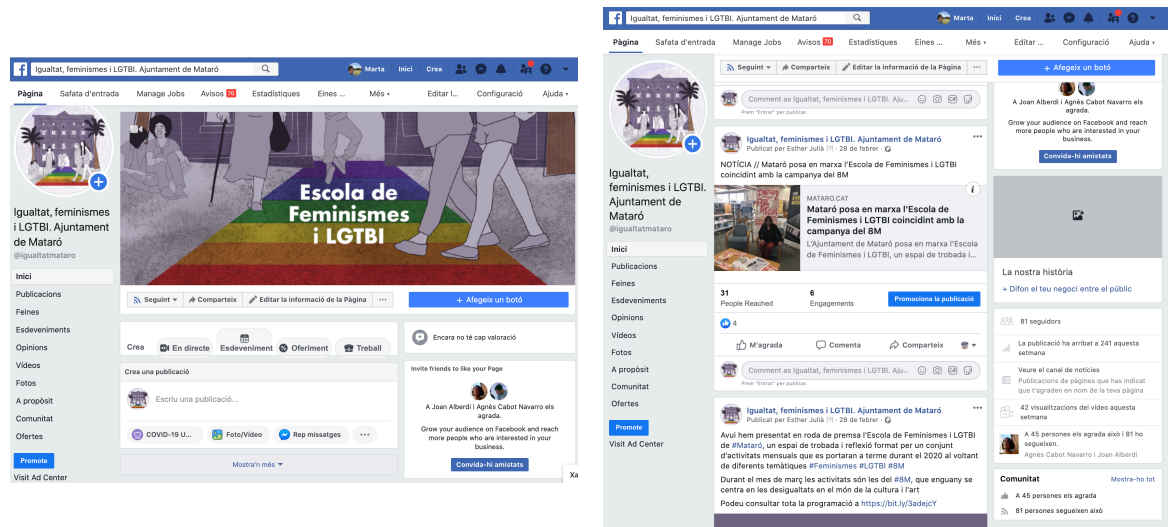
Les publicacions mostren **poca interacció**; tenen entre uns 15 i 30 "m'agrada" i molt pocs comentaris. Tot i això, tots els que s'hi han pogut observar són positius. Cal destacar que els post amb més bona rebuda han estat els que inclouen **recomanacions de llibres per Sant Jordi i Santa Jordina** per part de diversos líders d'opinió del moviment feminista i LGTBI, així com d'entitats del sector.

També han publicat els cartells per difondre les campanyes del CIRD, posts de servei amb informació sobre l'atenció que es dona des del CIRD i altres serveis a casos de violència masclista o discriminació al col·lectiu LGTBI durant el confinament, així com publicacions per donar a conèixer iniciatives d'entitats.

Hi ha també un vídeo d'Instagram Live, que compta amb 133 reproduccions i en el qual una de les treballadores del CIRD fa una entrevista per presentar la sisena edició de les colònies d'estiu Oasis LGTB 2020. El fet de **comptar amb personal amb habilitats per dur a terme aquest tipus de connexions en directe és un recurs que cal aprofitar**.

Pel que fa a les **estadístiques** (veure final annex 4), se'n disposa només des del dia 26 d'abril (dia en què el compte es va convertir a perfil empresarial) i, per tant, encara no són representatives. Es destaca que la majoria de seguidors/es són **de Mataró, Barcelona i Argentona**, tenen **entre 25 i 54 anys**, i en menor mesura, entre 18 i 24 i més de 55 anys. Un **81% de les seguidores són dones** i un 19% homes.

3.1.6.3. Facebook



Facebook del CIRD. Font: Pàgina @igualtatmataro.

La pàgina de Facebook compta amb 43 “m’agrada”, 78 seguidors i cap publicació de visitants. Tampoc té encara cap valoració i **falten alguns apartats de la informació bàsica per omplir**.

Pel que fa a les publicacions, en un inici es diferenciaven en major mesura de les d’Instagram publicant, per exemple, enllaços a notícies relacionades amb el CIRD, mentre que s’observa una tendència creixent a compartir el mateix contingut a ambdues xarxes.

Si bé és veritat que s’hi troben públics diferents i que, per tant, repetir el contingut permet que aquest arribi a un major nombre de persones, **les publicacions a cada xarxa tenen diferents requeriments**. En el cas de Facebook, per exemple, es recomana que no sigui necessari clicar el desplegable “Llegir més” de manera que es pugui llegir el text sencer d’una publicació des de qualsevol dispositiu. Tampoc és necessari l’ús d’etiquetes, ja que la navegació per *hashtags* no és tan idiosincràtica d’aquesta xarxa com d’altres tipus Instagram o Twitter.

El nombre d’interaccions a les publicacions de Facebook és prou alt per a unes xarxes de creació recent. Hi ha publicacions que tenen fins a 14 interaccions i/o 11 comparticions. De nou, les més exitoses són les que estan relacionades amb la campanya de recomanacions de llibres de Sant Jordi i Santa Jordina. De tota manera, **cap publicació conté comentaris**.

Pel que fa als seguidors/es, segons les dades **estadístiques** que es poden trobar a *Facebook Insights* (veure final annex 5) la majoria són de **Barcelona, Mataró i Argentona**, tenen **entre 25 i 64 anys**, i en menor mesura, entre 18 i 24 o més de 65 anys. Un **69% de les seguidores són dones** i un 30% són homes.

3.2. Anàlisi de la competència

El CIRD és un equipament que gestiona un servei municipal d'abast territorial. Es fa, per tant, difícil parlar de "competència" en els termes amb què ho faríem d'una empresa privada. Si bé es pot considerar que els principals competidors d'una ciutat són altres municipis, pel que fa a les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI, cada localitat les gestiona per al seu terme municipal. D'altra banda, com va indicar la Cap de Secció de polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran en l'entrevista, la lògica intermunicipal és de col·laboració i no de competència.

A nivell municipal també existeixen diverses entitats que treballen per la igualtat a Mataró o la promoció de les dones i/o del col·lectiu LGTBI i amb les quals el CIRD hi col·labora perquè en complementen l'activitat (annex 6). És, per tant, convenient seguir d'a prop les seves actuacions a nivell comunicatiu. Finalment, cal destacar també que a Mataró existeixen els següents serveis públics que duen a terme tasques gairebé iguals a la del CIRD, encara que són d'abast comarcal:

Serveis públics amb activitat paral·lela a la del CIRD					
	Ens al qual pertany	Serveis que ofereix	Lloc web	Xarxes socials	Comentaris
Servei d'Informació i Atenció a les Dones (SAI)	Consell Comarcal del Maresme	<ul style="list-style-type: none"> - Informació i atenció - Assessorament psicològic - Assessorament jurídic - Suport intercultural - Actuacions de promoció de la igualtat de gènere i LGTBI 	https://ccmaresme.cat/siad	Sense presència	Té un butlletí adreçat a la ciutadania.
Servei d'Intervenció Especialitzada de Mataró – Maresme (SIE)	Generalitat de Catalunya	<ul style="list-style-type: none"> - Informació i atenció - Assessorament psicològic - Assessorament jurídic - Activitats promoció igualtat dona – home 	http://sac.gencat.cat/sacgencat/AppJava/organisme_fitxa.jsp?codi=19487	Sense presència	Comparteix edifici amb el CIRD. Quan es tracta de casos clars de violència masclista el CIRD hi deriva les dones per tal que puguin fer el procés de recuperació.

Font: Elaboració pròpia.

3.3. DAFO

DAFO situació comunicativa del CIRD	
Fortaleses	Oportunitats
<ul style="list-style-type: none"> • Equipament situat al centre de Mataró, a prop de l'estació de tren i amb parades d'autobús properes. • Organització regular de campanyes al llarg de l'any que donen a conèixer el CIRD entre la ciutadania. • Equip conscienciat de la necessitat de disposar d'un pla de comunicació i amb voluntat d'aplicar-lo. • Reunions regulars de comunicació interna del CIRD que estan ben valorades per les treballadores. • Contacte fluid amb les tècniques referents del Servei de Comunicació de l'Ajuntament de Mataró i les de Recursos Humans encarregades de gestionar la intranet municipal. • Usabilitat i accessibilitat del web municipal ben treballades. • Relació amb les entitats d'igualtat dona-home i LGTBI molt treballada des del CIRD i lògica de col·laboració en l'organització d'actes i campanyes. • Personal amb habilitats comunicatives que obren possibilitats a l'hora de treballar el directe a les xarxes socials. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servei basat en una temàtica candent actualment i que genera molt d'interès a nivell social. • Estratègia de comunicació interna vertical en cascada molt ben treballada a nivell d'ajuntament i que funciona en sentit ascendent i descendent. • Distribució de Mataró per barris amb idiosincràsies a nivell sociodemogràfic. • Xarxa d'equipaments municipals molt àmplia i als quals hi tenen accés diferents públics d'interès. • Ampli teixit associatiu relacionat amb la temàtica i amb el qual es col·labora habitualment. • Existència d'una àmplia xarxa de líders d'opinió a nivell català i espanyol en temes de feminismes i LGTBI amb qui es poden buscar sinèrgies. • Competència gairebé inexistent i lògica de coordinació amb el SIE comarcal.
Debilitats	Amenaces
<ul style="list-style-type: none"> • Inexistència d'una tècnica exclusivament dedicada a gestionar la comunicació de l'equipament. • Falta d'estratègia i visió a llarg termini en l'ús de la comunicació. • Diversitat d'opinions dins l'equip pel que fa a la valoració de com es gestiona la comunicació externa del CIRD. • Manca de llibertat en la gestió directa de la comunicació del CIRD perquè està centralitzada pel Servei de Comunicació de l'Ajuntament de Mataró. • Perfils i pàgines al web municipal i a les xarxes socials amb noms diferents als de l'equipament que provoca una imatge de marca poc unificada. • Post a les xarxes socials amb petites mancances pel que fa a la idiosincràsia de publicació de cada xarxa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconeixement per part del personal municipal i la ciutadania sobre la totalitat de serveis i activitats que es duen a terme des del CIRD. • Manca de transmissió formal d'informació de manera horitzontal entre tècnics de diferents serveis de l'ajuntament. • Servei d'Intervenció Especialitzada de Mataró – Maresme (SIE) de la Generalitat de Catalunya comparteix edifici amb el CIRD. • Incertesa sobre quan es podran tornar a celebrar actes a causa de la crisi causada pel COVID-19. • Existència de sectors de la societat molt poc sensibilitzats en la temàtica i que presenten molta reticència a acceptar canvis socials.

Font: Elaboració pròpia.

4. Pla de comunicació del CIRD

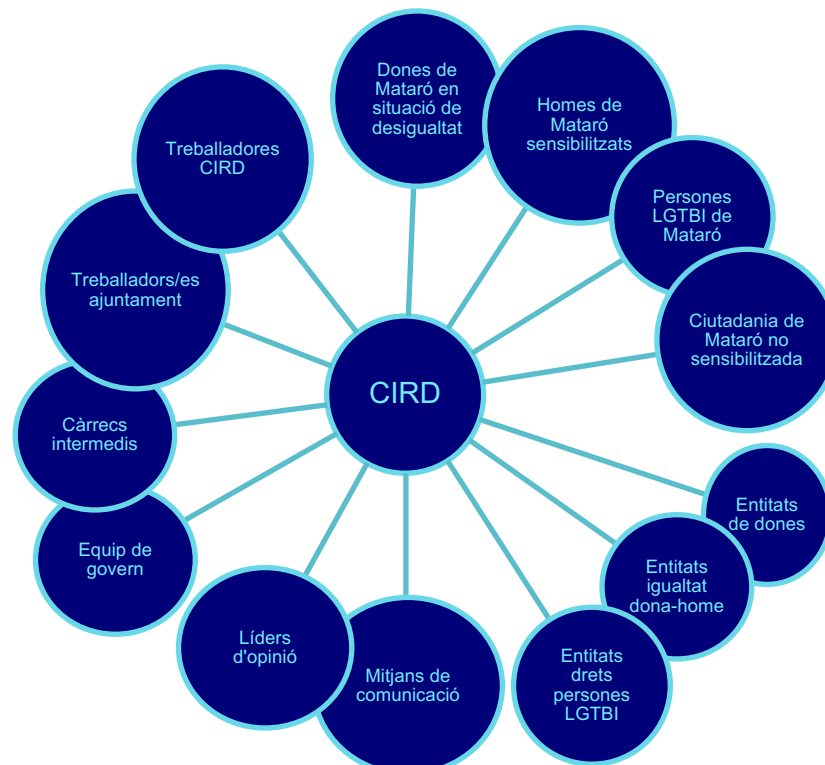
4.1. Missió, visió i valors

La missió, visió i valors del CIRD són els següents:

- **Missió.** Promoure la igualtat de gènere entre la ciutadania de Mataró i l'erradicació de qualsevol forma de violència relacionada, afavorint la transformació cap a una societat més igualitària i més amable amb la diversitat sexual i de gènere.
- **Visió.** Esdevenir l'equipament de referència al Maresme pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI.
- **Valors.** Servei, empoderament, persones, respecte, igualtat, participació, transparència i futur.

4.2. Mapa de públics

El mapa de públics del CIRD, queda configurat de la següent manera:



Mapa de públics del CIRD. Font: Elaboració pròpia

A l'annex 7 es pot veure la definició de cadascun dels **públics interns i externs** del CIRD segons les etapes del desenvolupament i les característiques clau definides per Smith (2013: pàg. 74-87). També es pot trobar el *priorities workhseet* (Smith, 2013: pàg. 68) en base al qual s'ha decidit que els **públics estratègics** del present pla de comunicació són, a nivell de **comunicació interna**, les **treballadores del CIRD** i els **treballadors/es de l'Ajuntament** sense personal a càrrec. Això es deu principalment al fet que els circuits verticals de transmissió d'informació a nivell d'ajuntament estan ben, però en canvi de l'anàlisi anterior es desprèn la necessitat de reforçar la comunicació horitzontal a nivell de polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI.

A nivell de **comunicació externa**, els **públics estratègics** seran la **ciutadania no sensibilitzada**, les **persones LGTBI de Mataró** i les **dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat**. Això sense detriment que es puguin cercar col·laboracions amb entitats, mitjans de comunicació i/o líders d'opinió per tal d'arribar als públics estratègics definits.

4.3. Metes i objectius de comunicació

Smith (2013) diferencia entre metes de gestió de reputació, de relacions i de tasques (pàg. 98). Pel que fa als objectius, diferencia entre els que són de coneixement, acceptació o acció (pàg. 100). En el cas del present pla de comunicació, les metes que s'estableixen i els objectius que s'hi associen són els següents:

Metes i objectius
Meta 1 – Adreçada a treballadores del CIRD
Millorar la percepció de les treballadores del CIRD envers la gestió de la comunicació dels seus projectes (gestió de relacions).
Objectiu 1.1. Generar un efecte sobre l'acceptació. Donar a conèixer la importància de treballar conjuntament la imatge del CIRD durant el primer mes des de la implantació del pla de comunicació (valoració de 5/5 del 100% de les treballadores).
Objectiu 1.2. Generar un efecte sobre l'acceptació. Incrementar les valoracions positives sobre la gestió de la comunicació externa que el CIRD fa sobre els seus projectes en un període de 6 mesos (valoració de 5/5 del 100% de les treballadores).
Objectiu 1.3. Generar un efecte sobre l'acció. Disminuir la sensació de manca d'interès per les polítiques de gènere i LGTBI per part de l'equip de govern i del Servei de Comunicació en un període de 6 mesos (valoració de 5/5 del 100% de les treballadores).
Objectiu 1.4. Generar un efecte sobre l'acció. Augmentar el sentiment de compensació i de pertinença a l'equip del CIRD en un període de 6 mesos (valoració de 5/5 del 100% de les treballadores).
Meta 2 – Adreçada a treballadors/es de l'Ajuntament de Mataró
Enfortir el posicionament del CIRD dins l'Ajuntament de Mataró (gestió de reputació).
Objectiu 2.1. Generar un efecte sobre el coneixement. Identificació del CIRD com a equipament de referència pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI en un període de 6 mesos (entre el 100% dels treballadors/es).

<p>Objectiu 2.2. Generar un efecte sobre el coneixement. Donar a conèixer tots els serveis i activitats que es gestionen des del CIRD en un període de 6 mesos (entre el 100% dels treballadors/es).</p>
<p>Objectiu 2.3. Generar un efecte sobre el coneixement. Potenciar la visió de la diversitat sexual i de gènere com a riquesa en un període de 6 mesos (entre el 100% dels treballadors/es).</p>
<p>Objectiu 2.4. Generar un efecte sobre l'acceptació. Potenciar les valoracions positives pel que fa a la tasca que es desenvolupa des del CIRD en un període de 6 mesos (entre el 80% dels treballadors/es).</p>
<p>Objectiu 2.5. Generar un efecte sobre l'acció. Augmentar la comunicació formal horitzontal i vertical relacionada amb polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI al si de l'ajuntament en un període de 6 mesos (entre el 100% dels treballadors).</p>
<p>Objectiu 2.6. Generar un efecte sobre l'acció. Incrementar el suport de les treballadores i treballadors de l'ajuntament pel que fa a la difusió de les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI dins l'ajuntament en un període de 6 mesos (entre el 100% dels treballadors/es).</p>
<p>Meta 3 - Adreçada a ciutadania no sensibilitzada, persones LGTBI i dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat</p>
<p>Situar el CIRD com a centre de referència pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI a Mataró (gestió de reputació).</p>
<p>Objectiu 3.1. Generar un efecte sobre el coneixement. Donar a conèixer tots els serveis i activitats que es gestionen des del CIRD durant el primer any d'aplicació del pla de comunicació (entre el 100% de la ciutadania).</p>
<p>Objectiu 3.2. Generar un efecte sobre el coneixement. Potenciar la visió de la diversitat sexual i de gènere com a riquesa durant el primer any d'aplicació del pla de comunicació (entre el 100% de la ciutadania).</p>
<p>Objectiu 3.3. Generar un efecte sobre l'acció. Augmentar l'interès per les activitats del CIRD durant el primer any d'aplicació del pla de comunicació (entre el 100% de la ciutadania).</p>
<p>Objectiu 3.4. Generar un efecte sobre l'acció. Augmentar el tràfic global a les xarxes socials en un període de 6 mesos (un 25%).</p>
<p>Objectiu 3.5. Generar un efecte sobre l'acció. Augmentar l'<i>engagement</i> a les xarxes socials en un període de 6 mesos (un 10%).</p>

Font: Elaboració pròpia.

4.4. Estratègies i tècniques

Smith (2013) diferencia entre estratègies proactives i reactives, segons si la institució pren la iniciativa per atraure els públics o si actua com a resposta a influències de l'entorn (pàg. 113). Les estratègies que se seguiran i les tècniques per dur-les a terme són:

Estratègies i tècniques
Estratègies proactives d'acció
<p>Per a la consecució de la meta 1. Assolir el compromís de les treballadores del CIRD mitjançant la comunicació interna a nivell d'equip.</p>
<p>1. Portant a debat en el si de les reunions d'equip del CIRD la imatge que es vol projectar i proposant temes per a comunicar des de les xarxes socials.</p>

2. Potenciant el <i>feedback</i> per saber quines són les seves necessitats a l'hora de comunicar els seus projectes.
Per a la consecució de la meta 2. Assolir el compromís de tota la plantilla de l'ajuntament mitjançant la comunicació interna a nivell d'ajuntament.
1. Comunicant a tots els treballadors i treballadores de l'ajuntament sobre els seus interessos rellevants pel que fa a les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI.
2. Establint nous canals de comunicació interna horitzontals i aprofitant els canals de transmissió verticals ja existents.
3. Potenciant el <i>feedback</i> per saber quines són les necessitats dels treballadors/es pel que fa a les polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI.
4. Creant accions desencadenants que estimulin la col·laboració de tota la plantilla de l'Ajuntament de Mataró.
Estratègia proactiva de comunicació
Per a la consecució de la meta 3. Generar informació d'interès per a la ciutadania no sensibilitzada, persones LGTBI i dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat combinant la comunicació externa <i>offline</i> i <i>online</i> .
1. Complementant les campanyes <i>offline</i> amb una presència ben treballada a nivell digital que permeti continuar emetent missatges, tot i que la situació de crisi sanitària causada pel Covid-19 no permeti celebrar segons quins tipus d'actes.
2. Creant una nova campanya de comunicació <i>offline</i> que doni a conèixer els serveis del CIRD fent ús de missatges diferenciats segons les característiques de cada barri mataroní.
3. Potenciant el <i>feedback</i> per saber quines són les necessitats reals de la ciutadania pel que fa a les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI.

