

Guia d'usos i d'estil de la presència *online*

Barcelona Activa

Juny 2018



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

Índex

01.	PRESENTACIÓ	3
02.	ESTRATÈGIA GENERAL DE COMUNICACIÓ ONLINE	4
03.	LLOCS WEB I NEWSLETTERS CORPORATIUS	8
	03.1. ECOSISTEMA DIGITAL.....	8
04.	XARXES SOCIALS	10
	04.1. FAcEBOOK.....	13
	04.2. TWITTER	15
	04.3. LINKEDIN.....	19
	04.4. YOUTUBE	20
	04.5. SLIDESHIRE.....	21
05.	LLENGUATGE NO SEXISTA	23
	RECURSOS PER EVITAR UN LLENGUATGE SEXISTA.....	24
06.	ESTIL	27
07.	ANNEX TERMINOLÒGIC.....	32
	07.1. institucions, línies, càrrecs i programes.	32
	07.2. WEBS i EQUIPAMENTS	34
	07.3. glossari d'activitats	35
	07.4. UTILITZACIÓ DE MANLLEUS	35

01. Presentació

El present document recull la guia general d'usos i estil de la presència *online* de Barcelona Activa. Com agència de desenvolupament local, l'entitat té com a objectiu principal la potenciació de les polítiques d'ocupació i la recuperació del mercat de treball, la iniciativa emprenedora i el desenvolupament de noves empreses innovadores que impulsin la transformació de la ciutat de Barcelona, des d'una visió d'economia plural.

Per a la difusió i promoció de les seves activitats entre el seu públic objectiu (ciutadania, persones aturades, professionals, emprenedores, empreses, entitats, inversors, etc.), Barcelona Activa compta actualment amb els següents canals de comunicació *online*:

Llocs web

Canal	Url
Barcelona Activa	www.barcelonactiva.cat
Barcelona Treball	www.barcelonactiva.cat/treball
Barcelona Emprenedoria	www.barcelonactiva.cat/emprenedoria
Barcelona Empreses (OAE)	www.barcelonactiva.cat/empreses
Cibernàrium	barcelonactiva.cat/cibernarium
Barcelona Negocis	www.barcelona.cat/negocis
Altres Canals	Url
BICD	http://internationalcommunityday.barcelonactiva.cat/
Estàs On (<i>microsite</i>)	estason.barcelona.cat

Xarxes Socials

Canal	Url
Twitter	Barcelona Activa: twitter.com/barcelonactiva
	Barcelona Empreses: twitter.com/bcn_empresa
Facebook	Barcelona Activa: facebook.com/barcelonactiva
LinkedIn	Barcelona Activa: linkedin.com/company/barcelona-activa
YouTube	Barcelona Activa: youtube.com/user/videosbarcelonactiva
Slideshare	Barcelona Activa: slideshare.net/barcelonactiva

El nombre i tipologia dels diferents canals i la gestió distribuïda dels seus continguts fa necessari establir uns criteris d'estil en l'elaboració i manteniment de continguts. L'objectiu de la present guia és fixar aquests criteris i donar unes pautes comunes per unificar i optimitzar la presència *online* de Barcelona Activa.

Cal assenyalar que la present guia és un **document dinàmic**, obert a les aportacions de cadascun/a dels i les agents implicats/ades i que anirà evolucionant en funció de les necessitats i estratègies de comunicació *online*.

02. Estratègia general de comunicació *online*

Donat el caràcter específic de cadascun dels canals (Barcelona Activa, Barcelona Treball, Barcelona Emprenedoria, Barcelona Empreses i Barcelona Negocis) la taula annexa mostra en línies generals el públic objectiu al qual es dirigeixen aquests canals, i l'estil comunicatiu més adient per a cadascun d'ells:

Canal	Públic objectiu	Tipologia de continguts	Missatge i estil comunicatiu
Barcelona Activa	Persones en situació d'atur o de canvi professional que busquen informació i assessorament expert.	Notícies corporatives sobre els serveis, programes i activitats que realitza Barcelona Activa.	L'estil ha de ser informatiu i proper però alhora seriós i rigorós.
	Persones interessades en els programes formatius, serveis i activitats de les diferents línies de Barcelona Activa.	Notícies relacionades amb empreses i persones emprenedores de la ciutat o directament vinculades a l'entitat.	El perfil dels continguts s'inscriu en els tres grans àmbits d'actualitat de l'entitat: l'ocupació, l'emprenedoria i el desenvolupament empresarial.
	Persones i empreses interessades en la formació i l'impuls de l'emprenedoria a la ciutat.	Notícies de temàtica general relacionades amb els diferents àmbits d'actuació de Barcelona Activa.	Cal tenir en compte que el portal es dirigeix a un públic heterogeni (persones que cerquen feina, que volen millor el seu perfil professional, empreses, pimes, emprenedors/es, etc.).
	Persones i empreses interessades en l'Economia Social i Solidària	Notícies vinculades als programes i accions que desenvolupa Barcelona Activa en camps com la promoció econòmica, l'economia col·laborativa i l'economia social.	Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista.
	Persones i empreses de Barcelona i l'Àrea Metropolitana, principalment pimes, vinculades o interessades en els programes i les activitats de Barcelona Activa.	Idiomes: català, castellà.	Exemples Més oportunitats i informació per trobar feina a Barcelona i l'estranger.
	Persones, empreses i institucions que desenvolupen la seva activitat empresarial a Barcelona o l'Àrea Metropolitana.		Ets un/a eco-emprenedor/a i vols posar en valor la teva empresa?
	Mitjans de comunicació que poden recollir informació del lloc web per redactar continguts propis.		

Canal	Públic objectiu	Tipologia de continguts	Missatge i estil comunicatiu
Barcelona Treball	Persones en situació d'atur o de canvi professional que busquen informació i assessorament expert. Persones interessades en qualsevol dels programes formatius, serveis i activitats dins dels àmbits de l'ocupació i el desenvolupament professional.	Notícies relatives a la línia d'ocupació, cerca de feina, el desenvolupament professional i a les activitats i programes que es fan en el marc de l'àmbit de "Barcelona Treball". Notícies relacionades amb l'entorn de l'ocupació (recerca de feina, novetats legislatives, noves ocupacions, autoocupació, etc.). Idiomes: català, castellà.	Estil corporatiu però alhora proper i fresc per adaptar-lo a l'usuari/ària final (ciutadania). En determinats continguts es recomana interpell·lar directament a l'usuari/ària per persuadir-lo a participar, emprant la 2a persona del singular o plural. Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista. Exemples Tens més de 30 anys i busques feina? O tens una empresa i busques talent? Amb 30plus trobaràs el que busques. Coneix els darrers indicadors laborals del sector del disseny. Vine a conèixer les noves tendències del mercat de treball.
Barcelona Emprenedoria	Persones amb una idea de negoci. Persones emprenedores i <i>start-ups</i> vinculades entorn de Barcelona Activa. Emprenedors/es de la ciutat interessats/ades en la formació de caràcter empresarial i l'impuls de la innovació tecnològica. Institucions i entitats relacionades amb el món de l'emprenedoria. Persones, empreses i institucions interessades en les notícies i novetats de l'emprenedoria. Mitjans de comunicació que poden recollir informació del lloc web per redactar continguts propis.	Notícies sobre els serveis, programes i activitats que realitza Barcelona Activa dins l'àmbit de l'emprenedoria. Notícies corporatives de les empreses i <i>start-ups</i> vinculades a l'entitat (incubadores, Parc Tecnològic, programes, premis, etc.). Notícies de caire general relacionades amb la creació d'empreses, l'emprenedoria, la innovació, les noves tecnologies aplicades a l'àmbit empresarial, etc. Idiomes: català, castellà i anglès.	To corporatiu però adaptat i centrat en el <i>target</i> emprenedor. L'enfocament dels continguts ha de posar èmfasi en el caràcter pràctic dels serveis, programes i activitats de Barcelona Activa. En la comunicació de les activitats, s'emprarà un estil més personal i directe, enfocat a l'usuari final, per atraure la seva participació. Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista. Exemples Elisava Alumni aterra a la Incubadora Almogàvers amb ELISAVA Entrepreneurs. Si et cal ajut per al pla financer, no cal que esperis al setembre. Vine a aquesta sessió d'emprenedoria.

