

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HA DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEIS DE COMUNICACIÓ DIGITAL CONSISTENTS EN EL MANTENIMENT DE PERFILS DE XARXES SOCIALS (*COMMUNITY MANAGEMENT*) I LA GESTIÓ I ENVIAMENT DE BUTLLETINS DEL CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÀNIA DE BARCELONA (CCCB)

INDEX

1. ANTECEDENTS
 - 1.1. OBJECTIUS GENERALS DE COMUNICACIÓ
 - 1.2. CANALS DE COMUNICACIÓ QUE HAN DE SER GESTIONATS
 - 1.2.1. COMPTES DE XARXES SOCIALS
 - 1.2.2. BUTLLETINS INFORMATIUS EN LÍNIA (*NEWSLETTERS*)
2. OBJECTE DEL CONTRACTE
3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI
 - 3.1. CONSIDERACIONS GENERALS
 - 3.2. GESTIÓ I CREACIÓ DE CONTINGUT DELS COMPTES DE XARXES SOCIALS QUE RESPONEN A COMUNITATS TEMÀTIQUES ESPECÍFIQUES
 - 3.3. *SOCIAL MEDIA LISTENING* I PUBLICACIÓ DELS CONTINGUTS PRÈVIAMENT PROGRAMATS
 - 3.4. GESTIÓ I ENVIAMENT DELS BUTLLETINS INFORMATIUS EN LÍNIA DE DEBATS I MEDIACIÓ
4. EQUIP DEL SERVEI
 - 4.1. COORDINADOR/A
 - 4.2. COMMUNITY MANAGER
 - 4.3. EQUIP DEL CCCB
 - 4.4. METODOLOGIA DE TREBALL ENTRE EL CCCB I L'EMPRESA CONTRACTISTA
5. SERVEI VARIABLE PER KOSMOPOLIS, PUBLIC SPACE O CAMPANYES ESPECÍFIQUES
6. OBLIGACIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA
7. LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI
8. EQUIPAMENT I MATERIAL NECESSARI PER LA PRESTACIÓ DEL SERVEI
 - 8.1. EQUIPAMENT I MATERIAL A CÀRREC DEL CCCB
 - 8.2. EQUIPAMENT I MATERIAL A CÀRREC DE L'EMPRESA CONTRACTISTA
9. ACCESSIBILITAT
10. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

ANNEX AL PPT

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

1. ANTECEDENTS

Des de la seva inauguració l'any 1994, el Centre de Cultura de Contemporània de Barcelona (CCCB) és un centre multidisciplinari públic que programa exposicions temporals, cicles de debats, festivals, activitats educatives, familiars i de mediació i projeccions audiovisuals.

La missió del CCCB està associada als següents relats:

- El CCCB com a espai de referència cultural que des de fa 30 anys organitza i programa exposicions temporals de temàtica diversa, cicles de debats, festivals literaris, audiovisuals o de pensament, projeccions de cinema experimental o propostes escèniques.
- El CCCB com una instal·lació oberta a tots els públics, que compta amb un programa de mediació i educació que ofereix activitats per a escoles, instituts i docents, per a joves creadors i artistes i que connecta art, ciència i humanitats amb una clara voluntat educativa.
- El CCCB com a instal·lació cultural on es pot veure, connectar i aprendre amb la companyia d'autors i autores locals i internacionals de primer nivell en àmbits com la literatura, el pensament, l'art, la ciència, la fotografia, la cultura digital, el cinema o l'audiovisual.
- El CCCB com a obrador-laboratori, que fomenta els vincles i les connexions entre persones de diferents procedències artístiques i culturals, la creativitat i la producció artística innovadora, lligat al barri del Raval, amb programació de tallers i visites comentades per a famílies, estudiants i grups de persones amb ceguesa, sordesa o diversitat auditiva i visual.
- El CCCB com a espai de consulta digital i de divulgació de coneixement- l'arxiu del CCCB, la seva col·lecció - , amb més 3000 referències online sobre temes del present: conferències i debats, entrevistes, *podcasts*, *playlists*, articles del CCCB Lab, articles sobre cinema experimental o espai públic.
- El CCCB com a espai obert, acollidor i accessible, pensat per a tots els públics, un espai que convida a la trobada, al gaudi, al descans i la desconexió.

1.1 Objectius generals de comunicació

Els objectius generals de comunicació del CCCB són els següents:

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- Aconseguir públic presencial a les exposicions, les activitats (debats, festivals, projeccions de cinema), els espais i els serveis del Centre.
- Augmentar el consum de continguts digitals: visites al web cccb.org, visualitzacions de vídeos dels canals de YouTube i Vimeo i dels continguts nadius i promocionals que es publiquen als perfils de xarxes socials corporatius.
- Aconseguir públic internacional i nou públic no fidelitzat a través de la difusió de l'arxiu digital a Internet.
- Explicar i reforçar la marca i la reputació del CCCB entre tots els públics a través de relats temàtics (paraula, tecnoesfera, cos, ciutat), d'autor, d'activitat, de projecte i de línies de programació.
- Augmentar les comunitats de seguidors i la seva interacció amb els continguts publicats, així com la satisfacció amb les activitats i els espais CCCB.

1.2 Canals de comunicació que han de ser gestionats

El CCCB compta amb diferents canals de comunicació digital, que ajuden a assolir els objectius descrits.

1.2.1. Comptes de xarxes socials

La programació del CCCB és multidisciplinar, comprèn temàtiques i formats diferents i s'adreça a públics d'interessos i necessitats diverses. Per aquest motiu, els perfils de xarxes socials del CCCB s'han organitzat de manera que puguin respondre a les necessitats comunicatives i els interessos tant de públic general com de públic específic que vol seguir programacions o continguts especialitzats en temàtiques concretes.

Així, d'una banda, les persones usuàries poden seguir uns perfils de xarxes socials principals que responen a la marca general del CCCB. I, d'altra banda, poden seguir perfils per interessos temàtics: Xcèntric Cinema, programació de debats (@cccbdebats), programació d'educació i mediació (@cccbmediació) i continguts del Magazín CCCB Lab vinculats a innovació cultural (@cccbllab). Per últim, el CCCB disposa d'uns comptes de xarxes socials dedicats a festivals o esdeveniments

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

específics (@KosmopolisCCCB i @PublicSpaceCCCB) que s'activen puntualment quan s'activen les campanyes de comunicació d'aquestes activitats.

Aquest PPT proposa la cobertura del següents serveis de manteniment de xarxes socials- *community management*:

- Gestió i creació de contingut pels comptes de xarxes socials que responen a comunitats temàtiques específiques: els perfils de la plataforma X de @CCCBdebats, @CCCBmediació, @CCCBLab, el facebook i el Telegram de @CCCBLab i el compte Instagram d'Xcèntric Cinema.
- *Social Media Listening* i publicació de continguts programats prèviament de tots els comptes de xarxes socials del CCCB: els que responen a comunitats específiques i els generals del CCCB (X @cececebe, Facebook i Instagram CCCB Barcelona)

Perfils del CCCB a xarxes socials*

* Consultar **ANNEX** (Guia d'estil per a Xarxes Socials del CCCB) per tenir una descripció més detallada de l'ecosistema de xarxes socials del CCCB, així com el to, pautes d'ús i criteris de redacció de contingut.

COMPTES PRINCIPALS		
X @cececebe 163,9m seguidors Públic general, interessat en la programació, projectes i continguts del CCCB Idioma: català principalment. Castellà i anglès.	Facebook CCCB 85m seguidors Públic general, interessat en la programació, projectes i continguts del CCCB Idioma: català principalment. Castellà i anglès.	Instagram CCCB 132m seguidors Públic general, Públic general, interessat en la programació, projectes i continguts del CCCB Idioma: català, castellà i anglès.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

COMPTES QUE RESPONEN A COMUNITATS TEMÀTIQUES			
X @CCCBdebats 11,9m seguidors Públic interessat en la línia de programació de paraula i pensament i en la programació de debats. Idioma: català principalment. Castellà i anglès.	X @CCCBmediacio 11,2m seguidors Públic: docents, professorat, escoles i instituts de secundària, famílies, joves, artistes i creadors, científics. Idioma: català principalment. Castellà i anglès.	X @CCCBLab 36,7m seguidors Facebook @CCCBLab 9.249 seguidors Telegram @CCCBLab 253 seguidors Públic interessat en la línia de programació dedicada a cultura i innovació, tecnologies i Internet, ciència. Idioma: català, castellà i anglès.	Instagram Xcèntric 1.222 seguidors Públic interessat en cinema experimental i d'autor i en la programació de cinema regular del CCCB (Xcèntric i Arxiu Xcèntric) Idioma: català, castellà, anglès

1.2.2 Butlletins informatius en línia (*newsletters*)

Els butlletins informatius en línia (*newsletters*) ajuden a assolir els objectius de comunicació de l'entitat i tenen el doble objectiu d'informar de les activitats, serveis i continguts d'una banda, i de l'altra, fidelitzar públics interessats en línies de programació o serveis específiques.

El CCCB disposa d'un sistema propi d'enviament de butlletins que permet maquetar i enviar butlletins de forma automatitzada. Això permet optimitzar el temps de

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

redacció i edició d'imatges pel butlletí i que no es requereixi redactar els continguts de nou, sinó que es puguin incorporar de forma automàtica des del web del CCCB.