Font: Elaboració pròpia.

4.5. Tàctiques i accions

Les estratègies i tècniques anteriors, es concretaran en les tàctiques i accions següents, combinades amb la comunicació que ja es duu a terme normalment associada a les diverses campanyes del CIRD. S'ha pensat en propostes que caldrà encarregar a professionals externs i d'altres que puguin gestionar entre les mateixes treballadores. Pel que fa a la meta 3, algunes accions serveixen per a tots els públics als quals es refereix, mentre que en d'altres s'indica que van adreçades exclusivament a una part dels públics.

Tàctiques i accions		
Quan	Tàctica	Accions, recomanacions i comentaris
A partir de juliol del 2020	Dedicació de mitja hora de l'última reunió d'equip de cada mes a pensar conjuntament els materials de comunicació que s'elaboraran i els temes que es difondran durant el mes	- Seria convenient la participació de la tècnica del Servei de Comunicació referent del CIRD amb la finalitat de minvar la sensació de manca d'interès per les polítiques d'igualtat per part de Comunicació i l'equip de govern.

	<p>següent a les xarxes socials del CIRD (meta 1).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es proposa iniciar aquestes reunions amb el debat de si s'aposta per la marca CIRD o @igualtatmataro a nivell <i>offline</i> i <i>online</i> per tal d'elaborar una proposta a elevar a les instàncies polítiques. El feedback polític sobre la proposta, així com la seva aplicació efectiva (encara que sigui parcialment) fomentarà la sensació dins l'equip que políticament es dóna importància a les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI. - Generar en equip un repositori de temes susceptibles de ser publicats a xarxes socials en moments en què no hi hagi cap campanya imminent, per exemple, missatges regulars sobre els serveis que ofereix el CIRD a dones que pateixen situacions de desigualtat (meta 3). - Consensuar com fer-ho quan calgui reconvertir les campanyes a programacions exclusivament digitals donada la crisi causada pel Covid-19.
<p>A partir de juliol del 2020</p>	<p>Obertura d'un canal de Youtube (meta 3: dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Important donar-li ja el nom pel qual s'aposti a la reunió d'equip destinada a comunicació (meta 1). - Segons IAB Spain (2019) és la tercera xarxa més utilitzada a Espanya (després de Whatsapp i Facebook) (pàg. 18). - Es proposa publicar-hi periòdicament vídeos curts gravats amb el telèfon mòbil on dues treballadores del CIRD, en forma de conversa distesa, expliquin els serveis que s'hi ofereixen, així com conceptes relacionats amb les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI (ex: <i>manspreading</i>, sostre de vidre, etc.). - Poden utilitzar-se també per presentar el CIRD en les formacions a centres educatius.
<p>A partir de juliol del 2020</p>	<p>Obertura d'un compte de Twitter (meta 3: dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Important donar-li ja el nom pel qual s'aposti a la reunió d'equip destinada a comunicació (meta 1). - Segons IAB Spain (2019) és la cinquena xarxa més utilitzada a Espanya (després de Whatsapp, Facebook, Youtube i Instagram) (pàg. 18). - Mentre que a Instagram hi trobem els públics més joves (generació Z) a Facebook i a Twitter hi ha més <i>millennials</i> i generacions d'edats més elevades.
<p>A partir de juliol del 2020</p>	<p>Sessions d'assessorament amb una persona experta en social media management (meta 3: dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Per tal que les publicacions estiguin efectuades d'acord amb l'algorisme de cada xarxa i, per tant, arribin al màxim de públic possible, així com per resoldre tots els dubtes que puguin sorgir sobre publicació i monitorització a les xarxes socials o com tenir una presència activa per tal d'aconseguir més seguidors/es de qualitat. - Es recomana que la tècnica encarregada de gestionar les xarxes socials pugui assistir a una sessió d'assessorament per trimestre (repetir octubre, gener i abril).
<p>Juliol-setembre 2020</p>	<p>Redacció, maquetació i impressió d'un fulletó corporatiu que expliqui tots els serveis que ofereix el CIRD (metes 2 i 3: dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es repartirà en cada formació que s'ofereixi, tant si va adreçada a treballadors/es municipals, entitats, centres educatius o a la ciutadania en general. - Es recomana tenir-ne sempre a l'entrada del CIRD, donar-ne una còpia a cada persona atesa

		<p>i repartir-ne per equipaments municipals estratègics: oficines d'atenció ciutadana, espais joves, casals de gent gran, etc.</p>
<p>Juliol-setembre 2020</p>	<p>Guionització, gravació i edició d'un vídeo corporatiu que expliqui tots els serveis que el CIRDA ofereix als treballadors i treballadores de l'Ajuntament de Mataró (meta 2).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Es publicarà a l'apartat de notícies corporatives de la intranet municipal amb una notícia i una enquesta online perquè els treballadors/es interessats/des es puguin apuntar per formar part d'una xarxa de referents informals per a la implantació de polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI. - Es projectarà abans de les formacions a treballadors/es de l'Ajuntament de Mataró organitzades pel CIRDA. - La participació dels regidors municipals al vídeo corporatiu fomentarà la sensació entre els treballadors/es municipals, així com dins l'equip del CIRDA que políticament es dona importància a les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI. - Se'n pot fer una segona versió sense participació política, de manera que segueixi vigent si hi ha un canvi de mandat.
<p>Setembre 2020 – juny 2021</p>	<p>Emissió falques de conscienciació ciutadana a Mataró Ràdio (meta 3: dones que pateixen alguna situació de desigualtat).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Serviran per donar a conèixer tots els serveis del CIRDA entre les dones d'edat més elevada, que no consumeixen xarxes socials.
<p>Setembre 2020</p>	<p>Redacció d'una notícia per a la intranet per informar de la creació d'una xarxa de referents informals per a la implantació de polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI a l'Ajuntament de Mataró (meta 2).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Juntament amb el vídeo corporatiu, es publicarà a la intranet municipal acompanyada d'una enquesta online perquè els treballadors/es interessats/des es puguin apuntar per formar part de la xarxa de referents informals dedicada a la implantació de polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI. - També es publicarà al butlletí corporatiu Mat News.
<p>Setembre 2020</p>	<p>Creació d'una enquesta online i en paper perquè els treballadors/es interessats/des es puguin apuntar per formar part de la xarxa de referents informals (meta 2).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'enquesta online es publicarà juntament amb el vídeo corporatiu i la nota de premsa a l'apartat de notícies de la intranet municipal perquè els treballadors/es interessats/des es puguin apuntar per formar part de la xarxa de referents informals dedicada a la implantació de polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI. - També s'enllaçarà al butlletí corporatiu Mat News.
<p>Octubre 2020</p>	<p>Primer esmorzar de treball de la xarxa de referents informals (meta 2).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - És convenient que se celebri a les instal·lacions del CIRDA per tal que coneguin l'equipament i que en formin part treballadors/es de departaments diversos. - S'aconsella començar amb dues reunions abans de la presentació del Pla d'igualtat intern (octubre i novembre) i després espaiar-les realitzar-ne, com a mínim, una per trimestre (repetir-la el gener i l'abril de 2021). - Portar a debat accions per implementar polítiques internes d'igualtat dona-home i LGTBI de manera horitzontal i també aprofitant els circuits de comunicació interna verticals. - És ideal per consensuar accions de presentació del Pla d'igualtat intern un cop aprovat pel Ple municipal.

Desembre 2020	Creació de cartells i vinils per a diferents espais dels edificis municipals (façanes, parets, lavabos, escales, ascensors...) amb missatges i dades sobre desigualtats dona-home i LGTBI (metes 2 i 3 : dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Els missatges i dades s'escolliran en les reunions amb la xarxa de referents informals.
Desembre 2020	Disseny i impressió d'un tríptic informatiu que resumeixi en un màxim de 10 punts els avantatges d'aplicar el Pla d'igualtat intern, amb versió digital (meta 2).	- Es recomana donar-ne una còpia als treballadors/es municipals que assisteixen a les formacions del CIRD adreçades a la plantilla. - Acompanyarà la nota de premsa que s'enviarà per convocar els mitjans locals a l'acte de presentació del Pla d'igualtat intern. - La versió digital es publicarà a la intranet municipal.
Desembre 2020	Redacció d'una nota de premsa per convocar els mitjans de comunicació locals a la roda de premsa de presentació del Pla d'igualtat intern de l'Ajuntament de Mataró (meta 2).	- Elaborar un petit electronic press kit que inclogui la nota de premsa , el tríptic informatiu i l'enllaç al pla d'igualtat intern.
Desembre 2020	Roda de premsa i acte de presentació del Pla d'igualtat intern de l'Ajuntament de Mataró (meta 2).	- És important donar un espai a un/a representant dels i les membres de la xarxa de referents informals per donar-ne a conèixer la feina i captar possibles nous col·laboradors.
Gener 2021	Llançament d'un butlletí adreçat a la ciutadania sobre les activitats del CIRD (meta 3 : dones que pateixen alguna situació de desigualtat, persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Un cop dissenyada i creada a una plataforma com Mailchimp, la pot gestionar fàcilment la tècnica encarregada de la gestió de les xarxes socials. - Enllaçar-hi notícies al web de l'Ajuntament de Mataró, així com les xarxes socials del CIRD. - Convidar la gent a subscriure's al butlletí des del web de l'ajuntament, així com des de qualsevol material digital que s'elabori des del CIRD indicant el nom i el correu electrònic (des de Mailchimp es pot generar una landing page per atraure subscriptors/es). - S'aconsella elaborar-lo, com a mínim, trimestralment (repetir-lo el mes d'abril).
Gener 2021	Elaboració d'una enquesta que hauran de respondre totes les persones ateses al CIRD i les que participin de formacions (meta 3 : dones que pateixen alguna situació de desigualtat i persones LGTBI).	- Servirà per generar base de dades de gent interessada en rebre el butlletí, per saber de quina manera han conegut el CIRD, així com per preguntar directament a la ciutadania quines són les seves necessitats pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI, a mode de bústia de suggeriments pel CIRD.
A partir de febrer del 2021	Cicle d'entrevistes a través d'Instagram Live, dins l'Escola de Feminismes i LGTBI sobre els debats del propi moviment feminista i LGTBI (meta 3 : persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Es poden aprofitar les xarxes socials Twitter i Facebook per publicitar-les. - Per al grafisme es poden generar adaptacions de la imatge de l'Escola de Feminismes i LGTBI. A les sessions d'assessorament es mostraran recursos per crear-les. - És ideal perquè coneguin el CIRD persones del col·lectiu LGTBI, que segueixen a diversos líders d'opinió i entitats del moviment feminista i LGTBI. - Es recomana una entrevista mensual de gener a juny amb perfils d'interès i amb nombre elevat

		de seguidors/es (cada mes poden estar relacionades amb les campanyes que duu a terme el CIRD anualment).
Febrer-abril 2021	Renovació del web "Totes i tots som Mataró" com a portal de referència en polítiques de feminismes i LGTBI al Maresme (meta 3 : persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Es recomana un assessorament SEO per tal que els continguts del web estiguin ben indexats als buscadors i motors de cerca d'Internet.
Març 2021	Formació per a agents cívics-informadors per a un posterior desplegament per Mataró per tal d'informar sobre la creació del web "Totes i tots som Mataró" (meta 3 : ciutadania no sensibilitzada).	- Aprofitar la contractació de plans d'ocupació.
Abril 2021	Redacció d'una nota de premsa per convocar els mitjans de comunicació locals a la roda de premsa de presentació del web "Totes i tots som Mataró" (meta 3 : persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Important que el web quedi ben enllaçat a la nota de premsa.
Abril 2021	Proposar a Mataró Audiovisual una entrevista amb la Regidora d'Igualtat acompanyada de la persona experta amb qui s'hagi fet la renovació del web al magazín contenidor <i>El mirador</i> de Mataró Audiovisual (meta 3 : ciutadania no sensibilitzada).	- El fet que l'emissió d'aquest magazín sigui per ràdio i televisió permetrà abraçar un públic més ampli, així com arribar a sectors d'edat més elevada que no consumeixen xarxes socials.
Abril 2021	Roda de premsa presentació web "Totes i tots som Mataró" (meta 3 : persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Important la participació política i de la persona experta amb qui s'hagi fet la renovació del web.
Abril 2021	Campanya de presentació del web "Totes i tots som Mataró" a través dels mupis , la xarxa de pantalles i els autobusos de Mataró Bus de la ciutat (meta 3 : persones LGTBI i ciutadania no sensibilitzada).	- Els mupis estan repartits per tota la ciutat i les pantalles es troben en punts estratègics que permeten arribar a gran part de la ciutadania. - Es proposa una campanya basada en preguntes que interpel·lin directament la ciutadania sobre conceptes relacionats amb les desigualtats de gènere dona-home i LGTBI que apareguin al web.
Abril-juny 2021	Desplegament d' agents cívics-informadors per difondre els continguts del web "Totes i tots som Mataró" i aconseguir subscriptors/es al butlletí del CIRD (meta 3 : ciutadania no sensibilitzada).	- Es proposa fer especial incidència als barris amb índexs de masculinitat més elevats i on hi ha més gent de menys de 30 anys o més de 65, per tal d'arribar a perfils diferents dels que acostumen a accedir al CIRD. - Es pot aprofitar l' enquesta per generar base de dades , de manera que també es preguntï directament a la ciutadania quines són les seves necessitats pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI. - Es crearà alguna peça de marxandatge com a reclam i on hi aparegui el web per tal que la gent el visiti un cop a casa.

Font: Elaboració pròpia.

És important que la marca unificada CIRD o @igualtatmataro (depenent de per quina es decideixi apostar finalment) aparegui **en totes les comunicacions** que es duguin a terme d'ara endavant per tal que els públics identifiquin ràpidament l'equipament des del qual es gestionen totes les campanyes proposades i les que ja es duen a terme cada any. Finalment, també es recomana vetllar per disposar de **fotografies de qualitat** de cada acte o acció per de generar un arxiu que serveixi per omplir les xarxes socials.

4.6. Missatges

Els missatges que es destinaran a cada públic estratègic són els següents:

Missatges
Treballadores del CIRD
La vostra opinió és essencial a l'hora de decidir de quina manera es gestiona la comunicació del CIRD perquè les millors idees sorgeixen del treball en equip.
L'equip de govern actual aposta fermament per les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI a nivell d'ajuntament i per a tota la ciutadania.
Treballadors/es Ajuntament de Mataró
El CIRD és l'equipament de referència de l'Ajuntament de Mataró pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI, al qual podeu accedir les treballadores i treballadors que ho necessiteu.
Contribuir a l'erradicació de les desigualtats dona-home i LGTBI al si de l'ajuntament és una tasca de totes i tots de la qual en resultarà un benefici per a tota la plantilla.
Ciutadania no sensibilitzada, persones LGTBI i dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat
El CIRD és l'equipament de referència de l'Ajuntament de Mataró pel que fa a polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI, on les persones LGTBI i les dones de Mataró hi trobaran molts recursos adreçats exclusivament a ells/es.
La diversitat sexual i de gènere és un actiu que cal que tota la societat valori com a riquesa.
La igualtat de gènere i l'erradicació de qualsevol forma de violència relacionada és cosa de tots.

Font: Elaboració pròpia.

4.7. Canals, suports i mitjans

El present pla es basa en una combinació de canals *online* i *offline*, que abracen la comunicació interna, en combinació amb la comunicació externa. Concretament són:

Canals, suports i mitjans		
	Offline	Digitals i online
Comunicació interna	<ul style="list-style-type: none"> - Reunió d'equip mensual - Fulletó corporatiu sobre serveis del CIRD - Enquesta treballadors/es interessats/des a formar part xarxa de referents informals - Esmorzars de treball de la xarxa de referents informals - Aprofitament de les xarxes de comunicació en cascada verticals - Cartells i vinils presentació Pla igualtat intern - Tríptic informatiu Pla igualtat intern - Roda de premsa i acte de presentació Pla igualtat intern 	<ul style="list-style-type: none"> - Vídeo corporatiu sobre serveis del CIRD - Intranet municipal - Butlletí corporatiu <i>Mat News</i> - Enquesta treballadors/es interessats/des a formar part xarxa de referents informals - Versió digital tríptic informatiu Pla igualtat intern
Comunicació externa	<ul style="list-style-type: none"> - Fulletó corporatiu sobre serveis CIRD - Cartells i vinils presentació Pla igualtat intern - Roda de premsa i acte de presentació Pla igualtat intern - Enquesta per generar base de dades i saber de necessitats ciutadanes - Agents cívics-informadors - Roda de premsa i acte de presentació "Totes i tots som Mataró" - <i>Mupis</i> - Xarxa de pantalles LED municipals - Autobusos de Mataró Bus - Marxandatge campanya "Totes i tots som Mataró" 	<ul style="list-style-type: none"> - Xarxes socials: Facebook, Instagram, Twitter i Youtube - Falques de conscienciació ciutadana a Mataró Ràdio - <i>Electronik press kit</i> Pla igualtat intern: nota de premsa, tríptic informatiu i enllaç al Pla d'igualtat - Butlletí sobre activitats CIRD - <i>Landing page</i> per subscriure's al butlletí - Web "Totes i tots som Mataró" - Nota de premsa presentació "Totes i tots som Mataró" - Programa <i>El mirador</i> de Ràdio i TV Mataró

Font: Elaboració pròpia.

4.8. Cronograma

El cronograma combina les accions proposades anteriorment de color blau. Les que ja es duen a terme cada any des del CIRD i les formacions que estan programades durant el període d'aplicació del pla adreçades a treballadors/es municipals apareixen de color lila:

Cronograma												
	2020						2021					
Accions	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06
Consensuar gestió de xarxes socials a les reunions d'equip												
Obertura canal Youtube												

Vídeos a Youtube sobre conceptes igualtat dona-home i LGTBI												
Obertura compte Twitter												
Assessorament sobre xarxes socials												
Campanyes "De festa, respecta" associades a Les Santes												
Preparació fulletó corporatiu												
Preparació vídeo corporatiu												
Emissió falques conscienciació ciutadana a Mataró Ràdio												
Publicació vídeo, notícia i enquesta a intranet i <i>Mat News</i>												
Formació Polítiques culturals amb perspectiva de gènere												
Formació Marc conceptual per entendre la diversitat sexual i de gènere												
Esmorzars de treball xarxa referents informals												
Formació La "i" també existeix: què és la intersexualitat												
Dia internacional contra les violències masclistes												
Col·locació de cartells i vinils a equipaments municipals												
Impressió tríptic informatiu sobre Pla igualtat intern												
Roda de premsa i acte de presentació del Pla d'igualtat intern												
Llançament butlletí i creació <i>landing page</i>												

- 30% jornada d'una tècnica dedicada a gestió de xarxes socials (aprox. 540 €/mes) amb col·laboració de la resta de l'equip del CIRDA, sumant aproximadament el 50% de la jornada d'una persona.
- 80% jornada Cap de Secció dedicada a comunicació interna (aprox. 1.680 €/mes).
- Muntatge i sonorització de rodes de premsa es duen a terme des del Servei de Comunicació.
- Aprofitar plans d'ocupació de la Diputació de Barcelona o Generalitat de Catalunya que s'ofereixen periòdicament de manera subvencionada als ajuntaments per a agents cívics-informadors (aprox. 1.100 €/mes cadascun).