Canal	Públic objectiu	Tipologia de continguts	Missatge i estil comunicatiu
Barcelona Empreses	Empreses vinculades entorn de Barcelona Activa.	Notícies sobre els serveis, programes i activitats que realitza Barcelona Activa dins l'àmbit del desenvolupament empresarial.	To corporatiu però adaptat i centrat en el <i>target</i> empresarial
	Empreses de la ciutat interessades en la formació de caràcter empresarial i l'impuls de la innovació.	Notícies sobre serveis i programes vinculats al món de l'empresa.	L'enfocament dels continguts ha de posar èmfasi en el caràcter pràctic dels serveis, programes i activitats de Barcelona Activa.
	Empreses interessades a cobrir una necessitat corporativa.	Notícies sobre els serveis de Barcelona Empreses que s'ofereixen des de l'Oficina d'Atenció a les Empreses (OAE).	En la comunicació de les activitats, s'emprarà un estil personal i directe, enfocat a l'usuari/ària final, per atraure la seva participació.
	Institucions i entitats relacionades amb el món de l'empresa i el desenvolupament empresarial	Idiomes: català, castellà i anglès.	Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista.
	Persones, empreses i institucions, d'aquí o estrangeres, interessades establir una xarxa de <i>networking</i> amb les empreses de la ciutat o establir-s'hi.		Exemples Es posa en marxa un programa de suport a les pimes de la indústria tradicional.
	Mitjans de comunicació que poden recollir informació del lloc web per redactar continguts propis.		Coneix el servei d'internacionalització de l'OAE. Si tens una empresa i necessites un cop de mà amb els tràmits, vine a l'OAE. T'ajudem.
Cibernàrium	Persones que vulguin millorar les seves competències digitals a través d'activitats d'iniciació a Internet.	Notícies relatives a les activitats i jornades que s'imparteixen al Cibernàrium.	Estil corporatiu però alhora proper i fresc per adaptar-lo al seu públic objectiu.
	Empreses, professionals i persones emprenedores de diferents sectors d'activitat interessades a consolidar o ampliar les seves competències tecnològiques per al seu perfil professional, projecte empresarial, o assistir a les jornades de divulgació tecnològica.	Notícies vinculades a les activitats d'alfabetització digital impartides a les instal·lacions que Cibernàrium disposa al Parc Tecnològic i a altres espais (Antenes Cibernàrium).	En determinats continguts es recomana interpel·lar directament a l'usuari /ària per persuadir-lo a participar, emprant la 2a persona del singular o plural.
		Notícies per difondre activitats relacionades amb el sector TIC i d'interès per a empreses de base tecnològica de la ciutat.	Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista. Exemples Aprèn a utilitzar Internet com a canal de venda per al teu negoci. Aprofita l'agost per estudiar <i>online</i> els cursos del Cibernàrium

Canal	Públic objectiu	Tipologia de continguts	Missatge i estil comunicatiu
Barcelona Negocis	Persones, emprenedors/es, empreses i institucions interessades en la inversió i la posada en marxa d'empreses i projectes a la ciutat.	Notícies per donar a conèixer les activitats i esdeveniments d'interès per al públic objectiu del lloc web.	Estil corporatiu i seriós, emprant un llenguatge destinat a reforçar i potenciar la iniciativa Barcelona Negocis.
	Empreses i persones empresàries que desenvolupen la seva activitat a Barcelona o l'Àrea Metropolitana.	Notícies relacionades amb la creació d'ocupació, l'emprenedoria i el desenvolupament empresarial, l'atterratge empresarial i l'atracció de talent i inversions a la ciutat.	La redacció dels continguts és de tipus neutre i impersonal, sense implicar o interpel·lar a l'usuari/ària.
	Persones, empreses i institucions de fora de Catalunya i de l'estat espanyol interessades en la inversió i la posada en marxa d'empreses i projectes a la ciutat.	Notícies de promoció de la marca Barcelona com a ciutat de negocis per a inversors/es i empreses d'àmbit internacional (esdeveniments, congressos, dades econòmiques, casos d'èxit, etc.), amb l'objectiu de posicionar la capital catalana en 10 sectors estratègics (Media; TIC; biotecnologia; energia, medi ambient, <i>clean-tech</i> , mobilitat i vehicle elèctric; agroalimentari, dieta mediterrània, i cuina creativa; disseny i creativitat; educació superior; aeroespacial; logística i <i>Smart Cities</i>).	Cal aplicar la perspectiva de gènere i utilitzar un llenguatge no sexista.
	Persones, empreses i institucions, d'aquí o estrangeres, interessades en les notícies i novetats de les empreses de la ciutat, estiguin o no vinculades a Barcelona Activa.		Exemples Harbour Space, un nou centre internacional de formació tecnològica.
	Inversors/es públics / privats de tot el món.		Barcelona és la ciutat preferida pel capital risc a l'Estat, amb el 56% del total de les inversions.
	Persones, empreses i institucions vinculades als sectors estratègics de Barcelona.		Barcelona es convertirà en la capital de la indústria 4.0 la propera tardor.
	Mitjans de comunicació que poden recollir informació del lloc web per redactar continguts propis.	Idiomes: català, castellà i anglès.	

03. Llocs web i newsletters corporatius

03.1. ECOSISTEMA DIGITAL

Barcelona Activa compta amb diferents canals de difusió digitals adreçats als diferents perfils d'usuari, ja siguin vinculats a la recerca de feina, a la millora de la seva capacitat professional, les persones emprenedores, les *start-ups* o els diferents tipus d'empresa.

Aquests canals *online* ajuden a assolir els objectius de Màrqueting i Comunicació i tenen un doble vessant: informar dels serveis i facilitar la inscripció a les activitats, cursos formatius i programes a mida per generar oportunitats de treball i promocionar el caràcter emprenedor i innovador de la ciutat.

Tots els serveis es basen en l'atenció personalitzada per part dels equips tècnics en cada àrea d'activitat als diferents equipaments i espais d'informació. Els llocs web són, però, els espais públics on s'informa de l'actualitat informativa; de l'agenda d'activitats i esdeveniments disponibles (més de quatre-centes al mes) i dels programes actius o d'obertura imminent. Cada línia d'activitat edita setmanalment un *newsletter* amb els fets més destacats (interns i externs) amb un alt grau de penetració (obertura del 25% i CTR mig del 10%).

Per la seva banda, les xarxes socials, amb un volum creixent de seguidors/es, són l'instrument necessari que permet accedir als recursos, als cursos i als serveis que molt sovint queden amagats sota una arquitectura web excessivament jeràrquica i poc usable en dispositius mòbils. Les xarxes afavoreixen també la fidelització dels i les nostres usuaris/àries i és l'àmbit on Barcelona Activa preveu créixer més en els futurs anys.