Els butlletins informatius en línia adreçats a comunitats d'usuaris específiques de què disposa actualment el CCCB són els següents:

Newsletters Mediació

Enviament: 1 cop per setmana

El Servei de Mediació del CCCB té tres opcions de newsletters:

- a) CCCB accessible – adreçat a entitats o persones amb sordesa, ceguesa o diversitat sensorial per informar-les de les activitats accessibles que organitza el CCCB.
- b) CCCB educació - adreçat a docents, joves, artistes, comunitat educativa i alumnat, ofereix propostes de programació específiques, materials pedagògics i convocatòries d'interès.
- c) CCCB famílies – adreçat a famílies, informa de l'agenda d'activitats que el CCCB programa per aquest sector de la població.

L'enviament d'aquests butlletins no és mai simultani sinó que cada setmana se n'envia un o un altre en funció de la programació del moment.

Newsletter Debats

Enviament: 1 cop per setmana

Butlletí destinat a la difusió de l'agenda setmanal de debats, conferències, xerrades, cicles i festivals de pensament i paraula que organitza el CCCB.

2. OBJECTE DEL CONTRACTE

És objecte del present plec l'establiment de les bases tècniques a les quals s'ha d'ajustar els serveis de comunicació digital: gestió i creació de continguts pels perfils de xarxes socials que responen a comunitats específiques, *Social Media Listening* i publicació de continguts programats tant de comunitats específiques com dels perfils generals del CCCB i la gestió i l'enviament dels butlletins de debats i mediació.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

3. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

Els serveis de comunicació digital al CCCB inclouen les següents prestacions:

- La gestió i la creació de continguts pels comptes de xarxes socials del CCCB que responen a comunitats temàtiques específiques (Perfil X @cccbmediació, @cccbdebats @cccbllab, Facebook i Telegram de CCCB Lab i Instagram Xcèntric), en els termes especificats a la clàusula 3.2. d'aquest plec.
- *Social Media Listening* i publicació del continguts programats prèviament dels comptes que responen a comunitats temàtiques específiques i els comptes generals del CCCB (perfil X de @cececebe, Facebook CCCB i Instagram CCCB), en els termes especificats a la clàusula 3.3 d'aquest plec.
- La gestió i enviament dels butlletins informatius en línia (*newsletters*) de Debats i Mediació, en els termes especificats a la clàusula 3.4 d'aquest plec.

3.1. Consideracions generals

Idioma

L'idioma preferent de les comunicacions a xarxes del CCCB és el català. Tot i això, el web del CCCB és trilingüe (català, castellà i anglès) i el castellà i l'anglès també s'utilitzen en bona part de les comunicacions. Puntualment es poden usar altres llengües com ara el francès.

Qualitat i correcció dels textos

L'empresa contractista ha de garantir que tots els textos estiguin redactats amb rigor, s'adaptin al to i l'estil de les comunicacions del CCCB i segueixin les normes ortogràfiques i d'estil de cada idioma. El llenguatge serà neutre, entenedor, amè, inclusiu i sense valoracions subjectives.

Validació del contingut

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

Els textos dels butlletins, els *copies* i les imatges per xarxes socials han de ser validats per la persona responsable del contracte o per qui aquesta designi abans de ser publicats, almenys durant els primers tres mesos del contracte. Cal treballar amb una antelació mínima d'entre 7 i 15 dies per facilitar la validació dels continguts.

Creació de contingut audiovisual i fotogràfic

Els textos de les xarxes socials es creen a partir de les fitxes d'activitat del web cccb.org, fotografies, vídeos i altres continguts aportats pel CCCB. L'empresa contractista no haurà de produir vídeos i fotografies, sinó que són facilitats pel CCCB.

Per norma general, el CCCB facilitarà la imatge gràfica, les fotografies i els continguts audiovisuals perquè l'empresa contractista pugui gestionar les publicacions a xarxes socials.

Només en ocasions especials, com les cobertures en directe d'esdeveniments o quan el CCCB no pugui facilitar el material de fotògrafs i videògrafs, se li podrà sol·licitar a l'empresa contractista la generació de continguts audiovisuals o fotogràfics (*reels*, *stories* o vídeo resums d'alguna activitat). El CCCB també podrà demanar adaptacions de continguts (fotografies o gràfica) que prèviament haurà facilitat. L'empresa contractista serà la responsable de gestionar i disposar, a favor del CCCB, de tots els drets i llicències necessaris per poder usar el material.

Social Media Listening i atenció a la persona usuària

Les xarxes socials també funcionen com un canal d'escolta i d'atenció a la persona usuària, servei que s'ha de garantir durant tot l'any (365 dies). Totes les persones usuàries haurien de tenir una resposta a les seves preguntes o queixes en un màxim de 48 hores. Fora d'horari habitual, l'empresa contractista haurà de fer seguiment de les publicacions de les persones usuàries que siguin pertinents de ser republicades en els canals del CCCB (IG stories o publicacions X interessants).

L'empresa contractista haurà de seguir les pautes de la Guia d'Estil de Xarxes Socials del CCCB (veure **Annex**) quan tinguin dubtes sobre moderació i atenció a la persona usuària (converses, comentaris, mencions i missatges privats). En cas de dubte sobre com procedir, abans de publicar una resposta o interactuar amb algun usuari, ha de consultar amb el CCCB.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960**3.2. Gestió i creació de contingut dels comptes de xarxes socials que responen a comunitats temàtiques específiques**

La gestió i la creació de contingut dels comptes de xarxes socials que responen a comunitats temàtiques específiques comporta, durant tot l'any:

- Redacció de posts d'agenda basant-se en textos del web del CCCB. El CCCB facilitarà la gràfica, les imatges o els continguts audiovisuals en cas que fos necessari.
- Redacció de posts en base a contingut de l'arxiu CCCB, ja sigui conferències, debats, entrevistes o articles del magazín del CCCB LAB. El CCCB facilitarà la gràfica, les imatges o els continguts audiovisuals en cas que fos necessari.
- Documentació per poder generar continguts de qualitat vinculats a les activitats que es difonen: lectura de programació, textos i articles per aprofundir en les temàtiques, autors i continguts, seguiment del treball de programació dels coordinadors-res del CCCB, visualització de vídeos de conferències i activitats per poder extreure cites o videocites per xarxes socials.
- Atenció a la comunitat de persones usuàries, respondre i interactuar amb aquestes seguint les pautes i recomanacions de la Guia d'Estil de Xarxes Socials del CCCB (**Annex**)
- Manteniment i actualització del calendari de publicacions.
- Cobertures en directe d'esdeveniments. Consisteixen en comunicar una activitat en el moment que està succeint, a través de posts de cites de participants del CCCB, fotografies i vídeo. El material fotogràfic o audiovisual d'una cobertura que pot elaborar-lo la mateixa empresa contractista o el fotògraf/videògraf extern que estigui cobrint l'activitat. Aquestes cobertures en directe poden tenir lloc en horari laboral (de 10h a 19h) o fora d'horari, a

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

partir de les 19h o en caps de setmana. El CCCB preveu anualment un total de 20 cobertures d'esdeveniments en directe fora d'horari habitual.

- La gestió d'indicadors i anàlisi de dades a través d'informes trimestrals de cada compte gestionat. L'empresa contractista ha de lliurar informes cada tres mesos per poder valorar l'impacte que estan tenint les publicacions a xarxes socials i la interacció amb la comunitat. Excepcionalment, el CCCB pot sol·licitar informes específics d'esdeveniments o campanyes específiques.

Perfil X @cccbdebats**Tasques**

- Difusió de totes les activitats presencials del CCCB (cicles de debats, seminaris, conferències, xerrades) vinculades al pensament i la paraula.
- Cobertura puntual d'esdeveniments en directe.
- Divulgació d'autors, col·laboradors i entitats relacionades, cicles temàtics i línies de programació.
- Atenció i interacció amb el públic i seguidors, a més de la xarxa de persones que formen part les activitats.
- Recerca, seguiment i etiquetatge de perfils que tenen una relació directa o indirecta amb CCCBdebats per interactuar amb ells.
- Seguiment de notificacions (*likes*, *reposts*, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Difusió de contingut d'arxiu del CCCB (conferències, entrevistes i debats produïts pel CCCB) vinculats a la programació, efemèrides i les pautes editorials i de contingut marcades per l'equip de comunicació digital.
- Visualització i curadoria de les conferències per extreure videocites per xarxes.
- Cerca de continguts vinculats a les temàtiques dels debats per compartir o redifondre, sempre de manera respectuosa amb els drets de propietat intel·lectual.
- Manteniment i actualització del calendari de publicacions.

Freqüència de publicació: Publicació d'un mínim de 3 posts al dia. Durant els períodes de vacances i festius, aquesta freqüència es redueix a 1 post al dia.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

Perfil X @CCCBMediació

Tasques

- Difusió de totes les activitats i projectes del CCCB vinculats a la mediació, l'educació i la creació: tallers, convocatòries, residències artístiques, visites a les exposicions, programes internacionals, programes educatius, activitats familiars, activitats accessibles i per a públics específics.
- Cobertura puntual d'esdeveniments en directe
- Divulgació de la xarxa d'artistes, creadors i xarxa de col·laboradors que formen part de la programació de mediació. Recerca i seguiment de perfils que tenen una relació directe o indirecte amb la mediació del CCCB per interaccionar amb ells.
- Atenció i interacció amb el públic i seguidors, a més de la xarxa de persones que formen part les activitats del CCCB.
- Seguiment de notificacions (*likes*, *reposts*, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Difusió de contingut d'arxiu del CCCB (conferències, entrevistes i debats produïts pel CCCB).
- Visualització i curadoria de les conferències per extreure videocites per xarxes.
- Divulgació de material pedagògic per a centres educatius i famílies.
- Cerca d'articles i perfils interessats vinculats a les temàtiques de mediació i projectes vinculats per compartir o repostejar contingut, sempre de manera respectuosa amb els drets de propietat intel·lectual.
- Manteniment i actualització del calendari de publicacions.

