

Pla de comunicació



elMercat

Índex

1. Introducció.....	3
2. Antecedents i investigació.....	4
2. 1 Objectius generals i específics d'elMercat.....	7
2. 1.1 Missió.....	7
2. 1.2 Principis i valors.....	7
2. 1.3 Eixos.....	8
2. 2 Anàlisi de l'entorn dels barris de muntanya.....	22
2. 2. 1 Característiques de l'entorn sociocultural.....	22
2. 2. 2 Principals agents culturals dels barris de Muntanya.....	23
2. 3 Anàlisi DAFO d'elMercat.....	28
2. 4 Mapa de públics d'elMercat.....	29
3. Planificació estratègica.....	32
3. 1 Objectius de comunicació.....	33
3. 2 Estratègies de comunicació.....	33
3. 3 Missatges i paraules claus.....	40
3. 3. 1 Missatges	40
3. 3. 2 Com ens volem comunicar.....	40
3. 3. 3 Paraules claus.....	41
3. 4 Cronograma.....	42
4. Conclusions.....	43
5. Annexos.....	46
5. 1 Annex 1.....	46
5. 2 Annex 2.....	47

1. Introducció

Aquest document constitueix el primer pla de comunicació de l'equipament **elMercat**. Prenent com a referència el projecte inicial que va presentar AMCV per a la gestió de l'equipament, hem recopilat informació que inclou per una banda la missió, valors i eixos, i per l'altra, els antecedents i objectius que l'AMCV es proposa en relació a l'equipament **elMercat**.

Al llarg de l'elaboració d'aquest pla hem anat organitzant i analitzant la informació mencionada, per tal d'extreure'n uns objectius comunicatius. D'aquests en deriven unes estratègies, accions i campanyes que permetin donar a conèixer l'equipament a la població dels barris de muntanya i situar-lo, progressivament, com a punt de referència i difusió de l'activitat comunitària, cultural i agroecològica de Collserola.

Per fer-ho elaborem una anàlisi DAFO, tenint en compte quines són les condicions de l'equipament, del territori, i de la població que hi trobem. En l'estudi del terreny tenim en compte els altres agents culturals que trobem als barris de muntanya. Els enumerem i fem una anàlisi de les seves característiques: quins serveis presten, tipus d'activitats, a quines franges de públic dirigeixen la seva activitat, i com es comuniquen, per tal de contemplar quina és la seva identitat comunicativa.

Analitzem el públic potencial d'**elMercat**, creant un mapa de públics i definint els perfils que hi trobarem, i posteriorment establim els diversos canals de comunicació dels quals farem ús. Aquests seran físics i telemàtics (cartelleria, díptics i altre material imprès; web, xarxes, mailchimp, premsa local i altres canals telefònics).

Paral·lelament a la definició dels canals establim les bases, identitat gràfica i el caràcter de la comunicació d'**elMercat**. Posant sempre com a guia la missió, valors i objectius del projecte, decidim els nostres missatges, la manera com ens adrecem al públic i les paraules clau.

Finalment establim recursos que ens puguin ajudar a fer un seguiment del progrés del projecte i a mesurar l'efectivitat dels canals i estratègies

establertes. Aquests seran els indicadors, que ens permetran mesurar els resultats.

Recordem que aquest equipament ha estat recentment inaugurat, tot just està complint un any de vida.

Així doncs, les membres de la comissió de comunicació d'**elMercat**, hem arrencat generant una identitat gràfica i constituint canals i estratègies d'expansió i promoció totalment flexibles, que s'adaptaran al progrés i evolució, tant del centre, com de l'activitat i el públic del territori.

La comunicació d'**elMercat**, serà un procés d'experimentació viu i en construcció, obert a totes aquelles persones que vulguin aportar quelcom de forma puntual, o incorporar-se a la comissió de comunicació.

2. Antecedents i investigació

elMercat és un equipament de titularitat pública, conduït per un projecte de gestió comunitària. **L'Associació Mercat Cultural Vallvidrera** és l'entitat que impulsa el projecte, fent de paraigües de més de 20 entitats dels barris muntanya. Des de **l'AMCV** es treballa per oferir un servei públic i cultural per a tots els barris.

L'edifici original del Mercat de Vallvidrera, dissenyat pels arquitectes Bonaventura Bassegoda Musté i Adolf Florensa, fou inaugurat un 17 de maig de l'any 1953 i durant més de 50 anys va ser el principal centre d'abastament de productes de primera necessitat al poble de Vallvidrera. Al marge d'aquesta funció, també va esdevenir punt de trobada de veïns i -com tots els mercats municipals- espai dinamitzador d'algunes iniciatives culturals (el Carnestoltes, el Nadal...).

Amb el pas del temps i els canvis en els usos de consum va deixar de tenir funcions com a mercat el 29 d'abril de l'any 2009.

Aquest edifici, situat al bell mig del poble de Vallvidrera, va romandre tancat des d'aleshores, i l'any 2010 la *Companyia Fontmontina de Comèdia* i *Els Pastorets de Vallvidrera*, van demanar a la regidora del

Consell de Districte de Sarrià – Sant Gervasi, la cessió de l'espai de manera provisional per portar a terme la seva activitat.

Aquesta petició va ser atesa i, des de l'aleshores, les dues entitats van tenir accés a l'ús de l'espai central de l'antic Mercat per a dur a terme la seva activitat artística. La remodelació de l'edifici del Mercat de Vallvidrera per acollir iniciatives cíviques i culturals, va ser incorporat per voluntat veïnal en el procés participatiu del Pla de Futur del Barri que va ser aprovat pel Consell municipal del Districte de Sarrià-Sant Gervasi, el 2 de desembre de 2010.

El mateix any, des del Consell de Districte es va convocar un concurs d'idees per a la remodelació de l'espai, sortint guanyador l'avantprojecte presentat per Petritxol 6 Arquitectes. Aquest avantprojecte va ser mostrat a les associacions de veïns i associacions culturals per BIMSA el mes de març de 2011. El canvi polític a l'Ajuntament de Barcelona va propiciar que s'abandonés el projecte per iniciar un procés participatiu per ubicar la possible remodelació dins del pla de futur dels barris de muntanya.

L'abril de 2012, es va consensuar per totes les entitats del Consell de Barri les prioritats del pla de futur 2012- 2015, on es va incloure la reivindicació de convertir el Mercat de Vallvidrera en un nou equipament municipal.

El mes de juliol de 2013 l'empresa *Arcàdia Lab* va fer una proposta d'ús de l'espai i un estudi de remodelació del mateix per poder-hi portar la seva iniciativa de "centre de creació".

Aquest projecte es va discutir en el Consell de barri del 28 de novembre de 2013 manifestant-se el rebuig per part de totes les entitats culturals i associatives a l'esmentat projecte. D'aquest Consell sorgeix la formació de la plataforma per la recuperació de l'espai de l'antic Mercat de Vallvidrera com a equipament cultural.

Les entitats que en un primer moment van donar suport a la plataforma van ser:

AFA Escola Nabí, Assemblea de joves, Associació Can Pujades, Associació d'amics de la música de Vallvidrera, Companyia Fontmontina de comèdia, Coral Collserola Vallvidrera, Grup de joves de Vallvidrera, Grup dones en moviment, Grup muntanyenc Collserola, Els Pastorets de Vallvidrera, Folkserola, La Penya Barcelonista de Vallvidrera, Associació de veïns i cultural "El Sanatori", Associació de veïns de Santa Maria de

Vallvidrera-Mas Sauró, Associació de veïns Mas Guimbau, Associació de veïns Mont d'Orsà de Vallvidrera, Associació de veïns Can Rectoret, Associació de veïns de la Font del Mont.

El 10 de gener de 2014 es realitza la primera reunió de la plataforma que, després de reunions i trobades més informals, va finalitzar amb la constitució legal de l' **Associació Mercat Cultural de Vallvidrera** el 28 d'abril de 2014 com a entitat aglutinadora d'aquesta voluntat (des d'ara **AMCV**).

Des dels seus inicis s'ha vingut treballant per conscienciar als poders públics i a la ciutadania en la necessitat de recuperar aquest espai pel barri de Vallvidrera, el Tibidabo i Les Planes i de fer-ho, a més, a través de la gestió cívica. Per això s'ha vingut desenvolupant nombroses reunions amb responsables polítics, organitzant diverses activitats per fer present la reivindicació al barri i entrant en contacte amb entitats de gestió cívica per conèixer aquest model de gestió dels equipaments municipals (Ateneu Popular 9 Barris, Lleialtat Santsenca, Casa Orlandai,...).

El mes de maig de 2014 es presenta el document consensuat per totes les entitats membres de l'AMCV al Sr. Puigdollers, Regidor del Districte de Sarrià-Sant Gervasi. Acabat el seu mandat, el mes d'octubre de 2015, es va tornar a presentar el projecte al Sr. Pisarello, Regidor del Districte Sarrià-Sant Gervasi (2015-2019). Finalment, el 30 de Gener de 2017, essent regidor del Districte el Sr. Mòdol, es presenten els estudis previs de la reforma interior i rehabilitació exterior del Mercat al Centre Cívic Vázquez Montalbán. La redacció del projecte executiu s'encarregà per BIMSA a l'arquitecte Sr. Eduard Prats. Aquest projecte definitiu es va presentar al veïnat al Centre Cívic l'Elèctric durant el mes de febrer de 2018 sota el mandat del Sr. Asens.

