

ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ DEL PS

◆ Nota prèvia

Des de la creació del PS i, més concretament en la darrera campanya electoral, hem pogut observar que tant la televisió com la radio públiques no ens dispensen un tracte favorable per fer arribar els missatges que desitgem a la ciutadania, això ve agreujat pel fet que tampoc disposem d'un mitjà de comunicació propi. Cal tenir consciència, finalment, que no utilitzem una línia de comunicació suficientment definida i unitària per poder incidir eficaçment en els mitjans de comunicació.

En base a aquesta reflexió prèvia i a l'experiència dels darrers mesos, i després d'haver consultat altres partits polítics estrangers d'ideologia similar a la nostra sobre la direcció, l'organització i la coordinació de les seves polítiques de comunicació volem presentar un projecte sòlid per millorar la nostra estratègia.

Aquesta ponència proposa doncs l'establiment d'una Estratègia de comunicació encaminada a difondre un missatge Unitari, coherent i coordinat per part de tothom per arribar al Més ampli ventall de ciutadans tot evitant públicament Contradiccions entre membres del partit.

Recordem, per començar uns conceptes senzills però bàsics.

En què consisteix la comunicació d'un partit polític:

- ▶ en la divulgació de la informació que el partit posseeix entre els seus propis membres
- ▶ en la divulgació de la informació necessària prop dels seus afiliats i simpatitzants
- ▶ en la divulgació de la informació volguda prop del públic en general.

A què obeeix la comunicació:

No es tracta de comunicar per comunicar, la comunicació respon a una necessitat estratègica encaminada al desenvolupament i a la consolidació del partit; en formar part de l'estratègia general del partit ha d'emanar de l'òrgan màxim dirigent.

Com s'ha de definir la comunicació que s'ha de portar a terme:

Mitjançant l'elaboració d'un pla de comunicació general o de plans de comunicació sobre temes específics que recullin:

- ▶ el o els objectius a assolir (captar afiliats, donar a conèixer la ideologia o un projecte concret...)
- ▶ el públic al que ens volem adreçar (el públic en general, els afiliats, els simpatitzants o altres partits polítics...)
- ▶ el missatge més adequat al públic al que ens adrecem els canals més adequats per aconseguir l'objectiu amb èxit (reunions, *mailings*, contacte de persona a persona, publicitat, etc...)
- ▶ un sistema de feed-back per avaluar el resultat de comunicació.

Com estructurar la comunicació de manera més concreta:

- ▶ D'una part, establint unes normes internes d'acord amb l'estratègia general del partit donant resposta a unes preguntes bàsiques: *que s'ha de dir, com s'ha de dir, quan s'ha de dir i qui ho ha de dir*, fixant un *modus operandi* preestablert, senzill, consensuat i respectat per tothom.

D'altra part intervenint directament sobre la comunicació i la imatge de la manera següent:

▣ Intervenció sobre el sistema de comunicació :

- Normativitzant la comunicació verbal (normes de diàleg i d'expressió) i la comunicació escrita (normes de redacció o d'estil) .
- Incidint en la comunicació no verbal o també dita d'imatge personal (actituds, tipus de vestimenta, etc...) .
- Sistematitzant la gestió de les comunicacions i l'anàlisi de l'entorn.
- Fomentant la formació i capacitació en temes de comunicació.

▣ Intervenció sobre la imatge:

- En els signes d'identificació visual (símbols, logotips, colors, etc...) i la seva aplicació (papereria, documents, impresos, rètols, publicacions, fullets, etc...) .
- En els diferents suports que s'utilitzin, audiovisuals o altres.
- En qualsevol campanya publicitària que es realitzi.

◆ Proposta de funcionament

Un cop realitzat aquest exposat general passem a efectuar la proposta concreta de funcionament següent *:

- a) L'estratègia de comunicació és competència del Comitè Executiu que és l'òrgan que impulsa l'acció política del partit. Tanmateix, per desenvolupar aquesta tasca amb eficàcia el Comitè Executiu ha d'anar coordinat amb el grup parlamentari.