Així doncs, a continuació es presenten els preus de les accions que hauran d'encarregar-se a professionals externs:

Pressupost aproximat accions que cal encarregar a professionals externs			
Acció	Preu unitari (IVA inclòs)	Quantitat	Preu total
Sessions d'assessorament amb una persona experta en <i>social media management</i>	150 €/sessió de 2h	4	600 €
Disseny, maquetació i impressió fulletó corporatiu	1.200 €	1	1.200 €
Gravació i edició vídeo corporatiu	1.500 €	1	1.200 €
Gravació i emissió falques conscienciació ciutadana	300 €	1	200 €
Càtering esmorzars xarxa referents informals	150 €	4	600 €
Material esmorzars xarxa de referents informals	100 €	4	400 €
Disseny, maquetació i impressió cartells i vinils per equipaments municipals	5.000 €	1	5.000 €
Disseny, maquetació i impressió tríptic informatiu sobre el Pla d'igualtat intern	1.200 €	1	1.200 €
Fons reservats per a material i <i>roll ups</i> roda de premsa i acte de presentació Pla igualtat intern	300 €	1	500 €
Maquetació butlletí adreçat a la ciutadania i <i>landing page</i>	1.000 €	1	1.000 €
Cicle d'entrevistes a Instagram Live	200 €	5	1.000 €

Assessorament d'una persona experta en feminismes i LGTBI per a renovar el web "Totes i tots som Mataró"	800 €	1	800 €
Assessorament SEO sobre continguts web "Totes i tots som Mataró"	600 €	1	600 €
Fons reservats per a material i grafisme roda de premsa i acte de presentació web "Totes i tots som Mataró"	200 €	1	200 €
Disseny, maquetació i impressió grafisme per <i>mupis</i> , xarxa de pantalles i autobusos "Totes i tots som Mataró"	3.000 €	1	3.000 €
Marxandatge "Totes i tots som Mataró"	500 €	1	500 €
Fons reservats per a imprevistos	2.000 €	1	2.000 €
Total			20.000 €

Font: Elaboració pròpia.

4.10. Avaluació

Per comprovar l'efectivitat del pla de comunicació, s'utilitzaran els mètodes d'avaluació següents. Al costat de cada indicador hi apareix l'objectiu de comunicació al qual respon:

Mètodes d'avaluació				
Meta	Mètode	Temporalitat	Públic	Indicadors
Meta 1	Informe basat en enquesta anònima de percepció	Cada 6 mesos - gener 2020 - juliol 2021	Treballadores del CIRD	Quantitatius - Reunions on s'ha donat espai per consensuar en equip la comunicació del CIRD (1.1 + 1.2 + 1.3 + 1.4) Qualitatius - Valoració de la importància de treballar conjuntament imatge CIRD (1.1) - Valoració sobre la gestió de la comunicació externa des del CIRD (1.2) - Valoració interès polític per activitats CIRD (1.3) - Valoració Servei Comunicació per activitats CIRD (1.3) - Sentiment de compensació (1.4) - Orgull de pertinença a l'equip (1.4)
Meta 2	Informe basat parcialment en enquesta	Passats 6 mesos des de l'inici del pla	Treballadors/es Ajuntament de Mataró	Quantitatius - Treballadors/es que coneixen el CIRD (2.1) - Fulletons corporatius impresos (2.2) - Visualitzacions notícia intranet (2.5)

	anònima de percepció penjada a la intranet municipal	- gener 2021		<ul style="list-style-type: none"> - Reproduccions vídeo corporatiu intranet (2.2) - Enquestes respostes a intranet (2.5) - Formacions a treballadors/es (2.1 + 2.2 + 2.3) - Reunions de la xarxa de referents informals (2.5 + 2.6) - Fulletons de resum del Pla d'igualtat intern impresos (2.1 + 2.2 + 2.3) - Treballadors/es que coneixen el Pla d'igualtat intern (2.1 + 2.2) <p>Qualitatius</p> <ul style="list-style-type: none"> - Com han conegut el CIRD (2.1) - Quins serveis coneixen dels que ofereix el CIRD (2.2) - Valoració de la diversitat sexual i de gènere com a riquesa (2.4) - Càrrecs de membres de la xarxa de referents informals (2.5) - Accions sorgides de la xarxa de referents informals (2.5 + 2.6) - Nivell de compromís amb el Pla d'igualtat intern (2.6)
Meta 3	Avaluació formativa mitjançant un informe de dades	<p>Trimestral (es recomana elaborar informes sumatius per veure'n l'evolució)</p> <ul style="list-style-type: none"> - octubre 2020 - gener 2020 - abril 2021 - juliol 2021 	Ciutadania no sensibilitzada, persones LGTBI i dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat	<p>Quantitatius</p> <ul style="list-style-type: none"> - Youtube: nombre de seguidors/es del canal, nombre de "m'agrada" a cada vídeo i nombre de comentaris (3.4 + 3.5) - Twitter: nombre de seguidors/es, nombre de comentaris a cada piulada, nombre de RT i nombre de "m'agrada" (3.4 + 3.5) - Instagram: nombre de seguidors/es, nombre de comentaris a cada publicació i nombre de "m'agrada" (i de reproduccions en cas dels vídeos) (3.4 + 3.5) - Facebook: nombre de "m'agrada" i seguidors de la pàgina, nombre d'interaccions a cada publicació i nombre de comentaris (3.4 + 3.5) - Fulletons corporatius impresos (3.1) - Subscriptors/es butlletí (3.3) - Butlletins enviats (3.1) - Taxa d'obertura del butlletí (3.3) - Nombre de persones ateses al CIRD (3.3) - Visites al web "Totes i tots som Mataró" (3.2) <p>Qualitatius</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noves accions dutes a terme (3.1 + 3.2) - Youtube: to dels comentaris (3.2) - Twitter: to dels comentaris (3.2) - Instagram: to dels comentaris (3.2) - Facebook: to dels comentaris (3.2) - Mitjans convocats a cada roda de premsa (3.3) - Mitjans assistents a cada roda de premsa (3.3) - Com han conegut el CIRD les persones ateses (3.3)

Font: Elaboració pròpia.

5. Conclusions

La comunicació al si de les institucions i administracions públiques és certament idiosincràtica. Si bé es poden aplicar certs preceptes de la comunicació corporativa en general, la indagació en teories especialitzades, així com la pràctica professional fan palès que es pot considerar una **branca d'especialització de la comunicació corporativa** que requereix que aquesta estigui gestionada per professionals amb coneixement profund del sector públic.

La durada limitada dels mandats condicionada per terminis electorals pot provocar una manca de visió estratègica que cal evitar mitjançant la redacció de **plans i projectes que no estiguin estretament lligats als alts càrrecs del període** en què aquests s'elaboren. És per aquest motiu, per exemple, que en el pla de comunicació del CIRD es proposa el muntatge de dues versions d'un vídeo corporatiu: una amb participació política i una altra sense que hi apareguin els membres de l'equip de govern.

D'altra banda, pel que fa a la segmentació dels públics objectius, aquesta no es presenta com a una tasca fàcil. Concretament, **quant a les polítiques d'igualtat de gènere dona-home i LGTBI és molt evident la funció d'educació social** que resideix en la seva difusió. Aquest és un dels motius pels quals qualsevol comunicació que s'emeti serà convenient que arribi a la majoria de públics possibles mitjançant, per exemple, el tradicional boca-orella, encara que en origen es destini a un sector concret de la població.

A més a més, des de les esferes polítiques i tècniques s'entén que la comunicació del CIRD es tradueix en **informació d'interès ciutadà que promou valors i actituds cíviques**. Per tant, es fa necessari predicar amb actituds exemplars que inclouen **tenir cura especial del llenguatge quant a l'ús d'expressions excloents, homòfobes o sexistes, no respectuoses o androcèntriques**.

Centrant-nos ara en la comunicació al si de l'Ajuntament de Mataró, aquest està dotat d'unes **estructures de comunicació interna ben treballades** per tal de transmetre mitjançant la comunicació en cascada la informació des de la gerència fins a les instàncies més baixes i viceversa. On es presenten més dificultats és en la transmissió d'informació de manera horitzontal entre personal tècnic de diferents regidories. En aquest sentit, la creació d'una **xarxa de referents informals** combinada amb la comunicació vertical és l'acció principal del pla de comunicació que permetrà emetre informació des del CIRD que arribi a totes les instàncies de l'organització municipal.

La comunicació interna del CIRD, però, presenta una segona dimensió, ja que també s'ha vist necessari valorar la que es duu a terme entre les pròpies treballadores. Si bé ja es donen diversos espais de trasllat d'informació, s'ha detectat certa diversitat d'opinions pel que fa a la gestió de la comunicació externa. Per tal de pal·liar-les i alhora fomentar la cohesió i el sentiment de pertinença a l'equip, s'ha proposat la **construcció conjunta de la comunicació que es duu a terme des de les xarxes socials** i que té el seu origen en el propi equipament.

La centralització de la difusió d'informació per part del Servei de Comunicació evita l'emissió d'una imatge excessivament diversificada de l'Ajuntament de Mataró. En el cas d'elements de comunicació interna com la intranet i el butlletí corporatiu, la centralització ve donada per Recursos Humans. El pla de comunicació que es presenta, per tant, té en

compte i integra aquesta característica, de manera que **totes les propostes tant pel que fa a l'estratègia com la seva avaluació siguin efectivament realitzables**, col·laborant amb el Servei de Comunicació i Recursos Humans, així com potenciant aquells aspectes en què el CIRDA sí que té capacitat d'actuació efectiva.

El primer que capta l'atenció pel que fa a la comunicació que s'emet directament des del CIRDA és la diversitat de noms amb què s'han anomenat fins ara els perfils existents a les xarxes socials. Principalment, s'aposta per la fórmula @igualtatmataro. Per evitar emetre una imatge de marca diversificada és important **apostar per un mateix nom en totes les comunicacions**, de manera que la ciutadania identifiqui ràpidament qui és l'emissor.

El CIRDA és un equipament que, entre d'altres, gestiona **anualment campanyes fixes que requereixen una gran mobilització de recursos comunicatius**. De l'anàlisi realitzada se'n desprèn la seva efectivitat, que caldria acabar de potenciar mitjançant la seva difusió a través de les xarxes socials de recent creació. Així doncs, les accions comunicatives planificades de cara al període entre juliol 2020 i juny 2021 han estat pensades respectant en tot moment la temporalització de les campanyes que ja es duen a terme anualment. En cas contrari, la gestió de totes les accions seria certament difícil.

Un altre aspecte que es té en compte és la capacitat de l'equipament a nivell de recursos humans, així com les habilitats i predisposició expressades i observades en l'auditoria de comunicació. Això ha resultat en diverses **propostes basades en la creació de perfils a noves xarxes socials, així com en l'elaboració de contingut** per omplir-les de manera consistent per part de les mateixes treballadores.

En definitiva, el Pla de comunicació del CIRDA està pensat per tal que aquest sigui executable d'una manera efectiva **amb els recursos humans amb què compta l'equipament** als quals caldrà afegir-hi una dotació econòmica que en tot moment respecta els límits expressats durant els contactes personals de l'auditoria prèvia a l'elaboració del pla.

Bibliografia

- Aced, C. (2016). *Reputació digital*. Barcelona: UOC
- Aira, T.; Curto, V.; Rom, J. (2013). *Comunicació política i d'institucions públiques*. Capítol III. La comunicació de les institucions públiques. Barcelona: Editorial UOC
- Ajuntament de Barcelona (s.d.). *Guia d'ús no sexista del llenguatge. 10 punts per visibilitzar les dones en el llenguatge*.
<https://ajuntament.barcelona.cat/bcnantimasclista/ca/prevenir-i-actuar/guia-de-llenguatge-no-sexista>
- Ajuntament de Barcelona (s.d.). *Per construir un món més igualitari. Guia de comunicació inclusiva*. <https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-inclusiva/>
- Ajuntament de Mataró (2015). *Pla d'igualtat intern 2015-2018*. Servei d'Igualtat i Ciutadania.
- Ajuntament de Mataró (2019). *III Pla d'igualtat de gènere per a la ciutadania de Mataró 2018-2022*. Servei d'Igualtat i Ciutadania.
<https://www.mataro.cat/ca/actualitat/publicacions/plans-pactes-i-convenis-municipals/pla-igualtat-de-genero-2018>
- Ajuntament de Mataró (abril, 2020). *Gènere i diversitat sexual*.
<https://www.mataro.cat/ca/temes/genero-i-diversitat-sexual>
- Ajuntament de Sant Boi de Llobregat (27 de març del 2017). *La campanya 'Sant Boi és diversa' posa en marxa un autobús contra l'homofòbia*.
<http://www.santboi.cat/NPremsaW.nsf/ca-WebNPTop10-BASE/C12570A40043BB01C12580EB003B077A?OpenDocument&Clau=ntoticias&Idioma=ca&Seu=N>
- Amb veu de dona, un programa amb contingut i perspectiva de gènere (maig, 2020).
<http://donesreporteresdemataro.blogspot.com/>
- Apòstrof (maig, 2020). *Aquí treballem per la igualtat*.
<https://apostrof.coop/es/proyectos/aqui-treballem-per-la-igualtat/>
- Apòstrof (maig, 2020). *Sant Boi és diversa*. <https://apostrof.coop/projectes/sant-boi-es-diversa/>
- Asociación Hidaya "orientació". (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/al.hidaaya/>
- Associació de Veïns Cerdanyola de Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/AVCerdanyolademataro/>
- Associació de veïns Rocafonda. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/associaciodeveins.rocafonda/>

- Associació de Veïns de Rocafonda – L'Esperança – Ciutat Jardí (maig, 2020). *Vocalia de dones*. <http://avrocafonda.entitats.mataro.cat/vocalia-de-dones/>
- Associació Maresme dona activa't (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <https://assocmdonaactiva.wixsite.com/activa>
- Associació Maresme Dona Activa't. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/donaactiva/>
- AVcerdanyolaMATARO [@avvdecerdanyola]. (s.d.). *Tweets* [Perfil de Twitter]. Twitter. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/avvdecerdanyola>
- AVRocafondaEsperançaCJardíVall [@avrocafonda]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, maig 2020, de <https://www.instagram.com/avrocafonda/>
- Càritas Interparroquial de Mataró (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <https://caritasmataro.org/category/centre-st-pau/>
- Càritas Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/caritasmataro/>
- Càritas Mataró [@CaritasMataro]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/CaritasMataro>
- Clack. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/xarxaclack/>
- Clack (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <http://www.clack.cat/>
- Clack [@xarxaclack]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/XarxaClack>
- Clack [@xarxaclack]. *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, maig 2020, de <https://www.instagram.com/xarxaclack/>
- Colectivo de Mujeres de Matagalpa. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/colectivodemujeresdematagalpa/>
- Creu Roja a Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/Creurojamataro/>
- Creu Roja (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <http://www.creuroja.org/>
- Creu Roja Mataró [@creurojamataro_oficial]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, maig 2020, de https://www.instagram.com/creurojamataro_oficial/
- Cuenca, J. (2017). *Comunicació interna*. Barcelona: UOC
- Cuenca, J.; Verazzi, L. (2018). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Barcelona: UOC

- Dona Llum – Associació catalana per un part respectat (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <https://www.donallum.org/>
- Dona Llum [@donallum]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, abril 2020, de <https://www.instagram.com/donallum/>
- Dona Llum [@DonaLlum]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/DonaLlum>
- Dona Llum Associació Catalana per un Part Respectat. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/AssociacioDONALLUM/>
- Dona't un impuls. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/Donatunimpuls>
- Dona't un impuls (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <https://www.donatunimpuls.com/es/>
- Donesdecerdanyola. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/Donesdecerdanyola-101977188190130/>
- Dones Laia l'Arquera Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/doneslaialarquera.mataro>
- Dones Laia l'Arquera Mataró [@DonesLaia]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/doneslaia>
- Dones Reporteres de Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, maig 2020, de <https://www.facebook.com/Dones-Reporteres-de-Matar%C3%B3-195002590522305/>
- Escalona, N. (2015). *Comunicación de instituciones públicas*. Barcelona: Editorial UOC
- Estanyol, E.; Garcia, E.; Lalueza, F (2016). *¿Cómo elaborar un plan de comunicación?* Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya
- Estanyol, E. (2017). *Guia per a l'elaboració del Treball final de màster*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya
- Grup de Suport al Colectivo de Mujeres de Matagalpa (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <http://www.grupsuportcmm.cat/es>
- IAB Spain (2019). *Estudio anual de redes sociales 2019*. Madrid: IAB Spain
- Idescat (abril, 2020). *Mataró*. <https://www.idescat.cat/emex/?id=081213>
- Igualtat, feminismes i LGTBI. Ajuntament de Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, abril 2020, de <https://www.facebook.com/igualtatmataro/>
- Igualtat Mataró [@igualtatmataro]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, abril 2020, de <https://www.instagram.com/igualtatmataro/>

- Lalueza, F. (2016). *Relacions amb els mitjans: Una aproximació estratègica*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya
- Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. *Boletín Oficial del Estado*, 312, de 30 de desembre de 2005.
- Llei 17/2015, de 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 6919, de 23 de juliol del 2015. <https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/l/2015/07/21/17>
- Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 3300, de 29 de desembre del 2000. <https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/l/2000/12/29/18>
- Mataró LGTBI+. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, abril 2020, de <https://www.facebook.com/MataroLGTBI/>
- Mataró LGTBI+ [@matarolgtbi]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, abril 2020, de <https://www.instagram.com/matarolgtbi/>
- Mataró LGTBI+ [@matarolgtbi]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/MataroLGTBI>
- Rojas, P.; Redondo, M. (2013). *Cómo preparar un plan de social media marketing: en un mundo que ya es 2.0*. Barcelona: Gestión 2000
- Salesians Sant Jordi. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, abril 2020, de <https://www.facebook.com/SalesiansSJordi/>
- Salesians Sant Jordi [@salesianssjordi]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, abril 2020, de <https://www.instagram.com/salesianssjordi/>
- Salesians Sant Jordi [@SalesiansSJordi]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/SalesiansSJordi>
- Salesians Sant Jordi. Plataformes Socials (maig, 2020). *Pàgina d'inci*. <https://www.salesianssantjordi.org/>
- Smith, R.D. (2013). *Strategic planning for public relations*. Nova York: Routledge
- Teixit de Dones Mataró. (s.d.). *Pàgina d'inici*. [Pàgina de Facebook]. Recuperada, abril 2020, de <https://www.facebook.com/teixitdonesMt/>
- Teixit de Dones Mataró [@teixitdedones]. (s.d.). *Posts* [Perfil d'Instagram]. Instagram. Recuperat, abril 2020, de <https://www.instagram.com/teixitdedones/>
- Teixit de Dones Mataró [@teixitdonesMt]. (s.d.). *Tweets*. [Perfil de Twitter]. Recuperat, maig 2020, de <https://twitter.com/teixitdonesMt>
- Totes i tots som Mataró (abril, 2020). *Pàgina d'inici*. <https://www.sommataro.cat/>

- Tot Mataró (10 d'abril del 2018). "Totes i tots som Mataró" per visibilitzar el col·lectiu LGTBI. <https://www.totmataro.cat/ciutat/societat/item/41714-totes-i-tots-som-mataro-per-visibilitzar-el-col-lectiu-lgtbi>
- Vila, J. (2017). *Comunicació estratègica i creativa a les organitzacions. Guia d'aprenentatge*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya
- Xifra, J. (2001). *Relacions públiques i comunicació política*. [Tesi doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. TDX - Tesis Doctorals en Xarxa. <http://hdl.handle.net/10803/4167>
- Xifra, J. (2014). *Manual de relaciones públicas e institucionales: Segunda edición revisada*. Madrid: Tecnos
- Vocalia de dones de l'Associació de Veïns del Pla d'en Boet de Mataró (maig, 2020). *Pàgina d'inici*. <http://vdonesboet.blogspot.com/>
- Wilcox, D.L.; Cameron, G.T.; Xifra, J. (2012). *Relacions públiques: Estratègies i tàctiques*. Madrid: Pearson

Annexos

Annex 1 – Transcripció entrevista

Data: 30-04-2020

Hora: 16:00

Lloc: Vídeoconferència

Entrevistadora: Marta Cabot Navarro

Entrevistada: Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran de l'Ajuntament de Mataró, 38 anys, dona CIS,

1. Context

- **Quantes persones/expedients/gestions s'atenen anualment al CIRD?**

Al final de l'any s'atenen unes 330-340 dones, aproximadament.