El 17 de març de 2016 es va celebrar la primera reunió de la comissió de seguiment del projecte Mercat de Vallvidrera. Necessitàvem planificar els passos que calia seguir per arribar a l'objectiu final d'aconseguir la remodelació i recuperació de l'espai públic del Mercat de Vallvidrera. Des d'aleshores es van programar reunions periòdiques per fer el seguiment del projecte arquitectònic. Finalment, l'estiu de 2021 es finalitzen les obres

de remodelació i no serà fins a l'1 de juliol de 2022 que s'obre l'espai a la gestió cívica.

2. 1 Objectius generals i específics d'elMercat

2. 1. 1 Missió

Volem generar un **espai d'inclusió** per a totes les veïnes tot contemplant la pluralitat de realitats, edats i condicions que es troben al territori. La gestió de l'equipament es duu a terme mitjançant mecanismes democràtics de **participació i transparència**.

2. 1. 2 Principis i valors

elMercat esdevé un bé per a la ciutadania des de la responsabilitat que això comporta. L'equipament es vertebrava en un seguit de principis: transició ecosocial, arrelament al territori, inclusió, perspectiva de gènere, cooperació, memòria històrica, impacte social, cultural i ambiental, transparència i comunicació.

Arrelament al territori

Tenim un territori particular, híbrid entre l'urbanisme i la ruralitat, coneixem els barris, estem al seu servei, i per això volem treballar conjuntament amb la resta d'entitats que ja estan fent una gran contribució al bé comú.

Inclusió

Els serveis que oferirem i els recursos que es derivin de la nostra activitat estaran disponibles per a tothom. Es farà especial incís als grups en risc d'exclusió social dels barris de muntanya.

Cooperació

Tant en l'àmbit intern com amb la resta d'entitats del barri volem treballar de manera col·laborativa, evitant a màxim la competitivitat i

l'individualisme. També volem que la cooperació estigui present en totes les activitats i serveis que es duguin a terme en el si d'**elMercat**.

Memòria històrica

No volem que s'oblidi el passat del nostre barri i d'aquells veïns i veïnes que encara hi són per transmetre'ns el llegat històric. Volem mantenir les tradicions i oferir aquest coneixement tant a petits com a nouvinguts. Volem que es vetlli per la protecció del patrimoni històric.

Impacte social, cultural i ambiental

Incidirem en projectes que millorin les condicions de vida del territori i que tinguin un impacte social, cultural i ambiental en l'entorn.

Transparència i comunicació

Treballarem per una comunicació fluida i transparent, tant de cara endins (comunitat gestora i administració) com de cara enfora (persones i entitats veïnes) facilitant l'accés a la informació sobre la gestió econòmica i la presa de decisions.

Igualtat laboral i condicions dignes

Analitzarem la nostra organització i les activitats proposades amb visió crítica, vetllant per la igualtat de totes les persones que en formen part, tant voluntàries com assalariades; vetllant sempre per unes condicions laborals dignes.

2. 1. 3 Eixos

Els eixos són la base sobre la qual s'estableixen els objectius de l'organització i indiquen el caràcter de les activitats que s'hi duran a terme. Aquests eixos donen singularitat a aquest projecte. No es posa tant l'accent en què es fa sinó en la intencionalitat i en com es fa.

Comunitat i Participació

Creiem que la participació ciutadana és promoure que la ciutadania faci ús de l'equipament: **elMercat**, donant-li un ús sociocultural i fent comunitat. Però, també ho entenem com el mateix procés per a afavorir

l'apoderament i la confiança mútua del veïnat i les entitats en que s'organitza per liderar un projecte, per materialitzar les seves aspiracions de transformació social i cultural als barris de muntanya.

A més, la integració de col·lectius vulnerables o en risc d'exclusió social serà molt present a l'hora d'establir col·laboracions i participacions amb les entitats veïnes que treballen per aquests col·lectius. En conseqüència, que **elMercat** sigui un espai de gestió comunitària implica precisament el compromís de totes i cadascuna de les entitats participants en la seva organització i dinamització per influir i transformar el territori i la comunitat.

Objectius Comunitat i participació

Com ja hem destacat abans, l'eix de comunitat i participació d'**elMercat** és un eix fonamental i transversal en tot el projecte. Els seus objectius generals poden sintetitzar-se en tres dels quals en deriven objectius específics:

1. Promoure la participació del veïnat i de les entitats en la gestió i la presa de decisions.
2. Afavorir l'ús de l'espai per iniciatives comunitàries
3. Integrar els equipaments municipals i privats del barri al projecte.

A continuació es detallen els objectius generals així com els específics i les activitats relacionades:

1. Promoure la participació del veïnat i les entitats en la gestió i presa de decisions, així com garantir la gestió d'elMercat de forma col·lectiva, democràtica, inclusiva i transparent.

Objectius específics:

- Foment de la participació activa en la gestió del projecte d'**elMercat**, és a dir, afavorir que la gent es faci sòcia de l'AMCV.
- Facilitar la participació del veïnat no vinculat al projecte en la gestió.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Campanya de captació de persones sòcies.
- Campanya de captació de voluntariat tant per la participació en les comissions com per l'execució de les activitats.
- Espai de participació obert al veïnat. Porta d'entrada per totes les persones que vulguin participar, implicar-se en la gestió del projecte.

2. Obertura de l'espai a les iniciatives comunitàries

Donar resposta a les necessitats i demandes dels veïns i les veïnes dels barris de la muntanya, de manera coherent, participativa i inclusiva, així com generar sinergies que afavoreixin la socialització de les persones en el barris de la muntanya, la cooperació, la creació de vincles comunitaris i la consolidació del teixit associatiu.

Objectius específics:

- Recuperar un espai públic per al barri perquè sigui espai de consolidació de projectes comunitaris existents així com bressol de noves iniciatives en aquests àmbits, oferint recursos humans i materials.
- Fomentar la participació ciutadana a partir de la generació de sinergies que afavoreixin la socialització de les persones en els barris de muntanya, la cooperació, creant vincles comunitaris i la consolidació del teixit associatiu.
- Suport a les entitats membres de l'AMCV, oferint-los espais per a desenvolupar la seva activitat (reunions, assaig...), i ajudant a trobar solucions a possibles reptes que se'ls plantegin.
- Facilitar a les veïnes la informació sobre **elMercat** (tant de l'AMCV com dels serveis presents al territori i a la ciutat).
- Generar espais de trobada que facilitin l'obertura del projecte al veïnat

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Activitats conjuntes de totes les entitats (Carnestoltes, Festa Major, Fira d'abril, Cap d'Any, etc.)
- Proposta de projectes entre diferents entitats amb interessos comuns: Ex. Associació Can Pujades i AFA Escola Nabí AFA Escola Xiprers pel Projecte d'aules ambientals.
- Cessió d'espais a veïnat i entitats per al desenvolupament d'activitats comunitàries (exemple: assemblea de joves, grup de gent gran...). Es podran cedir espais al veïnat per tal de desenvolupar activitats alineades amb els eixos del projecte i sempre que això no afecti les activitats habituals d'**elMercat**.
- Tutoria d'entitats. Aprofitar l'expertesa d'entitats ja existents per recolzar i orientar les propostes emergents.
- Servei d'informació. Aquest servei facilita informació sobre les activitats d'**elMercat** així com sobre els serveis que s'ofereixen als barris de muntanya i al Districte. També rebrà les iniciatives, propostes i necessitats del veïnat. Es duu a terme de forma presencial, telefònica o per Internet.
- Seu social de les entitats que no en tinguin i cessió/lloguer d'espai per a que puguin dur a terme les seves activitats (teatre, música, tallers, cuina, conferències, projeccions, exposicions, concerts, recitals, poesia, etc...).
- Es contempla també un espai d'armariets per les entitats, prèvia consulta (s'han d'establir bé els criteris de cessió o lloguer tant d'espais com d'armariets, i veure la ubicació adequada dels mateixos).
- Pla de formació anual: Es pot estudiar un seguit de formacions que puguin ser d'interès per a les diferents entitats i per al conjunt d'aquestes.
- Servei d'internet.
- Espai de trobada. S'ofereix un espai obert, de fàcil accés, còmode i adequat per estimular la interrelació entre les usuàries del centre.
- Agenda d'activitats al carrer. Es potenciarà sempre que sigui possible, la realització d'activitats a l'exterior d'**elMercat** per facilitar la visibilitat de les seves activitats i el coneixement del projecte pel conjunt de la ciutadania.

- Jornada de portes obertes. A l'inici de la seva activitat s'organitzarà una jornada de portes obertes per presentar l'equipament i el projecte al territori.

3. Treball en xarxa

Integració dels equipaments del barri al projecte d'**elMercat**. Treballar en xarxa amb altres equipaments, entitats i col·lectius, i l'administració pública.