Llocs web principals. Els webs amb què s'articula tota l'oferta de programes i serveis són:

- barcelonactiva.cat, és el web corporatiu que fa de porta d'accés cap a la resta de webs de les diferents línies de Barcelona Activa, per a tota persona que consulta Internet atreta per la reputació de la marca en els àmbits de l'ocupació, el suport a l'emprenedoria i al creixement empresarial.
- barcelona.cat/treball, el web Barcelona Treball agrupa tots els programes i serveis d'ocupació per al desenvolupament professional de Barcelona Activa, adreçats tant a persones a l'atur com a professionals en actiu o joves estudiants. Amb una mitjana de més de 325.000 visites al mes, és un dels portals més visitats de l'Ajuntament.
- barcelona.cat/cibernarium, el Cibernàrium és un centre de capacitat tecnològica que ofereix un ampli ventall d'activitats que permeten introduir-se i perfeccionar coneixements sobre les eines i recursos més actuals en l'ecosistema digital (web i mòbil). Disposa d'un catàleg de *podcasts*, vídeos i manuals digitals d'autoformació d'alt valor. L'activitat formativa inclou formació *online* i cursos i sessions de capacitat digital en col·laboració amb la xarxa de Biblioteques de Barcelona.
- barcelona.cat/empreses, actualment Oficina d'Atenció a les Empreses (OAE), dona servei a les pimes per acompanyar-les en el seu procés de constitució, creixement i fins i tot internacionalització. Inclou agenda d'esdeveniments, activitats i una guia de tràmits d'utilitat per a les empreses.
- barcelona.cat/emprenedoria, és l'espai de les persones emprenedores. El web presenta els serveis de suport que ajuden a desenvolupar una idea de negoci i crear una empresa, amb ajudes per desenvolupar un pla d'empresa o trobar finançament.
- barcelona.cat/negocis, és el portal informatiu de l'actualitat econòmica de la ciutat, en clau local i internacional i alhora és un espai on es faciliten les publicacions d'interès per a les empreses de la ciutat o que es plantegen invertir a Barcelona.

Dades vistes als portals web (comparativa Q1 2017-2018).

Si ens centrem en els llocs web, el volum de sessions mensuals és de gairebé 520.000, amb un accés destacat a la web de Treball, seguida de la web corporativa i l'oferta d'activitats formatives del Cibernàrium.

	Sessions			Tràfic a web via XS		
	Q1 2017	Q1 2018	%	Q1 2017	Q1 2018	%
Web Corporatiu	323.932	294.498	-9,1%	1,60%	1,78%	11%
Treball	836.657	1.335.201	59,6%	3,80%	0,19%	-95%
Empreses (OAE)	93.075	46.388	-50,2%	2,80%	5,10%	82%
Emprenedoria	54.946	232.792	323,7%	4,30%	1,61%	-63%
Cibernàrium	151.147	171.802	13,7%	1,30%	5,43%	318%
Barcelona Negocis	7.773	4.406	-43,3%	7,60%	9,40%	24%

03.2 NEWSLETTERS DE BARCELONA ACTIVA

Barcelona Activa compta amb una estratègia de comunicació via *mailing* per arribar de manera més directa a la comunitat de persones usuàries. Aquesta comunicació consisteix en l'enviament periòdic d'e-mails i *newsletters* externs:

- Les línies de serveis **d'Emprenedoria, d'Empresa, de Treball i de Formació (Cibernàrium)**, tenen un *newsletter* setmanal. S'envien en dies diferents de la setmana i inclouen informació rellevant per cadascun dels targets als quals s'adreça.
- Barcelona Bones Notícies** és el *newsletter* mensual extern per informar de l'activitat d'interès del món empresarial de Barcelona, amb una versió específica en anglès de cara a atraure inversió estrangera.
- Puntualment es fan també **accions d'e-mail marketing** per comunicar actes, esdeveniments, comunicats i promocions especials d'alguns programes.

Els *newsletters* de difusió externa de Barcelona Activa sumen més de 150.000 membres, amb una ràtio d'obertura mig del 25% i un CTR del 10%.

KPI's Newsletters

Dades abril 2018



04. Xarxes Socials

A través de les xarxes socials es difon tota l'actualitat i les activitats que organitza Barcelona Activa en els seus àmbits d'actuació. Alhora, suposen un canal de proximitat en l'estratègia de comunicació per enfortir els seus vincles amb la ciutadania, l'emprenedoria i el món de l'empresa, tant a nivell local com internacional.

La presència a les xarxes socials ha de **facilitar la participació i implicació de les persones usuàries**, creant un canal de comunicació bidireccional i complementari al web.

Les xarxes socials són un suport que permet augmentar el coneixement i la notorietat de la nostra marca. Les xarxes tenen un creixement orgànic, recolzat 2 o 3 cops l'any amb alguna campanya de pagament vinculada a la promoció d'algun programa o esdeveniment.

Donada la importància que aquestes estan tenint en la comunicació actual, la presència de Barcelona Activa a les xarxes socials ha de mantenir aquesta dinàmica de creixement tan quantitativa com qualitativament. El nostre ecosistema de xarxes socials és:

Twitter:

- **@barcelonactiva** compta amb més de 190.000 seguidors/es i una ràtio d'*engagement* del 0,8. La segmentació dels/de les seguidors/es és complexa, ja que l'índex de participació és similar tant en tuits d'ocupació, com d'emprenedoria o de millora professional.
- **@bcn_empreses** és l'espai reservat per reforçar l'actualitat econòmica i empresarial directa o indirectament promoguda per Barcelona Activa i molt lligada a la promoció de l'Ajuntament. Actiu des de 2014, compta actualment amb més de 5.600 seguidors/es i una ràtio d'*engagement* d'1,3.

Facebook compta amb més de 50.700 fans que responen en gran mesura a un públic professional en actiu o a l'atur. Aquest canal és molt actiu en temes relacionats amb l'ocupació i la recerca de feina, amb una taxa d'interacció de 4,6.

LinkedIn interessa a un ampli ventall de persones professionals amb un perfil formatiu mig-alt que responen als posts sobre programes a mida, ja siguin adreçats a persones treballadores o emprenedores. Hi ha més de 25.540 seguidors/es i una activitat variable en altres pàgines creades per serveis específics (com *Empresa busca empresa* i *Barcelona ICD*). La taxa d'interacció és d'1,7.

YouTube s'aprofita com aparador i dipòsit audiovisual per als diferents departaments. No es fa cap acció específica per augmentar les visites cap aquest espai.

Slideshare s'utilitza com a espai per compartir les publicacions d'interès que s'elaboren a Barcelona Activa i que poden ser d'interès per als diferents *targets* (moltes d'aquestes publicacions són o han de ser objecte de difusió via xarxes socials, en el format més adequat, tant de l'informe complet com d'extractes presentats amb infografies).

Vimeo és un canal de presentació de vídeos formatius, associat inicialment als cursos *online* disponibles a la web del Cibernàrium.

Ecosistema digital de les xarxes socials:

Canal	2017	2018	%	Comunitat	Engagement
Facebook	45.139	50.702	12,32%	Fans	4,8
Twitter @barcelonactiva	161.941	190.722	17,77%	Followers	0,8
Twitter @bcn_empreses	4.533	5.614	23,85%	Followers	1,3
YouTube	1.789	2.160	20,74%	Subscriptors/es	-
LinkedIn	17.562	25.540	45,43%	Seguidors/es	1,7
Slideshare	359	410	14,21%	Subscriptors/es	-

A continuació es detallen les principals recomanacions i criteris generals a tenir en compte en la producció i dinamització de continguts 2.0 i la captació de comunitat a través dels canals de Barcelona Activa (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube i Slideshare).

Producció i dinamització de continguts per a les xarxes socials

Actualització	✓ A tots els canals 2.0 s'ha d'oferir informació permanentment actualitzada, de forma periòdica, cobrint les diferents línies d'activitat i evitant en tot moment saturar a l'usuari/a. ✓ Es recomana actualitzar la imatge de capçalera de forma periòdica, o quan es produeixen esdeveniments rellevants que permetin fer difusió de la marca Barcelona Activa i l'esdeveniment en qüestió.
Difusió i captació de comunitat	✓ Els continguts 2.0 han d'anar destinats a donar visibilitat a les iniciatives, programes i activitats impulsats per Barcelona Activa, així com a les start-ups, empreses i entitats que formen part de l'ecosistema de Barcelona Activa. ✓ L'ampliació de la comunitat de Barcelona Activa és un objectiu estratègic, arribant a nous i noves destinataris/es de les diferents línies d'activitat a través de les xarxes socials.
Personalització	✓ És necessari personalitzar les comunicacions, adaptant el missatge i el format a les característiques específiques de cada canal i cada contingut (llenguatge, estil, volum de text, periodicitat, etc.), d'acord als objectius que Barcelona Activa vol assolir. ✓ Convé analitzar la franja horària i els dies de publicació d'acord el target del missatge/servei transmès, adequant la forma al mateix. ✓ Per això, aquelles xarxes socials amb un elevat nombre de seguidors/es han de ser objecte d'una millor i progressiva segmentació dels continguts, potenciant la relació bidireccional amb els i les usuaris/àries. ✓ Els continguts han de ser diferenciats i exclusius per a cada comunitat.