Freqüència de publicació: Publicació d'un mínim de 2 posts al dia. Durant els períodes de vacances, aquesta freqüència es redueix a 1 post al dia.

Perfil X @CCCBLab

- Difusió de l'article setmanal que es publica al magazín CCCB Lab.
- Divulgació de contingut propi (arxiu CCCB i del propi magazín) i extern (altres articles i continguts) vinculats a la innovació cultural, la ciència/tercera cultura, Internet i cultura digital etc.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- Divulgació d'autors, col·laboradors i entitats relacionades, cicles temàtics i línies de programació del CCCB
- Atenció i interacció amb el públic i seguidors, a més de la xarxa de persones que formen part les activitats del CCCB.
- Seguiment de notificacions (*likes*, *reposts*, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Recerca i seguiment de perfils que tenen una relació directe o indirecte amb el CCCB Lab per interaccionar amb ells.
- Cerca d'articles i perfils interessats vinculats a les temàtiques CCCB Lab per compartir o repostejar contingut, sempre de manera respectuosa amb els drets de propietat intel·lectual.
- Manteniment i actualització del calendari de publicacions.

Freqüència de publicació: Publicació d'un mínim de 3 posts al dia. Durant els períodes de vacances, aquesta freqüència es redueix a 1 post al dia.

Facebook CCCB Lab

Freqüència de publicació: Publicació d'un mínim de 2 publicacions setmanals: article en català, article en castellà, article en anglès i un article de l'arxiu CCCB lab. Seguiment de notificacions (*likes*, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors.

Telegram CCCB Lab

Freqüència de publicació: Un mínim d'un post setmanal (#spoiler agenda i article de la setmana)

Instagram Xcèntric Cinema

Tasques

- Donar a conèixer el nou canal entre públic jove i perfils i comunitats d'Instagram interessades en el cinema experimental i analògic.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- Difondre la programació Xcèntric: sessions setmanals, tallers, Aula Xcèntric i activitats vinculades al projecte.
- Difondre continguts de l'arxiu de cinema experimental Arxiu Xcèntric.
- Visibilitzar la xarxa de creadors i institucions nacionals i internacionals que formen part del projecte.
- Redacció de textos per les publicacions del *feed* i creació d'*stories* específics en base als materials fotogràfics i videogràfics que facilitarà el CCCB.
- Seguiment de notificacions (*likes*, compartits, comentaris) interactuant amb els seguidors i fent créixer la comunitat d'usuaris.
- Manteniment i actualització del calendari de publicacions.

Freqüència de publicació: Publicació d'un mínim de 2 publicacions setmanals al *feed*. Publicació d'un mínim de 6 *stories* setmanals.

3.3 Social Media Listening i publicació dels continguts prèviament programats

L'empresa contractista haurà de garantir l'escolta activa i l'atenció a la persona usuària durant tot l'any (365 dies) tant dels perfils generals del CCCB com dels perfils que responen a comunitats temàtiques específiques.

Tasques

- Resposta a dubtes i preguntes a través de missatges públics o privats.
- Interacció amb les persones usuàries: resposta a comentaris, *likes*
- Seguiment de notificacions (*likes*, compartits, comentaris) interactuant amb les persones seguidores i fent créixer la comunitat de persones usuàries.
- Republicació del contingut generat per les persones usuàries (*stories*, publicacions X interessants)

Publicació de continguts prèviament planificats i produïts pel CCCB

L'equip del CCCB produeix tots els continguts que es publiquen des dels comptes principals. En alguns casos, aquests continguts no es poden programar a través d'eines de planificació automàtica de continguts a xarxes (com per exemple programar *stories* d'IG a *Metricool*) i s'han de gestionar manualment. L'empresa contractista haurà de garantir la publicació manual d'aquests continguts durant tot

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

l'any (365 dies), tant dels perfils generals del CCCB com dels perfils que responen a comunitats temàtiques específiques.

Tasques

- Fer el seguiment i actualització del calendari de publicacions a xarxes del CCCB per garantir que estan cobertes totes les publicacions.
- Comprovar que els posts programats amb l'eina Metricool s'han publicat correctament. En cas que no, assegurar-ne la publicació.
- Publicar els continguts i publicacions que requereixin un etiquetatge manual i que l'equip del CCCB haurà estipulat i planificat prèviament amb un calendari.

3.4 Gestió i enviament dels butlletins informatius en línia de debats i mediació.

L'empresa contractista s'encarregarà de l'elaboració i selecció de continguts dels butlletins, així com de l'enviament de comunicacions d'e-mail màrqueting setmanals.

S'hauran de preparar a través de la plataforma de butlletins del CCCB, que donarà accés i formarà a l'empresa en l'ús d'aquesta eina.

Nombre de butlletins a produir: 2 *newsletters*/butlletins setmanals (debats mediació) traduïts en 3 idiomes (català, castellà, anglès). Les propostes de notícies estaran sempre vinculades al web del CCCB.

En cas que sigui necessari, es podrà sol·licitar a l'empresa contractista l'enviament de *newsletters* extra, més enllà de les regulars.

Validació del contingut de les newsletters

L'empresa contractista, un cop tingui preparat el newsletter per al seu enviament, haurà de validar el contingut amb el CCCB.

4. EQUIP DEL SERVEI

El servei de comunicació digital ha de ser prestat per un equip de treball que ha de tenir per missió la difusió de les activitats, els serveis i els projectes del CCCB per tal

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

de contribuir a la venda d'entrades de les activitats i exposicions, la divulgació de contingut de l'arxiu CCCB, la creació de relats sobre els projectes i l'atenció a la comunitat d'usuaris seguidors dels perfils i butlletins del CCCB.

Per dur a terme el servei descrit a la clàusula 3, són necessaris els perfils següents:

- **Coordinador/a:** és la persona responsable de supervisar que la feina s'està duent a terme, gestionar l'equip de *community managers* i assegurar-se que es compleix el calendari de publicacions. Es comunica regularment amb el CCCB per garantir el compliment del servei.
- **Community(s) manager(s):** persona o persones responsable(s) del manteniment del calendari de publicacions, de la gestió i la creació de contingut pels comptes de xarxes socials i de la gestió i enviament de butlletins.

4.1. Coordinador/a

L'empresa contractista ha de disposar d'una persona que tingui per funció coordinar internament els serveis de *community management* i d'enviament de butlletins i fer d'interlocutor amb el CCCB, un perfil equivalent al de coordinador/responsable de mitjans socials (Grup 1: Nivell 2 del Conveni Col·lectiu d'empreses de publicitat, comunicació i màrqueting digital).

A mode indicatiu, la concreció de tasques que ha de dur a terme són les següents:

- Interlocució la responsable del contracte per part del CCCB, especialment durant els primers mesos d'arrencada del projecte.
- Assistència a reunions quinzenals de planificació, especialment durant els primers mesos d'arrencada del projecte.
- Comunicació directa i gestió de les necessitats del CCCB.
- Seguiment del servei de *community management* i d'enviament de butlletins i supervisió de continguts.
- Estudiar els aprenentatges que s'extreguin dels informes trimestrals de seguiment dels comptes gestionats (específics) i assessorar el CCCB en possibles millores.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960**Habilitats**

- Capacitat de lideratge i de resolució i gestió de conflictes, assertivitat, capacitat de persuasió i decisió. Capacitat organitzativa. Ha de ser capaç de trobar la millor organització del personal en cada moment, especialment en situacions imprevistes.
- Bona disposició al diàleg i la negociació, capacitat d'adaptació i una actitud oberta.

Configuració del perfil de coordinació

El coordinador/a ha de fer un acompanyament més directe i intensiu durant l'arrencada del servei (primers tres mesos), assistint a les reunions de planificació en aquest període. Per la resta de durada del contracte, el coordinador/a ha d'estar disponible en el període lectiu, en horari laboral per respondre dubtes i peticions a través de correu-e o trucada telefònica. La previsió de dedicació setmanal és de dues hores a la setmana.

Les hores estimades per aquesta posició són les següents:

Any 2024 (4 mesos)	35 hores
Any 2025 (8 mesos)	69 hores

4.2 Community manager

L'empresa contractista ha de disposar d'un equip de persones amb categoria de *community manager* (mínim 2 persones) que tenen per funcions la gestió de les xarxes socials, el *Social Media Listening* i la publicació de continguts prèviament planificats durant l'any, la redacció i creació de continguts i la gestió i enviament de butlletins. El perfil és equivalent al de *community manager/redactor copy sènior* (Grup 2: Nivell 3 del Conveni Col·lectiu d'empreses de publicitat, comunicació i màrqueting digital).

A mode indicatiu, la concreció de tasques que ha de dur a terme són les següents:

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- Manteniment i actualització del calendari de publicacions de xarxes socials: proposta de publicacions i seguiment d'aquest calendari.
- Redacció de posts per xarxes socials de @cccbdebats, @cccbmediacio, @cccblab i Instagram Xcèntric
- Preparació i enviament de butlletins setmanals de debats i mediació.
- Cerca de públic específic i perfils de xarxes socials interessats en les activitats i serveis que comunicarà.
- Visualització de vídeos i activitats per extreure videocites per xarxes socials.
- Creació de fotografies i vídeos breus durant les cobertures d'esdeveniments.
- *Social Media Listening*
- Publicació de continguts en l'eina de planificació Metricool i en cas que els continguts no es puguin planificar automàticament, garantir-ne la publicació manual.
- Assistència a les reunions quinzenals
- Cobertura d'activitats en directe
- Creació d'informes trimestrals de seguiment dels comptes gestionats (específics).