- **Amb quin pressupost compta?**

El pressupost és d'uns 390.000 €.

- **Quantes persones hi treballen?**

Hi treballen vuit persones: primer hi ha la Cap del Servei d'Igualtat i Diversitat Ciutadana, després la Cap de Secció de Polítiques de Feminismes, LGTBI, Joventut i Gent Gran i, seguidament, dues tècniques de polítiques d'igualtat (una de les quals s'encarrega de la gestió de les xarxes socials), una tècnica especialista, dues psicòlogues i una jurista.

- **Quina part del pressupost es destina a comunicació?**

No hi ha un pressupost específic per comunicació. És una quantitat aproximada de 5.000 € per les campanyes anuals sense imatge fixa i uns 2.500 € per les campanyes que ja tenen una imatge específica. Hi ha una part destinada per cadascuna de les campanyes que s'emplea en el disseny d'imatge, adaptacions (cartell, fulletó, *mupis*, *roll up*, cartelleria, web i xarxes socials).

Per les campanyes del 8 de març i del 25 de novembre cada any es dissenya una imatge en funció del leitmotiv que s'hagi escollit per cadascuna. En canvi, les campanyes del 17 de maig i 28 de juny, relacionades amb polítiques LGTBI, són més econòmiques perquè tenen una imatge específica i estan sota la marca de "Totes i tots som Mataró". La diagnosi LGTBI per elaborar el III PIGCM es va fer a través d'un qüestionari al minisite

<https://www.sommataro.cat/>. Està previst actualitzar aquest lloc web perquè sigui el portal de referència en temes LGTBI durant aquest any. Aquí tens un altre enllaç de referència sobre aquesta campanya: <https://www.totmataro.cat/ciutat/societat/item/41714-totes-i-tots-som-mataro-per-visibilitzar-el-col·lectiu-lgtbi>

Les campanyes del 17 de maig tenen com a logotip un marcador geolocalitzador com el de Google Maps pintat amb els colors de la bandera LGTBI i per a les del 28 de juny fem servir una amb un caire més festiu, que inclou l'element anterior i les lletres LGTBI en forma de globus i uns globus de fons.

- **Disposeu d'algun fulletó, tríptic o díptic que expliqui els serveis que s'ofereixen des del CIRD?**

Tenim materials que expliquen alguns dels serveis, però no un d'unificat.

- **Com s'escull el *leitmotiv*? Pots posar algun exemple dels que s'han escollit fins ara?**

A proposta del personal tècnic, però sempre amb validació política. Per exemple, un any es van treballar els micromasclismes al voltant de la campanya del 8 de març o el 2019 es va apel·lar a la responsabilitat que tots tenim en la construcció del relat de les violències. Un altre any el 8 de març es va centrar en reforçar la història del moviment feminista a Mataró.

Aquest any, en general, busquem posar en valor tot el tema de la perspectiva feminista i LGTBI per tal d'avançar en termes de drets per fer de Mataró una ciutat més justa i més respectuosa. Per aquest motiu, es va crear l'Escola de Feminismes i LGTBI, la inauguració de la qual s'ha vist posposada a causa de la crisi del coronavirus. L'objectiu és posar damunt la taula debats que hi ha dins el propi moviment feminista i LGTBI per compartir-los amb la ciutadania de Mataró i que la gent es pugui posicionar en relació als diferents subtemes. Per exemple, si estem o no a favor de la prostitució, dins el moviment feminista hi ha dues postures totalment antagòniques. O també dins el moviment feminista hi ha una part que és molt essencialista i una altra part que està més a favor de la perspectiva transfeminista, és a dir, incloure el moviment LGTBI dins la perspectiva feminista. Un altre subtema podria ser la gestació subrogada o les masculinitats, és a dir, els homes poden ser part del moviment feminista o només aliats.

- **Teniu alguna institució de referència que us agradi la manera com comunica la seva activitat? Quina/es?**

L'Ajuntament de Terrassa té un butlletí intern i adreçat a la ciutadania sobre polítiques LGTBI que és molt interessant (veure annex 2). Van crear també una campanya sota el lema "Ventila els armaris" que era molt interessant.

Una altra campanya destacada va ser una que va llançar Sant Boi de Llobregat amb la cooperativa L'Apòstrof, que es dediquen a temes de comunicació amb perspectiva de gènere. Es basava en preguntes com "blau o rosa?", "carn o peix?" i "pit o cuixa?". Aquí hi ha uns enllaços de referència:

<http://www.santboi.cat/NPremsaW.nsf/ca-WebNPTop10-BASE/C12570A40043BB01C12580EB003B077A?OpenDocument&Clau=ntoticies&Idiom a=ca&Seu=N>

<https://apostrof.coop/projectes/sant-boi-es-diversa/>

En temes LGTBI, els dos ajuntaments que hi estan més posats són Barcelona i Terrassa. Terrassa té una regidoria exclusiva per a temes LGTBI. Sabadell també té una trajectòria destacada o l'Hospitalet.

- **Hi ha algun ajuntament proper que dugui a terme una tasca semblant a la del CIRDA pel que fa a polítiques de gènere i LGTBI i que es pugui considerar competència?**

El més proper que està avançat en el tema és Badalona. Granollers en el seu dia també, en polítiques d'igualtat dona-home. Tot i que entre els ajuntaments no es pot considerar que ens fem competència.

Ara mateix Mataró està a la secretaria tècnica de la Xarxa de Municipis LGTBI de Catalunya. A l'inici hi havia Sant Quirze del Vallès, Ripollet, Cerdanyola del Vallès, Terrassa i Sabadell. Aquest espai, precisament, va néixer amb l'objectiu de compartir metodologia i recursos, no de competir. És a dir, la lògica és col·laborativa.

Històricament, la Diputació de Barcelona (DiBa) havia tingut una xarxa d'agents per la igualtat. A dia d'avui hi ha els espais de formació de la DiBa en aquesta línia, i l'Institut Català de les Dones (ICD) també ofereix un espai de coordinació.

Els temes de diversitat sexual i de gènere no depenen de l'ICD, sinó que pegen del departament de Treball, Afers Socials i Família. Des d'allà es promou la xarxa de Serveis d'Atenció Integral (SAI).

- **Hi ha, doncs, alguna entitat o organització que faci la mateixa feina que vosaltres?**

No hi ha cap associació, però sí que hi ha serveis. Concretament, el SIAD comarcal i el SIE, que també és comarcal. El CIRDA, en canvi, és municipal. En un principi, quan el SIE es va situar al mateix edifici que nosaltres vam haver de plantejar molt bé el circuit per definir de quina manera es derivarien els casos de Serveis Socials cap a nosaltres o cap a ells. Hi derivem casos de violència masclista per fer la recuperació. De vegades incloem les seves accions de sensibilització en les nostres campanyes, tot i que no en fan moltes. Amb el SIAD comarcal no treballem coordinadament, tampoc pel que fa a les activitats de sensibilització.

- **Quins elements de comunicació utilitzeu habitualment, i amb quina freqüència?**

Espai propi al lloc web municipal, xarxes socials Instagram i Facebook de creació recent, notes de premsa que es pegen al lloc web municipal i s'inclouen al butlletí municipal adreçat a la ciutadania. També se'n fan ressò els mitjans de comunicació locals (Capgròs, Tot Mataró i m1tv), però d'això se n'encarrega el Servei de Comunicació de l'Ajuntament. També es fa ús dels autobusos de Mataró Bus i les pantalles LED de l'Ajuntament. Quan

són projectes més destacats el Servei de Comunicació ho fa arribar a mitjans generalistes catalans com La Vanguardia. De vegades TV3 ens truca pel TN Comarques.

Les xarxes socials tenen activitat de manera contínua. Tenim un calendari. La resta segons calendari de campanyes i algun projecte més destacat.

De vegades també organitzem rodes de premsa, tot i que cada vegada menys perquè vénen pocs periodistes. Fan ús de la nota de premsa.

- **On estan les pantalles LED de l'Ajuntament?**

A les Oficines d'Atenció Ciutadana, a la Laia l'Arquera i altres punts estratègics de la ciutat.

- **A quins públics s'adreça la vostra comunicació?**

El nostre públic objectiu és la ciutadania de Mataró en general.

- **Creus que fa falta algun tipus més de comunicació?**

Un butlletí adreçat a la ciutadania em semblaria interessant, així com pensar més els mecanismes de comunicació a nivell intern de tot l'Ajuntament. Butlletins interns, senyalètica, etc.

Hi ha una campanya molt interessant de L'Apòstrof a Castelldefels a nivell de senyalètica, per exemple. Aquí hi ha informació al respecte: <https://apostrof.coop/es/proyectos/aqui-treballem-per-la-igualtat/>

- **Quines són les campanyes que el CIRD té previst llançar des de juliol del 2020 a juny del 2021?**

A part de la renovació del *microsite* de "Totes i tots som Mataró", les campanyes que es duen a terme anualment són:

- del 24 al 29 de juliol, durant Les Santes (Festa Major de Mataró) "De festa, respecta" i dos sublemes: "No és no" adreçat a agressions sexuals i sexistes i "No callem" adreçat a la prevenció de les agressions LGTBIfòbiques.
- el 25 de novembre se celebra el Dia Internacional contra les violències masclistes.
- al febrer (les dates encara no se saben) està previst celebrar el Congrés de feminismes i LGTBI i iniciar l'Escola de Feminismes i LGTBI.
- el 8 de març és el Dia internacional de les Dones.
- el 17 de maig, el Dia internacional contra la LGTBIfòbia.
- el 28 de maig el Dia internacional d'Acció per la Salut de les Dones, tot i que els últims anys no s'ha dut a terme, però les entitats reclamen que es recuperi.
- el 28 de juny el Dia Internacional pels Drets del Col·lectiu LGTBI.

També tenim previstes les següents formacions adreçades a personal municipal:

- **Setembre.** Polítiques culturals amb perspectiva de gènere.
 - **Setembre.** Marc conceptual per entendre la diversitat sexual i de gènere.
 - **Octubre.** La “i” també existeix: què és la intersexualitat i com abordar aquesta situació des de l'àmbit municipal.
 - **Gener-febrer.** Abordatge de les violències masclistes.
- **Es podran celebrar Les Santes aquest 2020?**

Encara no se sap segur, però pinta que no.

2. Comunicació interna

- **Qui és la persona encarregada de la comunicació entre treballadors/es, quin és el seu sou i quin percentatge de la jornada hi dedica?**

Dins el CIRDA, la Cap de Secció, és a dir, jo. El sou net és de 2.100 € i hi dedico la major part de la jornada, perquè crec que és molt important que tothom disposi de tota la informació, de quina manera es dona i en quin ordre de precedència per tal que no es generin malentesos i els projectes siguin conjunts.

- **De quins canals de comunicació interna disposeu?**

Canals de comunicació interna del CIRDA i Ajuntament de Mataró						
Canal	Gestió	Freqüència	Abast	Tipus de recurs	Relació amb CIRDA	Consideracions
Reunió de gerència	Gerent de l'Ajuntament	1 reunió setmanal	- Gerent - 4 caps d'àrea - Cap de gabinet d'Alcaldia	Offline	Canal de l'Ajuntament	Compartició dels temes prioritaris que es duen a terme des de les diferents polítiques.
Reunió d'àrea	Cap d'àrea	1 reunió mensual	- Cap d'àrea - 2 directores d'àrea - 8 caps de servei - regidors vinculats - Assessora jurídica de l'àrea - Gestora econòmica - tècnica de comunicació	Offline	Canal de l'àrea de l'Acció Social	Compartició dels temes prioritaris que es duen a terme des de les diferents polítiques.

			- 1 secretària			
Espai de coordinació	Cap de servei	1 reunió mensual	- Cap de servei - Regidora - Cap de Secció	Offline	Canal propi	Trasllat de prioritats polítiques i retiment de comptes de l'estat dels diferents projectes.
Espai de supervisió	Cap de Secció i 1 psicòloga externa	1 reunió mensual	- 6 persones tècniques del CIRD - Cap de Secció	Offline	Canal propi	Supervisió de casos i revisió de projectes, consensuar objectius, manera de treballar-ho, etc.
Reunió equip CIRD	Cap de Secció	1 reunió setmanal	- 6 persones tècniques del CIRD - Cap de Secció	Offline	Canal propi	Espais perquè les treballadores puguin compartir en quin punt està cadascun dels projectes que porten, així com per compartir els punts on es generen dubtes o que cal compartir amb l'equip.
Intranet	Recursos Humans	Quan els enviem informació	Tots els treballadors i treballadores de l'Ajuntament	Online	Canal de recursos humans	En fem ús quan fem alguna formació, quan es va aprovar el pla o quan es fan processos de diagnosi que requereixen que el personal municipal respongui a una enquesta els demanem que ho pengin a l'apartat de notícies.
Butlletí corporatiu	Recursos Humans	Quan els enviem informació	Tots els treballadors i treballadores de l'Ajuntament	Online	Canal de recursos humans	En fem un ús semblant al de la intranet.

Font: Elaboració pròpia.

- **Quins apartats té la intranet municipal?**

Hi ha un apartat de notícies corporatives, un altre amb els plans i documents marc, directori de persones, el sistema de gestió documental, prevenció de riscos laborals, el manual d'acollida, manual de gestió horària, cartipàs, l'agenda corporativa, el suport informàtic, activitats dels serveis i un apartat amb agenda corporativa on hi ha les reunions i un altre que es diu "On anem?" amb actes destacats de la ciutat.

- **Teniu facilitat per proposar projectes transversals?**

Sí, els canals de comunicació interna de l'Ajuntament en general ho permeten.

3. Comunicació externa

- **Qui és la persona encarregada de la comunicació externa, quin és el seu sou i quin percentatge de la jornada hi dedica?**

La persona encarregada és qui porta les xarxes socials de Joventut, així com les d'Igualtat i algun projecte d'Igualtat. Hi dedica, aproximadament, un 30% de la jornada. El sou net és d'uns 1.800 €.

- **De quins canals de comunicació externa disposeu?**

Canals de comunicació interna del CIRD						
Canal	Gestió	Freqüència	Abast	Tipus de recurs	Relació amb CIRD	Consideracions
Espai al web municipal	Tècnica de polítiques d'igualtat	Es penjen els actes de les campanyes a l'agenda i es manté actualitzat l'apartat de "Gènere i diversitat sexual"	---	Online	Canal de l'Ajuntament amb espai gestionat per personal del CIRD	-
Notes de premsa	La Cap de Secció li fa arribar a la tècnica referent del Servei de Comunicació	Quan hi ha un acte o campanya destacada	Depèn d'on s'acabi publicant	On- i offline	Canal de l'Ajuntament	Des del Servei de Comunicació, es publica al web municipal i a les xarxes socials municipals. També s'envia als mitjans locals i potser s'afegeix al butlletí de notícies, però no ho controlem nosaltres.
Pàgina de Facebook Igualtat, Feminismes i LGTBI. Ajuntament de Mataró	Tècnica de polítiques d'igualtat	5 posts setmanals	42 m'agrada	Online	Canal propi	-
Instagram CIRD @igualtatmataro	Tècnica de polítiques d'igualtat	5 posts setmanals	259 seguidors	Online	Canal propi	-

Font: Elaboració pròpia.

- **A l'hora de crear perfils a les xarxes socials, teniu llibertat per fer-ho?**

No, hi ha una altra tècnica del Servei de Comunicació de l'Ajuntament a qui li demanem i ens crea els permisos, tot i que després els gestionem nosaltres.

- **Per què heu optat per la formula @igualtatmataro en lloc d'altres tipus @cirdmataro?**

La idea és apostar cap a una transició per deixar de potenciar la marca CIRD i optar pel concepte d'igualtat o bé, més aviat, cap al de "feminisme" i "LGTBI".

4. Altres

- **Hi ha algun aspecte complementari que es consideri que hem de tenir en compte?**

Una de les coses que més m'amoïna és com fer arribar les polítiques de gènere i LGTBI a les persones que no estan sensibilitzades amb la temàtica. És a dir, trobar la manera d'arribar a aquelles persones que tenen una concepció més tradicional sobre aquests temes.

Annex 2 – Exemple butlletí Terrassa

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

Si no pot veure aquest missatge correctament, si us plau fes clic aquí.

Març 2020
Servei LGBTI+

Dia Internacional per la Visibilitat Trans

El 31 de març celebrem el **Dia per a la Visibilitat Trans**, la iniciativa va néixer de la mà de l'activista trans estatunidenca Rachel Crandall l'any 2009. La idea va sorgir com a reacció per les poques diades festives LGBTI+, ja que fins aleshores l'única commemoració que es coneixia era el Dia Internacional de la Memòria Trans, que recordava a les persones trans* víctimes de crims d'odi.

El **Servei LGBTI+** de l'Ajuntament de Terrassa proposa una campanya a través de les xarxes socials per celebrar les diferents formes d'estimar, ser i sentir, sota el lema Celebrem la Diversitat, el qual agruparà les diverses diades de visibilitat LGBTI+. Us animem a difondre els cartells a les vostres xarxes socials digitals, acompanyats de l'etiqueta #CelebremLaDiversitatTRS

Més informació

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-988984e4d> 17

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

Accions previstes des del Servei LGBTI+

Formació "Drets de Lesbianes, Gais, Bisexuals, Trans i Intersexuals, i deure d'intervenció dels equips professionals públics, segons la llei 11/2014"

El **Servei LGBTI+** ofereix al personal municipal de l'Ajuntament de Terrassa un itinerari formatiu sobre temàtica LGBTI+, aquesta sessió formativa està adreçada al personal de tots els àmbits.

Pròximes dates: 24 de març, 17 i 28 d'abril.
Lloc: Aula Polivalent, Edifici Glòries (carretera de Montcada, 596 Terrassa)
Horari: de 10 a 14 hores
A càrrec de: Miquel Missé, sociòleg i escriptor, expert en temàtica de gèneres.