Objectiu específic:

- Ser un agent complementari, en tant a ofertes d'activitats, horaris i difusió cultural, als equipaments existents en els barris de muntanya (CC Vázquez Montalbán, CC L'Elèctric, Vil·la Joana...)

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Participar en el calendari dels dies internacionals, el calendari festiu i tradicional, així com en les festes majors del territori: Sant Jordi, Carnaval, Nadal, Festa Major, etc.

Cultura de proximitat

Posem en el centre el valor transversal de la cultura com a eina de transformació social. Entenem **elMercat** com una plataforma al servei de la difusió dels artistes de la zona i els seus projectes, de debat sobre la creació i de cooperació entre els creadors de la muntanya.

Aquest espai es posa al servei dels barris de la muntanya amb la voluntat d'incentivar i promoure la reflexió, el pensament crític, la cultura, la història i el debat.

Des d'**elMercat** entenem la cultura com un dret fonamental que ha d'arribar a tots els col·lectius. Per nosaltres la cultura és una eina de desenvolupament comunitari que ens permet potenciar la llibertat d'expressió i la creativitat mitjançant processos de gestió individual i col·lectiva. Les expressions culturals sorgides "arran de terra" són un bé

comú gestat en la comunitat i que, per tant, ha de revertir-hi en forma de múltiples riqueses.

Volem treballar en xarxa amb la resta d'agents i equipaments dels barris per sumar esforços i ser complementaris. Generarem punts de trobada entre persones diverses, professionals, entitats, administració pública, col·lectius, veïns i veïnes... i potenciarem les expressions culturals compartides per enfortir el teixit social.

Treballem transversalment les qüestions de gènere, edats, cultura de la pau i respecte com a valors fonamentals de les nostres actuacions.

Objectius Cultura de proximitat

Per mitjà d'aquest eix plantejem els següents objectius generals dels quals en derivaran objectius específics. Ens centrarem a treballar per la satisfacció col·lectiva a través de la cultura, tot vehiculant-la a través de la proximitat.

Objectius generals:

1. Dinamitzar la vida cultural del barri.
2. Suport a la creació.
3. Coordinar i donar suport als diferents grups i entitats artístiques de l'AMCV.
4. Recuperar la memòria històrica dels barris de la muntanya.
5. Fomentar la participació i la cohesió del veïnat i les entitats a generar un marc cultural comú.

1. Dinamitzar la vida cultural del barri

Objectius específics:

1. Oferir una programació artística engrescadora que tingui en compte la diversitat d'interessos.
2. Garantir una bona qualitat de l'oferta programada seguint els criteris establerts per la comissió de programació.

3. Oferir una programació interessant per a tots els grups d'edat.
4. Augmentar i complementar l'oferta cultural existent que programen la resta d'equipaments de la zona.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Xerrades i debats
- Exposicions
- Espectacles de teatre, dansa...
- Concerts
- Cicles de cinema

2. Donar suport a la creació

Objectius específics:

1. Captació d'iniciatives artístiques i culturals ja existents dels veïns i veïnes i generar el bressol de noves.
2. Oferir especialment als artistes novells del barri, la possibilitat de tenir un espai de creació i exposició dels seus treballs.
Tindran protagonisme totes aquelles activitats que estiguin en la línia dels eixos del projecte.
3. Ser espai de difusió dels projectes artístics en residència.
4. Enriquir el procés de creació artística a través de la contraprestació.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius

- Cessió d'espais i Residències d'artistes. Promourem les trobades amb intercanvi d'experiències entre diversos grups d'artistes i l'equipament, amb l'objectiu de crear propostes de millora.

3. Coordinar i donar suport als diferents grups i entitats artístiques

Objectius específics:

1. Generar sinergies entre les diverses entitats culturals de l'AMCV per a compartir interessos, dificultats i enfortir els vincles.

2. Mostrar al veïnat la diversitat d'entitats artístiques existents i animar a participar-hi.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Programació conjunta de jornades culturals entre **elMercat**, les entitats i els barris.
- Mostra de les entitats i les seves creacions o processos de treball.

4. Recuperar la memòria històrica dels barris de la muntanya.

Objectius específics:

1. Treballar en la recuperació de la memòria històrica tot recuperant material audiovisual existent on es reflecteixi aquesta història, i la manera de viure al districte durant els segles XIX i XX.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Exposició de la feina iniciada: Memòries del districte Sarrià-Sant Gervasi, editada per Aigües de Barcelona.
- Projectió de pel·lícules i documentals (de cinema rústic elaborades per veïns i veïnes dels barris)
- Biblioteca vivent: Programar activitats lúdiques, on veïns i veïnes "de tota la vida" comparteixin les seves vivències i records sobre temes concrets dels nostres barris.

5. Fomentar la participació i la cohesió del veïnat i les entitats a través d'un projecte cultural comú

Objectius específics:

1. Desenvolupament de projectes i iniciatives que tinguin un interès especial sociocultural, estimulants el treball conjunt i la cooperació entre els diferents agents.

2. Fomentar la cohesió social i el sentiment de pertinença entre veïns i veïnes.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Disseny i dinamització d'un projecte bianual que aglutini el màxim nombre d'entitats i veïns i veïnes amb un eix conductor que sigui el vertebrador del projecte. (Per exemple: la figura de mossèn Cinto Verdaguer, el passat rural de les Masies de la zona, etc.)
- Participació en el projecte bianual dels centres educatius i la resta d'equipaments, el MHUBA, les entitats i veïns i veïnes, etc.
- Xerrades, tallers, espectacles, concerts, caminades...

Transició ecosocial

elMercat, especialment per la seva ubicació privilegiada com a punt de connexió entre Collserola i la ciutat de Barcelona, així com per la seva memòria històrica, són ingredients potencials per la creació d'un espai de referència en sostenibilitat i agroecologia.

No fa tants anys que el Mercat de Vallvidrera distribuïa aliments als barris de muntanya de Barcelona mitjançant circuits curts de comercialització. Actualment, molta gent ja no sap ni d'on ve allò que compra ni sota quins criteris s'ha produït (laborals, ambientals).

En aquest moment de crisis sistèmiques (sanitària, ecològica, econòmica, social...) moltes persones estem convençudes que és ara o mai, el moment que es produeixi una transició ecosocial, és a dir, de construir un altre tipus de societat, una societat fonamentada en una economia justa i de caràcter transformador.

Partint del propòsit de recuperar, en certa manera, el paper de l'antic Mercat de distribució alimentària als barris dels voltants i amb l'ambició de donar-li una empenta coherent amb els principis de l'economia social i

solidària (**ESS**)¹ en general, i de l'agroecologia especialment, aquesta proposta de projecte de gestió ciutadana d'**elMercat** pretén convertir l'antic Mercat de Vallvidrera en el pal de paller i punt de trobada de projectes agroecològics i ambientals de l'entorn, així l'ESS.

Objectius de l'eix ecosocial

Des de l'eix de transició ecosocial d'**elMercat**, aprofitant l'expertesa d'iniciatives de l'ESS (en especial en l'àmbit de l'agroecologia) del veïnat i col·lectius de la "muntanya", així com l'emplaçament particular dins el Parc Natural de Collserola (enllaç entre Barcelonès i Vallès Occidental), contribuïrem a dur a terme aquesta transició ecosocial, creant projectes, donant serveis i programant activitats en la línia dels següents objectius generals, dels quals se'n deriven objectius específics:

Objectius generals:

1. El consum conscient
2. L'agroecologia
3. La integració i la intercooperació
4. La sensibilització, educació ambiental i entorn rural

1. El consum conscient

Objectius específics:

1. Promoure la transició energètica donant a conèixer al veïnat la manera de consumir energies renovables de manera descentralitzada i més participativa.
2. Lluitar contra el malbaratament alimentari i fomentar la reutilització.
3. Fomentar el comerç de proximitat: facilitar contacte entre agricultors i consumidors a **elMercat**.

¹ L'economia social i solidària (ESS) és tot aquell conjunt d'iniciatives basades en la cooperació i el bé comú que persegueixen satisfer necessitats, funcionant sota criteris ètics, democràtics, ecològics i solidaris.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Projecció de documentals
- Xerrades de veïns i veïnes que ja hagin fet el pas a les renovables.
- Exposició visible de panells informatius sobre alternatives a l'oligopoli elèctric.
- Recull de persones/famílies interessades en compres col·lectives d'autoproducció i enxarxament.
- Tallers per donar a conèixer l'activitat ramadera de Collserola, gestió dels excedents dels horts, conserves i altres productes (tallers monogràfics com 'cuina d'aprofitament', elaboració de cervesa, cuines del món, formatges vegans i apicultura)
- Projecte Aula Ambiental a les escoles: Aquest projecte ja està en funcionament amb les escoles Nabí i Xiprers. Combina ensenyaments d'ecosistemes forestals, de cultiu agroecològic, d'aprofitament dels aliments i inclou tallers sobre insectes pol·linitzadors per als més petits.
- Projecte Mercat 2.0: Mitjançant la millora de l'App de l'Associació Can Pujades fer un canvi d'escala per arribar a més potencials consumidors dels productes de Collserola, oferint també visites regulars als productors per establir relacions de confiança, suport i arrelament.
- Mercat de llavor i planter: Banc de llavors d'origen local i mercat regular de planter ecològic, com a punt de proveïment i intercanvi per la Xarxa d'horts rurals de Collserola, fomentant les varietats locals i ecològiques.
- Fira agrícola de Collserola.
- Tallers de planters, poda i empelts.
- Espai de distribució agroecològic i cooperatiu: Zona de logística agroalimentària de l'associació Can Pujades, amb previsió de creixement.
- Facilitar l'ús de l'espai cuina per afavorir la relació i l'aprenentatge intergeneracional de tota mena de cuina i nutrició. Promoure menjars populars amb la participació del veïnat i entitats del barri per la degustació de productes dels proveïdors i horts de Collserola (àpats comunitaris).
- Espai Bricoteca: tallers de reutilització creativa i mercat d'intercanvi de productes i eines.