Llenguatge i línia editorial	✓ Cal emprar un llenguatge correcte i respectuós, però alhora directe i proper, emfatitzant la sensació de comunitat i de proximitat de Barcelona Activa amb l'usuari/a. ✓ Cal aplicar la perspectiva de gènere, emprant un llenguatge no sexista i respectuós amb la diversitat de la ciutadania. ✓ Els continguts han de ser breus, clars i atractius, per atraure l'atenció de l'usuari. També caldrà respectar les normes de convivència i d'ús de cada una de les xarxes socials. ✓ No es poden emetre opinions personals i la línia editorial haurà de coincidir amb la del lloc web. Tampoc es podrà desvetllar cap tipus d'informació confidencial ni publicar contingut protegit per drets d'autor sense l'autorització del seu propietari.
Moderació i interacció amb l'usuari	✓ A través dels canals 2.0, Barcelona Activa ha de participar de forma natural en les converses que s'estableixin amb els i les usuaris/es i gestionar les seves preguntes, aportacions i comentaris. ✓ Distingim entre 2 tipus de comentaris dels usuaris: - Preguntes, dubtes i sol·licituds. - Crítiques i comentaris. ✓ Cal donar una resposta "corporativa" a totes les aportacions amb la major immediatesa possible i a través del mateix canal on s'han produït. ✓ En cas de crítica per part de l'usuari/a, caldrà valorar la seva resposta, aportant dades i informació que contrasti l'opinió expressada si s'escau. ✓ No s'esborra cap crítica rebuda, exceptuant aquelles que infringeixin la legislació vigent, les normes d'ús del canal o siguin ofensives o poc respectuoses.
Homogeneïtat dels canals	✓ Tots els canals 2.0 d'un lloc web o marca de Barcelona Activa han de seguir la seva línia gràfica (logotip, tipografia i colors corporatius) i han d'incorporar l'URL del canal. ✓ Sempre que sigui possible, es recomana crear URL amigables per a tots els canals 2.0. <i>Ex.:</i> <i>www.facebook.com/barcelonactiva (Facebook de Barcelona Activa)</i> <i>twitter.com/barcelonactiva (Twitter de Barcelona Activa)</i> <i>www.youtube.com/barcelonabusiness (YouTube Barcelona Business)</i> ✓ En aquesta línia, convé utilitzar escurçadors d'URL quan aquestes no siguin amigables. ✓ Alhora, en el cas de Twitter, es recomana la creació d'un llistat de hashtags propis de Barcelona Activa per utilitzar-los en les comunicacions i potenciar el posicionament de l'entitat en aquest canal.

A continuació es detallen les estratègies a desenvolupar en cadascun dels canals socials on té presència Barcelona Activa.

04.1. FACEBOOK

S'utilitzarà Facebook com a eina de captació de seguidors/es, difusió d'informació i, sobretot, d'interacció amb la comunitat d'usuaris/es de la pàgina, molts d'ells/es participants d'activitats organitzades per Barcelona Activa o persones interessades en els serveis de l'entitat.

Aspectes de presentació

Personalització dels comptes	✓ El compte de Facebook ha de seguir la línia gràfica general, utilitzant el logotip o marca de Barcelona Activa per tal de preservar la identitat i estil gràfic del web. Alhora, aquesta imatge ha de ser homogènia amb la resta de canals 2.0 de la marca. ✓ L'URL de Facebook ha de ser breu i amigable, utilitzant el nom del lloc web o de la marca. <i>Ex.: facebook.com/barcelonactiva.</i> ✓ Es recomana actualitzar la imatge de capçalera de forma periòdica, o quan es produeixen esdeveniments rellevants que permetin fer difusió de la marca Barcelona Activa i l'esdeveniment en qüestió.
Estructura del post	✓ Els posts de Facebook no tenen limitació de caràcters, però es recomana la màxima brevetat i concisió, limitant la seva longitud a 2-3 línies (aprox. entre 180 i 210 caràcters sense espais). L'estructura del post ha d'estar unificada. En primer terme cal introduir el text, seguidament l'enllaç escurçat i finalment el material audiovisual (imatge/vídeo). ✓ No s'utilitza Facebook com a repositori multimèdia. Per a l'emmagatzematge d'imatges i vídeos es recomana utilitzar el canal de YouTube, el banc d'imatges de Barcelona Activa o Dropbox. ✓ Es recomana mencionar, sempre que sigui possible, a les entitats i/o empreses que destaquem en el nostre post, per tal de crear xarxa i generar <i>engagement</i>. Si tenen perfil a Facebook ho podem vincular a través del @ i el nom del seu perfil. <i>Ex: Ajuntament de Barcelona = @barcelona.cat.</i>
Enllaços	✓ Cal introduir-los escurçats. Si el post fa referència a una notícia publicada en un lloc web de Barcelona Activa, l'enllaç ha de dirigir sempre a la pàgina interior de la notícia. ✓ També es poden enllaçar vídeos de YouTube o presentacions de Slideshare. En aquest cas s'aconsella completar l'enllaç amb un text addicional no superior a les 2 línies (màxim 170 caràcters sense espais). ✓ És molt recomanable compartir continguts/notícies de mitjans externs vinculats a Barcelona Activa i les temàtiques vinculades, ja que acostumen a tenir un alt impacte, sobretot quan fan referència a ocupació i ofertes de feina.

Continguts

Freqüència d'actualització	✓ Es recomana l'actualització diària de les pàgines de Facebook amb la publicació de 3 posts diaris. ✓ És aconsellable que els continguts sempre vagin acompanyats d'una imatge, vídeo o enllaç, ja que augmenta l'impacte.
----------------------------	---

Perfil i tipologia del contingut	✓ La línia editorial ve definida pels seus objectius i el seu <i>target</i>. En línies generals, aquest canal de comunicació és òptim per a la difusió de continguts dirigits, principalment, al foment de l'ocupació i el desenvolupament professional. Tot i que es comunicarà sobre la resta de línies. ✓ Facebook ha de ser un espai de trobada virtual entre Barcelona Activa i la seva comunitat, obert a la recepció de consultes, dubtes i comentaris dels/de les usuaris/àries. ✓ Es recomana utilitzar continguts prèviament publicats en altres canals <i>online</i> de Barcelona Activa (webs, <i>newsletters</i>, etc.), per donar-los visibilitat, sota un enfocament diferent (més proper i familiar) i sintetitzant-ne la informació. ✓ Els tipus de continguts a difondre per Facebook són: - Notícies pròpies i continguts d'actualitat sobre els àmbits d'interès de Barcelona Activa (ocupació, mercats, recerca de feina, emprenedoria, etc.). - Informació sobre programes, cursos, jornades i altres iniciatives de Barcelona Activa. - Ofertes de feina de la borsa de treball de Barcelona Activa, Ajuntament o del SOC. - Continguts de fonts d'informació externes d'interès per a la comunitat d'usuaris/es de la pàgina (notícies de premsa digital, entrevistes, entrades a blogs, etc.). - Continguts creats específicament per a Facebook, que no tenen cabuda en altres canals (Facebook Live, debats, enquestes, aplicacions, propostes, etc.). - Continguts que s'hagin publicat en altres canals (vídeos de YouTube, documentació a Slideshare, etc.). - Eines i recursos <i>online</i> per a persones en recerca de feina i persones emprenedores.
Idiomes	✓ A la pàgina de Facebook de Barcelona Activa s'utilitza el català. No obstant això, és recomanable respondre als usuaris amb la llengua que hagin utilitzat per realitzar el seu comentari o aportació.
Automatització de continguts	✓ Es recomana personalitzar i independitzar les comunicacions de Facebook de la resta de canals (Twitter i LinkedIn) per adaptar el contingut al seu públic específic.
Gestió del compte	
Gestió d'aportacions i respostes	✓ Els i les usuaris/àries tenen dret a respondre els posts publicats per Barcelona Activa i enviar missatges a l'entitat. ✓ Es recomana donar resposta a totes les aportacions, consultes i suggeriments en un temps màxim de 24-48 h. Per això caldrà fer seguiment diari de la pàgina. ✓ Es recomana no esborrar els missatges de crítica sinó contrarestar-los amb la informació adient. ✓ S'esborraran aquells missatges o comentaris rebuts que no tenen cap vinculació amb Barcelona Activa, la seva activitat o continguts (SPAM).
Creació de xarxa	✓ Per fer créixer i consolidar una comunitat d'usuaris/àries estable i activa a Facebook, es recomana: - Publicació de continguts de qualitat, multimèdia i exclusius.