Habilitats

- Excel·lent redacció en català, castellà i anglès. Capacitat de generar textos senzills, clars i accessibles. Creativitat a l'hora de redactar i crear continguts atractius.
- Domini d'eines de gestió de xarxes socials (Metricool)
- Destresa en l'enregistrament de vídeo per mòbil.
- Coneixement de tendències digitals i de formats audiovisuals per a xarxes socials.
- Interès en continguts i autors de pensament contemporani i literatura, en projectes de mediació, educatius, científics i artístics, en cultura digital i innovació cultural, i en cinema experimental i d'autor.
- Estar familiaritzat amb la xarxa d'organitzacions culturals, museístiques i artístiques tant a nivell local com internacional.
- Capacitat organitzativa i d'adaptació als canvis i imprevistos.
- Coneixement d'eines d'anàlisi de xarxes socials.

Configuració de l'equip de community managers

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

La posició de *community manager* ha d'estar coberta tot l'any, en els dies laborables de dilluns a divendres, de 10h a 19h, excepte en les cobertures d'esdeveniments en directe, que en alguns casos seran en cap de setmana o fora d'horari habitual, més tard de les 19h. Per aquest motiu, en aquest PPT s'han previst 20 cobertures d'esdeveniments fora de l'horari habitual. Es preveu que la durada d'una cobertura d'un esdeveniment en directe suposi entre una i tres hores de dedicació.

Pel *Social media listening* i per la publicació de continguts prèviament planificats pel CCCB, l'empresa contractista organitzarà l'horari en funció dels seus recursos de manera que es garanteixi la cobertura dels comptes indicats pels 365 dies de l'any.

Les comunicacions excepcionals com ara crisis de reputació, defuncions, canvis o cancel·lacions en l'activitat seran gestionades pel CCCB. L'empresa contractista haurà de facilitar un número de telèfon de contacte per si el CCCB necessita contactar-hi, fora d'horari laboral, davant d'aquestes situacions extraordinàries.

Les hores estimades per aquest servei són les següents:

Servei Fix	Gestió i creació contingut xarxes que responen a comunitats específiques + gestió i enviament butlletins	Cobertures d'esdeveniments fora d'horari habitual + <i>Social Media Listening</i> + publicació de continguts prèviament planificats pel CCCB
Any 2024	726 hores/any	78 hores/any
Any 2025	1.450 hores/any	156 hores/any

4.3. Equip del CCCB

L'empresa contractista s'haurà de coordinar i treballar conjuntament amb la responsable del contracte per part del CCCB i per poder garantir el servei, mantenir interlocució amb els següents equips:

- Equip de comunicació digital: responsable de validar l'estratègia general de comunicació i l'específica de cada compte de xarxes socials, així com del calendari de publicacions de xarxes socials.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- Referents de programació i de contingut de l'equip de debats, CCCB Lab, mediació i Xcèntric: hi haurà coordinadors d'activitat que faran d'interlocutors i informaran, a través de reunions periòdiques amb l'equip de comunicació digital i l'empresa contractista, de la programació i els imprevistos en les activitats. També validaran el contingut de les *newsletters*, amb la supervisió de l'equip de comunicació digital.
- Equip de taquilles i d'atenció al públic del CCCB: Informaran de dubtes i consultes que puguin sorgir a les persones usuàries de les xarxes sobre venda d'entrades, aforaments, horaris etc., especialment en períodes de vacances o caps de setmana.
- Fotògrafs i videògrafs externs contractats pel CCCB per cobrir activitats, que facilitaran el material i continguts a l'equip digital i a l'empresa contractista.
- Equips de disseny interns i externs al CCCB, en cas que hagin de facilitar elements de les campanyes de comunicació.

4.4. Metodologia de treball entre el CCCB i l'empresa contractista**Reunions de coordinació i planificació**

Es duran a terme reunions quinzenals de coordinació dels *community managers* de l'empresa contractista amb l'equip de comunicació digital (a la seu del CCCB o per videoconferència) i els referents de contingut de cada departament implicat (CCCB Lab, mediació, debats i Xcèntric).

En aquestes reunions s'establiran les activitats i continguts a difondre en els 15 dies següents. Els responsables de contingut de cada departament hauran d'informar de totes les activitats i continguts que cal comunicar i l'equip de comunicació digital establirà quines línies comunicatives seguir perquè l'empresa contractista pugui preparar el calendari de publicacions.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

Pel seguiment del servei o per explicar campanyes o projectes que necessiten una comunicació intensiva i específica, també es podran establir aquelles reunions que es considerin oportunes amb les diferents persones implicades i l'empresa contractista.

Calendari de publicacions

L'eina principal de treball entre el CCCB i l'empresa contractista serà un calendari de comunicació digital on s'inclouran les previsions de publicacions a xarxes socials i butlletins a enviar.

El CCCB determinarà quantes, quines, i en quin moment s'han de comunicar totes les notícies i activitats que fan referència a l'organització o activitat de la institució i també marcar pautes sobre la seva comunicació a través de les xarxes online. Per la seva banda, l'empresa contractista haurà de respondre a aquestes directrius al calendari de publicacions de tots els perfils de xarxes socials que ha de gestionar.

5. SERVEI VARIABLE PER KOSMOPOLIS, PUBLIC SPACE O CAMPANYES ESPECÍFIQUES

Durant l'any, el CCCB pot dur a terme campanyes de comunicació no previstes en la programació habitual. Aquestes campanyes poden respondre a esdeveniments específics o bé a dos dels grans esdeveniments que celebra biennalment el CCCB i que compten amb perfils de xarxes socials que responen a comunitats de persones usuàries: el Premi Europeu de l'Espai Públic (que se celebra l'any 2024) i Kosmopolis, la festa de la literatura amplificada (que se celebrarà l'any 2025).

COMPTES DE CAMPANYES I PROJECTES ESPECÍFICS	
	Funcions
Perfil X @PublicSpaceCCCB 5.428 seguidors	• Difusió de la convocatòria i de tota la informació de les fases de lliurament del Premi Europeu de l'Espai Públic Urbà • Cobertura d'esdeveniments en directe
Facebook @PublicSpaceCCCB	

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

2373 seguidors Públic internacional interessat en polítiques i intervencions urbanes, ciutat i espai públic. Idioma: anglès. Català i castellà.	• Difusió de l'arxiu de contingut digital del Premi i del CCCB vinculat a les temàtiques de ciutat i espai públic (articles, entrevistes i conferències). • Divulgació d'autors, col·laboradors i entitats relacionades vinculades al Premi Europeu de l'Espai Públic Urbà. • Atenció i interacció amb el públic i seguidors, a més de la xarxa de persones i entitats que formen part del Premi.
Perfil X @KosmopolisCCCB 11,2 m seguidors Facebook Kosmopolis CCCB 6607 seguidors públic interessat en literatura, novel·la, poesia, cinema, música, sèries, ciència ficció, formats digitals, crisi climàtica Idioma: català, castellà i anglès.	• Difusió de la programació, autors i temes del festival. • Difusió de l'arxiu de contingut digital de Kosmopolis i del CCCB vinculat a paraula i literatura (articles, entrevistes i conferències). • Divulgació d'autors, col·laboradors i entitats relacionades vinculades a Kosmopolis. • Atenció i interacció amb el públic i seguidors, a més de la xarxa de persones i entitats que formen part de Kosmopolis.

Per aquests dos esdeveniments i per altres puguin sorgir, es preveu la necessitat d'uns servei variable, que implicaria aquestes tasques de *community management*.

Tasques

- Anunci de l'esdeveniment amb mínim 1 mes d'antelació. En el cas de Public Space es pot activar l'anunci fins a 6 mesos abans.
- Cerca de públics especialitzats i interacció amb els públics.
- Publicacions X per a difondre el programa, autors i temes.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

Concretament, per la prestació d'aquest servei variable s'ha previst una bossa d'hores, que el CCCB utilitzarà segons les necessitats establertes en el quadre següent:

Servei Variable	Gestió i creació contingut xarxes que responen a campanyes específiques	Cobertures d'esdeveniments fora d'horari habitual (hores extraordinàries)
Any 2024	100 hores/any	10 hores/any
Any 2025	200 hores/any	20 hores/any

El CCCB avisarà l'empresa contractista de la necessitat d'aquestes hores de servei variable en un període de dos mesos d'antelació.

6. OBLIGACIONS DE L'EMPRESA CONTRACTISTA

L'empresa contractista assumeix les següents obligacions:

- garantir sempre la cobertura del servei de forma ininterrompuda, per a la qual cosa haurà de comptar amb recursos humans suficients en diferents torns i amb el personal de suplències que calgui per preveure la cobertura en cas de períodes de vacances, formació, absències, indisposicions, baixes i altres incidències que puguin sorgir, i també els serveis extraordinaris. L'incompliment de l'empresa en l'aportació dels efectius estipulats en els horaris acordats pot portar a les penalitzacions previstes a la clàusula 2.6 del PCAP.
- proveir un equip de personal estable, assignat al CCCB, per tal de garantir el correcte coneixement de la dinàmica i contingut de les activitats, sempre que la totalitat d'hores diàries individuals del servei ho permeti.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- c) comunicar per escrit qualsevol canvi o modificació del personal, que es realitzarà de forma coordinada amb el responsable del contracte o persona en qui delegui el CCCB, tot garantint que sempre es compleixin els requisits establerts per al personal adscrit al contracte en el Plec de clàusules administratives particulars. L'empresa també haurà d'informar del període de vacances, de les baixes mèdiques o de qualsevol altra circumstància del personal amb suficient antelació en cada cas.
- d) Quan, per malaltia o altra causa justificada, la persona que es trobés prestant el servei hagués de ser rellevada per una altra, ho posarà en coneixement de la coordinació designada per l'empresa, i aquesta ho posarà en coneixement de la persona que coordini el CCCB. En cap cas es deixarà el lloc desatès sense comunicar-ho. En cas de baixa o indisposició o altres incidències no previsibles, aquestes hauran de ser cobertes en un temps màxim de 24 hores.
- e) L'empresa contractista haurà de garantir en tot moment que el personal tingui una actitud correcta i amable vers les persones amb qui comparteixi l'àmbit de la feina.
- f) L'empresa contractista es compromet a fer respectar al seu personal, a l'interior del CCCB, totes aquelles normes de conducta i altres disposicions que marqui el CCCB.
- g) L'empresa contractista ha de garantir que el personal assignat tingui un correcte coneixement de les instal·lacions i dinàmica interna del CCCB.
- h) L'empresa contractista ha d'establir mecanismes i respondre a les necessitats comunicatives del CCCB per aconseguir que les publicacions a xarxes tinguin impacte i arribin al públic objectiu.
- i) L'empresa contractista ha d'actualitzar el calendari de publicacions i els textos per xarxes en els terminis establerts (amb 15 dies d'antelació) i assistir a les reunions quinzenals de planificació.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