2. L'agroecologia

Objectius específics:

1. Fomentar l'acció comunitària a l'eix muntanya de Barcelona i als municipis de Collserola.
2. Donar a conèixer les pràctiques i beneficis de l'agroecologia.
3. Sobirania alimentària.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Dinamització d'un espai de trobada de projectes agroecològics i ambientals de l'entorn (xerrades amb Can Calopa, Can Masdeu, Can Pujades...).
- Oferir i mostrar informació sobre la Xarxa Ruralitzem de l'Associació la qual n'és membre Can Pujades.
- Informació de resultats de projectes d'investigació agroecològica d'universitats i centres d'investigació del territori.
- Taller i aula, tot tipus de cursos relacionats amb menjar, elaboració de begudes, de cosmètica, etc. (cuina tradicional...) vegana, pa amb massa mare, pastisseria, cuinar amb nens. (tallers de cuina amb adolescents, cuina de formatges vegans, elaboració de pa, elaboració de sabons).
- Participació en el Projecte Alimentem Collserola.
- Trobada de veïnat amb hort (o amb disponibilitat per cultivar) per compartir coneixements i necessitats. (Taller de permacultura amb Can Pujades).

3. La integració i la intercooperació

Objectius específics:

1. Intercooperar amb la resta de xarxes de l'ESS del territori
2. Generar oportunitats d'integració social

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius:

- Taules rodones sobre temes relacionats amb l'ESS convida SSG Coopera, Casa Orlandai...(trobades de la XEC, Xerrada mitjans locals).
- Xerrades per donar a conèixer projectes de l'ESS i eines com el Pam a Pam, el Balanç Social...
- Visites guiades per iniciatives de l'àmbit de l'ESS (inicialment, les del territori).
- Creació d'una xarxa d'intercanvi de treball.
- Cuina social, possibilitat d'un menjador espai per cuinar i compartir un àpat setmanal o quinzenal, la soledat i vellesa són aspectes molt importants als que l'alimentació compartida, pot donar molt valor, no mengis mai sol.
- Col·laboració amb la cooperativa Mujeres Palante per oferir un nucli a partir del qual es comencen a enxarxar i empoderar les dones migrades que venen als nostres barris a fer tasques de cures. Així mateix, s'oferirà informació a les usuàries d'aquests serveis per fer contractes que protegeixin i dignifiquin la feina d'aquestes dones.
- Cicle de cinema per la gent gran. (des de la Plataforma SomnisCineClub).
- Espai de col·laboració amb banc d'aliments per a persones del barri amb risc de pobresa, gestió d'aliments. Detecció i gestió de les necessitats de les persones veïnes més vulnerables.
- Cuina i noves cultures / Cuina amb idiomes. (taller cuina pakistanesa, cuina italiana i d'argentina)

4. La sensibilització i l'educació ambiental i entorn rural

Impulsar l'educació ambiental, amb la creació i reforç d'accions de sensibilització i divulgació i en col·laboració amb la Biblioteca Collserola-Josep Miracle i els centres cívics de la zona (en especial amb l'Aula Natura del Centre Cívic Vázquez-Montalbán), així com amb entitats expertes en la matèria d'interès.

Aquestes activitats aniran dirigides tant a públic infantil com adult/gran. Seran intergeneracionals, en la mesura que ho permeti l'enfocament de les mateixes.

Objectius específics:

1. Oferir coneixement sobre Canvi climàtic, ecosistemes i biodiversitat.
2. Oferir coneixement sobre Prevenció d'incendis.
3. Descobrir al veïnat el patrimoni històric i les zones rurals del territori.

Activitats relacionades a l'assoliment dels objectius

- Combinar sortides o recorreguts amb la descripció dels diferents ecosistemes que ens anem trobant en col·laboració amb l'Aula Ambiental del Centre Cívic.
- Panell i informació al web amb recomanacions de lectures de la Biblioteca per a tots els públics sobre les tres temàtiques (al web tenim una entrada que connecta amb el web de la biblioteca).
- Divulgació en matèria de prevenció d'incendis i relació amb el sotabosc i la biomassa forestal.
- Projecte Aula Ambiental a les escoles: Aquest projecte ja està en funcionament amb les escoles Nabí i Xiprers.
- Monogràfics sobre punts del patrimoni històric dels barris de muntanya.
- Programació d'excursions per visitar zones emblemàtiques, tant edificis com paratges del nostre entorn.



2. 2 Anàlisi de l'entorn dels barris de muntanya

2. 2. 1 Característiques de l'entorn sociocultural

Els principals barris de muntanya són sis: el cim del Tibidabo, el Mas Sauró, Can Rectoret, Mas Guimbau i Can Castellví, la Font del Mont i Vallvidrera.

L'edifici del Mercat de Vallvidrera es troba a l'inici del carrer Elisa Moragas i Badia, al bell mig del nucli de Vallvidrera. Aquest carrer és el principal eix de vida dels barris. En ell s'hi troba el CAP, la Biblioteca Josep Miracle, el Centre Cívic Vázquez Montalbán, l'Escola Nabí, l'Escola bressol la Puput, el Punt verd i el Camp de futbol. A part d'això, també està a dins del principal nucli comercial de la zona.

Hem de tenir en compte, però, que Vallvidrera, Tibidabo i les Planes (els coneguts com a Barris de Muntanya) és el barri més extens de Barcelona, amb una superfície d'11,5 Km², fet que provoca que la població, de 4.727 persones, visqui dispersada pels diferents nuclis que conformen el barri, fent que la densitat de població sigui de 390 Hab/Km² (la densitat de Barcelona és de 15.800 Hab/Km²). Demogràficament, és el barri de Barcelona amb més paritat del gènere (2.358 homes i 2.369 dones) i amb una població clarament concentrada en la franja dels nens, joves i adults grans [845 nens (el 17%), 534 joves (el 11%), 749 adults joves (el 15%), 1895 adults grans (el 40%) i 704 gent gran (el 15%)]¹.

Tot i així, i malgrat la dispersió dels seus habitants en el territori, la majoria de les veïnes d'aquests nuclis tenen com a referents culturals, socials i educatius els equipaments ubicats a la zona abans esmentada situada a l'eix plaça de Vallvidrera - Elisa Moragas. Les raons són les sinergies generades per l'aposta municipal en concentrar els equipaments en aquest eix.

Els barris de muntanya també es caracteritzen pel fort entramat associatiu que cohesiona aquests nuclis. Un teixit associatiu que ve de lluny amb entitats -com les associacions de veïns -que van treballant des dels anys 60

i un nombre molt important de noves entitats i organitzacions -detallades en l'apartat anterior- que han nascut recentment amb la voluntat de dinamitzar l'activitat social i cultural de la muntanya.

És evident que moltes entitats necessiten espais per tal de dur a terme les seves activitats, tan interns, com podrien ser reunions, assemblees o assajos, com també activitats obertes al veïnat, com per exemple: concerts, xerrades, debats o actuacions que tenen la necessitat d'un espai amb més gran aforament.

Però el que fa especial **elMercat**, són les particularitats d'aquest nou equipament. Tant pel seu gran aforament, com pel format arquitectònic que aporta unes característiques ideals pel desenvolupament de determinades arts escèniques. A més la gestió comunitària, al marge del foment de la participació ciutadana, hauria de permetre una major flexibilitat en l'obertura dels horaris.

2. 2. 2 Principals agents culturals dels barris de muntanya

Els principals equipaments culturals que es troben al voltant d'**elMercat** són:

- Centre Cívic Manuel Vázquez Montalbán (Vallvidrera)
- Biblioteca Josep Miracle (Vallvidrera)
- Casal de Barri Can Rector (El Rector)
- Centre Cívic L'Elèctric (Les Planes)

Tots aquests equipaments ofereixen un ventall ampli de serveis i activitats a les veïnes dels barris de muntanya.

En aquest apartat analitzem els principals serveis que ofereix cadascun dels equipaments, els punts forts, febles i el públic al qual estan més enfocats, així com les accions comunicatives més significatives que utilitzen per fer arribar missatges als seus usuaris.