- **Participar activament** (respostes als i les usuaris/àries), per aportar novetats i continguts d'alt interès per a la comunitat emprenedora, l'empresa, etc.

Medició de resultats

A continuació s'esmenten els principals indicadors recomanats pel control i seguiment de la presència de Barcelona Activa a Facebook:

Indicadors de presència 2.0 a Facebook

Anàlisi quantitatiu	✓	Nombre de seguidors/es + increment + gràfic de l'evolució (total i real).
	✓	Nombre de posts publicats.
	✓	Nombre d'interaccions totals i en detall: - Comparticions - Comentaris - M'agrada - Clics a enllaços
	✓	Taxa d' <i>engagement</i> + increment + gràfic de l'evolució.
Anàlisi qualitatiu	✓	Publicació amb més impressions.
	✓	Publicació amb més interaccions.
	✓	Anàlisi de tendències, públics i reaccions.
	✓	Recomanacions.

04.2. TWITTER

S'utilitzarà Twitter com a eina de captació de comunitat, intercanvi d'informació i contacte amb usuaris (empreses, emprenedors/es i líders d'opinió -*influencers*-), així com a plataforma per tenir accés a fonts d'informació especialitzades.

Aspectes de presentació

Personalització dels comptes	✓	Barcelona Activa disposa d'un compte personalitzat, amb una línia gràfica pròpia (logotip i fons que segueixen els criteris d'imatge gràfica de la pàgina web) i que respon al perfil @barcelonactiva i de @bcn_empreses .
	✓	El text de presentació del perfil ha de ser el màxim de breu i descriptiu possible i contenir l'URL de l'espai web. Si és possible, també és convenient la utilització de hashtags (#empresa, #ocupacio, #emprenedoria...) o paraules clau .
	✓	Es recomana actualitzar la imatge de capçalera de forma periòdica, o quan es produeixen esdeveniments rellevants que permetin fer difusió de la marca Barcelona Activa i l'esdeveniment en qüestió.
Estructura del tuit	✓	Cada tuit és un missatge únic, que pot formar part d'un fil informatiu. Tenint en compte el poc espai disponible (un màxim de 289 caràcters) la informació ha de ser molt concisa i entenedora. Es pot ampliar la informació amb enllaços escurçats i categoritzar-la mitjançant hashtags , que se situaran al final del tuit.
	✓	Per comunicar-se amb un altre perfil dins la xarxa social o bé fer-lo partícip d'un tuit, s'inclourà el seu nom d'usuari , és a dir, es farà una 'menció'. <i>Ex: @VIAEmpresa.</i>

	✓ També s'utilitzaran les mencions per fer referència a entitats, mitjans de comunicació i persones, posant èmfasi en donar visibilitat a les empreses i start-ups de l'ecosistema de Barcelona Activa. ✓ S'inclourà en el tuit les paraules RT, al principi de tot, quan es realitzi un retuit d'un/a altre/a usuari/a. A continuació s'hi afegirà el nom d'usuari/a a qui hem retuitejat.
Enllaços	✓ Sempre s'han d'incloure escurçats, utilitzant la pròpia eina de Hootsuite.

Continguts

Freqüència d'actualització	✓ Es recomana un mínim d'entre 12 i 15 tuits diaris i entre 6 i 8 els caps de setmana (10 i 6 respectivament pel compte bcn_empreses). Segons els temes a tractar, o en cas de cobertures i retransmissions, es pot augmentar aquesta freqüència, espaïant-los convenientment. En el cas de retransmissions en directe (actes, esdeveniments, etc.) la freqüència recomanada és d'un tuit cada 3-5 minuts. ✓ Es recomana intercalar diverses temàtiques disponibles, per tal d'oferir continguts variats que s'ajustin als diferents públics. ✓ Es recomana utilitzar els <i>hashtags</i> amb paraules clau pròpies de cada eix de servei.				
Temàtiques del tuit	✓ Notícies pròpies i continguts d'actualitat sobre l'entitat i els seus àmbits temàtics d'interès (ocupació, emprenedoria, empreses, captació de talent, TIC, sectors estratègics, promoció de ciutat, etc.). ✓ Difusió de les notícies i novetats de les empreses de la ciutat i les que formen part dels diferents espais d'incubació de Barcelona Activa. ✓ Actes propis d'agenda i d'altres institucions o organismes que siguin d'interès per Barcelona Activa i la seva comunitat (jornades, cursos, fires, etc.). ✓ Articles publicats als mitjans de comunicació dels àmbits de Barcelona Activa. ✓ Retransmissió d'esdeveniments en directe (conferències, jornades, debats, inauguracions, etc.). ✓ Continguts que s'hagin publicat en altres canals (vídeos de YouTube, documentació a Slideshare, etc.).				
Hashtags	✓ L'ús de <i>hashtags</i> al canal Twitter de Barcelona Activa presenta 3 objectius: - Potenciar la visibilitat i la difusió de les comunicacions. - Monitorar el seu impacte. - Potenciar la participació dels i de les usuaris/àries, vinculada a les activitats o serveis presencials de Barcelona Activa ✓ D'acord amb aquests objectius, a continuació es detallen els <i>hashtags</i> recomanats: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipus de Hashtags</th><th>Proposta de hashtags</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hashtags corporatius</td><td> #BarcelonActiva #BcnTrellall #BcnEmpreses #BcnEmprenedoria #BcnTrellallJoves #Cibernàrium #OAE </td></tr> </tbody> </table>	Tipus de Hashtags	Proposta de hashtags	Hashtags corporatius	#BarcelonActiva #BcnTrellall #BcnEmpreses #BcnEmprenedoria #BcnTrellallJoves #Cibernàrium #OAE
Tipus de Hashtags	Proposta de hashtags				
Hashtags corporatius	#BarcelonActiva #BcnTrellall #BcnEmpreses #BcnEmprenedoria #BcnTrellallJoves #Cibernàrium #OAE				

