

## DEBATE: NUEVA MARCA PARA LOS ÓRGANOS DE PARTICIPACIÓN

### Introducción

A raíz de una propuesta realizada durante la fase de diagnóstico sobre generar una nueva marca para los órganos y espacios de participación del municipio, se decidió que este debate se abordara desde la comisión “Hacia fuera”. El debate y análisis se realizó durante las cuatro sesiones que hubo de esta comisión.

Para introducir el debate se estableció lo siguiente como definición de “marca” de Participación Ciudadana lo siguiente: La imagen y comunicación que engloba todos los procesos realizados por la Concejalía de Participación Ciudadana y Barrios, como por ejemplo, el Presupuesto Participativo, el Consejo de Ciudad, las Asambleas de Barrio, las comisiones de dinamización Vecinal, las dos casas de asociaciones o el propio proceso de Repensando la Participación Ciudadana.

Por tanto, se analizan estrategias y posibles fortalezas para generar una marca global que sea identificable por las vecinas y vecinos de Rivas Vaciamadrid y que englobe la participación ciudadana en su conjunto.

### ¿Nueva marca? Consensos previos

Durante la primera sesión de la comisión el debate se centró sobre si era necesario o no generar esta nueva marca. Tras el debate, se consensuó que este cambio era conveniente hacerlo si se realizaban también cambios del modelo de participación hacia dentro, para evitar que fuera un cambio meramente cosmético.

Se estableció que el cambio de marca debería de realizarse de forma global pero no total, ya que hay elementos actuales de la Participación Ciudadana que son identificables y reconocibles por parte de la ciudadanía.

Estos elementos, que actualmente funcionan y que, por tanto, deberían mantenerse son los nombres relativos al Presupuesto participativo, al Consejo de Ciudad, a los Consejos Sectoriales, a las Asambleas de Barrio. Por tanto, esta nueva marca debería de ser un paraguas que englobara a todos estos espacios de participación, que mantendrían su nomenclatura propia y reconocible.

### ¿Hacia dónde debe ir esa nueva marca?

Lo primero que se establece es que no es aconsejable generar muchas marcas distintas, ya que supone dispersar la comunicación y la idea es establecer un mensaje conjunto, unívoco y reconocible de la Participación Ciudadana.

Se establece que el logo actual de la Concejalía de Participación Ciudadana y Barrios no funciona, ya que no es reconocible y su imagen ni si quiera se asocia con el Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, lo que dificulta su comunicación y adhesión con

parte de las personas participantes, ya que no aporta la seguridad y confianza que supondría asimilarlo a una Administración pública.

La construcción de una nueva marca conlleva mucho tiempo, ya que hay que conseguir que las personas receptoras de los mensajes se identifiquen con ella. Por tanto, se propone partir desde lo actualmente reconocible (el logo actual del Ayuntamiento) y construir desde ahí, para aprovechar el camino “conquistado” y poder relanzar desde ahí la nueva marca de la Participación Ciudadana del Municipio.

### **Propuesta de marca**

Para la propuesta de esta nueva marca se es consciente que es una labor muy compleja y debe ser abordada por personas con conocimiento específico en comunicación. Se proponen aquí unas líneas maestras de trabajo que deberían de ser posteriormente desarrolladas por el departamento de comunicación del Ayuntamiento.

Para ello se trabajó en dos líneas distintas: el nombre y la identidad corporativa.

#### Nombre

Para el nombre de la nueva marca se propone que sea un nombre sencillo, de no más de dos palabras y que sea fácilmente asimilable a la participación por parte de las vecinas y vecinos del municipio.

Se establece que la “marca” más conocida en el municipio es el Presupuesto Participativo, por lo tanto la mayoría de los nombres deberían asimilarse a este proceso, que ya es muy reconocible y resulta confiable por parte de la ciudadanía.

Durante dos meses, se trabajó en formato de lluvia de ideas dejando las siguientes propuestas de nombres para la nueva marca:

- Implícate
- Rivas Participa
- Ciudad Participativa
- Mejora Rivas
- Rivas Participando
- Participamos
- PARTICIPA

Además, se ve conveniente que este nombre sea reforzado por un claim (“frase explicativa que complete la marca”). Los claims funcionan muy bien en publicidad para reforzar los mensajes de identidad corporativa. Un ejemplo que todas las personas conocemos es el de Coca-cola: “La chispa de la vida”.

Se proponen algunas opciones de claim, si bien, debería de trabajarse más este aspecto una vez sea seleccionado el nuevo nombre de marca global. Los claims

propuestos podrían intercambiarse con varios de los nombres, pero jamás hay que repetir una misma palabra en la combinación nombre de marca-claim.

A modo de propuesta, se lanzan estos posibles claims:

- Transforma Rivas
- ¿Y tú?
- ¿Te vienes?
- ¿Te unes?

### Identidad corporativa

Se entiende por identidad corporativa el contenido de imagen e imaginario de la marca, una potente herramienta para que los mensajes sean más reconocibles y asimilables entre la población.

Igual que con el nombre, se propone aprovechar el territorio ya conquistado por la imagen corporativa del Ayuntamiento y empezar a crear desde ahí. Para ello se propone que, en el nuevo logo, mantener como color el “rojo Rivas” y partir del logo del Ayuntamiento para generar uno nuevo, dotándole de nuevos elementos y variaciones que mantengan el reconocimiento e identificación con el logo institucional actual.

Por último, se plantea reforzar comunicativamente que los espacios de participación son lugares “donde hacer cosas” para mejorar los barrios y la ciudad, huyendo de la imagen que supone en muchos ciudadanos de que son espacios donde se debate y habla mucho pero que se realizan pocas cosas. Se considera que este tipo de comunicación atraerá a más perfiles a la participación Ciudadana.

### **Propuestas de acciones**

Desde la comisión se proponen una serie de acciones para realizar este proceso de generar una nueva marca de forma participada, lo que irá generando una mayor adhesión e identificación por parte de la ciudadanía. Se propone lo siguiente:

- Realizar una consulta web con un pull de 8-10 posibles nombres de marca. Realizar una consulta a través de la web de participación ciudadana para que las vecinas puedan elegir la nueva marca que englobe la participación del municipio.
- Concurso de Logos (con premios). Estableciendo un briefing donde se marque, al menos, que hay que mantener el “rojo rivas” y modificar el logo municipal para cumplir con los objetivos marcados en la propuesta de que la nueva marca sea plenamente identificable con el Ayuntamiento.
- Camisetas o merchandising con el logo
- Integrar nuevas vías de comunicación con la nueva marca.



- Presentación de la nueva marca. Realizar una fuerte acción comunicativa para presentar una nueva marca. Se plantean varias alternativas: una jornada de Presentación de la nueva marca, contar con un stand en las fiestas de la ciudad o presentarla en la "Fiesta Participación Ciudadana", propuesta presentada también desde esta comisión.