Centre Cívic Manuel Vázquez Montalbán

Serveis principals

- Tallers i activitats centrats en l'exercici físic i cura personal.
- Activitats relacionades amb el medi ambient i l'entorn del parc de Collserola.
- Activitats per infants (espai infantil, manualitats, concerts, teatre).
- Activitats per joves (espai multimèdia).
- Activitats i tallers per a la gent gran.

Públic

- Infants.
- Joves.
- Famílies.
- Gent gran.

Punts forts

- Concerts gratuïts.
- Disposen d'espai exterior.
- Molt a prop de la Escola Nabí.
- Mateix espai que Biblioteca i bar.
- Oferta variada: joves-grans.
- Molt públic infantil.
- Possibilitat d'aparcar (si vens dels altres barris).
- Programació vinculada a l'entorn del parc natural.
- Disposen de bar amb terrassa.

Punts febles

- Espai infantil de pagament.
- Rigidesa d'horaris.
- Gestió externa / privada, no participativa.
- Funciona com una "extensió" de l'Escola Nabí (altres persones del barri que no van a aquesta escola, freqüenten menys la zona).

Mitjans i canals principals de comunicació

- Material imprès: Cartells i fulletons amb programació trimestral

- Website amb programació i possibilitat de fer inscripcions a tallers online.
- Xarxes socials:
 - Twitter (1.387 seguidors)
 - Facebook (1.224 seguidors)
 - Instagram (1.991 seguidors)
 - Youtube

Biblioteca Josep Miracle

Serveis principals

- Préstec de llibres.
- Àrea infantil.
- Contacontes i presentacions de llibres.
- Tallers de caire agroecològic.
- Bibliollavors (préstec de llavors).
- Club de lectura.
- Festivals relacionats amb la literatura i la natura (Laternatura)

Públic

- Públic general
- Infants
- Joves
- Gent gran

Punts forts

- Projecte transversal de lectura i medi ambient (projecte Bibliollavors)
- Infants molt presents amb possibilitats d'entreteniment

Punts febles

- Horaris limitats. No estan oberts cada matí, només els dimarts i els dissabtes.
- Sol haver-hi soroll a les tardes perquè hi ha molta canalla.

Mitjans i canals principals de comunicació

- Material imprès: Cartells.
- Website informativa amb programació.

- Xarxes socials:
 - Facebook (661 seguidors)
 - Instagram (1.009 seguidors)
 - Youtube

Casal de Barri Can Rector

Serveis principals

- Activitats creatives i familiars.
- Esports i expressió corporal.
- Medi ambient i ciències naturals.

Públic

- Públic general
- Infants
- Joves
- Famílies

Punts forts

- Punt de trobada per a les veïnes.
- Activitats infantils i familiars.
- Curs de ceràmica amb torn.
- Sala infantil amb bon material.
- Hort comunitari.
- Activitats relacionades amb la ciència, robòtica i astrologia.

Punts febles

- Poc accessible.
- Les usuàries viuen a prop de l'equipament.

Mitjans i canals principals de comunicació

- Material imprès: Cartells.
- Website informativa amb programació.
- Xarxes socials:
 - Facebook (588 seguidors)
 - Instagram (458 seguidors)

- Youtube (molt inactiu)
- Twitter (243 seguidors)

Centre Cívic L'Elèctric

Serveis principals

- Tallers culturals.
- Tallers d'expressió artística (dansa, guitarra, clown).
- Activitats en família.
- Visites i itineraris (Collserola, etc).
- Banc del temps.
- Tallers de connexió amb el territori (ornitologia, plantes, excursions).
- Ofereix espai pels peques (0-12) i activitats.
- Ofereix espai jove (12-18) i activitats.
- Espai per a gent gran (els dimecres).

Públic

- Públic general
- Infants
- Joves
- Famílies

Punts forts

- Bona connexió amb transport públic.

Punts febles

- Al costat de les vies del tren, sense espai exterior.

Mitjans i canals principals de comunicació

- Material imprès: Cartells.
- Website informativa amb programació.
- Xarxes socials:
 - Facebook (1.438 seguidors)
 - Instagram (634 seguidors)
 - Twitter (1.105 seguidors)
 - Youtube (molt inactiu).

2. 3 Anàlisi DAFO elMercat

Anàlisi interna

Punts forts

- Bona participació del voluntariat
- Aconsegum desvincular-nos de l'Ajuntament identitària i organitzativament
- Programació variada / original
- Horari (flexibilitat)
- Sala gran amb potencial (max. 200 persones)
- Altaveu de comunicació informal fora de canals oficials (La Vall de Vidre, whatsapp)
- Edifici significatiu i reivindicat pel barri
- Punt de projecció de la gent dels barris

Debilitats

- Poca distribució de càrrega de treball
- Públic molt variat, difícil canalitzar informació
- Territori dispers
- Falta d'espai exterior / intermedi
- Activitats puntuals de pagament a diferència d'altres equipaments
- Percepció de la gent: "som els de sempre"
- Estar sota les directrius econòmiques, administratives i burocràtiques de l'Ajuntament
- Falta d'espai per treballar - falta d'equipament tècnic

Anàlisi externa

Oportunitats

- Barri actiu associativament
- Col·laboració amb altres equipaments
- Espai cèntric
- Formem part de la "XEC" (Xarxa Espais Comunitaris) i de la taula de Patrimoni Ciutadà

Amenaces

- Altres equipaments dels barris: Elèctric, Centre cívica + biblio, Rectoret
- Possible Canvi de Govern Municipal
- Dificultat d'accés (altres barris) falta d'aparcament

2. 4 Mapa de públics d'elMercat

Definició del nostre públic:

Per tal de poder definir bé l'estratègia comunicativa d'**elMercat** creiem que és important fer una diagnosi dels diferents públics que trobarem a la muntanya i l'equipament.

És per això que dividim l'espai comunicatiu en 3 grans grups per tal de definir quines seran les millors vies per arribar-hi. A la vegada, aquests grups es divideixen en subgrups específics definits per la comissió de comunicació.

Així, les tres categories que definim són les següents:

1- Edat:

Diferenciem el veïnat segons la seva edat i etapa vital. Així, definint el tipus d'activitat que oferim podem relacionar-ho amb el subgrup corresponent i afinar el missatge i el canal.

Dins d'aquest apartat diferenciarem d'entre dos grups de públics: aquell públic amb el qual els canals establerts ja funcionen i al qual ja interpel·lem (Públic Actual: Gent Gran, Famílies i General) i el Públic al qual volem arribar i amb el qual estem investigant els canals que millor ens poden funcionar (Públic Objectiu: Adolescents).

Adolescents

Vivim en un barri sense centres d'educació secundària. Això fa que molts dels joves que acaben l'etapa de primària en centres del barri, hagin de marxar a estudiar a Barcelona o el Vallès, trencant l'arrelament creat en aquesta primera etapa. Per això creiem important definir el grup d'adolescents com a grup específic, ja que **elMercat** representa una oportunitat important perquè els joves puguin seguir trobant-se als barris i mantenir l'arrelament en una etapa d'especial individualisme. A més, **elMercat** permet una autogestió més gran que en centres de gestió privada, obrint així la porta a projectes que puguin tenir lligats als seus interessos.

Famílies

La muntanya està representant un punt especial d'increment de natalitat. Les famílies es troben bé al barri i això fa que també es necessiti una oferta cultural i social de públic familiar. A més, dins de l'associació comptem amb les diferents AFAs i AMPAs del barri, fet que augmenta les possibilitats de programar activitats infantils i familiars.

Gent Gran

Vallvidrera, Tibidabo i les Planes és un barri molt disgregat. Amb dificultats de mobilitat important i on la gent gran sovint es troba aïllada i sola. Per altra banda, **elMercat** se situa en un lloc estratègic, al costat de la plaça i a prop de parades de transport públic. A més està 100% adaptat per a persones amb mobilitat reduïda. Aquestes condicions fan que aquest equipament sigui ideal per programar activitats destinades a aquest públic i esdevingui punt de trobada per a tota la gent gran del barri. Aquest subgrup, és especialment delicat pel que fa a la comunicació, ja que sovint no disposa dels recursos tecnològics adients per a fer un seguiment habitual de les activitats que es programen. És per això que cal pensar estratègies més analògiques i properes a l'hora de fer-los arribar el missatge.

Públic General

La majoria d'activitats programades van destinades al públic general. Ens interessa sobretot que el projecte d'**elMercat** sigui transversal pel que fa a l'edat i, per tant la intergeneracionalitat de les activitats és un objectiu en si mateix. És per això que a l'hora de comunicar, és important valorar totes les vies disponibles per arribar a la gent.

2- Proximitat territorial:

Vallvidrera, Tibidabo les Planes, és el barri més gran de Barcelona pel que fa extensió. És per això que comunicativament és rellevant entendre quins són els nuclis de població, com s'interrelacionen amb ells i quina relació té el veïnat de cada zona amb **elMercat**. Diferenciem 3 zones que ens serviran per definir l'estratègia comunicativa per a cadascuna d'elles.