<i>Hashtags temàtics</i>	#emprenedoria #empresa #pimes #feina #formació #cursos #innovació #internacionalització #finançament #noves economies #altres economies #finances ètiques #decidim barcelona #bcnturisme #business #entrepreneur
<i>Hashtags vinculats a programes i serveis propis</i>	#PlaXocAtur #GarantiaÈxitBCN #EstàsOn #obertalfutur #programesamida #GarantiaJuvenil #Comerç_Bcn #SinergyS #LearningtoGrow #Axelera
<i>Hashtags d'esdeveniments i externs</i>	#BigData #MWC2017 #bizbarcelona #4YFN #IoT #BarcelonalCD #expats #savethedate
<i>Hashtags sectorials</i>	#bio, #media, #cultura, #salut, #comerç, #logística, #TIC, #educació, #tèxtil, #smartcities, #mediambient, #indústria
<i>Altres hashtags específics</i>	#últimesplaces #novesactivitats
	✓ L'ús de <i>hashtags</i> vinculats a programes o serveis de Barcelona Activa vindrà determinat per: - La rellevància del programa dins l'estratègia de comunicació. - La continuïtat en el temps del programa. - En l'ús dels <i>hashtags</i>, canviar l'idioma segons esdeveniment i canal (@bcn_empreses). ✓ Per exemple: Volem difondre el programa a mida "Learning to Grow" per a empreses industrials: <i>Tens una empresa del sector industrial? Forma't per fer-la créixer amb la nova edició de #LearningtoGrow http://bit.ly/1bFA6pc #programesamida #BcnEmpresa</i> - 1r hashtag: #LearningtoGrow (per la rellevància del programa; incorporat en el missatge). - 2n hashtag: #BcnEmpresa (per categoritzar la categoria general).
Idiomes	✓ Als perfils @barcelonactiva i @bcn_empreses principalment s'utilitzarà el català, tot i que es pot utilitzar puntualment l'anglès i el castellà segons l'esdeveniment, i a @bcn_empreses es combinarà català i anglès.

Automatització de continguts	✓ Els tuits es programaran en diferents moments del dia/ setmana a través del Hootsuite de l'Ajuntament de Barcelona. Cal evitar fer-ho en hores rodones per donar sensació de vividesa. ✓ En aquest hi ha recursos compartits sobre els quals puntualment s'informarà per a la seva utilització.
Gestió del compte	
Gestió d'aportacions i respostes	✓ Quan un/a usuari/a de Twitter escriu un tuit que inclou @barcelonactiva o @bcn_empreses es recomana respondre si és possible abans de les 48 hores, tant si es tracta d'una menció pública, com d'un missatge privat. ✓ Per això caldrà controlar i gestionar diàriament les interaccions amb els i les usuaris/àries.
Retuits/mencions	✓ Amb els retuits es dóna visibilitat a temes i perfils que poden aportar informació valuosa per Barcelona Activa i la seva comunitat, i és una forma de crear xarxa i fomentar la interacció. ✓ Amb l'objectiu d'augmentar l'abast i l'impacte dels missatges, es recomana potenciar la menció d'<i>influencers</i> i <i>partners</i> mitjançant mencions i retuits. ✓ Agrair els comentaris i mencions (<i>likes</i> i retuits si es requereix).
Llistes	✓ Són una eina eficaç de gestió, categorització i creació de xarxa. Es poden crear un màxim de 20 llistes, públiques o privades, on agrupar comptes d'usuaris/es de manera temàtica, geogràfica, etc. ✓ És una eina útil per identificar i classificar els/les seguidors/es segons els perfils detectats. ✓ Les llistes públiques també poden ser difoses entre els/les seguidors/es com a un recurs útil.
Creació de xarxa	✓ Consisteix a identificar i seguir aquells/es usuaris/es i sectors estratègics que puguin aportar valor a la comunitat de Barcelona Activa i Barcelona Empreses (emprenedors/es, empreses, entitats, experts/es, inversors/es, persones influents, líders d'opinió, mitjans de comunicació especialitzats, etc.). ✓ A l'hora de seguir perfils és recomanable guiar-se pels objectius, els destinataris i la línia editorial definida per a cada compte de Twitter. ✓ Difondre esdeveniments i activitats d'àmbit local, nacional i internacional, participar de la conversa a través de mentions i missatges, la realització de retuits i la utilització de hashtags populars i amb gran nombre de seguidors/es són bones pràctiques que cal seguir per ampliar i consolidar una comunitat d'usuaris/es de Barcelona Activa a Twitter.

Medició de resultats

A continuació s'esmenten els principals indicadors recomanats pel control i seguiment de la presència de Barcelona Activa a Twitter:

Indicadors de presència 2.0 a Twitter

Anàlisi quantitatiu	✓	Nombre de seguidors/es + increment + gràfic de l'evolució (total i real).
	✓	Nombre de tuits publicats.
	✓	Nombre d'interaccions totals i en detall: - Retuits - Respostes - M'agrada - Clics
	✓	Taxa d' <i>engagement</i> + increment + gràfic de l'evolució.
Anàlisi qualitatiu	✓	Tuit amb més impressions.
	✓	Tuit amb més interaccions.
	✓	Anàlisi de tendències, públics i reaccions.
	✓	Recomanacions.

04.3. LINKEDIN

Barcelona Activa disposa d'un [perfil d'empresa a LinkedIn](#) amb més de **18.500 seguidors/es** on es detallen els principals serveis de l'agència de promoció econòmica per a empreses, emprenedors/es i professionals, i es difonen les principals activitats i serveis d'ocupació i desenvolupament professional.

Aspectes de presentació

Personalització dels comptes	✓	LinkedIn permet personalitzar el perfil a través d'un logotip, una foto de capçalera, una descripció/presentació de l'empresa i un llistat dels conceptes que la defineixen (especialitats).
	✓	A més de seguir la línia gràfica de la marca de Barcelona Activa, la descripció es fa alhora en català i castellà.
	✓	Es recomana actualitzar la imatge de capçalera de forma periòdica, o quan es produeixen esdeveniments rellevants que permetin fer difusió de la marca Barcelona Activa i l'esdeveniment en qüestió.
Estructura del post	✓	Els posts de LinkedIn no tenen limitació de caràcters, però es recomana la màxima brevetat i concisió, limitant la seva longitud a 2-3 línies (aprox. entre 180 i 210 caràcters sense espais). L'estructura del post ha d'estar unificada i es recomana incorporar sempre imatges. En primer terme cal introduir el text, l'audiovisual (imatge o vídeo) i, al final de tot, l'enllaç escurçat.

Continguts

Freqüència d'actualització	✓	Es prioritzen els continguts vinculats a ocupació i desenvolupament professional, i també totes aquelles informacions que vinculin les empreses i la creació d'ocupació.
Idiomes	✓	A la pàgina de LinkedIn de Barcelona Activa s'utilitza el català , en un 80% de les publicacions, i el castellà en un 20%. L'ús de l' anglès es limitarà als grups.

Automatització de continguts

- ✓ Es recomana publicar 1 post diari, 6 a la setmana.
- ✓ Es recomana **personalitzar i independitzar** les comunicacions de LinkedIn de la resta de canals (Twitter i Facebook) per adaptar el contingut al seu públic específic.
- ✓ És millor no programar-los per tal d'ajustar la seva visualització, perquè sigui el màxim d'atractiva i llegible possible.

Medició de resultats

A continuació s'esmenten els principals indicadors recomanats pel control i seguiment de la presència de Barcelona Activa a LinkedIn:

Indicadors de presència 2.0 a LinkedIn

Anàlisi quantitatiu

- ✓ Nombre de seguidors/es + increment + gràfic de l'evolució.
- ✓ Nombre de posts publicats.
- ✓ Nombre d'interaccions totals i en detall:
 - Comparticions
 - Comentaris
 - Recomanats
 - Clics a enllaços

Anàlisi qualitatiu

- ✓ Taxa d'*engagement* + increment + gràfic de l'evolució.
- ✓ Publicació amb més impressions.
- ✓ Publicació amb més interaccions.
- ✓ Anàlisi de tendències, públics i reaccions.
- ✓ Recomanacions.

04.4. YOUTUBE

El compte de YouTube s'utilitza com a repositori *online* dels vídeos de Barcelona Activa i Barcelona Negocis.