PLACES DISPONIBLES!
Les persones interessades poden contactar amb nosaltres enviant un correu electrònic a: lgbtiq@terrassa.cat

Formació "Introducció a la realitat LGBTI+"

El **Servei LGBTI+** ofereix al personal municipal de l'Ajuntament de Terrassa un itinerari formatiu sobre temàtica LGBTI+, aquesta sessió formativa està adreçada al personal que hagi realitzat anteriorment la formació "Introducció a la realitat LGBTI+".

Pròximes dates: 22 d'abril i 6 de maig
Lloc: Aula Polivalent, Edifici Glòries (carretera de Montcada, 596 Terrassa)
Horari: de 10 a 14 hores
A càrrec de: Edurne Jiménez, sociòloga, educadora en el lleure i investigadora feminista de Candela, cooperativa d'acció comunitària i feminista.

PLACES DISPONIBLES!
Les persones interessades poden contactar amb nosaltres enviant un correu electrònic a: lgbtiq@terrassa.cat

Grup Joves Diverses

Grup de famílies de Joves Diverses

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-988984e4d> 27

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

Un espai de seguretat i confidencialitat, on les famílies podran treballar les seves emocions i sentiments en relació a la convivència amb les seves filles i fills i compartir estratègies d'acompanyament educatiu.

Per poder assistir-hi és necessari posar-se en contacte amb el **Servei LGBTI+**.

Dates: 25 de març, 22 d'abril, 20 de maig i 17 de juny de 2020.
Horari: de 17.30 a 19.30 hores.
Lloc: Aula polivalent de l'Edifici Glòries (carretera de Montcada, 596 Terrassa).

Continuar llegint >

Jornades feministes "Mou el cul"

Des del **Servei de Joventut** de l'Ajuntament de Terrassa, mitjançant el programa **Districte Jove**, s'organitzen les primeres **Jornades de Feministes "Mou el cul"** per poder reflexionar i debatre sobre els feminismes en la intervenció i l'acompanyament amb la població jove.

El **Servei LGBTI+** coorganitza el taller "El plaer de trencar la norma. Posant la temàtica LGBTI al centre des de l'educació sexual feminista", a càrrec de Teo Pardo i Clara Martínez de Sida **Studi**.

Continuar llegint >

Saps el què és el SAI DASIG?

El **Servei d'Atenció Integral a la Diversitat Afectiva, Sexual i de Gènere** és un servei d'atenció de qualitat i de proximitat adreçat a les

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-988984e4d> 37

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

violència per identitat o expressió de gènere o per orientació sexual.

Si des del teva entitat de lleure, centre escolar o servei vols conèixer millor els recursos que oferim envia'ns un missatge de correu electrònic a atencioigbtiq@terrassa.cat. També podeu demanar-nos cartells, fulletons i targetes de visita del SAI DASIG.

Què hem fet al febrer?

El 19 de febrer es va commemorar el **Dia Internacional contra l'IGBTI** amb el futbol. I el cap de setmana del 15 i 16 de febrer es van desplegar pancartes amb el lema "El futbol contra l'homofòbia" abans de l'inici dels partits que van disputar els clubs aplegats a l'**Associació de Clubs de Futbol de Terrassa i Comarca (ACFTC)**.

El regidor d'Esports, Miguel Àngel Moreno, va assistir al partit CP San Cristóbal - UE Castelldefels i la regidora d'LGBTI+, Jennifer Ramirez, va assistir al partit Unió Futbol Base JABACI Terrassa - RCD Espanyol.

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-988984e4d> 47

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

TALLER
"LLEGINT ELS GÈNERES: EINES PER ACOMPANYAR LA DIVERSITAT AFECTIVA, SEXUAL I DE GÈNERE"

A càrrec de Servei d'Atenció Integral a la Diversitat Afectiva, Sexual i de Gènere (SAI DASIG).

20 de febrer de 18 a 19.30h a la Sala d'actes de la biblioteca Central (passeig de les Lletres, 1)

El 20 de febrer el [Servei LGTBI+](#) i el [Servei d'Educació](#) de l'Ajuntament de Terrassa van organitzar el taller "Llegint els gèneres: Eines per acompanyar la diversitat afectiva, sexual i de gènere". Una acció emmarcada dins de la [Guia d'activitats per a famílies](#).

Formación

El dimecres 26 de febrer part de l'equip del [Servei LGTBI+](#) va participar de la formació "Eines d'intervenció i bones pràctiques amb persones LGBTI refugiades i/o sol·licitants d'asil" dinamitzada per l'[Associació Catalana per la integració d'homosexuals, bissexuals i transsexuals immigrants](#) (ACATHI) i organitzada per [Creu Roja Terrassa](#).

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-968984e4ed> 5/7

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

El passat 27 de febrer l'equip del [Servei LGTBI+](#) de l'Ajuntament de Terrassa va assistir a la primera sessió del grup de treball "Metodologia d'intervenció als Serveis d'Atenció a la Diversitat sexual i de gènere", una acció organitzada des de la [Xarxa de Municipis LGTBI de Catalunya](#).

Altres activitats LGTBI+ a Terrassa

Si des de la vostra entitat, servei o institució voleu difondre les activitats relacionades amb la Diversitat Afectiva, Sexual i de Gènere, i famílies que s'organitzen a Terrassa, envieu-nos un missatge de correu electrònic a gltbi@terrasa.cat

Taula rodona
PRIVILEGI MASCULÍ
 LLUITA DE LES DONES DEL COL·LECTIU LBT+

Dimecres
06/03/20 19.00h
 Casal de la dona (Carrer Galileu, 118 Terrassa)

El 6 de març de 2020 a les 20.00 hores, l'associació LGTB Terrassa organitza una taula rodona: "Privilegi masculí. Lluita de les dones del col·lectiu LBT".

Recursos LGTBI+

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-968984e4ed> 6/7

1/5/2020 Butlletí de març

Subscribe Past Issues Translate

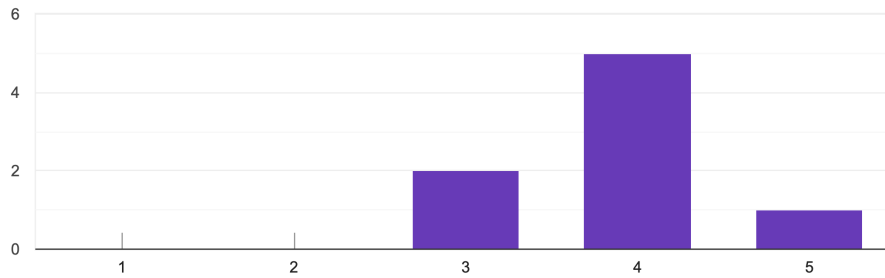
d'utilitat. En aquest apartat web podreu trobar informació, articles, materials i enllaços sobre temàtica LGTBI+.

Copyright © 2020 Ajuntament de Terrassa

<https://mailchi.mp/1641480372c/butllet-de-mar-12664227e-968984e4ed> 7/7

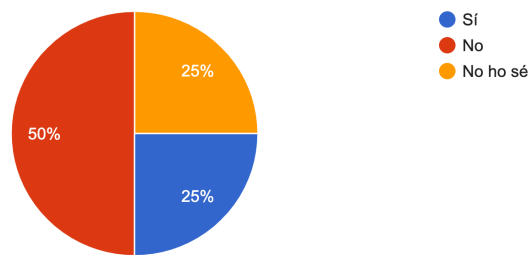
Annex 3 – Resultats enquesta

Valora de l'1 al 5 el grau de difusió que el CIRD està donant a les accions i projectes que organitzes.
8 respuestas



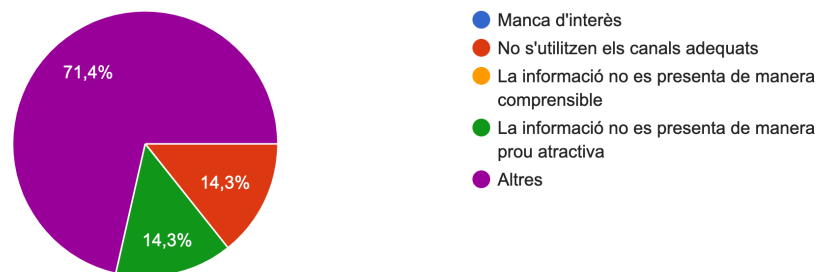
Tens la percepció que la ciutadania té un bon grau de coneixement de la tasca que es fa des del CIRD?

8 respuestas



En cas que consideris que el coneixement sigui baix, per què creus que passa?

7 respuestas



En cas que hagi respost "altres" a la pregunta anterior, quins creus que són els motius?

5 respuestas

Els recursos són insuficients, i no és un tema prioritari pel Servei de Comunicació de l'Ajuntament, ni per bona part de l'equip de govern.

Percepció de cert grau de coneixement de les activitats de sensibilització, però menor dels serveis com el SIAD o el SAI.

Penso que cal pensar mecanismes per arribar a persones no sensibilitzades en la temàtica

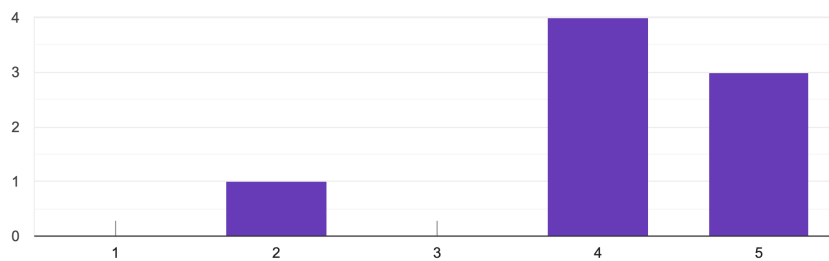
part dels serveis només són d'interès per les persones quan busquen aquesta atenció específica per un problema que tinguin en aquell moment (SIAD_SAI)

Penso que generalment hi ha una vinculació directa del servei amb temes de violència masclista i, per tant, desconeixença respecte l'atenció psicològica en d'altres situacions de desigualtat que pateixen les dones.

Els canals de comunicació interna entre companyes del CIRD faciliten el traspàs d'informació?

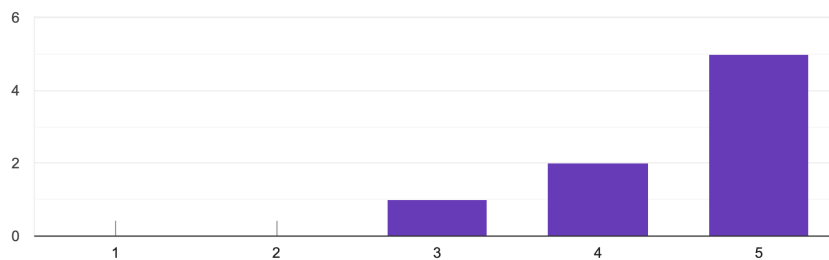
Valora'ls de l'1 al 5.

8 respuestas



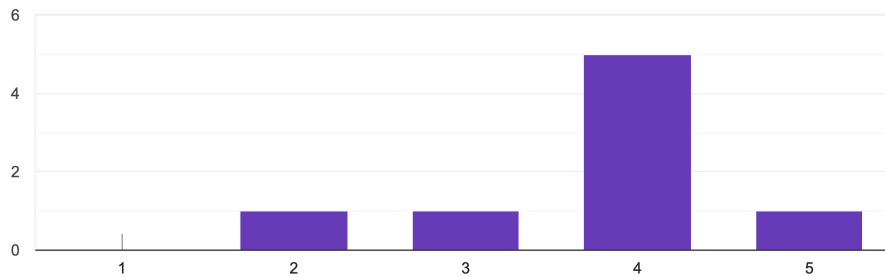
Existeix una bona comunicació interna dins el CIRD? Cada treballadora està al corrent de la tasca que duu a terme la resta de companyes? Valora-la de l'1 al 5.

8 respuestas



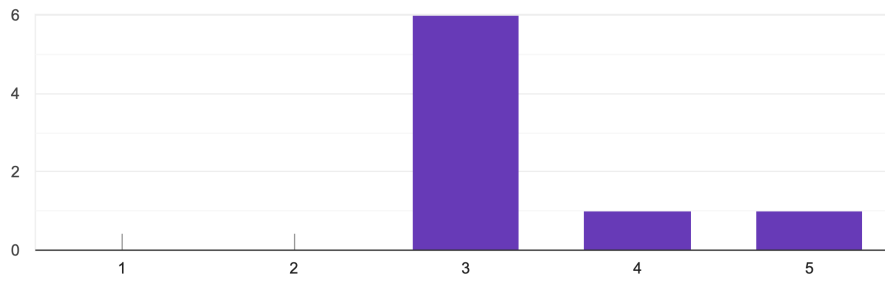
Valora de l'1 al 5 l'ús que fa el CIRD de les xarxes socials?

8 respuestas



Valora de l'1 al 5 la relació amb el servei de Comunicació de l'Ajuntament de Mataró.

8 respuestas



Tens alguna proposta de millora?

8 respuestas

-
- Entenc que qui l'ha de contestar la cap de secció.
- No
- x
- La relació ha millorat considerablement els darrers anys i es constata que es dona més importància i visibilitat a les accions i projectes que es porten a terme.
- Treballar en equip un pla per la difusió que fem del serveis i recursos del CIRD via xarxes socials
- comunicacions continuades dels programes encara que siguin accions que es reiteren al llarg dels anys, el que es facin reiteradament no vol dir que són conegudes. També ampliar els canals de comunicació. S'ha incorporat instagram i Face, caldria ampliar a altres xarxes socials o informals.
- Actualment el servei està aprofitant l'oportunitat que ofereixen algunes xarxes socials i penso que avançar en aquesta línia pot aportar visibilitat del servei, noves oportunitats per aportar i rebre i connexions interessants pel servei ajustades a la realitat del moment.

Annex 4 – Anàlisi d'Instagram

Data: 01-05-2020

Creació del perfil: febrer 2020

Nom: Igualtat Mataró @igualtatmataro

Dades: 31 publicacions, 263 seguidors i 92 seguits

Descripció: Perfil oficial del Servei d'Igualtat, Feminismes i LGTBI de l'Ajuntament de Mataró

Web: www.mataro.cat/feminismes

Sense stories destacades

1. Anàlisi de les publicacions

Anàlisi de les publicacions d'Instagram							
Data	Tipus	Descripció	M'agrada	Comentaris	To	Enviat	Guardat
28/02	Vídeo	<p>😊 Avui hem presentat en roda de premsa l'Escola de Feminismes i LGTBI de #Mataró, un espai de trobada i reflexió format per un conjunt d'activitats mensuals que es portaran a terme durant el 2020 al voltant de diferents temàtiques #Feminismes #LGTBI #8M</p> <p>Durant el mes de març les activitats són les del #8M, que enguany se centra en les desigualtats en el món de la cultura i l'art</p> <p>Podeu consultar tota la programació a 📌 www.mataro.cat/feminismes</p>	14	---	---	---	1
29/02	Foto	<p>El proper dissabte, 7 de març, arriba la segona edició de SORORI-ART a la plaça de l'Ajuntament #Mataró 🎉</p> <p>Xerrada, esposició, tallers, photocall i molta #música amb concerts de l'Escola Municipal de Música de Mataró @emmmataro CLARA PEYA @clarapeya VIC</p>	26	carrasco.p rint 😘💜💜💜💜💜 💜	+	---	1

		MOLINER @vicmoliner i TRIBADE @tribade.rap 🎵🎸🎤 Cartell de 📣 @sitcantallops #8M #Mataró #sororit #art #música #concert #tribade #feminisme # clarapeya #indiga #emmm #sorori art #💜					
02/03	Foto	A #Mataró ja han començat les activitats del Dia Internacional de Les Dones #8M 😊💜 Exposicions, documentals, tallers, acte institucional, cinefòrums, taula rodona, música i molt més! 🎵🎸🎤 📅 Dissabte 7/3 📺 SORORI-ART a la plaça de l'Ajuntament 📅 Diumenge 8/3 📺 Concentració i lectura del Manifest davant l'Ajuntament Totes les activitats a 📍 www.mataro.cat/diadona #8M #DiaDona #Mataró	32	---	---	---	1
05/03	Foto	📍 El divendres, 6 de març, no et perdis el documental "Les Resilients" @lesresilients 📺 Desco breix l'emergència d'una nova escena musical feminista a través de quatre bandes liderades per dones i de diferents estils musicals: Clara Peya @clarapeya, Roba Estesa @som_robastesa, Tribade @tribade.rap i The Sey Sisters @theseysisters 🎵🎸🎤 📍 Foment Mataroní (carrer Nou, 11), a les 20 h Un projecte de @xarxaclack en col·laboració amb el @grupenderrock !! Dissabte, 7 de març 📣 "Debat sobre creació artística i feminisme. L'art com a eina de transformació social" amb Clara Peya, components de Tribade i Cristina Madrid @cristinamadrit, directora del documental (Plaça de l'Ajuntament, 12 h) #8M #Mataró #documental #música #resilients #somrobaestesa #cl arapeya #tribade #seysisters #dia deladona	22	---	---	---	---
06/03	Foto	💜 Cap de setmana de #8M a #Mataró 🎵🎸🎤📣 💎 Divendres, 6 de març 📣 documental "Les Resilients": l'emergència d'una nova escena musical feminista a través de quatre bandes liderades per dones i de diferents estils	29	---	---	---	---

		<p>musicals: Clara Peya, Roba Estesa, Tribade i The Sey Sisters</p> <p>📍 Foment Mataroní (carrer Nou, 11), a les 20 h</p> <p>◆ Dissabte, 7 de març 🗨️</p> <p>SORORI-ART, amb Debat (12 h) i concerts (17 h) 📍 Plaça de l'Ajuntament</p> <p>◆ Diumenge, 8 de març</p> <p>🗨️ Concentració davant el mural "Insubmises" (11.15 h) i lectura manifest davant Ajuntament (12 h) i debats i sortides de navegació "La Mar de Dones (de 9.30 a 12.30 h a Escola de Vela de Mataró)</p> <p>➕ info 🗨️ www.mataro.cat/diadona</p>					
06/03	Foto	<p>🗨️ Activitats amb motiu del Dia Internacional de les Dones al Casal de la Gent Gran Jaume Terradas 🗨️ Audiovisual: "La Dona a la Indústria Tèxtil del Maresme", a càrrec del taller de fotografia de l'Associació Gent Gran Jaume Terradas</p> <p>🗨️ Conferència: "Dona i Gènere de Punt a Mataró", a càrrec de la historiadora Margarida Colomer</p> <p>🗨️ Actuació musical del Grup OK "Shadows Tribute Band"</p> <p>📅 Dilluns, 9 de març, a les 17 h</p> <p>📍 c. d'Argentona, 59</p>	19	---	---	---	---
08/03	Foto	<p>💖 Avui és el Dia Internsional de les Dones</p> <p>A #Mataró hem estat duent a terme moltes activitats al voltant del #8M i avui seguim! 🗨️ 11.15h</p> <p>Trobada davant el mural "Insubmises"</p> <p>🗨️ 22h Concentració davant Ajuntament i lectura de Manifest</p>	46	---	---	---	---
10/03	2 fotos	<p>Seguim amb les activitats incloses en la campanya del Dia Internacional de Les Dones #8M 📅💖📅 Dimecres 11/3 (20h) 📺 ACTE INSTITUCIONAL amb Marta Selva Masoliver a la Sala de Sessions de l'Ajuntament 🗨️📅</p> <p>Dijous 12/3 (19h) 📺</p> <p>CINEMAFÒRUM "Los a antes del Café Flore" al Centre Cívic Pla d'en Boet. 🗨️🗨️ Seguirem informant 🗨️🗨️</p> <p>Totes les activitats a</p> <p>🗨️ www.mataro.cat/diadona</p> <p>#8M #DiaDona #Mataró #cineforu</p>	29	---	---	---	---

		m #gratis #igualtatmataro #cinem a #centrecivic #activitats					
16/03	Foto	<p>📢 Davant les noves recomanacions per prevenir el COVID-19, durant els propers dies el Centre per a la Igualtat, Recursos per a les Dones i Atenció a la Diversitat Sexual i de Gènere tanca els serveis presencials i farem totes les atencions per vies NO presencials.</p> <p>Pots contactar amb nosaltres:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ trucant al 647 990 082 ▲ fent un correu a info.cird@ajmataro.cat ▲ a les xarxes socials @igualtatmataro 🕒 Us atendrem a través dels canals no presencials de dilluns a dijous de 9 a 14 h i de 16 a 19 h i els divendres de 9 a 14 h. <p>Moltes gràcies per la vostra col·laboració 🙌</p>	15	---	---	---	---
17/03	Vídeo	<p>!!El servei #900900120 permanent d'atenció a #dones en situació #violènciamasclista no altera el funcionament. 📞 Fora del nostre horari d'atenció telefònica, o en cas d'urgència, recomanem trucar al servei d'atenció contra la violència masclista: 900 900 120.</p> <p>● És gratuït i confidencial i funciona cada dia de l'any, durant les 24 hores.</p> <p>✉ També podeu escriure a 900900120@gencat.cat 🏢 Les 5 oficines d'atenció @icdones ofereixen atenció telefònica, presencial quan s'escau. ➡ Objectiu: cap dona desatesa malgrat el confinament #NoEsteusoles Més informació dones.gencat.cat</p>	14	---	---	---	---
19/03	Foto	<p>Des del 🇪🇸 SAI Mataro us atendrem telefònicament i per correu electrònic: 📞 trucant al 647 990 082</p> <p>🕒 els dimarts i dimecres de 10 a 14 h i dijous de 10 a 14 h i de 16 a 19 h ✉ per correu electrònic a info.cird@ajmataro.cat</p> <p>Cuideu-vos molt!</p>	31	---	---	---	---