Establirem dos grups de públics: aquell públic amb el qual els canals establerts ja funcionen i al qual ja interpel·lem (Públic Actual: Entorn proper) i el Públic al qual volem arribar i amb el qual estem investigant els canals que millor ens poden funcionar (Públic Objectiu: Veïnes dels diversos nuclis dels barris de la muntanya).

Entorn proper

Són les veïnes que viuen a la zona de la serra de Vallvidrera. A no més de 5-10 minuts caminant de l'equipament. Que passen per davant per a fer les tasques quotidianes com anar a comprar, passejar, portar infants a l'escola...

Nuclis de muntanya

Veïnes dels diferents nuclis del barri (Mas Sauró, Font del Mont, Mas Guimbau-Can Castellví, Can Rectorret...). Gent que viu al barri però que ha d'agafar algun tipus de vehicle per arribar a **elMercat**. Comunicativament és més complicat arribar-hi, ja que viuen en barris molt disgregats on la comunicació analògica en forma de cartells es complica al no tenir punts d'informació clars. A més la dificultat que representa la mobilitat fa que l'oferta hagi de ser més atractiva per a convence'ls a que vinguin.

Nuclis urbans propers: **elMercat** neix amb la voluntat d'esdevenir un punt de referència en cadascun dels 3 eixos que representa. És per això que, malgrat no sigui la màxima prioritat, també es programen activitats dirigides al públic en general, fora del marc del barri. Per tant, també haurem de tenir en compte com arribar a aquest públic, que, de moment, no té la voluntat d'anar a mirar quina és la programació de l'equipament.

3-Proximitat al projecte:

Malgrat **elMercat** neix com un equipament de gestió comunitària dins d'un barri especialment actiu associativament, hem de tenir en compte les diferents relacions que té **elMercat** amb el veïnat segons la implicació i el grau de coneixença del projecte. Dins d'aquest apartat diferenciarem d'entre dos grups de públics: aquell públic amb el qual els canals establerts ja funcionen i al qual ja interpel·lem (Públic Actual: Persones actives dins del projecte i Membres de les entitats) i el Públic al qual volem

arribar i amb el qual estem investigant els canals que millor ens poden funcionar (Públic Objectiu: Veïnes externes al projecte).

Persones actives dins el projecte

Són aquelles veïnes que participen del dia a dia del projecte, en les comissions i a l'hora de programar activitats. Se senten el projecte com a seu.

Membres de les entitats de l'associació

Són persones que malgrat formen part d'alguna entitat de l'AMCV no tenen una relació directa amb el projecte. Seria, per exemple, un membre de la coral que més enllà del dia d'assaig, no participa ni de cap altra activitat ni de l'organització interna de l'equipament. Públic potencialment molt proper a la programació i gestió d'**elMercat**.

Veïnes externes al projecte

Persones que no formen part de l'organització ni participen de cap activitat. Són veïnes que encara no tenen **elMercat** com a punt de referència al barri. Comunicativament, és el grup més complicat, ja que s'ha de fer un esforç actiu a l'hora de fer-los arribar el missatge.

3. Planificació estratègica

A continuació anomenem la diversitat d'objectius de la comunicació que hem identificat al llarg d'aquest treball d'investigació. Aquest estudi aplica, per una banda, al territori, població i agents culturals, i per l'altra, a la revisió del projecte: missió, valors, eixos, i objectius d'aquest. Anomenem els objectius i a continuació adjuntem les estratègies que responen a la pregunta: com assolim els objectius?

Finalment expliquem la diversitat d'accions que, rere un treball d'anàlisi i desenvolupament, deriven d'aquestes estratègies.

3. 1 Objectius de comunicació

1. Presentar el projecte a la totalitat dels barris de muntanya.
2. Creació i estabilització dels diferents canals de comunicació amb el nostre públic.
3. Afiançar i incrementar la implicació de més persones al projecte.
4. Establir elMercat com a punt de difusió de l'activitat dels barris de muntanya i d'activitats de projectes en sintonia.
5. Recollir les valoracions, demandes i necessitats de la població dels barris de muntanya.

3. 2 Estratègies de comunicació

1. Presentar el projecte a la totalitat dels barris de muntanya.

- Generant una identitat gràfica pròpia: logo, tipografies, paleta de colors, etc. que doti de personalitat pròpia **elMercat** i en faciliti la identificació per part del nostre públic.
- Dissenyant de campanyes periòdiques per donar a conèixer el projecte als barris de muntanya i convidar les veïnes a sentir-se'l seu.
- Establint estratègies de difusió que facilitin que la població estigui al cas de la programació.
- Utilitzant un llenguatge propi i inclusiu per a una comunicació periòdica amb identitat i continuïtat.

Accions vinculades a l'assoliment dels objectius:

- Sofà participatiu: Acció amb la qual **elMercat** va traslladar-se a cada barri de forma física presentant-se a les veïnes, i demanant quin tipus d'iniciatives o activitats els agradaria que tingués la programació de l'equipament. D'aquesta manera és l'equipament qui es trasllada als barris, interpel·lant i involucrant les veïnes, tot

recollint les seves propostes, i tenint-les en compte per al disseny i contractació de la programació.

- Campanya d'encartellament dels barris.
- Campanya pancartes: Disseny de 5 pancartes (1 per cada nucli urbà o barri) personalitzades on es cridi a la participació de l'activitat d'**elMercat**. En aquestes hi apareixerà un QR que redirigirà a un arxiu de fotografies de l'activitat d'**elMercat** on hi apareguin persones dels diversos barris, i publicar-les al web.
- Ús d'un llenguatge inclusiu, en femení i en primera persona en tota la comunicació de les activitats d'**elMercat**.
- Fer promoció a xarxes i web, de la descentralització de l'activitat de l'equipament als altres barris.
- Generar contingut (en xarxes i físic) que convidi a la participació i implicació del teixit veïnal en les comissions i l'activitat de l'equipament.
- Promoció de les activitats dels altres equipaments i viceversa.
- Bocaorella i grups d'info dels barris de muntanya.

2. Creació i estabilització dels diferents canals de comunicació amb el nostre públic.

- Identificant els diferents canals de comunicació en funció del nostre públic.
- Establint relació amb altres projectes de premsa (La Vall de Vidre, El Jardí i altres).

Accions vinculades a l'assoliment dels objectius:

- Generar l'espai web i establir-ne el disseny i disposició de la informació.
- Crear xarxes socials: Instagram, Twitter.
- Crear butlletí.
- Crear canals de difusió telefònica: InfoWhatsapp, Infotelegram.

- Generar dissenys base (díptics, cartelleria) per presentar les diverses activitats amb l'objectiu d'arribar a públic adult i gent gran.
- Actualitzar el Web, Instagram i demés canals telemàtics per arribar al públic jove i adult.

Públic	Canals de comunicació
Gent gran	- Material imprès - Publicacions a “ La Vall de Vidre” - Agenda El Jardí - Comunicació per canal d'Info de Whatsapp - Butlletí
Joves i Famílies	- Material imprès - Web - Comunicació per grups de Whatsapp i Telegram - RRSS - Butlletí
Públic General	- Material imprès - Publicacions a “La Vall de Vidre” - Web - Comunicació per grups de Whatsapp i Telegram - RRSS - Butlletí

3. Afiançar i incrementar la implicació de més persones al projecte.

- Buscant estratègies per apropar l'activitat a aquelles que no estan en contacte ni arriben a entrar a l'equipament.
- Mobilitzar la participació social més enllà de les persones ja implicades al projecte.
- Augmentant el compromís de les persones voluntàries en l'associació.
- Augmentant el nombre de persones que coneguin l'activitat de l'equipament a través de xarxes socials.
- Donant a conèixer el projecte a professionals de diversos sectors dels barris de muntanya, convidant-los a presentar-se com a talleristes.
- Inclouent informació sobre com participar a l'AMCV i l'equipament als díptics de les programacions trimestrals i al web.
- Enviant la nostra agenda de programació mensualment a mitjans de comunicació: La Directa, BTV, El Jardí, La Vall de Vidre, laMosca.tv, etc.
- Oferint una comunicació de qualitat: presencial, telefònica (trucada i canals d'info), al web i a les xarxes.
- Utilitzant llenguatge inclusiu amb el qual les veïnes se sentin interpel·lades i puguin sentir-se el projecte seu.

Accions vinculades a l'assoliment dels objectius:

- Exposar breument el projecte en l'atenció al públic de l'equipament.
- Incloure una breu explicació del projecte al web i als díptics trimestrals de programació.
- Convidar aquelles que entren a l'equipament a endur-se la programació i apuntar-se al butlletí/grups d'Info.
- Incloure resums mensuals de l'activitat realitzada al butlletí (amb imatges i altres motius) i publicitar-hi les activitats pròximes amb una breu explicació sobre com participar.
- Celebrar **jornades de portes obertes** (a l'exterior o amb motius a exterior que convidin a entrar) periòdiques on es presenti el projecte, les entitats, i es faciliti el contacte per a participar-hi (associar-se,

fer-se voluntària, acudir a actes o activitats organitzades per l'equipament).