Aspectes de presentació

Personalització dels comptes

- ✓ A nivell gràfic, el canal YouTube de Barcelona Activa té personalitzats l'avatar, el fons i els colors bàsics, i disposa de la capçalera pròpia de les webs de l'Ajuntament.
- ✓ Els avatars han de seguir la línia gràfica del portal que representen utilitzant el logotip o marca institucional.
- ✓ Dins la pàgina, el text de presentació del perfil ha de ser el màxim de breu possible i en l'idioma/es de l'entitat. En aquest text s'aconsella utilitzar el màxim nombre de paraules clau i les URLs dels diversos llocs web.
- ✓ YouTube permet classificar els vídeos en llistes de reproducció. Aquestes llistes permeten mantenir el canal organitzat i milloren la seva usabilitat.
- ✓ Cal ordenar el canal de YouTube, perquè coincideixin les línies de servei amb les llistes de reproducció.

Continguts

Freqüència d'actualització

- ✓ Es recomana la creació d'un vídeo nou cada **15 dies**, ja sigui d'entrevistes, actes i esdeveniments, de tipus corporatiu i resums de programa.

	✓ La publicació dels vídeos a YouTube requereix la introducció d'un títol, d'una descripció i d'un conjunt de paraules clau per facilitar-ne la cerca. ✓ En tots els vídeos es recomana incloure l'etiqueta de la marca (P. ex.: 'Barcelona Activa') i aquelles paraules clau vinculades als àmbits temàtics de cada recurs (P. ex.: talent, emprenedoria, mercat laboral, empreses, MediaTIC, Barcelona, etc.).
Automatització de continguts	✓ Es recomana publicar 3 vídeos setmanals.

Medició de resultats

A continuació s'esmenten els principals indicadors recomanats pel control i seguiment de la presència de Barcelona Activa a YouTube:

Indicadors de presència 2.0 a YouTube

	✓ Nombre de seguidors/es + increment + gràfic de l'evolució (total i real). ✓ Nombre de reproduccions totals dels vídeos. ✓ Nombre de reproduccions totals del canal. ✓ Nombre d'interaccions totals i en detall: - M'agrada - Comparticions - Comentaris
Anàlisi quantitatiu	
	✓ Anàlisi de tendències, públics i reaccions. ✓ Recomanacions
Anàlisi qualitatiu	

04.5. SLIDESHIRE

Aquest canal s'utilitza com a **repositori online** de presentacions i documents de Barcelona Activa. La difusió dels materials publicats a través d'altres xarxes socials té la finalitat d'arribar a un **nombre més gran d'usuaris/es**.

Aspectes de presentació

	✓ Slideshare permet personalitzar el perfil a través d'un avatar, que ha de seguir la línia gràfica de la marca que representa. ✓ El text de presentació del canal ha de ser el màxim de breu possible i en l'idioma/es principal/s del lloc web. És aconsellable la utilització de paraules clau dins el text que ajudin a identificar i localitzar el canal dins la xarxa social i incorporar l'URL dels llocs web relacionats.
Personalització dels comptes	

Continguts

	✓ Per a la publicació de documents a Slideshare cal omplir tots els camps necessaris (títol, descripció, llicència corresponent, etc.) i fer un correcte etiquetatge amb paraules clau per facilitar-ne la cerca. ✓ Es recomana incloure sempre l'etiqueta de la marca o el lloc web (<i>Ex.: 'Barcelona Activa'</i>) i aquelles paraules clau vinculades a les temàtiques de cada àmbit (<i>Ex.: talent, emprenedoria, mercat laboral, capital humà, etc.</i>) i als continguts específics del document. ✓ Diferenciar contingut imprimible o no segons la font.
Perfil i tipologia de continguts	

Medició de resultats

A continuació s'esmenten els principals indicadors recomanats pel control i seguiment de la presència de Barcelona Activa a Slideshare:

Indicadors de presència 2.0 a Slideshare

Anàlisi quantitatiu	✓	Nombre de subscriptors/es.
	✓	Nombre de publicacions/documents.
	✓	Nombre de visualitzacions.
	✓	Nombre de descàrregues
	✓	Nombre d'interaccions totals i en detall: - M'agrada - Comparticions - Clics
Anàlisi qualitatiu	✓	Anàlisi de tendències, públics i reaccions.
	✓	Recomanacions

05. Llenguatge no sexista

Des de 2016, Barcelona Activa aplica una política encaminada a evitar, en la mesura del possible, l'ús de termes que es refereixin explícitament o implícitament a un sol sexe per tal d'evitar discriminació, i vetlla per la seva correcta aplicació en totes les comunicacions, publicacions i documents.

Consideracions preliminars

De la mateixa manera que altres llengües romàniques, el català -com el castellà- és una llengua de gènere, és a dir, que té morfemes distintius del gènere femení i del gènere masculí.

Els noms apel·latius de persona són masculins o femenins segons les formes de l'article o dels pronoms que s'hi uneixen o hi al·ludeixen. Aquesta norma, però, deixa de ser vàlida amb els plurals masculins *els*, *ells*, *aquests*, *tots*, *alguns*, etc., quan a més de designar una pluralitat d'homes, també poden designar conjuntament una pluralitat d'homes i dones.

A més a més, malgrat que una de les dues accepcions de la paraula home s'aplica a tot el gènere humà, és a dir, que comprèn també les dones, el fet d'utilitzar-la amb un sentit universal destaca el protagonisme del sexe masculí i oculta el del femení en tots els àmbits de l'activitat humana. Per això convé evitar substantius masculins que absorbeixen el femení tant en singular com en plural.

En el cas dels adjectius, els podem identificar pels que són invariables:

els acabats en *-a* en singular (*entusiasta*); en *-e* (*amable*) els acabats en *-aç*, *-iç*, i *-oç* (*capaç*, *feliç*, *feroç*); la major part dels acabats en *-al*, *-el* i *-il* (*natural*, *rebel*, *humil*); la major part dels acabats en *-ar* i els acabats en *-er* (*regular*, *superior*), i també *millor*, *pitjor*, *major*, *menor*...; la majoria dels acabats en *-ant* i *-ent* (*constant*, *innocent*) i d'altres com *gran*, *suau*, *miop*, *màrtir*, *àrab*, *hindú*...

i amb dues terminacions:

la forma femenina sempre acaba en *-a*. La masculina, com en el substantiu, es manté a vegades sense marca de gènere (*fort/forta*, *savi/sàvia*) i d'altres conté la terminació *-e* (*apte/apta*, *culte/culta*) o la terminació *-o* (*borratxo/borratxa*, *guenyo/guenya*).

A més, car considerar que no sempre hi ha simetria semàntica entre el masculí i el femení de molts noms i adjectius: enfront del significat militar de *minyó* trobem el domèstic de *minyona*, o un *home públic* vers una *dona pública*.

Per això les propostes o recomanacions que es formulen aquí tenen la finalitat, sobretot, de servir de base per a una reflexió, generadora d'una presa de consciència dels problemes que s'han intentat exposar. Pel que fa als exemples de solucions proposades tampoc tenen cap altre caràcter que el de mers suggeriments. Només es demana a les persones que redactin en català o tradueixin a aquesta llengua una mica de reflexió i de bona voluntat per tractar d'evitar, en la mesura del que sigui possible i sense violentar la llengua, termes o expressions sexistes que representin discriminació per a les dones.

RECURSOS PER EVITAR UN LLENGUATGE SEXISTA

1) Adjuntar la terminació femenina a la forma masculina després d'una barra inclinada.

Després de la barra hem d'escriure:

- una *a* si el mot en masculí no té terminació o si acaba en *-e* o *-o*;
- el morfema *essa*, si la forma femenina acaba en *-essa*;
- tota la terminació femenina a partir de la vocal tònica (la forta), si la forma femenina presenta canvis ortogràfics (de consonants vocals o accents).

director/*a*
alumne/*a*
mosso/*a*
alcalde/*essa*
diputat/*ada*
usuari/*ària*

Aquest és un recurs molt vàlid per a impresos, formularis, gràfics, rètols, etc., però no l'hem de fer servir mai enmig del redactat d'un text, ja que visualment les barres dificulten la lectura.

2) Coordinar la forma masculina i la femenina mitjançant les conjuncions /o o/.

