

• Protocolo para comunicación de mínimos de la comisión de comunicación estatal

Este documento pretende ser un protocolo que facilite la relación de todas las PAHs y Comisiones con la Comisión de Comunicación estatal.

Antes de nada, debemos tener en cuenta de cara al comunicar cualquier novedad o acción: 1. La PAH o comisión que pide ayuda o difusión debe ser consciente de que con cuanta más antelación avise, mejor saldrá.

2. Cuanto más trabajado esté el tema, será más fácil (información, objetivos, enlaces, datos...)

3. Para ello existen documentos base.

1. Comunicación interna:

- Comunicar a nuestra comisión o PAH la acción, situación o nuevo documento que queremos visibilizar.
- Tener claros los objetivos y tiempos con los que trabajamos.
- Especificar **si es público o no** o desde qué momento queremos apoyo comunicativo.
- En caso de que **no** fuera público, comunicarlo a los movimientos para que no existan malentendidos que pudieran involucrarles.
- Y siempre, tener un mensaje para guasap/telegram que explique a qué convocamos, por qué, dónde, planteamiento de la acción.

2. Comunicación externa

2.1 Trabajo previo

- Preparar un documento con todos los datos posibles sobre el tema, enlaces, objetivos y tiempos, para poder escribir un comunicado para el blog si fuese necesario o para mandar a la prensa. Tener el comunicado es importante porque nos permitirá enlazarlo desde redes sociales.

Comunicación de acciones:

- Lugar y hora de la acción
- Explicación del caso
- Información más general sobre el banco: ¿Es un banco rescatado? ¿Tiene a la cúpula imputada? Páginas para conseguir información <http://trapossuciosbancos.blogspot.com.es/>
<http://afectadosporlahipototeca.com/2013/12/17/informe-emergencia-habitacional/>
- Qué pedimos.

No puede tener una extensión mayor a una página.

→ Si la acción NO es pública: se comunicará externamente cuando se haya acordado entre todas.

2.2 Comunicación guasap/telegram

Tener un mensaje para guasap/telegram que explique bien la acción (que hemos empezado la acción, dónde es, si necesitamos gente...), el nuevo documento o situación que queremos difundir.

2.3 Rueda de prensa

En el caso de ruedas de prensa a nivel estatal es necesario tener todos los datos a la hora de hacer la convocatoria, teniendo en cuenta que muchas veces las portavoces, además, tienen que desplazarse para la misma.

En caso de realizar una rueda de prensa a nivel local de PAH, la que las PAHs crean convenientes, siempre y cuando hayan podido generar un pad con más información para trasladar al resto.

2.4 Redes Sociales

- Si es pública: evento en Facebook (en el caso de acciones) o publicación con el tema (si ya se han diseñado imágenes facilita también el trabajo)
- Para Twitter: elegimos un HT que explique un poco la situación, caso, etc.
- Tuitearemos y publicaremos en Facebook el link al comunicado, documento o acción en el momento (las fotos *in situ* son la mejor opción).

Facebook: iremos (con menos intensidad) explicando cómo va la acción, sobre todo, colgaremos fotos.

Twitter: haremos una narración de lo que pasa, siempre usando el HT, para que se pueda seguir todo lo que se publica.

En el caso de **acciones:**

- Dónde estamos
- Qué pedimos
- Cuántas somos
- ¿Dice algo el banco? ¿Qué respuesta está dando?
- De vez en cuando explicaremos el caso de la persona por la que estamos haciendo la acción (XXXX tiene tres hijos, se quedó sin trabajo, cobra XXX, el banco le ofrece XXXX...)
- Ir explicando cómo va la acción.

Con **documentos, vídeos, comunicados:**

- Desarrollamos el contenido para que sea posible establecer una narración
- Para qué sirve
- Análisis de su repercusión en el caso de temas de actualidad
- Plazos en el caso de documentos jurídicos.

2.5 Streaming:

Cuando retransmitimos las acciones o ruedas de prensa por internet, tienen más repercusión. La PAH tiene su propio usuario, que se utiliza para ruedas de prensa estatales o acciones de repercusión estatal.

La persona que haga el streaming está siendo la voz de esa PAH, tiene que explicar qué está pasando, por qué estamos ahí, tener un tono y una forma de expresarse que invite a seguir la acción, a entenderla, empatizar (tienen que tener todos los datos necesarios para hacerlo).

3. En el caso de acciones, tenemos que "cerrarlas" (Todo lo que comienza, acaba)

En Redes Sociales explicaremos a qué acuerdos hemos llegado, por qué nos vamos, o resaltando la parte positiva.

Para prensa y blog, haremos una pequeña crónica de cómo ha ido, con fotos y la colgaremos.