- Establir indicadors i seguiment d'aquests per valorar l'expansió, en xarxes, de l'equipament. A través de plataformes com eines digitals **(Mailchimp, Google analytics, Wordpress i Instagram)** podem accedir a informació sobre l'estadística de participació en les activitats, impacte i progrés del projecte.
- Tenir una estratègia de difusions periòdiques i conseqüents per mitjà de les xarxes, butlletí i grups d'informació.

Campanyes de difusió per a augmentar la participació:

- Creació de material específic de crida a la participació (cartelleria, roll-ups).
- Creació de díptics específics on es presenti el funcionament i possibilitats de participar en l'equipament. Es presenta el funcionament de l'equipament i les possibilitats de participació en les comissions i en els grups de treball que s'estan generant a les comissions.
- Creació de cartelleria on es presentin les comissions i grups de treball.

4. Establir elMercat com a punt de difusió de l'activitat dels barris de muntanya i d'activitats de projectes en sintonia.

- Establint una comunicació fluida i regular amb els membres de les entitats de l'AMCV per traslladar la informació sobre els esdeveniments que aquestes plantegen fer durant l'any i poder planificar-ne la promoció.
- Establint canals de comunicació amb entitats, col·lectius i persones dels barris, convidant-los a participar en el projecte i posant-nos al servei de promocionar les activitats que duen a terme (sempre i quan estiguin en consonància amb **elMercat**, és a dir, amb els principis i valors del projecte).
- Establint canals de comunicació amb equipaments dels barris, posant-nos al servei de promocionar les activitats que duen a terme

(sempre i quan estiguin en consonància amb **elMercat**, és a dir, amb els eixos, principis i valors).

- Difonent activitats d'entitats i equipaments que treballen en sintonia amb els eixos, principis i valors del nostre projecte: medi ambient, economia social i solidària, projectes de gestió comunitària.
- Promovent actes d'altres projectes de gestió comunitària com CulturaCom amb altres centres com Casa Orlandai, Ateneu Harmonia, Casal del Pou de la Figuera, Ateneu de Nou Barris...

Accions vinculades a l'assoliment dels objectius:

- Disseny de díptics trimestrals amb la programació de l'equipament, que incloguin un espai per a la programació de les entitats i d'altres col·lectius i persones dels barris de muntanya.
- Promoció dels actes de totes les entitats i col·lectius de la zona en xarxes i altres canals.
- Redacció de resums d'activitat interna i externa a **elMercat** inclosa en els butlletins de l'equipament.
- Generar un arxiu al web on penjar els resums o ressenyes d'actes d'altres projectes de gestió comunitària o esdeveniments participatius, convidant el nostre públic a conèixer-los i establint una xarxa d'enfortiment entre els projectes afins.
- Impressió de cartelleria de la diversitat d'activitats i exposició d'aquesta a l'equipament.
- Actualitzant periòdicament els esdeveniments al web.
- Creació d'un mapa interactiu d'entitats al web (on el públic podrà accedir a la informació de les entitats i conèixer la xarxa)
- A llarg termini crear un calendari interactiu de les activitats de l'equipament i del barri.

5. Recollir les valoracions, demandes i necessitats de la població dels barris de muntanya.

- Recollint l'experiència de les usuàries.
- Recollint les demandes de la població.
- Generant sinergies amb els altres equipaments i construint una programació complementària entre equipaments, tractant de promoure el bon funcionament i èxit de les activitats de la xarxa d'equipaments del territori.

Accions vinculades a l'assoliment dels objectius:

- Elaboració d'enquestes: elaboració i enviament d'enquestes a les usuàries per valorar el nivell de satisfacció amb les activitats realitzades.
- Elaboració d'enquestes: elaboració d'enquestes a omplir In situ per a les usuàries per valorar el nivell de satisfacció amb les activitats realitzades.
- Creació, promoció i manteniment d'una bústia participativa al mateix equipament on les persones puguin proposar activitats.
- Implementant periòdicament la campanya: Sofà participatiu. Acció amb la qual **elMercat** va traslladar-se a cada barri de forma física presentant-se a les veïnes, i demanant quin tipus d'iniciatives o activitats els agradaria que tingués la programació de l'equipament. D'aquesta manera fou l'equipament qui es traslladà als barris, interpel·lant i involucrant les veïnes, tot recollint les seves propostes, i tenint-les en compte per al disseny i contractació de la programació.

3. 3 Missatges i paraules claus

3. 3. 1 Missatges

Des de la comissió i l'equipament ens preguntem quins missatges volem transmetre. Podem extreure 3 missatges principals que siguin sempre presents en la comunicació amb el públic:

1. **elMercat és un espai de trobada inclusiu i transgeneracional, obert a la participació des de la tolerància i el respecte.** Es tracta d'un emplaçament lliure de violències i desigualtats (econòmiques, de gènere, culturals...) que esdevé un lloc d'intercanvi d'experiències socials i culturals.
2. **elMercat és un espai que ofereix propostes culturals, transformadores i de proximitat.** És altaveu de l'acció que genera el teixit veïnal i dels seus interessos, i aposta per la promoció de l'activitat agroecològica del territori, pel consum responsable, per una economia social i solidària i per l'apoderament del teixit associatiu.
3. L'edifici rehabilitat que constitueix l'equipament és l'**antic Mercat del barri de Vallvidrera**, on el veïnat comprava els queviures. Es pretén **promoure el rescat, recuperació i promoció de l'activitat tradicional i vetllar per la protecció del patrimoni històric.**

3. 3. 2 Com ens volem comunicar?

- Comunicació inclusiva, en primera persona i informal.
- Utilitzem el femení genèric (companyes, veïnes)
- Utilitzarem imatges informals i quotidianes (de l'acció dels tallers i esdeveniments).
- Hem creat una identitat gràfica que ens representi i permeti identificar-nos. Aquesta identitat consta d'un conjunt de colors i tipografies, però també es caracteritza per la flexibilitat.

Posarem per davant adequar-nos a les necessitats i característiques de les activitats, entitats i les persones concretes.

Prioritzarem que aquestes conservin la pluralitat de les seves identitats.

La identitat comunicativa d'**elMercat** inclou la flexibilitat en pro de la representativitat de la diversitat dels projectes del territori.

3. 3. 3 Paraules claus:

- Participació
- Comunitat
- Veïnes
- Ecosocial
- Cultura
- Feminisme
- Inclusió
- Transversalitat
- Transgeneracionalitat
- Barris de muntanya
- Creativitat
- Proximitat
- Patrimoni
- Mercat
- Associacionisme
- Ecologia
- Agroecologia
- Democràcia
- Solidaritat
- Autogestió
- Cooperació
- Reflexió
- Pensament crític
- Història
- Debat
- Pluralitat
- Sostenibilitat

- Economia transformadora
- Economia social i solidària
- Intercooperació
- Educació ambiental
- Entorn Rural

3. 4 Cronograma

Des de la data d'obertura de l'equipament, hem dissenyat tres programacions trimestrals. Cadascun dels llançaments de les programacions ens ha demanat dur a terme un procés de planificació: disseny, calendari, presentació, promoció i comunicació d'aquestes programacions.

En aquests processos hem experimentat amb idees, eines i recursos que han derivat en estratègies i accions que hem anat organitzant i implementant fins a l'elaboració del següent cronograma.

Aquest cronograma permet veure l'acció programada al llarg del procés complet d'activitat trimestral, deixant veure les tasques (en l'àmbit intern i extern) necessàries per exercir l'activitat comunicativa de l'equipament.

Inclou les tasques de disseny de les programacions, la introducció de la informació al web i el maneigament de les xarxes socials.

Inclou també el seguiment i manteniment de les relacions amb els mitjans de comunicació locals i la promoció dels resums d'activitat.

L'objectiu de la seva elaboració ha estat optimitzar l'organització de les tasques, detectar mancances, i dimensionar els requeriments amb relació a les capacitats de l'equip tècnic i la comissió de comunicació.

Aquest cronograma² pretén ser funcional i per tant, serà un document viu i canviant amb relació a les necessitats que, l'equip tècnic, l'AMCV, i la comissió de comunicació, anem detectant.

El cronograma que presentem és trimestral i per tant, recull tot el procés previ al llançament de la programació juntament amb el durant i el post.

² Veure annex adjunt 2(Cronograma trimestral)

Aquesta estructura es repetirà sempre de la mateixa forma, de manera que aquest cronograma continuarà sent funcional trimestre rere trimestre, essent una estructura viva i editable, on les noves idees, accions o campanyes es podran anar afegint.

La **campanya del Sofà participatiu** es va implementar per primer cop abans d'obrir l'equipament, durant el procés de posada en marxa del projecte. Això fou entre maig i juny de 2021, una estratègia comunicativa amb l'objectiu de cridar l'atenció del veïnat, presentar el projecte i recollir propostes de programació.

Creiem que seria interessant tornar a implementar aquesta campanya a finals del trimestre abril-juny, de manera que es pugui repetir aquest procés de participació paral·lelament a l'elaboració de la programació del trimestre vinent.