- j) L'empresa contractista ha d'elaborar i compartir informes sobre el funcionament de les xarxes, els butlletins i la reputació de la marca per tal de poder millorar-los.
- k) L'empresa contractista ha de respondre i atendre la comunitat de persones usuàries de cada perfil gestionat, i tenint la conformitat del CCCB davant situacions complexes.
- l) L'empresa contractista ha de recomanar solucions i noves eines comunicatives al responsable del contracte per tal de poder donar compliment als objectius marcats.
- m) L'empresa contractista ha de disposar de programari d'edició gràfica, fotogràfica i audiovisual en cas que s'hagin de fer modificacions o edicions de contingut per xarxes.
- n) L'empresa contractista respectarà en tot moment els drets de propietat intel·lectual, els drets de la persona (imatge, intimitat, honor, privadesa) i les polítiques d'ús de cada una de les xarxes socials.

Quan creï contingut específic per xarxes socials (fotos o vídeos), l'empresa contractista ha de cedir al CCCB tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans. El preu de compra/realització de totes les fotografies estan inclosos en el preu del contracte.

- o) L'empresa contractista es compromet a què tots els continguts creats pel personal adscrit al servei han de ser originals i creatius, sense que es pugui utilitzar en cap cas eines basades en intel·ligència artificial.

En cas que una de les xarxes socials gestionades desaparegui o deixi de funcionar, l'empresa contractista haurà de gestionar el nou el compte que eventualment el CCCB hagi donat d'alta en una altra xarxa social de característiques similars. Aquest fet, però, no implicarà una major dedicació de l'empresa contractista sinó que es farà una redistribució de les feines. Aquest supòsit no tindrà la consideració de modificació

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

contractual als efectes de l'art. 203 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic.

7. LLOC DE PRESTACIÓ DEL SERVEI

La prestació dels serveis es realitzarà a les instal·lacions de l'empresa contractista i en cas de reunions o cobertures en directe d'activitats, a les instal·lacions del CCCB.

8. EQUIPAMENT I MATERIAL NECESSARI PER A LA PRESTACIÓ DEL SERVEI**8.1. Equipament i material a càrrec del CCCB**

El CCCB proporciona als *community managers* la documentació, els textos, els vídeos, les fotografies o els materials gràfics perquè puguin preparar les publicacions a xarxes.

El CCCB facilita l'accés a les instal·lacions i activitats del CCCB a l'empresa contractista quan hagi de fer reunions o cobertures d'activitats.

El CCCB posa a disposició de l'empresa contractista adreces de correu electrònic sota el domini cccb.org per gestionar les comunicacions tant amb el públic com amb el CCCB.

El CCCB proporciona accés a les eines de gestió de butlletins i a tots els perfils de xarxes socials que hagi de gestionar.

8.2 Equipament i material a càrrec de l'empresa contractista

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per a la prestació del servei: material tècnic, material audiovisual, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, desplaçaments i qualsevol altra relacionada directament amb la creació, adaptació, correcció i traduccions dels continguts de les publicacions i accions comunicatives.

Quan l'empresa contractista hagi de crear contingut fotogràfic i/o audiovisual, es requerirà equipament per enregistrar imatges HD (mòbil d'última generació o càmera) i micròfons direccionals per assegurar un resultat de qualitat.

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

El hardware i software necessari per desenvolupar l'activitat i serveis descrits en aquest plec, correran a càrrec de l'empresa contractista.

9. ACCESSIBILITAT

Tots els continguts generats per les Administracions Públiques que es difonen a través de les xarxes socials han de complir amb els requisits mínims d'accessibilitat recollits a la Llei 13/2014 d'accessibilitat de Catalunya i amb la Llei 11/2023, de 8 de maig, de transposició de Directives de la Unió Europea en matèria d'accessibilitat de determinats productes i serveis i normatives que les desenvolupen. Així, qualsevol arxiu multimèdia (àudio, vídeo, àudio i vídeo), gràfiques, textos o imatges publicats a les xarxes socials dels comptes del CCCB, han de ser accessibles dins de les possibilitats que ofereix cadascuna de les plataformes.

L'empresa contractista ha de seguir les pautes i criteris d'accessibilitat establerts i que indiqui el CCCB.

10. CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

L'empresa contractista s'obliga a no difondre i a guardar el secret més absolut de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzades pel CCCB.

L'empresa contractista cedeix al CCCB, sense limitació de cobertura territorial, de manera no exclusiva i fins que passin a domini públic, els drets d'explotació, en concret, reproducció, distribució, comunicació pública -inclosa la modalitat de posada a disposició-, i transformació, de totes les peces escrites, multimèdia, audiovisuals que realitzi durant tot el període de durada del contracte, així com les còpies i suports que en faci per a ús intern i difusió pública a la pàgina web i altres suports digitals (Instagram, plataforma X, Facebook, etcètera) i per a qualsevol ús que determini el CCCB d'acord amb allò que disposa el Reial decret legislatiu 1/1996, de 12 d'abril, pel qual s'aprova el Text refós de la Llei de propietat intel·lectual.

LA CAP DEL SERVEI DE COMUNICACIÓ,

LA SUBDIRECTORA-GERENT,

Exp. núm. CNM_2023_33 // CCCB/2023/0037960

ANNEX AL PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES QUE HA DE REGIR LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEIS DE COMUNICACIÓ DIGITAL CONSISTENTS EN EL MANTENIMENT DE PERFILS DE XARXES SOCIALS (*COMMUNITY MANAGEMENT*) I LA GESTIÓ I ENVIAMENT DE BUTLLETINS DEL CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÀNIA DE BARCELONA (CCCB)

CCCCB



Guia d'estil per a xarxes socials

Versió 1 – Gener 2019

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

Codi Segur de Verificació (CSV): 3101efac9a553cd1b95b Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>



Un projecte del Departament de
Comunicació del Centre de Cultura
Contemporània de Barcelona (CCCB).

CCCB Centre de Cultura
Contemporània
de Barcelona

Montalegre 5, 08001 Barcelona
T 93 306 4100 / www.cccb.org

Un consorci de:



**Diputació
Barcelona**



**Ajuntament
de Barcelona**

Document signat electrònicament. Firmes vàlides. És còpia autèntica de l'original electrònic.

Codi Segur de Verificació (CSV): 3101efac9a553cd1b95b Adreça de validació: <https://seuelectronica.diba.cat>

Índex

Objectius	4	Criteris de cada xarxa	14
		Twitter	14
		Facebook	14
		Instagram	15
		YouTube	15
		Vimeo	15
		Spotify	15
Relats	5		
Criteris generals	6	Comunicació de crisi	16
Gestió de comptes	6		
Publicació	7	Models de resposta	18
Llenguatge	8		
Idioma	9	Criteris gràfics	20
Citació d'autoria	9		
Hashtags	10	Seguiment i analítica	24
Interaccions	11		
Relacions	12		
Anuncis oficials	13		
Coses a evitar	13		

Objectius

Aquesta guia d'estil està pensada per a tot el personal del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona que estigui interessat en els criteris d'ús de les xarxes socials corporatives i, especialment, per a totes aquelles persones que gestionen directament algun dels comptes del CCCB a Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Vimeo i Spotify.

El document presenta els criteris generals que s'haurien d'aplicar a les xarxes principals del CCCB (Twitter, Facebook i Instagram) i proposa idees i consells de redacció i estil per transmetre al públic el to, els relats i els objectius comunicatius generals del CCCB.

Aconseguir públic presencial a les activitats del CCCB: comunicar l'agenda d'activitats, espais i serveis.

Augmentar el consum de continguts digitals del CCCB: visites al web, al blog LAB, al canal YouTube CCCB i Soy Cámara i visualitzacions de vídeos promocionals i de conferències.

Explicar la marca CCCB a través de relats temàtics, d'autor, d'activitat, de projecte i de línies de programació.

Augmentar les comunitats en línia de seguidors i la seva satisfacció amb el CCCB.

— Relats

A través de la comunicació digital, tractem d'explicar una sèrie de relats que reforcen la marca CCCB. Els hem estructurat de la manera següent:

Temàtics/línies de programació

Els marca la programació anual del CCCB i la repetició/constància en el tractament de certs temes d'actualitat o d'exposicions. Exemples: canvi climàtic, espai públic, Europa, innovació, feminisme, literatura, humor, art, etc.

Autors

Un dels trets distintius del CCCB és que convida autors destacats amb idees que s'avancen al temps: pensament contemporani avançat. Per aquest motiu, considerem important destacar en el nostre discurs en xarxes socials el valor dels autors que passen pel CCCB. Exemples: #AngelaDavisCCCB #PamukCCCB.