Donat que tant el Comitè Executiu com el grup parlamentari mantenen reunions setmanals i que la comunicació és fluïda no ha de ser difícil que amb una periodicitat setmanal o quinzenal el Comitè Executiu pugui definir quins són els missatges, la seva prioritat, el tractament que se'ls ha de donar, així com quina és la postura oficial del partit en les matèries d'actualitat que puguin sorgir.

- b) El Primer Secretari és el portaveu qualificat del Comitè Executiu (article 35 dels Estatuts). Tanmateix, per raons d'oportunitat política o de competència, el Primer Secretari ha de poder delegar en altres membres del Comitè Executiu.

Pel que fa al grup parlamentari el President i el President Suplent en són els portaveus -titular i suplent. Tanmateix, en els supòsits de declaracions sobre temes molt concrets, cada conseller general podrà fer les declaracions públiques que li pertocquen en l'àmbit de les seves competències per raó de les comissions legislatives en que estan adscrits. Així, quan algun periodista demani una opinió o posicionament sobre una matèria determinada que sigui objecte de treball en comissió al Consell General, se l'haurà d'adreçar al company conseller general que treballa en la comissió legislativa corresponent (és obvi que és el que més ben

informat estarà sobre aquella matèria concreta), sempre i quan el President o President Suplent així ho hagin delegat.

Si s'adopta aquest criteri serà fàcil per a qualsevol membre del partit desviar les insistències dels periodistes que van a la recerca de notícies.

En principi, doncs, el Primer Secretari i els membres del grup parlamentari han de ser els que han de tenir major presència pública.

Als mitjans de comunicació; tanmateix, per raons d'oportunitat política, quan una matèria sigui conflictiva o de menor transcendència pot interessar al Partit que altres membres facin les declaracions per tal d'evitar malmetre la imatge dels que han de ser els (protagonistes) "líders" polítics.

- c) Cada setmana o bé cada quinze dies el Comitè Executiu haurà de redactar una nota sobre el posicionament del Partit en les qüestions d'actualitat o bé les matèries sobre les que interessa opinar, amb la finalitat que els companys que assisteixin a tertúlies de radio o de televisió, en tinguin coneixement i puguin expressar-ho públicament. Això ha de servir també per formar nous companys que disposin dels mitjans necessaris per poder fer arribar el missatge.

Aquesta nota es farà arribar als «contertulians» via e-mail o bé per fax, així com a les diverses comissions de treball.

- d) És important que la comunicació flueixi tant horitzontalment com verticalment i que a nivell de les comissions i comitès locals hi hagi una comunicació fluida per evitar duplicitats de feina o bé per aprofundir en projectes que puguin implicar diverses comissions.
- e) Pel que fa als Comuns en els quals hi ha membres afiliats al PS donat que no han estat elegits sota les sigles ni la política del PS esdevé difícil, avui en dia, establir-ne la coordinació interna sobre les polítiques a defensar. En conseqüència aquest punt es deixa per a una reflexió posterior mentre no es resolgui la comunicació interna del Partit.
- f) Es proposa establir un pla de comunicació des del Comitè executiu basat en l'estratègia general del partit que defineixi les normes bàsiques de comunicació tant a nivell intern com extern.

Andorra, 31 de maig del 2001

Rosa Ferrer Obiols

* **Nota:** Cal tenir present que s'ha intentat adaptar el sistema de funcionament a la nostra realitat ja que la situació ideal seria disposar d'un gabinet de premsa amb una persona tècnica contractada (periodista) i amb un polític membre del comitè Executiu al front.

Vist que no es disposa de recursos suficients per muntar una estructura d'aquest tipus la proposta es fa sobre la base que sigui el comitè Executiu que ho assumeixi.