La idea de crear **Pancartes per als barris** va sorgir al llarg del primer trimestre de l'any 2023 (gen-març), i creiem que pot ser interessant implementar-la de cara al trimestre octubre-desembre 2023, després de l'estiu.

Quan va sorgir la proposta de generar una **bústia d'idees i propostes** a l'equipament, vam pensar que seria interessant mantenir-la durant tot l'any.

4. Conclusions

En aquest apartat volem fer una valoració del procés d'elaboració del Pla de Comunicació d'**elMercat**, posant de manifest tot allò que hem après, desenvolupat i implementat conjuntament.

Hem realitzat el primer Pla de comunicació de l'equipament, donat que aquest va obrir portes el setembre del 2022 i arribarà pròximament al seu primer any de vida.

Es tracta d'un primer apropament i posada en comú al qual hem començat a definir com ens volem relacionar amb l'entorn i el nostre

públic. **Hem fet un treball d'estudi del territori i els seus agents culturals, els seus barris, la població i el mateix equipament.**

Conèixer l'escenari al qual ens trobem ens permet situar-nos amb consciència, tot identificant les nostres pròpies característiques, mancances, necessitats, punts forts i possibilitats.

Un altre puntal de coneixement que ens ha permès detectar les necessitats i **objectius de la comunicació, ha estat tenir presents els objectius del projecte, juntament amb la missió i els valors d'aquest.**

D'aquesta manera hem construït una **identitat gràfica i comunicativa** amb consonància amb el projecte, proposant estratègies i accions alineades als principis i valors d'aquest. En la mesura en la qual **elMercat** avanci, anirem implementant millores i detectant noves necessitats.

Hem generat uns canals de comunicació que anirem consolidant, enfortint i fent créixer, de manera que **generin cada cop més ressò als barris** i conseqüentment, estenguin les ganes de conèixer i descobrir **elMercat** a aquelles a qui encara no hagi arribat.

Volem posar en relleu algunes de les propostes d'acció que hem anat recollint en aquest Pla, i que han anat sorgint des d'abans de l'obertura de portes de l'equipament, durant el procés d'obertura, i al llarg d'aquest primer any de funcionament.

Comencem amb **el Sofà participatiu**, que fou una acció de crida i presentació del projecte amb molt de ressò i bona rebuda.

Mencionar també la implementació del **butlletí mensual** amb fotografies i resums d'activitat, **l'espai web**, en constant canvi i moviment, i el **projecte de les Pancartes als barris.**

De cara al futur volem treballar en altres iniciatives ja esmentades, de les quals en destacarem la iniciativa del **Calendari interactiu i el Mapa d'entitats.**

Per tal de fer possible una òptima labor comunicativa pensem que és important mantenir una correcta i fluida **comunicació interna (entre l'equip, comissions i l'AMCV) i externa (entre equip, AMCV i els altres agents culturals dels barris).**

Al llarg d'aquest primer any hem establert alguns **indicadors** que ens serviran per avaluar si les estratègies i tàctiques esmentades amb anterioritat són eficients per assolir els objectius comunicatius plantejats.

Un dels objectius centrals del Pla és assolir una identitat comunicativa que presenti **elMercat** com un **equipament arrelat al territori**, obert a la participació, a l'intercanvi transgeneracional i la cooperació entre agents, potenciant així el teixit veïnal.

Pensem que aquest Pla és un projecte viu on la **construcció i revisió** de l'estratègia comunicativa de l'equipament, de forma conjunta i regular, és fonamental. En aquest procés hi prendran partit **l'equip tècnic, la comissió de comunicació i l'AMCV**. És per això que volem afiançar aquest circuit d'acció i fomentar la participació veïnal a la comissió de comunicació.

5. Annexos

5.1 Annex 1

Guia d'estil elMercat

Tipografies:

TÍTOLS
Subtítols

Krona One

TEXT
text

Montserrat

Colors

	#A1D091		#67ACA9
	#568247		#458EAF
	#E3D0B9		#D87E28
	#FFFFFF		#BB5127
			#AC2023

Marca i logo:



5. 2 Annex 2

Cronograma trimestral [\(PDF\)](#)

CRONOGRAMA TRIMESTRAL		MARÇ													
		SETMANA 3							SETMANA 4						
ACCIÓ		DIA	DM	DMC	DI	DIY	DIA	DM	DMC	DI	DIY	DIA	DM	DMC	DIY
Cartelleria	Elaboració de díptics, cartelleria i calendaris quinzenals amb la programació de l'equipament	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x		
	Elaboració de cartelleria individual per esdeveniments (concerts, xerrades, exposicions i altres)								x	x					
	Cartells individuals									x	x	x			
Web	Introducció de la programació trimestral			x	x	x			x	x	x	x	x		
	Adaptació dissenys de cartelleria web				x	x			x	x					
	Revisió/actualització info del web	x	x		x	x			x	x					
Xarxes	Twit per activitat	x													
	Publicació instagram	x													
	Stories d'activitat recent, promoció de publicacions (equipament, AMCV, barris i altres equipaments)	x	x	x	x	x									
	Promoció d'activitats afins a xarxes				x						x				
Butlletí	Mailchimp de recordatori de cada bocí														
	Mailchimp d'activitat mensual												x		
Premsa	Enviament agenda mensual				x					x					
	Redacció continguts			x	x	x			x						
Info	Enviament calendaris quinzenals														
	Promoció de les activitats de l'equipament i demés equipaments i recordatoris d'activitat	x		x		x			x		x		x		
Planificació	Elaboració/revisió del cronograma trimestral		x	x	x	x			x	x	x				
	Elaboració continguts periòdics									x					

CRONOGRAMA TRIMESTRAL		ABRIL																							
		Surt programació i obrim inscripcions						Tancament inscripcions						Inici de l'activitat											
		SETMANA 1 (SETMANA SANTA)						SETMANA 2						SETMANA 3						SETMANA 4					
		DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA
ACCIÓ		DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA	DI	DA
Cartelleria	Elaboració de díptics, cartelleria i calendaris quinzenals amb la programació de l'equipament																								
	Elaboració de cartelleria individual per esdeveniments (concerts, xerrades, exposicions i altres)		X		X				X		X				X		X				X		X		
	Cartells individuals	X	X																						
Web	Introducció de la programació trimestral																								
	Adaptació dissenys de cartelleria web							X	X									X	X						
	Revisió/actualització info del web							X	X											X					
Xarxes	Twit per activitat							X										X							
	Publicació instagram							X										X							
	Stories d'activitat recent, promoció de publicacions (equipament, AMCV, barris i altres equipaments)	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
	Promoció d'activitats afins a xarxes			X					X							X							X		
Butlletí	Mailchimp de recordatori de cada bocí																	X							
	Mailchimp d'activitat mensual	X																							
Premsa	Enviament agenda mensual														X					X					
	Redacció continguts														X	X	X		X						
Info	Enviament calendaris quinzenals	X												X											
	Promoció de les activitats de l'equipament i demés equipaments i recordatoris d'activitat	X		X	X			X	X	X			X		X	X		X		X		X			
Planificació	Elaboració/revisió del cronograma trimestral																								
	Elaboració continguts periòdics		X	X	X	X								X	X	X	X								

[illegible]

	CRONOGRAMA TRIMESTRAL	JUNY																											
																finalitza la programació													
		SETMANA 2							SETMANA 3							SETMANA 4							SETMANA 5						
	ACCIÓ																												
Cartelleria	Elaboració de díptics, cartelleria i calendaris quinzenals amb la programació de l'equipament																												
	Elaboració de cartelleria individual per esdeveniments (concerts, xerrades, exposicions i altres)	x		x																									
	Cartells individuals																												
Web	Introducció de la programació trimestral																												
	Adaptació dissenys de cartelleria web	x	x																										
	Revisió/actualització info del web			x						x							x									x			
Xarxes	Twit per activitat							x																	x				
	Publicació instagram							x																	x				
	Stories d'activitat recent, promoció de publicacions (equipament, AMCV, barris i altres equipaments)	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x			x	x	x											
	Promoció d'activitats afins a xarxes				x						x																		
Butlletí	Mailchimp de recordatori de cada bocí	x							x							x													
	Mailchimp d'activitat mensual																												
Premsa	Enviament agenda mensual																	x									x		
	Redacció continguts																	x	x	x					x				
Info	Enviament calendaris quinzenals	x														x													
	Promoció de les activitats de l'equipament i demés equipaments i recordatoris d'activitat	x		x		x			x		x		x		x			x						x		x		x	
Planificació	Elaboració/revisió del cronograma trimestral																									x	x	x	x
	Elaboració continguts periòdics		x	x	x	x											x	x	x	x									

CAMPANYA PANCARTES	*	ENS PLANTEGEM IMPLEMENTAR-LA AL SETEMBRE-OCTUBRE
CAMPANYA SOFÀ PARTICIPATIU	**	ENS PLANTEGEM UNA IMPLEMENTACIÓ PERIÒDICA AL MAIG-JUNY
JORNADA DE PORTES OBERTES	***	ENS PLANTEGEM UNA IMPLEMENTACIÓ PERIÒDICA AL SETEMBRE-OCTUBRE