Projectes amb marca pròpia

El CCCB té marques pròpies, projectes que reforcen la marca general, com ara Xcèntric, CCCB Debats, CCCB Lab, Kosmopolis, Public Space, Primera Persona, Premi Internacional a la Innovació Cultural, Habitació 1418 i Soy Cámara.

Efemèrides o dates destacades

El CCCB pot fer estratègia de continguts digitals a través d'efemèrides de l'any que es poden anar establint en calendari i coordinant entre tots els comptes actius.

Criteris generals

Gestió de comptes

Les propostes per crear nous comptes a les xarxes socials caldrà consultar-les abans amb l'equip web i de xarxes socials per tal que es puguin valorar conjuntament amb el departament o equip interessat i es pugui fer un seguiment de totes les xarxes existents.

Cada cop que es vulgui proposar la creació d'un nou compte en una xarxa social, caldrà justificar-ne la creació amb uns objectius i garantir-ne el manteniment amb recursos humans i econòmics, com també informar del període de temps que es pot assegurar el compte en actiu.

Es considera un compte actiu si el seu administrador/a fa posts o tuits de contingut almenys tres cops per setmana. Aquest criteri pot variar en funció de la xarxa social.

Si es preveu el tancament d'un compte perquè no es pot mantenir o perquè el projecte ha finalitzat, cal informar-ne l'equip web i de xarxes socials.

Qualsevol compte de xarxa social, tant si es gestiona internament com externament, que tingui dubtes de comunicació i vulgui rebre l'assessorament i el suport tècnic de l'equip web i xarxes socials haurà de facilitar el nom d'usuari i la contrasenya per poder garantir el manteniment del compte i la resolució de possibles problemes.

Els treballadors i treballadores del CCCB que vulguin tenir perfils propis a les xarxes socials no estan obligats a estar d'acord amb la línia de programació i editorial del Centre ni a difondre'n les activitats des dels seus comptes. Si utilitzen el seu compte únicament i exclusivament per difondre activitats del CCCB, és recomanable que indiquin al seu perfil que formen part del CCCB.

Publicació

Freqüència

És recomanable actualitzar diàriament les xarxes socials, amb una periodicitat que pot variar en funció de la xarxa social i dels objectius del compte.

Considerem inactiu un compte que deixa de publicar continguts durant dues setmanes.

L'excés de contingut sobre un mateix tema o activitat pot ser contraproductiu. Eviteu saturar les vostres xarxes parlant només d'una activitat o amb un sol missatge repetit molts cops. Els vostres seguidors ho podrien considerar *spam*.

És útil planificar, amb un calendari de publicacions, els missatges periòdics que emetem als perfils corporatius. Aquesta planificació s'enriqueix si, a més de tenir en compte l'activitat/exposició concreta que volem comunicar, lliguem els nostres missatges a l'actualitat, les efemèrides vinculades a les línies de programació del CCCB o als interessos de la comunitat de seguidors (exemples de calendaris).

Horaris

Adapteu els horaris de publicació al públic al qual us voleu adreçar. Reviseu el vostre historial de publicacions i quines funcionen millor segons l'hora. Si voleu fer publicacions per a públic internacional, en anglès, tingueu en compte la zona horària.

També us pot ser útil revisar analítiques de les principals xarxes socials que indiquen quins posts han tingut més repercussió i veure a quina hora els vau publicar.

Per norma general, els caps de setmana solen funcionar millor les publicacions de contingut.

	Freqüència òptima	Freqüència mitjana
Facebook	1-3 publicacions al dia	1-3 publicacions a la setmana
Twitter	Com més hi participem o interactuem, més visibilitat obtindrem. Si només fem tuits i retuits d'activitat pròpia, perdem interacció amb el públic	1-3 tuits al dia
Instagram	1-2 publicacions al dia 2-4 històries al dia	1 publicació al dia 1 història al dia

Llenguatge, estil i to

Tot i que el to de la comunicació general del CCCB és formal i institucional, cada xarxa social té un to i un estil diferents, que venen marcats per l'ús majoritari que les persones fem de les xarxes.

Adapteu el llenguatge i el format del contingut al tipus de públic al qual us esteu adreçant i a la xarxa social on esteu comunicant el missatge.

Els missatges han de ser breus i concrets.

Mantingueu un estil informal, interpel·lant directament els seguidors i parlant-los de tu.

Tingueu cura de la forma visual en què presenteu els missatges. Els missatges amb contingut visual contribueixen a l'*engagement* (tot i que si no és possible per qüestions d'espai, no passa res perquè els enllaços venen preparats amb imatges per defecte).

Convideu els lectors a participar en la conversa.

Expliqueu històries curioses, el més interessant de l'activitat (i no només el dia i l'hora on se celebra).

Escriviu demostrant expertesa però sent divulgatius i clars.

Intenteu engrescar l'audiència amb missatges emotius i creatius.

Compartiu «la cuina», com es crea un projecte.

Compartiu èxits però sense ser massa autocomplaents.

Accepteu les crítiques i responeu-hi amb la màxima transparència i tranquil·litat. Abans de respondre, penseu bé com ho voleu fer i, si cal, consulteu-ho amb algun company o l'equip web.

Sempre que pugueu, enllaceu cap a continguts del CCCB, del nostre web, blog CCCB Lab o Soy Cámara.

Recomaneu articles que no només parlin bé de la vostra activitat o ponent (purament promocionals), sinó que també aportin un valor/coneixement al públic, que siguin interessants.

Fomenteu la conversa.

Sempre que pugueu, etiqueteu les persones que citeu a les vostres publicacions.

Feu servir l'humor en les ocasions que així ho requereixin, ajuda a crear una mica de complicitat amb els seguidors.

Idioma

L'idioma principal de comunicació del CCCB a través de les xarxes socials és el català. Tot i això, la comunicació del CCCB és trilingüe (català, castellà i anglès) i, en funció del públic a qui us adreceu, podeu utilitzar qualsevol d'aquestes tres llengües indistintament.

Quan difongueu un contingut, feu servir l'idioma de la font original del contingut (català, castellà, anglès o qualsevol altra llengua).

No obstant això, des dels perfils especialitzats es tuitegen continguts en altres idiomes. Quan es fan mencions a altres institucions (per exemple, col·laboradors o entitats amb les quals es fan acords), cal, com a mínim, fer-ho en anglès.

Citació d'autoria

Sempre que recomaneu un article o contingut a les xarxes socials que no és propietat del CCCB, heu de citar la font d'on prové i qui n'és l'autor.

Amb els continguts que són de producció pròpia, si són obres interessants i elaborades (reportatges fotogràfics, vídeos d'entrevistes, campanyes gràfiques d'agències de publicitat, dissenyadors/es) és important i recomanable que digueu qui n'és l'autor/a.

Hashtags

Els *hashtags* són etiquetes que es fan servir en gairebé totes les xarxes socials (sobretot a Twitter) perquè els usuaris puguin identificar i seguir temes concrets.

L'equip de web i xarxes socials determina quins són els *hashtags* de les principals campanyes de comunicació del Centre. Abans de començar a comunicar un *hashtag* relacionat amb la vostra activitat, consulteu-ho amb l'equip web i xarxes socials per establir quin serà.

#ArxiuCCCB | Quan compartim una conferència o contingut que ja ha passat.

#SoyCámara | Quan compartim un capítol de Soy Cámara.

#XcèntricCCCB | Quan compartim una activitat o contingut relacionat amb Xcèntric.

@KosmopolisCCCB o #K18, #K19 | Quan compartim una activitat o contingut relacionat amb Kosmopolis, sempre citarem el compte del projecte. Si ens referim a una activitat d'agenda del festival, llavors podem utilitzar el *hashtag* de l'edició en concret. Però sempre prioritzarem el compte.

@CCCBLab | Quan compartim un article del CCCB Lab sempre hem de citar el compte del projecte.

@CCCBE xpos | Quan compartim contingut o informacions relacionades amb una exposició, farem servir el *hashtag* de la campanya de l'exposició però intentarem també mencionar el compte d'exposicions.

Eviteu l'ús de molts *hashtags* en els vostres missatges (un ús excessiu pot penalitzar el tuit) i intenteu que tots els que feu servir que no siguin corporatius tinguin coherència amb el missatge que esteu donant.

Puntualment, podeu fer servir *hashtags* que són tendència a les xarxes (efemèrides, temes d'actualitat) si aquests *hashtags* tenen relació amb el que esteu comunicant.

@CCCBAudiovisual | Quan compartim una activitat d'agenda de temàtica audiovisual, hem de citar el compte del projecte.

@CCCBDebats
Quan compartim contingut o informació d'agenda de debats, hem de citar el compte.

@CCCBEducació
Quan compartim contingut o informació d'agenda del servei educatiu, hem de citar el compte.

De campanya | Els usuaris el poden fer servir per etiquetar els missatges o fotografies sobre un projecte del Centre i el CCCB pot monitorar tots els missatges sota aquesta mateixa etiqueta. Exemple: #LlumNegraCCCB, #BjörkDigitalBCN i #PrimeraPersona18.

Live twittering | Serveixen de guia perquè els usuaris puguin seguir els principals missatges que s'estan generant al voltant d'una activitat retransmesa en directe. Exemple: #ButlerCCCB.

Interaccions

Com respondre

Les xarxes socials estan fonamentades, en la majoria dels casos, en la conversa pública. Per tant, és molt important que donem resposta als usuaris que ens interpel·len a través dels nostres canals de comunicació digital.

Hem de donar resposta a totes les preguntes, queixes i suggeriments que se'ns plantegin a través de xarxes socials, tret dels insults o les desqualificacions.

Doneu les gràcies quan una persona s'adreça directament al CCCB per felicitar-nos. Feu *likes* dels comentaris bonics.