		#cuideu- vos #joemquedoacasa #saimataro #matarolgtbi					
24/03	Foto	L' @icdones inicia la campanya "Establiment segur contra la #violenciamasclista" perquè les #dones comptin al llarg del #confinament per #Covid19 amb el suport dels comerços per trucar al 📞 #900900120. Més 66nformación al web 📄 dones.gencat.cat #NoEstàsSola #JoAjudo #Generalitat #Catalunya #comerç #farmaci a	30	---	---	---	2
25/03	Vídeo	El 25 de març, com cada 25 de cada mes... 📅 @teixitdedonesmataro denuncia el masclisme que mata com un virus instal•lat i present a la nostra societat. #EnsVolemVives #joemquedoacasa	17	---	---	---	---
26/03	Foto	Si durant aquests dies de confinament i d'augment de l'ús d'Internet i de les Xarxes Socials reps comentaris, missatges o imatges amb contingut LGTBfòbic 🙄 i no saps què fer, des del SAI de Mataró t'oferim assessorament i acompanyament. Pots posar-t'hi en contacte per correu electrònic 📧 info.cird@ajmataro.cat o 📞 telèfon al 647 990 082 els dimarts, dimecres de 10 a 14 h i dijous de 10 a 14 h i de 16 a 19 h. 🗣️ Contra la LGTBfòbia, No callem! 🇪🇺 #matarolgtbi #mataro #respecte #joemquedoacasa #saimataro	29	esther.moros ❤️	+	---	---
27/03	Foto	📞 671 778 540 📞 és el servei de whatsapp que ha habilitat l' @icdones per garantir l'atenció a les #Dones en situació de #ViolènciaMasclista durant el confinament. 🗣️ Ens ajudes a difondre'!? #NoEstasSola #JoActuo #ConfinamentSegur #Coronavirus #Mataró #igualtatmataro	22	---	---	---	---
31/03	2 fotos	Avui és el Dia de la Visibilitat Trans* 🏳️🌈 📄 La defensa dels drets d'aquest col•lectiu també és un servei	33	---	---	---	---

		essencial, per això mantenim obert el Servei d'atenció Integral #LGTBI de Mataró 📍 📍 Més info a 👉 http://lgbti.gencat.cat #XarxaSA 📍 #TransDayOfVisibilitat 📍 #VisibilitatTrans 📍 #igualtatmataro 📍 #joemquedoacasa 📍 #mataro 📍 #SAIMataro 📍 #CIRD 📍 #CIRDMataro 📍					
03/04	Foto	Les <i>farmàcies de Mataró</i> s'adhereixen a la Campanya: 📍 📍 Establiment segur contra la violència masclista 📍 Si aquests dies de confinament sents que casa teva deixa de ser un espai segur per a tu o els teus fills i filles, aquí truquem per tu al: 📍 📍 900 900 120 o al 📍 112 📍 📍 #NoEstàsSola 📍 #JoActuo 📍 #Mataro 📍 #farmaciesmataro 📍 #totaniràbé 📍	44	esther.morros 📍 📍 📍 📍 📍	+	---	2
07/04	Foto	Aquests dies de #confinament el servei d'atenció psicològica i d'assessorament jurídic a dones i persones del col·lectiu LGTBI segueix fent atencions per via telefònica 📍 📍 És una tasca necessària i molt agraïda per part de les usuàries 📍 📍 Gràcies per la vostra col·laboració ! 📍 📍 #NoEstàsSola 📍 #JoActuo 📍 #Mataro 📍 #farmaciesmataro 📍 #totaniràbé 📍 #igualtatmataro 📍 #joemquedoacasa 📍 #joemquedoacasa 📍	25	calcistellerberga 📍 📍 📍	+	---	---
08/04	Foto	! Vols participar en una investigació sobre "Impactos psicosociales en población LGTBQA+ durante el estado de alerta por COVID-19 en España?? 📍 📍 Es tracta d'una investigació de la 📍 Universidad Rey Juan Carlos, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Barcelona y la Universidad Complutense de Madrid 📍 Si acceptes participar, et sol·licitaran que responguis un qüestionari 📍 Més informació en aquest enllaç 📍	20	---	---	---	1

		<p>👉 https://bit.ly/impacteLGTBQA</p> <p>👉</p>					
15/04	Foto	<p>Durant el #confinament 🏠 @treballiaferssocialscat ofereix diverses formacions internes per al personal dels serveis públics de Catalunya 🇪🇸</p> <p>Des de @igualtatmataro volem destacar la importància del proper curs: "Com afrontar la discriminació LGTBI+" Esperem que aquesta formació ens pugui ajudar a totes plegades a avançar amb la sensibilització i formació del nostre funcionariat. 🌈</p>	17	---	---	---	---
17/04	Foto	<p>📣 Gran incitativa de les #entitatsdesdecasa!!</p> <p>Des de @igualtatmataro ens sumem a la campanya: Que la mascareta no apagui la nostra veu 🗣️ 😞</p> <p>Davant d'assetjament, intimidació, coacció, violència verbal, agressió o abús sexual, entra a la #farmàcia que tinguis més a prop et poden ajudar. 🏪 Recorda també els següents canals de contacte:</p> <p>📞 900 900 120 - recorda 24h 🏠</p> <p>☎️ 112 @mossos 🏠</p> <p>📞 671 778</p> <p>540 @icdones WhatsApp 🏠</p> <p>Erradicar la violència masclista és cosa de totes i tots! 🏠</p> <p>@teixitdedones @matarolgtbi #TeixitDeDones #prouviolènciamasclista #entitatsdesdecasa #NoEstàsSola</p>	26	---	---	---	1
21/04	Vídeo	<p>Aquest Sant Jordi 🌹 🇪🇸 omplim les xarxes amb propostes de lectura 📖 📖 📖.</p> <p>El #confinament no ens apaga les idees ni les conviccions 💡 i per això des de @igualtatmataro us deixem diverses recomanacions per passar una bona estona 📖 🏠 🏠 🏠</p> <p>Comencem amb les recomanacions de la Sam Fernandez 💜 💚 🏠 🏠</p>	20	amics_ciutat_mataro 🍌	+	---	1

		<p> @bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoaca sallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim </p>					
21/04	Vídeo	<p> Avui sortim amb <i>dues</i> recomanacions! 🙌📖 Comencem amb "Leonas y Zorras" de Clara Serra @clara_serra_sanchez editat per #editorialcatarata📖 Un llibre que apela al que més s'ha negat a les dones, l'accés al <i>poder polític</i>... Esperem que us agradi! ❤️💜 @bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim </p>	41	amics_ciutat_mataro 	+	---	4
				helena_jubanany #justiciahel enajubany #crimsjuba nytv3 #hel enajubany	=		
21/04	Vídeo	<p> La segona recomanació d'avui arriba de la mà de Miquel Missé #miquelmissé @miquel.misse i @editorial_egales📖 "A la conquista del cuerpo equivocado" 📖 <i>¿y si el origen de nuestro malestar no estuviera en nuestro cuerpo? ¿seguiría estando en el cuerpo el remedio? Estos cuerpos nuestros, que nos dijeron que estaban equivocados, queremos reconquistarlos</i>" Ens atrevim a dir que és un "<i>must</i>" dins la vostra prestatgeria !! @bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim #transexualitat #LGTBI #literaturareivindicativa #stoptransfobia </p>	42	---	---	---	4
22/04	5 vídeos	<p> Arriben les recomanacions de Lucas Platero @lucas.platero.mendez📖 En Lucas ens recomana 6📖 </p>	27	---	---	---	3

		<p>llibres per totes les edats i gustos i colors 🌈</p> <p>✂️ Esperem que us agradin!!</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoaca sallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #legir #literatura #legim #transexualitat #LGTBI #literaturareivindicativa #stoptansfobia #queer</p>					
23/04	Foto	<p>Felic Diada de Sant Jordi i Santa Jordina!</p> <p>Seguint amb les recomanacions ... avui us volem presentar el llibre "De la poma a la pantalla" de la Marta Roqueta-Fernàndez @roquetafernandez</p> <p>Segons paraules de la pròpia autora...<i>Un assaig per a joves i adults sobre la influència de la digitalització en la sexualitat, el desig i les relacions afectives. Un text que reflexiona sobre com el món digital influeixen en aspectes claus per entendre l'amor romàntic avui en dia: el poliamor, la monogàmia; la diversitat afectiva, sexual i de gènere; la cosificació de la dona; el racisme; la violència masclista; la seducció; la pornografia i el capitalisme.</i></p> <p>A més, la Marta aquests dies estarà en directe a IG i parlarà de:</p> <p>📅 dijous 23 a les 18.30h: Porno i educació sexual 🍆🍌</p> <p>📅 divendres 24 a les 11.00h: LGTBI, antiracisme i digitalització 🇳🇵🏳️‍🌈</p> <p>Per un ben entretingut #santjordiconfinat 🍷🍷🍷</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoaca sallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #legir #literatura #legim #transexualitat #LGTBI #literaturareivindicativa #s</p>	21	amics_ciutat_mataro ❤️❤️❤️	+	---	1

		toptransfobia #queer #antiracisme #educaciosexual					
24/04	Vídeo	<p>Avui us portem les recomanacions i reivindicacions de la Brigitte Vasallo @la_vasallo</p> <p>Que no s'ens invisibilitzi, reclamem el nostre espai de coneixement!</p> <p>Aquí us deixem el llistat i obres que ens recomana @la_vasallo</p> <p>Marina Garcés tot el seu treball sobre la condició pòstuma</p> <p>Ingrid Guardiola L'Ull i la Navalla, sobre la nostra relació amb les imatges i les pantalles</p> <p>Audre Lord Diaris del Càncer, sobre cos i malaltia</p> <p>Susana Sánchez Arins Seique (traduït al castellà, Dicen) sobre silenci i autoritarisme</p> <p>Llegir ens fa lliures!! @bibliosmataro @cultura mataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim #llegirés viure #literaturafeminista #literaturareivindicativa</p>	23	amics_ciutat_mataro	+	1	2
24/04	Foto	<p>Aquest diumenge es celebra el Dia de la Visibilitat Lèsbica amb l'objectiu de fer visibles les lesbianes en la seva doble discriminació per ser dones i lesbianes.</p> <p>En diferents llocs del món es fa una crida a visibilitzar-se en l'espai públic i al compromís per fer polítiques que reconguin la doble discriminació i per tal d'avançar cap a la igualtat jurídica i real de les lesbianes.</p> <p>Estima com vulguis!!!</p> <p>#gagltbi #les</p>	34	marcosn_pv @torrees.25_	=	6	2
				torrees.25 @marcosn_pv	+		
				amics_ciutat_mataro	-		

		bianesvisibles #lgtbi #diavibilitat èsbica #proulgtbifòbia #loveislove 🌈 #diversitatlgtbi #26A #emquedo acasa 🚩 #diversitatafactiva 🌈 #org ullèsbic #lesbianesvisibles 🌈 #les bianes #lesbian #lesbofòbia #esti macomvulgus #loveislove 🌈					
27/04	Vídeo	📢 Dimarts 28 d'abril farem un LIVE per parlar de la VI edició de "Oasis LGTB 2020" , les <i>colònies</i> <i>d'estiu per a adolescents LGTB</i> que organitza @oasis_lgtb 📢 🗨️ Parlem amb l'equip del Projecte Oasis, que ens presentarà la proposta per aquest 2020, i també en parlarem amb l'Associació Mataró LGTBI @matarolgtbi 🗨️ Afegiu-vos al LIVE d'instagram! 🗨️ 📅 Quan: 🗨️ Dimarts 28 d'abril 🗨️ 🕒 Hora: 18h 🗨️ 📍 Ubicació: Live Instagram @igualtatmataro 🗨️ Si tens qualsevol dubte, en parlem 🗨️ 🗨️ #oasis2020 #diversamenteorg ullosxs #igualtatmataro #matarolgt bi #oasislgtb	16	---	---	5	---
28/04	Vídeo	📢 <i>Adolescents i Famílies</i> 🗨️ 🗨️ coneixeu colònies LGTB ? 🗨️ 🗨️ sabeu de què va el projecte Oasis ? 🗨️ Aquesta tarda us ho expliquem a Instagram Live! 🗨️ 📅 Avui a les 18h 🗨️ 📍 @igualtatmataro 🗨️ amb @matarolgtbi i @oasis_lgtb 🗨️ 🗨️ #oasis2020 #diversamenteor gulloxs #igualtatmataro #matarol gtbi #oasislgtb	22	oasis_lgtb ❤️	+	1	---
				matarolgtbi 👏👏👏👏👏👏🌈	+		

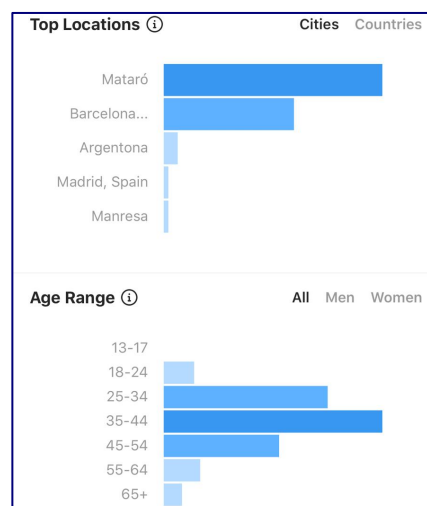
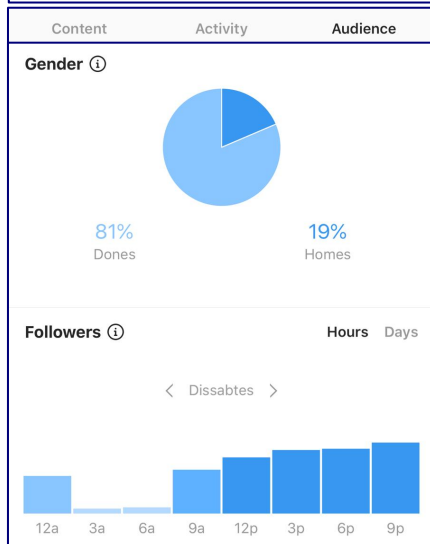
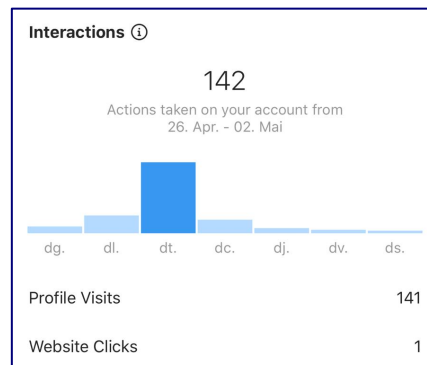
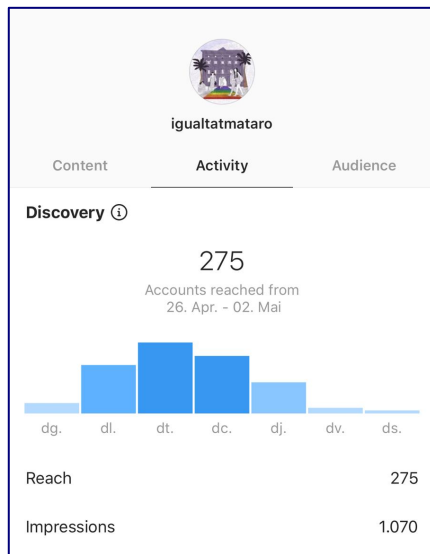
28/04	Vídeo Instagram Live	<p>Presentació VI edició "Oasis LGTB 2020"</p> <p>L'equip d' @oasis_lgtb ens presenta la proposta de les colònies d'estiu per a adolescents LGTB per aquest 2020 i també en parlem amb l'Associació Mataró LGTBI @matarolgtbi</p> <p>Live d'Instagram del 28 d'abril de 2020</p>	22	---	---	4	2
-------	----------------------	--	----	-----	-----	---	---

Font: Elaboració pròpia.

* A l'apartat IGTV hi trobem quatre vídeos que també han estat penjats com a post.

* El perfil ha estat etiquetat per @igualtatmir, @matarolgtbi i @mataro_jove.