Si no sabeu una resposta al moment, no us precipiteu a donar-la. Contacteu amb la persona responsable del CCCB que us pugui facilitar la informació que necessiteu i contrasteu-la amb l'equip de web i xarxes socials.

Quan feu una resposta pública, penseu que pot ser útil per a altres persones que estan seguint la conversa. Per tant, feu les respostes el més neutres i àmplies possibles, evitant fer respostes molt personalitzades.

Si una pregunta o resposta és complicada de plantejar públicament (perquè és molt llarga o molt específica), contacteu en privat amb la persona que demana la informació o presenta una queixa.

Com interpel·lar, mencionar i retuitejar

Cada cop que comenceu una activitat o exposició, detecteu quins són els perfils de xarxes socials de les persones, organismes i institucions involucrades directament en el projecte i que tinguin comptes actius. Recordeu citar-los i mencionar-los en la comunicació de l'activitat, especialment si hi estan involucrats de manera molt directa.

Eviteu interpel·lar i mencionar en excés les persones involucrades en l'activitat.

Etiqueteu, sempre que pugueu, altres comptes del CCCB que estiguin relacionats amb el contingut que compartiu perquè sigui més fàcil expandir la informació.

Retuitegeu aquells continguts que aportin un interès afegit als vostres tuits. Si voleu donar més valor al contingut que recomaneu, és millor publicar un post directament i no retuitejar o mencionar.

El CCCB manté vincles amb altres institucions i amb col·laboradors molt diversos, que es poden interpel·lar de manera directa o indirecta per fer difusió dels continguts. La manera més senzilla de fer-ho és amb la menció en el text del tuit.

Convé no forçar els retuits; per tant, si la persona mencionada no el fa, no se li demana directament.

Una altra manera de fer-ho és etiquetant en una fotografia els usuaris que es vol cridar. Cal tenir present, però, que això només es pot fer amb l'aplicació de Twitter (ja sigui en versió escriptori o en versió mòbil); per tant, no es pot programar amb antelació.

Relacions

Qui seguir

Seguiu totes les persones, organismes i institucions vinculades que fan xarxa amb el CCCB, ja sigui a través de la programació o d'altres projectes.

Seguiu la comunitat d'usuaris i prescriptors interessats en la nostra programació que regularment publiquen continguts relacionats amb la cultura i el pensament contemporanis.

Seguiu altres comptes del sector cultural que comparteixin interessos amb les línies de programació del CCCB.

Mitjans i col·laboradors

Abans d'acordar algun tipus de difusió específica des dels canals generals del CCCB amb alguna entitat col·laboradora o patrocinadora, cal comunicar-ho a l'equip de web i xarxes socials.

Cal difondre continguts de qualsevol mitjà de comunicació que aportin valor afegit als nostres continguts o activitats. S'ha d'evitar difondre enllaços que són una reproducció exacta de notes de premsa o de la informació que ja apareix al nostre web.

Anuncis oficials

Per anuncis oficials entenem qualsevol missatge corporatiu que s'emet per primera vegada i que pot tenir un impacte important en els nostres seguidors, com ara:

- Comunicats, declaracions i informacions institucionals
- Anuncis de cartell
- Anul·lacions d'activitats i canvis de programació
- Ofertes, concursos, accés a contingut exclusiu
- Posada a la venda d'entrades
- Comunicació de *sold out* d'entrades

Quan feu públic algun d'aquests tipus de missatges, heu d'estar coordinats amb l'equip de web i xarxes socials del CCCB per determinar l'estratègia a seguir en aquest tipus de comunicacions i evitar la confusió entre els usuaris que segueixen diferents xarxes del CCCB.

Coses a evitar

No feu servir mai les xarxes socials corporatives per a usos personals.

No utilitzeu exactament el mateix missatge i tipus de contingut en totes les xarxes socials que gestioneu.

Eviteu redifondre sempre els mateixos continguts de forma repetitiva (agenda) i tuits o missatges de la mateixa persona de manera persistent.

No interpel·leu persones directament i públicament perquè us segueixin o us facin un retuit.

No utilitzeu molts *hashtags*.

No feu molts retuits al *timeline*. Intenteu sempre publicar missatges propis.

En la mesura que es pugui, cal penjar el vídeo directament, no l'enllaç de YouTube, ja que les xarxes ho penalitzen.

Criteris de cada xarxa

Facebook

Xarxa per seguir persones i amics, els seus gustos, aficions i veure els esdeveniments on participen i assisteixen.

Agenda d'activitats i exposicions.

Publicació d'esdeveniments destacats.

Finestra d'atenció al públic digital: resposta de dubtes, queixes i sol·licitud d'informació. Espai per informar de notícies d'última hora.

Publicació de continguts visuals: àlbums de fotografies i vídeos promocionals d'exposicions.

Interacció amb el públic a través de comentaris.

Publicació setmanal dels principals continguts del CCCB: article del CCCB Lab, capítol de Soy Cámara i vídeos de conferències.

Idioma principal: català.

Twitter

Xarxa per seguir l'actualitat, les persones i la seva opinió. També permet fer el seguiment d'esdeveniments i d'estats d'opinió general a través de *hashtags*, etiquetes que agrupen temàticament les converses.

Agenda d'activitats i exposicions.

Seguiment dels debats i activitats en directe: *live twittering*.

Espai per fer estratègia de continguts d'arxiu del CCCB a través de les efemèrides o *hashtags* de temes d'actualitat.

Finestra d'atenció al públic digital: resposta de dubtes, queixes i sol·licitud d'informació. Espai per informar de notícies d'última hora.

Publicació setmanal dels principals continguts del CCCB: article del CCCB Lab, capítol de Soy Cámara i vídeos de conferències.

Idioma principal: català. El castellà i l'anglès hi són idiomes freqüents.

Instagram

Xarxa per compartir fotografies i històries. Molt estètica i visual, serveix per millorar la marca personal a través d'una imatge molt cuidada.

Històries

Agenda d'activitats i exposicions a través de les històries.

Noves publicacions o adquisicions de Laie CCCB.

Relats sobre projectes CCCB i sobre activitats i ambient en directe.

Nou Soy Cámara i post setmanal.

Publicacions

Espai per donar a conèixer a través de la imatge projectes atemporals del CCCB, línies de programació, autors i història del CCCB.

Edifici i ambient del CCCB.

Citacions d'autors destacats.

Idioma principal: català.

YouTube

Xarxa per publicar vídeos de manera regular i especialitzada en temes concrets.

Publicació de vídeos promocionals i corporatius.

Publicació d'entrevistes.

Publicació de les conferències més destacades.

Directes de conferències i debats.

Idioma principal: català, castellà i anglès. Cal publicar tots els vídeos amb subtítols.

Vimeo

Xarxa per publicar vídeos de manera regular i especialitzada en temes concrets.

Publicació de tots els vídeos de l'activitat del CCCB (Arxiu digital del Centre).

Spotify

Xarxa per escoltar música.

Publicació de llistes de reproducció relacionades amb exposicions o activitats.

Comunicació de crisi

Comunicats corporatius

Els comunicats corporatius s'utilitzen en moments puntuals, quan la direcció del CCCB vol fer pública la seva opinió respecte a algun tema relacionat amb la institució o posicionar-se davant una qüestió d'actualitat o una situació de crisi. Aquests comunicats es redacten i s'aproven conjuntament entre l'equip de comunicació i la direcció del Centre.

En aquests casos, des de l'equip de web i xarxes socials s'informa la resta de *community managers* de la casa de com procedir i es facilita el missatge a tothom perquè puguin difondre'l.

No es podrà emetre un missatge corporatiu abans que ho hagin fet els comptes generals del CCCB.

Aturada de l'activitat

En situacions molt especials, quan un fet o esdeveniment d'actualitat domina la conversa mediàtica i de les xarxes socials (un atemptat, per exemple), l'equip de web i xarxes socials valorarà si aturar l'activitat dels comptes del CCCB i/o emetre un comunicat oficial. La responsable de xarxes socials del CCCB informarà la resta de responsables de comptes corporatius sobre com procedir.

Resposta a queixes i suggeriments

Sempre que hi hagi una queixa pública d'algun usuari sobre la qualitat del servei i que tingui interès general, intenteu respondre-hi també de manera pública perquè la informació serveixi per a tots els nostres seguidors. Si teniu dubtes de com respondre a una queixa, consulteu amb l'equip de xarxes socials.

Si la queixa és específica i molt personal, podeu contactar de manera privada amb l'usuari per respondre-li.

Totes les queixes, suggeriments i recomanacions que s'adrecin a algun departament o persona concreta del CCCB s'haurien de fer arribar a la persona implicada i cal fer-ne un seguiment per poder respondre a l'usuari.

El CCCB disposa de fulls de reclamació, de suggeriments i de denúncia a la recepció d'oficines i a les taquilles per si l'usuari vol presentar una queixa formal en paper.

També podeu adreçar els usuaris a l'apartat de CONTACTA del web del CCCB, on apareixen els correus electrònics de contacte de la majoria de responsables de serveis i departaments del CCCB.

Política de comunicació de venda d'entrades

La responsable de públics del CCCB informará el coordinador d'una activitat, l'equip de xarxes socials, recepció i taquilles de la posada en venda de les entrades d'una activitat.

És imprescindible coordinar amb antelació l'anunci de la venda d'entrades d'una activitat entre els responsables dels comptes específics i els comptes generals del CCCB, especialment quan es tracta d'un ponent important que genera moltes expectatives o quan és l'anunci oficial d'un cartell.

De la mateixa manera, quan es prevegi que una activitat esgotarà les entrades a la venda, cal fer-ne un seguiment i preguntar a la responsable de públics i a taquilles el total d'entrades venudes i intentar informar, al més ràpidament possible, quan les entrades s'han exhaurit.

L'anunci d'entrades exhaurides en xarxes socials s'ha de fer de manera coordinada entre els responsables del compte específic, els comptes generals, les taquilles del CCCB i la recepció.

Abans de fer l'anunci de *sold out* d'entrades, cal assegurar-se si finalment es farà *streaming* de l'activitat per poder-ho anunciar en paral·lel.

En el cas que quedin poques entrades disponibles a les taquilles, no s'informa per xarxes de l'existència d'aquestes entrades per evitar l'efecte crida. En tot cas, el mateix dia de l'activitat, si encara no s'han venut, es pot fer un missatge informant que encara queden entrades a la venda.

Participació del públic

Les xarxes socials són eines fonamentades, en la majoria dels casos, en la conversa. Per tant, sempre que sigui possible, cal configurar els perfils perquè estiguin oberts a tothom i puguin admetre comentaris. Sempre que es pugui, cal incentivar la participació del públic i la conversa i respondre a aquesta conversa amb el mateix to que utilitzen els usuaris.

Agraïu els comentaris positius i, si són missatges amb contingut i valor afegit, podeu retuitar-los i destacar-los.

Heu de respondre a les crítiques constructives, a les queixes i als comentaris de millora dels nostres serveis i les instal·lacions.

Si l'eina que esteu fent servir ho permet, elimineu els insults i els comentaris ofensius envers la institució o qualsevol altra persona que participi en la conversa. Abans d'eliminar un comentari, consulteu-ho amb la responsable de xarxes socials del CCCB.

Models de resposta

Política lingüística

Per què una activitat es fa en català, castellà o anglès?

El CCCB és un centre internacional que acull participants d'arreu del món. L'idioma de l'activitat ve marcat per la llengua que tria el participant de l'activitat per comunicar-se.

Per què tuitegem en català?

Fem servir el català, el castellà i l'anglès en les nostres comunicacions a través de xarxes socials. L'ús d'una llengua o un altra pot variar en funció del públic a qui ens estem adreçant en cada ocasió.

Per què es fa un streaming amb traducció simultània en català?

La traducció simultània és en català perquè és la que s'ofereix a la sala on està tenint lloc l'activitat. Podeu escoltar la conferència en l'idioma original si seguiu les instruccions per configurar els altaveus del dispositiu (*enllaç a les instruccions*).

Ens agradaria poder oferir traduccions simultànies en altres idiomes, però, per motius pressupostaris, no és possible.

Aforament

Per què no teniu un aforament més gran?

L'aforament dels espais i de les instal·lacions del CCCB és limitat per motius de seguretat.

Gent que es queda fora en una activitat.

Ens sap greu que no hagi pogut assistir a l'activitat. Les entrades estan exhaurides i, per motius de seguretat, no podem sobrepassar la capacitat permesa a la sala.

Es poden reservar seients en les activitats?

Ho lamentem, no reservem localitats ni seients a les nostres activitats, tret de la fila zero o de seients ocupats per qüestions de protocol.

Horaris i entrades

A quina hora s'obren les portes per accedir a una activitat?

Obrim portes mitja hora abans del començament de la sessió.

No m'he assabentat que s'han acabat les entrades!

Lamentem que no hagi pogut comprar l'entrada. Intentem donar-vos la informació més actualitzada possible sobre la venda d'entrades. Atesos a la naturalesa i el funcionament de les xarxes socials, els nostres missatges no sempre arriben a tothom en el mateix moment que els emetem.

Accessibilitat

Vull venir amb cadira de rodes al CCCB.

Els visitants amb mobilitat reduïda o amb cadira de rodes poden fer ús dels ascensors. Només cal demanar-ho al personal de l'entrada del museu. També disposem de lavabos adaptats. Pots consultar la nostra política d'accessibilitat aquí: www.cccb.org/ca/visita#accessibilitat

Programació

Per què programeu l'activitat X (activitat externa) al CCCB?

Algunes de les activitats que acull el CCCB són lloguers d'espais a entitats, empreses o institucions externes que no estan vinculades a les línies de programació ni al projecte del CCCB.

Per què programeu l'activitat X (activitat pròpia)?

Pots posar-te en contacte amb el departament encarregat de programar aquesta activitat a través del correu electrònic que trobaràs en el nostre apartat de contacte. www.cccb.org/ca/connecta/contacte

T'informaran amb més detall sobre els motius pels quals hem programat aquesta activitat.

Per què hi ha poques dones en una activitat?

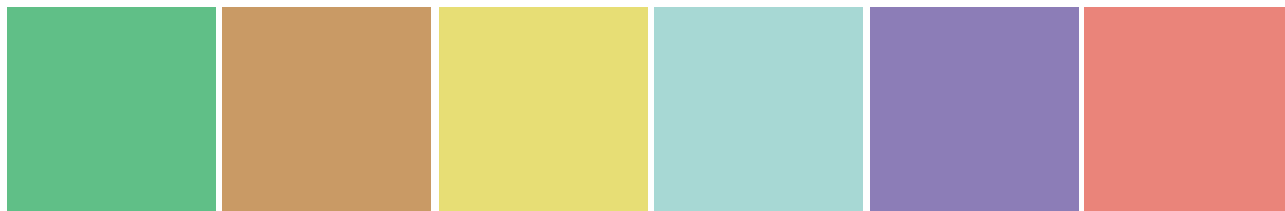
Som conscients que hem de millorar la presència de dones en les nostres activitats i treballem cada any perquè aquesta situació es reverteixi. L'any 2017, un 42 % de participants al CCCB van ser dones, una xifra que millora la situació respecte d'altres anys.

Criteris gràfics

L'equip web i xarxes socials ha elaborat una sèrie de plantilles i criteris gràfics que cal seguir si es volen generar continguts corporatius per publicar a les xarxes socials. Els elements gràfics d'agenda s'utilitzaran només des dels tres comptes generals (Facebook, Twitter i Instagram del CCCB). Les citacions es poden utilitzar des de qualsevol compte del CCCB.

Les activitats dels cicles de Debats i Xcèntric tenen una gràfica pròpia. També es respectarà la imatge pròpia d'exposicions i festivals importants (Kosmopolis, Primera Persona). La resta d'activitats utilitzaran aquesta plantilla per tal d'unificar-les sota el paraigües CCCB.

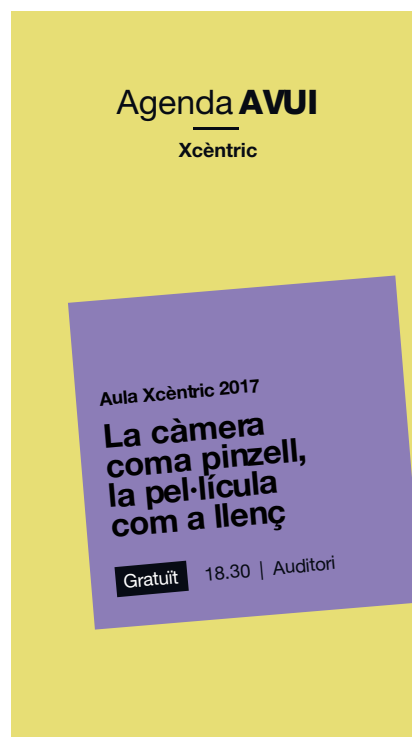
Colors



Twitter



Instagram



Vídeos

Vídeos promocionals i entrevistes YouTube

Han de finalitzar amb la careta animada del logotip del CCCB en negre.

Han d'evitar carregar visualment el contingut.

Per als títols que presenten els entrevistats, cal utilitzar sempre la lletra Helvetica Neue.

Vídeos per Twitter i Instagram

Si són una videocitació, els vídeos han de començar amb el tall de veu directament (sense cap careta al començament del vídeo).

Es recomana que no durin més d'un minut.

Han de finalitzar amb el logo del CCCB.

Subtítols

Tots els vídeos s'han de subtitular al català i si és possible per pressupost, també en castellà i en anglès. Tipografia subtítols: Helvetica Neue.

Seguiment i analítica

Per poder fer un seguiment regular del funcionament i impacte dels missatges del CCCB a les xarxes socials, és important anar recollint analítiques bàsiques de cada xarxa, que es poden consultar en els panells d'administració de les eines.

Recomanem fer-ne un seguiment mensual, que reculli les dades següents:

Facebook

Seguidors
M'agrada
10 posts amb més impacte
Hores i dies amb més presència de seguidors

Twitter

10 tuits amb més impacte
Tuits generats
Impressions
Visites al perfil
Mencions
Nous seguidors
Engagement
Clicks als enllaços
Retuits
Likes
Replies
Perfil de seguidors

Instagram

10 posts amb més impacte
Seguidors
Impressions
Reach
Visites al perfil

YouTube

10 vídeos més populars
Subscriptors
Visualitzacions
Mitjana de temps/visualització



Metadades del document

Núm. expedient	CCCB/2023/0037960
Tipus documental	Plec de clàusules o condicions
Títol	PPT contractació dels serveis de comunicació digital consistents en el manteniment de perfils de xarxes socials (community management) i la gestió i enviament de butlletins del CCCB

Signatures

Signatari		Acte	Data acte
Mònica Muñoz-Castanyer Gausset (TCAT)	Cap Servei Comunicació i Cultura Digital	Signa	30/04/2024 17:02
Pilar Soldevila Garcia (TCAT)	Subdirectora - Gerent	Signa	02/05/2024 11:32

Validació Electrònica del document

Codi (CSV)	Adreça de validació	QR
3101efac9a553cd1b95b	https://seuelectronica.diba.cat	