2. Estadístiques



Annex 5 – Anàlisi de Facebook

Data: 01-05-2020

Creació del perfil: febrer 2020

Nom: Igualtat, feminismes i LGTBI. Ajuntament de Mataró @igualtatmataro

Dades: 43 m'agrada, 78 seguidors i cap publicació de visitants

Opinions: Encara no té cap valoració

1. Anàlisi de les publicacions

Anàlisi de les publicacions de Facebook				
Data	Tipus	Descripció	Reaccions	Comparticions
28/02	Vídeo	<p>😊 Avui hem presentat en roda de premsa l'Escola de Feminismes i LGTBI de #Mataró, un espai de trobada i reflexió format per un conjunt d'activitats mensuals que es portaran a terme durant el 2020 al voltant de diferents temàtiques #Feminismes #LGTBI #8M</p> <p>Durant el mes de març les activitats són les del #8M, que enguany se centra en les desigualtats en el món de la cultura i l'art</p> <p>Podeu consultar tota la programació a 📌 www.mataro.cat/feminismes</p>	9	4
28/02	Notícia	<p>NOTÍCIA // Mataró posa en marxa l'Escola de Feminismes i LGTBI coincidint amb la campanya del 8M</p>	4	---
28/02	Imatge	<p>📢 Ja podeu consultar totes les activitats del Dia Internacional de les Dones #8M #Mataró, que enguany se centra en les desigualtats en el món de la cultura i l'art</p> <p>🔴 SORORI-ART, conferències, tallers, exposicions, xerrades, concerts, estands informatius i molt més 🟡</p> <p>Programació completa 📌 https://bit.ly/2Py4Rcg</p>	6	6
02/03	3 imatges	<p>El proper dissabte, 7 de març, arriba la segona edició de SORORI-ART a la plaça de l'Ajuntament #Mataró 📢</p> <p>Xerrada, exposició, tallers, photocall i molta #música amb concerts l'Escola Municipal de Música de Mataró, Clara Peya i Vic Moliner i Tribade 🎵🎸🥁</p> <p>Tota la informació a 📌 https://bit.ly/39uULkg</p> <p>#8M #Mataró #sororitat #art #música #concert #tribade #feminisme #clarapeya #indiga #emmm #sororiart #💜</p>	10	8

04/03	Imatge	<p>Diumenge #8M a #Mataró 📍</p> <ul style="list-style-type: none"> 🟡 Trobada davant el mural "Insubmises" (Espai Firal del Nou Parc Central, a les 11.15 h) 🔴 Concentració i lectura del Manifest (Davant l'Ajuntament, a les 12 h) <p>Tota la programació del Dia Internacional de les Dones #Mataró a 📍www.mataro.cat/diadona</p>	5	8
05/03	Imatge	<p>📺 El divendres, 6 de març, no et perdís el documental "Les Resilients" 🎬</p> <p>Descobreix l'emergència d'una nova escena musical feminista a través de quatre bandes liderades per dones i de diferents estils musicals: Clara Peya Clara Peya, Roba Estesa, Tribade i The Sey Sisters The SEY Sisters 🎹🎸🎤🎧📍 Foment Mataroní (carrer Nou, 11), a les 20 h</p> <p>Un projecte de @xarxaclack en col·laboració amb el @grupenderrock</p> <p>!! Dissabte, 7 de març 📍 "Debat sobre creació artística i feminisme. L'art com a eina de transformació social" amb Clara Peya, components de Tribade i Cristina Madrid Cristina Madrid, directora del documental (Plaça de l'Ajuntament, 12 h)</p> <p>#8M #Mataró #documental #música #resilients #somrobaestesa #clarapeya #tribade #seysisters #diadeladona</p>	6	---
06/03	4 imatges	<p>💖 Cap de setmana de #8M a #Mataró 🎹🎸🎤🎧📍</p> <ul style="list-style-type: none"> 📍 Divendres, 6 de març 📍 documental "Les Resilients": l'emergència d'una nova escena musical feminista a través de quatre bandes liderades per dones i de diferents estils musicals: Clara Peya, Roba Estesa, Tribade i The Sey Sisters 📍 Foment Mataroní (carrer Nou, 11), a les 20 h 📍 Dissabte, 7 de març 📍 SORORI-ART, amb Debat (12 h) i concerts (17 h) 📍 Plaça de l'Ajuntament 📍 Diumenge, 8 de març 📍 Concentració davant el mural "Insubmises" (11.15 h) i lectura manifest davant Ajuntament (12 h) i debats i sortides de navegació "La Mar de Dones (de 9.30 a 12.30 h a Escola de Vela de Mataró) 	5	3
06/03	Imatge	<p>📺 Activitats amb motiu del Dia Internacional de les Dones al Casal de la Gent Gran Jaume Terradas</p> <ul style="list-style-type: none"> 📺 Audiovisual: "La Dona a la Indústria Tèxtil del Maresme", a càrrec del taller de fotografia de l'Associació Gent Gran Jaume Terradas 📺 Conferència: "Dona i Gènere de Punt a Mataró", a càrrec de la historiadora Margarida Colomer 📺 Actuació musical del Grup OK "Shadows Tribute Band" <p>📅 Dilluns, 9 de març, a les 17 h 📍 c. d'Argentona, 59</p>	5	2
08/03	6 imatges	<p>💖 Avui és el Dia Internsional de les Dones A #Mataró hem estat duent a terme moltes activitats al voltant del #8M i avui seguim!</p> <ul style="list-style-type: none"> 📍 11.15h Trobada davant el mural "Insubmises" 📍 22h Concentració davant Ajuntament i lectura de Manifest 	8	

09/03	7 imatges	<p>♥ Aquest cap de setmana moltes persones han participat de les activitats del 8M #Mataró Xerrada, exposició, tallers, photocall i molta #música a la II edició del SORORI-ART 🎨🎵 concentració i lectura del Manifest 🗣️ debats i sortides de navegació 🗺️ estands informatius i vermut musical</p> <p>Aquest dimecres 11/3 a 20 h 🗣️ "Repensant la cultura des de les aportacions de les dones", acte institucional del Dia Internacional de les Dones, a càrrec de Marta Selva Masoliver</p> <p>📍 Saló Sessions Ajuntament</p> <p>+ info 🗣️ https://bit.ly/2TxZyvS</p>	10	5
14/03	Post compar tit d'Ajunt ament de Mataró	<p>Noves mesures de Generalitat de Catalunya per frenar els contagis del #Covid_19</p> <p>Les noves restriccions s'han començat a aplicar avui dissabte 14 de març:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✗ Tancament de bars, cafeteries, restaurants i altres establiments de restauració ✗ Tancament de centres comercials (excepte exclusivament alimentació) ✗ Tancament d'instal·lacions esportives com gimnasos i clubs esportius ✗ Tancament de teatres, discoteques, pubs, i qualsevol altre establiment o saló recreatiu ✗ Tancament de centres comercials i grans superfícies a excepció de productes d'alimentació, neteja o higiene 	1	
17/03	Imatge	<p>👤 El Centre per a la Igualtat i Recursos per a les Dones i Atenció a la Diversitat Sexual i de Gènere està tancat</p> <p>✓ atenció telemàtica i telefònica</p> <p>✉ info.cird@ajmataro.cat</p> <p>☎ 647 990 082</p> <p>🕒 De dill a dij de 9 a 14 h i de 16 a 19 h Div de 9 a 14 h</p> <p>+ info: www.mataro.cat/coronavirus</p>	4	1
25/03	Vídeo	<p>El dia 25 de cada mes, Teixit de Dones Mataró denuncia la violència de gènere davant l'Ajuntament. Aquest mes ho fan amb aquest vídeo 📺</p> <p>#Niunamenos #EnsVolemVives #JoTambéEmQuedoA Casa #Mataró</p>	5	---
03/04	Foto	<p>Les farmàcies de Mataró s'adhereixen a la Campanya:</p> <p>🏪 Establiment segur contra la violència masculista 🏪</p> <p>Si aquests dies de confinament sents que casa teva deixa de ser un espai segur per a tu o els teus fills i filles, aquí truquem per tu al:</p> <p>☎ 900 900 120 o al ☎ 112</p> <p>🏪</p> <p>#NoEstàsSola #JoActuo #Mataro #farmaciesmataro #otanimaró</p>	6	2

03/04	Foto	<p>☎ 671 778 540 ☎</p> <p>és el servei de whatsapp que ha habilitat l' @icdones per garantir l'atenció a les #Dones en situació de #ViolènciaMasclista durant el confinament. 🗣️ Ens ajudes a difondre'!</p> <p>#NoEstasSola #JoActuo</p> <p>#ConfinamentSegur #Coronavirus #Mataró #igualtatmataro</p>	3	4
07/04	Foto	<p>Aquests dies de #confinament el servei d'atenció psicològica i d'assessorament jurídic a dones i persones del col·lectiu LGTBI segueix fent atencions per via telefònica ☎📞</p> <p>📱</p> <p>És una tasca necessària i molt agraïda per part de les usuàries 💖📱</p> <p>📱</p> <p>Gràcies per la vostra col·laboració ! 📱</p> <p>📱</p> <p>#NoEstàsSola #JoActuo #Mataro #farmaciesmataro #otaniràbé #igualtatmataro #joemquedoacasa #joemquedoacasa</p>	7	1
09/04	Foto	<p>! Vols participar en una investigació sobre "Impactos psicosociales en población LGBTQ+ durante el estado de alerta por COVID-19 en España?? 🇪🇸</p> <p>Es tracta d'una investigació de la 🎓 Universidad Rey Juan Carlos, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Barcelona y la Universidad Complutense de Madrid 🎓</p> <p>Si acceptes participar, et sol·licitaran que responguis un qüestionari 📄</p> <p>Més informació en aquest enllaç 🖱️ https://bit.ly/impacteLGTBQA 🖱️</p>	6	2
17/04	3 imatges	<p>🗣️ Gran iniciativa de les #entitatsdesdecasa!! 📱</p> <p>Des de @igualtatmataro ens sumem a la campanya: Que la mascareta no apagui la nostra veu 📱😞</p> <p>📱</p> <p>Davant d'assetjament, intimidació, coacció, violència verbal, agressió o abús sexual, entra a la #farmàcia que tinguis més a prop et poden ajudar. 📱 Recorda també els següents canals de contacte:</p> <p>📱</p> <p>☎ 900 900 120 - recorda 24h 📱</p> <p>📱</p> <p>☎ 112 @mossos 📱</p> <p>📱</p> <p>☎ 671 778 540 @icdones WhatsApp 📱</p> <p>📱</p> <p>Erradicar la violència masclista és cosa de totes i tots! 📱</p> <p>📱</p> <p>@teixit dedones</p> <p>@matarolgtbi #TeixitDeDones #entitatsdesdecasa #NoEstàsSola</p>	4	---

20/04	Vídeo	<p>Aquest Sant Jordi 🌹👑 omplim les xarxes amb propostes de lectura 📖📖.</p> <p>El #confinament no ens apaga les idees ni les conviccions 💡 i per això des de @igualtatmataro us deixem diverses recomanacions per passar una bona estona 📖📖📖</p> <p>Comencem amb les recomanacions de la Sam Fernandez 💜💚📖📖</p> <p>📖</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim</p>	8	7
21/04	Vídeo	<p>Avui sortim amb <i>dues</i> recomanacions! 🙌📖📖</p> <p>Comencem amb "Leonas y Zorras" de Clara Serra @clara_serra_sanchez editat per #editorialcatarata📖</p> <p>📖 💎 Un llibre que apela al que més s'ha negat a les dones, l'accés al <i>poder polític</i>...📖</p> <p>Esperem que us agradi! 💜💚📖</p> <p>📖</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim</p>	7	4
21/04	Vídeo	<p>🔪 La segona recomanació d'avui arriba de la mà de Miquel Missé #miquelmissé @miquel.misse i @editorial_egalès📖</p> <p>📖📖 "A la conquista del cuerpo equivocado" 📖📖</p> <p>📖</p> <p><i>¿y si el origen de nuestro malestar no estuviera en nuestro cuerpo? ¿seguiría estando en el cuerpo el remedio? Estos cuerpos nuestros, que nos dijeron que estaban equivocados, queremos reconquistarlos</i>📖</p> <p>📖📖</p> <p>Ens atrevim a dir que és un "<i>must</i>" dins la vostra prestatgeria !!📖</p> <p>📖</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim #transsexualitat #LGTBI #literaturareivindicativa #stoptansfobia</p>	14	11

23/04	Imatge	<p>Felic Diada de Sant Jordi i Santa Jordina!</p> <p>Seguint amb les recomanacions ... avui us volem presentar el llibre "De la poma a la pantalla" de la Marta Roqueta-Fernández @roquetafernandez</p> <p>Segons paraules de la pròpia autora...<i>Un assaig per a joves i adults sobre la influència de la digitalització en la sexualitat, el desig i les relacions afectives. Un text que reflexiona sobre com el món digital influeixen en aspectes claus per entendre l'amor romàntic avui en dia: el poliamor, la monogàmia; la diversitat afectiva, sexual i de gènere; la cosificació de la dona; el racisme; la violència masclista; la seducció; la pornografia i el capitalisme.</i></p> <p>A més, la Marta aquests dies estarà en directe a IG i parlarà de:</p> <p> dijous 23 a les 18.30h: Porno i educació sexual</p> <p> divendres 24 a les 11.00h: LGTBI, antiracisme i digitalització</p> <p>Per un ben entretingut #santjordiconfinat</p> <p>@bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimat aró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim #transsexualitat #LGTBI #literaturareivindicativa #st optransfobia #queer #antiracisme #educaciosexual</p>	3	1
24/03	Només text	<p>Avui us portem les recomanacions i reivindicacions de la Brigitte Vasallo @la_vasallo</p> <p>Que no s'ens invisibilitzi, reclamem el nostre espai de coneixement!</p> <p>Aquí us deixem el llistat i obres que ens recomana @la_vasallo</p> <p> Marina Garcés tot el seu treball sobre la condició pòstuma</p> <p> Ingrid Guardiola L'Ull i la Navalla, sobre la nostra relació amb les imatges i les pantalles</p> <p> Audre Lord Diaris del Càncer, sobre cos i malaltia</p> <p> Susana Sánchez Arins Seique (traduit al castellà, Dicen) sobre silenci i autoritarisme</p> <p> Llegir ens fa lliures!! @bibliosmataro @culturamataro #joemquedoacasa #joemquedoacasallegint #lectura #feminisme #Llibres #santjordi #santajordina #santjordifeminista #StJordimataró2020 #culturanotanca #Mataró #llegir #literatura #llegim #llegirésviure #literaturafeminista #literatura reivindicativa</p>	4	3

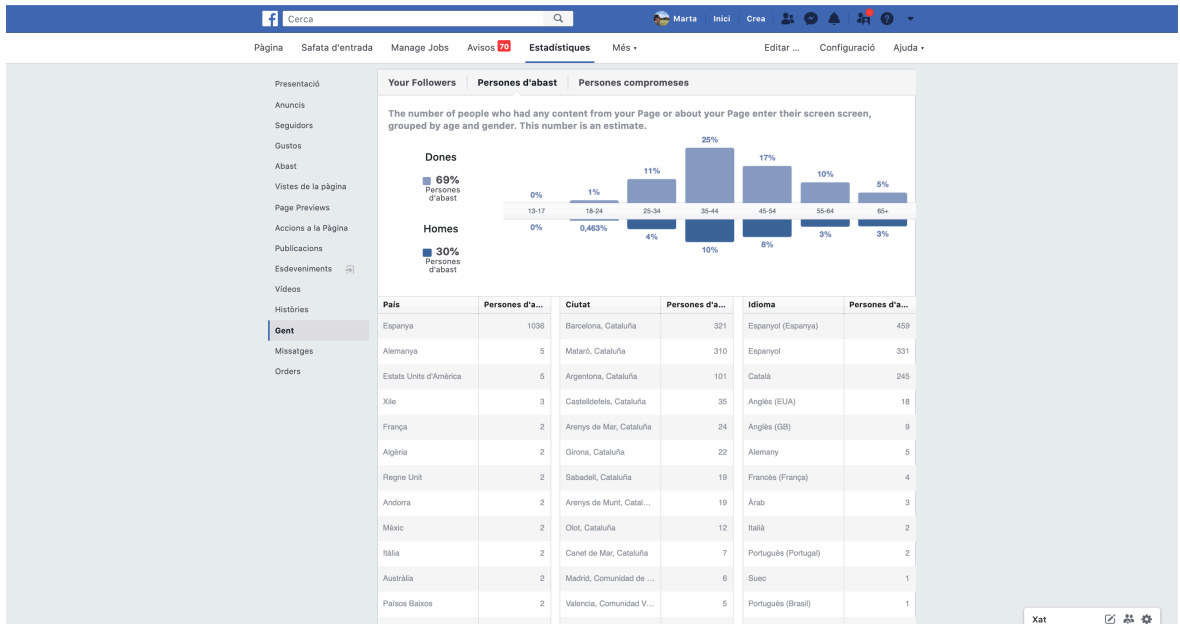
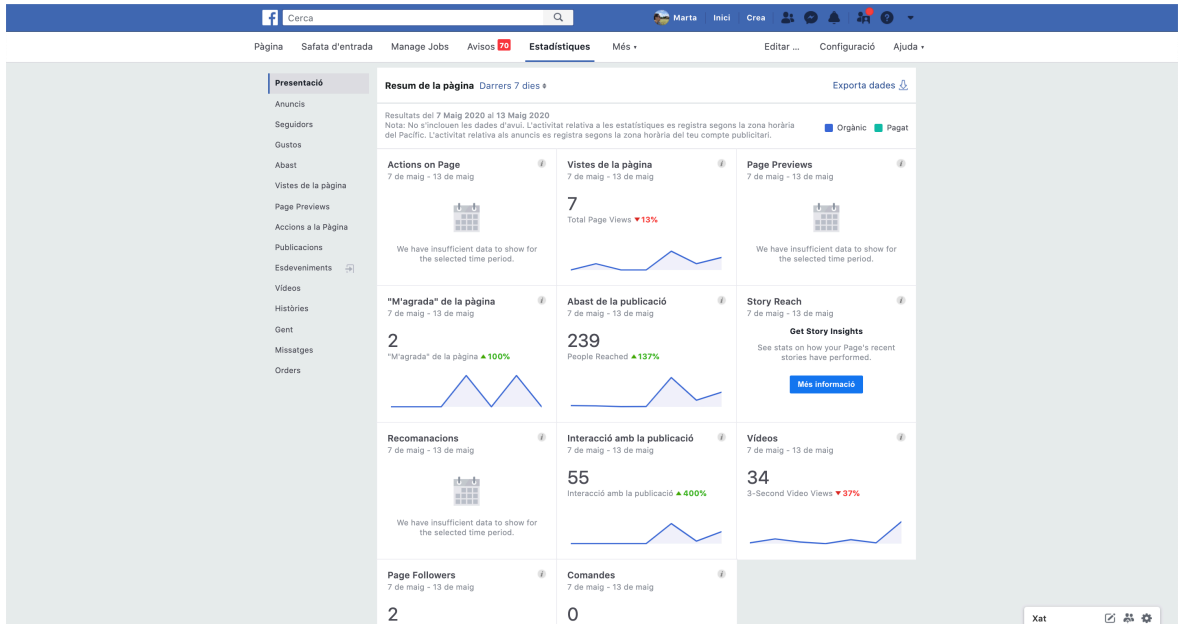
24/03	Vídeo vinculat al post anterior	---	2	---
24/04	Imatge	<p> Aquest diumenge es celebra el Dia de la Visibilitat Lèsbica amb l'objectiu de fer visibles les lesbianes en la seva doble discriminació per ser dones i lesbianes. </p> <p> En diferents llocs del món es fa una crida a visibilitzar-se en l'espai públic i al compromís per fer polítiques que reconeixin la doble discriminació i per tal d'avançar cap a la igualtat jurídica i real de les lesbianes. </p> <p> Estima com vulguis </p> <p> #gagltbi #lesbianesvisibles #lgtbi #diavisibilitatlèsbica #proulgtbifòbia #loveislove🌈 #diversitatlgtbi #26A</p> <p>#emquedoacasa🚨 #diversitatafectiva🌈 #orgulllèsbic #lesbianesvisibles🌈 #lesbianes #lesbian #lesbofòbia #estimacomvulguis #loveislove🌈</p>	6	3
27/04	Imatge	<p> Dimarts 28 d'abril farem un LIVE per parlar de la VI edició de "Oasis LGTB 2020", les <i>colònies d'estiu per a adolescents LGTB</i> que organitza @oasis_lgtb </p> <p> Parlarem amb l'equip del Projecte Oasis, que ens presentarà la proposta per aquest 2020, i també en parlarem amb l'Associació Mataró LGTBI @matarolgtbi </p> <p>Afegiu-vos al LIVE d'instagram! </p> <p> Quan: Dimarts 28 d'abril </p> <p> Hora: 18h </p> <p> Ubicació: Live Instagram @igualtatmataro </p> <p>Si tens qualsevol dubte, en parlem! </p> <p>#oasis2020 #diversamenteorgullosxs #igualtatmataro #matarolgtbi #oasislgtb</p>	3	1

Font: Elaboració pròpia.

* Cap de les publicacions conté comentaris.

* No s'ha tingut accés a les estadístiques de *Facebook Insights*.

2. Estadístiques



Annex 6 – Entitats igualtat a Mataró

Entitats d'igualtat de Mataró					
Nom	Descripció	Lloc web	Facebook	Instagram	Twitter
Vocalia de Dones de l'Associació de Veïns i Veïnes de Rocafonda	Grups de dones que treballen per la promoció de les dones, l'assoliment de la igualtat efectiva de dones i homes i l'erradicació de la violència masclista.	http://avrocafonda.entitats.mataro.cat/vocalia-de-dones/	@associaciodeveins.rocafonda	@AVRocafonda	@AVRocafonda
Vocalia de Dones Laia l'Arquera de l'Associació de Veïns i Veïnes del Pla d'en Boet		http://vdonesboet.blogspot.com/	@DonesLaiaLarquera	-	@DonesLaia
Vocalia de Dones de l'Associació de Veïns i Veïnes de Cerdanyola		-	@AVCerdanyolademataro	-	@avvdeCERDANYOLA
Dones de Cerdanyola	De creació molt recent, segons notícia: https://mataroaudiovisual.cat/noticia/societat/neix-una-nova-associaci%C3%B3-de-dones-cerdanyola	-	@donesdecerdanyola	-	-
Associació Musu Kafo	Dones africanes que vetllen pels interessos i drets de les dones als països africans.	-	-	-	-
Associació Hidayá Orientació	Té com a objectiu donar a conèixer la cultura magribí i compta amb un grup específic per a dones.	-	@al.hidaya	-	-
Associació de Dones BAOBAB	Millorar les condicions de qualitat de vida dels països d'origen de les persones que componen l'entitat, especialment Senegal, Gàmbia i Guinea Conakry.	-	-	-	-
Dona Llum, Associació Catalana per un Part Respectat	Suport psicològic a dones que han patit cesàries i parts traumàtics.	https://www.donallum.org/	@associacioDONALLUM	@donallum	@DonaLlum
Associació Maresme Dona Activa't	Foment de l'oci, salut i benestar, especialment entre les dones.	https://assocmdonaactiva.	@donaactiva	-	-

		wixsite.com/activa			
Associació Esportiva de Vela Accessible i Vela per a Tothom Mediterrània	Foment de la pràctica de la vela, especialment entre les dones.	-	-	-	-
Associació Dona't un Impuls*	Dones empresàries i emprenedores.	https://www.donatunimpuls.com/es/	-	-	@Donatunimpuls
Grup de Suport al Colectivo de Mujeres de Matagalpa	Promoció i suport al col·lectiu de dones de Matagalpa (Nicaragua).	http://www.grupsuportcmm.cat/es	@colectivo demujeres dematagalpa	-	-
Dones Reporteres*	Des del 2008 fan el programa <i>Amb veu de dona</i> a Mataró Ràdio.	http://donesreporteresdemataro.blogspot.com/	https://www.facebook.com/pg/Dones-Reporteres-de-Matar%C3%B3-195002590522305/	-	-
Clack Produccions Culturals*	Transmet i propaga els valors de la solidaritat, tolerància, igualtat de condicions, pluralitat, pacifisme, justícia, multiculturalitat, cultura autòctona, progressisme, localisme i proximitat.	http://www.clack.cat/	@xarxaclack	@xarxaclack	@xarxaclack
Asociación de Mujeres Activistas	Suport i acompanyament a dones que han patit violència masclista.	-	-	-	-
Centre Sant Pau Càritas Diocesana de Barcelona*	Té el projecte <i>Escola de mares</i> que treballa pautes de criança i el foment d'hàbits saludables.	https://caritasmataro.org/category/centre-st-pau/	@caritasmataro	-	@CaritasMataro
Creu Roja a Mataró*	Té un programa específic d'ocupació per a dones.	http://www.creuroja.org/	@Creurojamataro	@creurojamataro_oficial	-
Salesians Sant Jordi*	Té el projecte "Guaita", de coneixement de l'entorn, orientació i apoderament de dones.	https://www.salesianssantjordi.org/	@SalesiansS Jordi	@SalesiansS Jordi	@SalesiansS Jordi
Concepcionistes	Organitza grups d'alfabetització i coneixement de l'entorn adreçats a dones immigrades.	-	-	-	-

Teixit de Dones	Grup d'entitats de dones de Mataró que lluiten per la igualtat, a favor del dret a decidir del propi cos, i pel dret de les dones.	-	@teixitdonesMt	@teixitdones	@teixitdonesMt
Mataró LGTBI+	Propiciar un espai de trobada i coordinació entre els membres per a la reflexió i el debat sobre aquells temes que afecten majoritàriament al col·lectiu lgtbi+.	-	@MataroLGTBI	@MataroLGTBI	@MataroLGTBI

Font: Elaboració pròpia.

*** L'Associació Dona't un Impuls compta amb perfils a:**

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/donatunimpuls/>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/donatunimpulsmataro>

Flickr: <https://www.flickr.com/photos/132536033@N06/>

*** Dones Reporteres compta amb un perfil a:**

Ivoox: https://www.ivoox.com/podcast-podcast-dones-reporteres-mataro_sq_f135021_1.html

*** Clack Produccions Culturals compta amb perfils a:**

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCELiNtDaLfR_f25YEbhAMdw

Vimeo: <https://vimeo.com/clack>

*** Centre Sant Pau Càritas Diocesana de Barcelona compta amb un perfil a:**

Flickr: <https://www.flickr.com/photos/64892795@N02/page3/>

*** Creu Roja a Mataró compta amb un perfil a:**

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCv2BGdGyufyg-7_iRC37_5A

*** Salesians Sant Jordi compta amb un perfil a:**

Youtube: https://www.youtube.com/channel/UCUZE23MCyswq_pr3DYi4dRQ

Annex 7 – Definició dels públics

1. Públics interns

• Equip de govern (A)

- **Etapa de desenvolupament.** Són públic actiu que han decidit que una de les regidories del mandat actual sigui la d'Igualtat, Feminisme i LGTBI i Participació.
- **Situació de relacions públiques.** Busquen benefici per a la ciutadania, autorrealització i reconeixement, en línia amb l'ideari del seu grup municipal.
- **Relació amb l'organització.** En són els màxims dirigents i les cares visibles.
- **Comportament de la comunicació.** S'informen en les reunions de govern, on la Regidora d'Igualtat, Feminisme i LGTBI i Participació els trasllada temes.
- **Demografia.** L'edat dels regidors/es actuals va des dels 27 als 57 anys i, en general, tenen un grau de formació alt.
- **Preferències de personalitat.** Públic format, interessat en missatges intel·ligents que els expliquin els beneficis que un determinat servei aporta a la ciutadania matoronina i per què l'haurien de defensar.
- **Benefit statement.** La difusió de les polítiques d'igualtat dona-home i LGTBI farà que la ciutadania de Mataró els reconegui com a govern que fa una clara aposta per l'avenç de la societat.

• Càrrecs intermedis (B)

- **Etapa de desenvolupament.** La cap d'àrea, coordinador, cap de servei i cap de secció que gestionen directament el CIRD són públic actiu. La resta de càrrecs intermedis de l'ajuntament són públic conscient, que reconeixen la importància de les polítiques d'igualtat, però no estan organitzats per discutir-les.
- **Situació de relacions públiques.** Els interessa que l'àrea que gestionen funcioni de manera òptima i també que tots els treballadors/es que tenen a càrrec se sentin a gust amb la seva feina. També els agrada sentir-se reconeguts.
- **Relació amb l'organització.** Segons el càrrec, tenen relació amb els alts càrrecs de l'ajuntament o amb els treballadors/es de base, per tant, són el vincle.
- **Comportament de la comunicació.** Segueixen les directrius polítiques. En relació a les polítiques d'igualtat, es basen en la informació que troben en documents com els plans d'igualtat interns.
- **Demografia.** Es divideixen entre gerents, directors/es, coordinadors, caps de servei i caps de secció. El seu nivell formatiu és alt.
- **Preferències de personalitat.** Públic informat, interessat en tot allò que els ajudi a gestionar equips i a fer que les persones que tenen a càrrec se sentin a gust.
- **Benefit statement.** L'aplicació de polítiques d'igualtat a nivell intern permetrà que qualsevol persona, independentment del seu gènere, pugui accedir a càrrecs de responsabilitat a l'hora que evitarà desigualtats entre els treballadors/es.

• Treballadors/es ajuntament (C)

- **Etapa de desenvolupament.** Donat que ja s'ha treballat en l'aplicació de plans d'igualtat interns a l'Ajuntament de Mataró, es considera que són públic conscient.

- **Situació de relacions públiques.** Els interessa treballar en un entorn favorable on ningú se senti discriminat pel seu gènere i tothom se senti reconegut.
 - **Relació amb l'organització.** Són els treballadors i treballadores de base, que sustenten l'ajuntament. En poden ser ambaixadors, si se senten bé amb la seva feina, o detractors, en cas contrari.
 - **Comportament de la comunicació.** S'informen mitjançant les reunions amb els seus caps i altres canals interns (correu electrònic, intranet), alhora que tenen accés als mitjans de comunicació externs.
 - **Demografia.** Els treballadors/es van dels 16 als 65 anys i tenen nivells de formació diversos segons la plaça que ocupen. Poden ser conserges, personal administratiu, policia local, tècnics i tècniques municipals, etc.
 - **Preferències de personalitat.** Els missatges que rebin els han d'encoratjar a defensar la igualtat de gènere, ja sigui per ells mateixos o per companyerisme.
 - **Benefit statement.** Treballar en un ambient agradable on ningú se sent discriminat per raó de gènere beneficia tot l'equip.
- **Treballadores CIRD (D)**
 - **Etape de desenvolupament.** Per la seva relació directa amb el CIRD, és un públic actiu i organitzat al voltant d'aquest.
 - **Situació de relacions públiques.** Valoren les bones condicions de treball, així com el reconeixement de la seva tasca. El repte és que s'hi identifiquin i que siguin ambaixadores del CIRD.
 - **Relació amb l'organització.** Coneixen les intimitats del CIRD i poden ser un públic crític perquè, al cap i a la fi, el CIRD és el seu lloc de treball.
 - **Comportament de la comunicació.** S'informen mitjançant reunions d'equip.
 - **Demografia.** La seva edat va dels 30 als 60 anys, amb un nivell de formació alt.
 - **Preferències de personalitat.** Els missatges han de contenir allò que necessiten per poder dur a terme la seva feina, alhora que han de ser encoratjadors i els han de fer sentir que són part del CIRD.
 - **Benefit statement.** Treballar per una causa com la igualtat dona-home i LGTBI és una tasca de gran importància a nivell social.
- ## 2. Públics externs
- **Dones de Mataró que pateixen alguna situació de desigualtat (E)**
 - **Etape de desenvolupament.** Públic conscient, que percep les desigualtats de gènere com a rellevants, però no estan organitzades per a discutir sobre el tema.
 - **Situació de relacions públiques.** Els interessa que la societat avanci pel que fa a l'erradicació de les desigualtats de gènere.
 - **Relació amb l'organització.** Algunes coneixen el CIRD gràcies a les activitats de sensibilització o perquè hi ha acudit alguna vegada, però no totes saben quins són tots els serveis que ofereix. Algunes no el coneixen.
 - **Comportament de la comunicació.** S'informen a través dels mitjans de comunicació i segueixen líders d'opinió. Segons l'edat, les trobarem a xarxes socials diferents o als mitjans de comunicació tradicionals.
 - **Demografia.** Nivells de formació i edats diverses.
 - **Preferències de personalitat.** Els pot interessar saber tots els serveis que els ofereix el CIRD per elles o per altres dones que coneixen.
 - **Benefit statement.** Disposar d'un centre com el CIRD obre les portes a un munt de recursos que els poden ajudar a superar la situació que estan vivint.

- **Homes de Mataró sensibilitzats amb la temàtica (F)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic conscient.
 - **Situació de relacions públiques.** Els interessa que la societat avanci pel que fa a l'erradicació de les desigualtats de gènere.
 - **Relació amb l'organització.** Potser coneixen el CIRDA, però no tots els serveis.
 - **Comportament de la comunicació.** Segons l'edat, es pot accedir a ells a través de canals diferents. Els més joves s'informen a través de les xarxes socials i els d'edat més elevada a través dels mitjans de comunicació. A més a més, segons l'edat els trobarem a xarxes socials diferents.
 - **Demografia.** Majoritàriament formats, d'edats diverses.
 - **Preferències de personalitat.** Es pot apel·lar a ells com a aliats en la causa, que no poden fer la vista grossa a les desigualtats de gènere.
 - **Benefit statement.** La defensa de la igualtat de gènere és cosa de tots perquè tots en sortim beneficiats.

- **Ciutadania de Mataró no sensibilitzada amb la temàtica (G)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic apàtic, coneixen les desigualtats de gènere, però no els donen importància.
 - **Situació de relacions públiques.** No saben de la importància d'erradicar les desigualtats de gènere ni els beneficis que els pot suposar personalment ni a les dones que els són properes.
 - **Relació amb l'organització.** No coneixen el CIRDA.
 - **Comportament de la comunicació.** No acostumen a informar-se sobre la temàtica, però els/les més joves sí que accedeixen a les diverses xarxes socials i els/les d'edat més avançada als mitjans de comunicació tradicionals. A més a més, segons l'edat els/les trobarem a xarxes socials diferents.
 - **Demografia.** Dones i homes, de nivells de formació i edats diverses.
 - **Preferències de personalitat.** Els missatges els han d'explicar que la defensa de la igualtat de gènere suposa un benefici per a tothom.
 - **Benefit statement.** La defensa de a igualtat de gènere beneficia al conjunt de dones, a les familiars i amigues més properes.

- **Persones LGTBI de Mataró (H)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic conscient, que viuen diàriament situacions de desigualtat.
 - **Situació de relacions públiques.** Els interessa que la societat avanci en l'acceptació i normalització de les persones del col·lectiu LGTBI.
 - **Relació amb l'organització.** No totes coneixen el CIRDA ni la seva tasca pel que fa a les polítiques d'igualtat LGTBI.
 - **Comportament de la comunicació.** S'informen a través dels mitjans de comunicació i segueixen líders d'opinió. Busquen informació sobre el tema. A més a més, segons l'edat els/les trobarem a xarxes socials diferents.
 - **Demografia.** De totes les edats i nivells de formació. Els més joves disposen d'un nombre creixent de referents famosos que pertanyen al col·lectiu LGTBI.
 - **Preferències de personalitat.** Els missatges han de ser tranquil·litzadors i de suport, explicant que poden accedir al CIRDA si necessiten acompanyament.
 - **Benefit statement.** Disposar d'un centre com el CIRDA a la seva ciutat els obre les portes a un munt de recursos adreçats exclusivament a dones i persones LGTBI.

- **Entitats de dones, que defensen la igualtat dona-home o els drets de les persones LGTBI (I)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic actiu, organitzat en la defensa de la igualtat dona-home o dels drets de les persones LGTBI.
 - **Situació de relacions públiques.** Els interessa que la societat avanci pel que fa a l'erradicació de les desigualtats de gènere dona-home i/o en l'acceptació i normalització de les persones del col·lectiu LGTBI.
 - **Relació amb l'organització.** El CIRDD hi col·labora per a la realització d'activitats.
 - **Comportament de la comunicació.** Estan presents a les xarxes socials i algunes recorren als mitjans de comunicació locals per a difondre la seva activitat.
 - **Demografia.** Nivells de formació, edats i ètnies diversos.
 - **Preferències de personalitat.** Els agrada sentir-se involucrats amb el centre de referència a la ciutat de defensa dels drets de les dones i del col·lectiu LGTBI.
 - **Benefit statement.** Al CIRDD hi troben un equipament que els ajuda en el desenvolupament de les seves activitats i que els serveix com a plataforma per donar-se a conèixer a la ciutat com a entitat.

- **Mitjans de comunicació (J)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic actiu, ofereixen informació sobre temes d'interès social.
 - **Situació de relacions públiques.** Dinàmica dels mitjans de comunicació molt estressant i a la recerca constant de contingut fresc de valor.
 - **Relació amb l'organització.** Important que sigui cordial i que l'organització s'adapti a les seves dinàmiques de treball, no a la inversa. Cal donar-los la informació tal com agradaria al CIRDD que sortís publicada, tot i que després es prenguin les llibertats que creguin necessàries a l'hora de reelaborar-la.
 - **Comportament de la comunicació.** Contacte principal amb mitjans locals.
 - **Demografia.** Públic adult, d'edats diverses que poden anar dels 21 als 65 anys, nivell d'estudis alt i coneixement extens sobre les temàtiques dels seus articles.
 - **Preferències de personalitat.** Volen informacions veraces i ben elaborades, però els agrada tenir llibertat per acabar d'elaborar les notícies.
 - **Benefit statement.** El CIRDD els facilitarà la recerca de noves informacions sobre una temàtica candent actualment.

- **Líders d'opinió (K)**
 - **Etapa de desenvolupament.** Públic actiu, que opina sobre la temàtica a través de perfils propis a les xarxes socials i als mitjans de comunicació.
 - **Situació de relacions públiques.** Creuen en la causa feminista i de defensa de la igualtat. Viuen del reconeixement del seu públic.
 - **Relació amb l'organització.** Agraeixen el tracte diferencial i l'existència d'equipaments públics que defensin causes en sintonia amb la seva. Faran palès allò que no els agradi i poden arribar a convertir-se en limitadors, tot i que si es cuida la relació hi ha més opcions que les opinions siguin suavitzades.
 - **Comportament de la comunicació.** Tenen xarxes socials pròpies i participen als mitjans de comunicació.
 - **Demografia.** Poden formar part de grups d'edat molt diversos, tot i que es podrien considerar d'entre 18 i 50 anys.
 - **Preferències de personalitat.** Donar suport a un equipament de referència al Maresme en la defensa dels drets de les dones i persones LGTBI els donarà molt reconeixement entre la seva comunitat.

3. Priorities worksheet

Priorities worksheet públics CIRD										
K Líders opinió	J Mitjans com.	I Entitats	H Persones LGTBI	G Ciutadania no sens.	F Homes sens.	E Dones sit. d.	D Treballadors CIRD	C Treballadors Aj.	B Càrrecs interm.	
K3	J1	I2	H3	G3	F2	E3	C3	C3	B1	A Govern
K3	J1	I2	H3	G3	F2	E3	D3	C3	X	B Càrrecs interm.
C2	J1	C1	H2	G1	F1	E1	D2	X	X	C Treballadors Aj.
D2	D3	D2	D1	D1	D2	D1	X	X	X	D Treballadors CIRD
E2	E3	E2	H1	E2	E2	X	X	X	X	E Dones sit. d.
F2	F2	F1	H2	G3	X	X	X	X	X	F Homes sens.
G2	G3	G2	G1	X	X	X	X	X	X	G Ciut. no sens
H2	H3	H2	X	X	X	X	X	X	X	H Pers. LGTBI
I1	I2	X	X	X	X	X	X	X	X	I Entitats
K3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	J Mitjans

Font: Elaboració pròpia.

Equip de govern (A) = 0

Càrrecs intermedis (B) = 1

Treballadors/es ajuntament (C) = 12

Treballadores CIRD (D) = 18

Dones sensibilitzades (E) = 18

Homes sensibilitzats (F) = 10

Ciutadania no sensibilitzada (G) = 18

Persones LGTBI (H) = 18

Entitats (I) = 7

Mitjans de comunicació (J) = 3

Líders d'opinió (K) = 9