Si optem per aquest recurs no hem de posar sempre primer la forma masculina o la femenina. El més recomanable és anar-les alternant al llarg del text.

els diputats i les diputades
les directores i els directors

Hem de tenir present, però, que aquest recurs pot fer-se carregós si es repeteix moltes vegades en un mateix text. Per tal que el text no resulti excessivament llarg, quan fem servir aquest recurs, podem escriure només l'article del primer substantiu.

els diputats i diputades
les directores i directors

Si la forma masculina i la femenina és la mateixa, la podem escriure només una vegada i repetir l'article.

els i les caps
les i els participants

Si coordinem les dues formes, la masculina i la femenina, i en la frase apareixen altres elements que hi han de concordar, per exemple adjectius o participis, farem la concordança en masculí plural.

En lloc de:

Les regidores i regidors han de ser capaces i capaços de (...).

Els diputats escollits i les diputades escollides han de (...).

Podem escriure:

Les regidores i regidors han de ser **capaços** de (...).

Els diputats i diputades **escollits** han de (...).

3) Utilitzar formes genèriques i mots col·lectius.

En lloc de:

Afavorir la interacció entre els professors i els alumnes.
Els treballadors i treballadores.
Els tècnics municipals.

Podem escriure:

Afavorir la interacció entre el **professorat** i l'**alumnat**.
El **personal**.
L'**equip tècnic municipal**.

Algunes formes genèriques o mots col·lectius i formes abstractes que poden ser útils són: adolescència, advocacia, agrupació, alcaldia, alumnat, àmbit, assemblea, associació, autoritat, candidatura, ciutadania, clientela, col·lectiu, col·lectivitat, comissió, comunitat, conjunt de, cos, descendència, electorat, equip, estudiantat, funcionariat, gent, gent gran, humanitat, grup, infància, infantesa, infants, jovent, joventut, justícia, jutjat, mainada, món, passatge, persona,

personal, presidència, població, població reclusa, públic, quinxalla, regidoria, sector, serveis, societat, veïnat, vocalia, voluntariat.

4) Utilitzar la paraula *persona*.

En lloc de:

Els nouvinguts.

Els premiats.

Podem escriure:

Les **persones** nouvingudes.

Les **persones** premiades.

5) Canvis profunds en el redactat (dir la mateixa cosa però d'una altra manera).

a) Eliminar la marca de sexe.

b) Despersonalitzar la redacció.

c) Canviar els verbs *ser* o *estar* + adjectiu o participi pel verb *tenir* + substantiu.

d) Usar pronoms i determinants invariables: tothom, cadascú, ningú, cap, cada, qui...

En lloc de:

Això permet posar en escena diferents veus o locutors alhora.

Col·laboradors:

Complement retributiu per al docent.

La candidatura a president.

Cal estar empadronat a (...).

Si s'està interessat en (...).

La decisió dels cessants de presentar-se com a candidats en un procés electoral.

Podem escriure:

Això permet posar en escena diferents **veus** alhora.

Amb la col·laboració de:

Complement retributiu per a la **docència**.

La candidatura a la **presidència**.

Cal **tenir l'empadronament** a (...).

Si es **té interès** en (...).

La decisió **de qui cessa** de presentar-se **en una candidatura** en un procés electoral.

6) Denominació d'oficis, càrrecs, professions i titulacions

Quan parlem de càrrecs i oficis, pot passar que ens referim a una única persona o a un col·lectiu. En el primer cas, si ens referim a una dona hem de fer servir la forma femenina, sempre que aquesta existeixi. Si la forma femenina no està establerta o si es tracta d'una forma invariable, quan ens referim a una dona, hem de posar l'article en forma femenina.

Quan la designació de càrrecs i professions és un mot compost, si l'adjectiu és invariable el posarem només una vegada; en canvi, si l'adjectiu és variable el posarem en masculí i en femení.

En lloc de:

Els educadors socials i les educadores socials.

Els enginyers i les enginyeres agrònoms.

Hem d'escriure:

Els educadors i educadores **socials**.

Els enginyers **agrònoms** i enginyeres **agrònomes**.

A continuació trobareu una llista de les denominacions, en masculí i femení, d'oficis, càrrecs, professions i titulacions més habituals en l'àmbit de l'Administració local:

Forma masculina:

administratiu

advocat

alcalde

aparellador

arquitecte

auxiliar

conserge

cuiner

diputat

director

enginyer

formador

funcionari

gerent

guarda forestal

Forma femenina:

administrativa

advocada

alcaldessa

aparelladora

arquitecta

auxiliar

conserge

cuinera

diputada

directora

enginyera

formadora

funcionària

gerenta

guarda forestal

infermer
informàtic
jutge
metge
periodista
polític
president
redactor
regidor
secretari
tècnic
tinent
treballador social

infermera
informàtica
jutgessa
metgessa
periodista
política
presidenta
redactora
regidora
secretària
tècnica
tinenta
treballadora social

o6. Estil

06.1. ABREVIATURES

L'abreviatura és un recurs al qual cal recórrer únicament quan és necessari, ja que representa un esforç suplementari per a la persona que llegeix el text. Utilitzem les abreviatures quan la paraula que s'abreuja es repeteix sovint dins un text.

No s'han d'utilitzar abreviacions si ocupen els mateixos espais que el mot o el sintagma sencers, o gairebé els mateixos. L'ús d'abreviacions és especialment indicat per a taules, gràfics, llistes, classificacions i en altres casos similars que requereixen comprimir el text en benefici d'una informació més completa. Les abreviacions es poden utilitzar sense cap inconvenient quan acompanyen xifres.

En un mateix text **s'ha de mantenir un criteri de coherència interna**. No s'han de barrejar tipus diferents d'abreviacions, per exemple:

Llatines i catalanes: vid./veg.

Sigles o símbols d'un mateix mot: ptes./PTA

Diferents formes d'una mateixa abreviatura: v./veg.

Diferents grafies per als ordinals: 2n/3r./4.t

o diferents grafies per a una sigla o un acrònim: RENFE/Renfe

06.2. CAMPANYES, ESLÒGANS I LEMES

S'escriuen amb rodona i entre cometes les frases emmarcades en campanyes publicitàries o activitats semblants. Només s'escriu amb majúscula la inicial de la primera paraula. Exemples:

L'eslògan "Estàs on?"

El lema "Tenim un pla per sortir de l'atur"

La campanya "Impulsem el que fas"

06.3. CÀRRECS

Els noms dels **càrrecs oficials** s'escriuen amb rodona i minúscula inicial. Exemples:

L'alcalde de Barcelona

La directora general de Barcelona Activa

El president de la Generalitat

Quan els noms dels càrrecs van introduïts per **les formes protocol·làries** de tractament que els corresponen -que sempre s'escriuen amb majúscules inicials-, llavors els noms dels càrrecs també s'han d'escriure amb majúscula inicial. Exemples:

Excel·lentíssima Senyora Alcaldessa de Barcelona

Molt Honorable President de la Generalitat

06.4. CURSIVA

La lletra cursiva serveix per destacar paraules dins un text. S'utilitza la cursiva per escriure els títols de publicacions periòdiques, llibres, tesis, pel·lícules, cançons, discos, pintures, escultures, instal·lacions artístiques, obres de teatre, programes de ràdio i televisió; estrangerismes (amb excepcions com ara e-mail); fenòmens meteorològics; noms propis de vaixells, trens, avions i naus espacials; l'àlies quan acompanya el nom real de la persona; noms llatins de plantes i animals, i paraules utilitzades amb sentit metalingüístic. També escribim en cursiva es anglicismes que preferim no traduir a la seva forma catalana.

06.5. CURSOS I ACTIVITATS

S'escriuen amb rodona i majúscula inicial només la primera paraula. Exemples:

s'ha matriculat en el curs d'introducció a LinkedIn

el Seminari de coaching laboral

06.6. DATES

L'expressió d'una data, és a dir, un dia, un mes i un any concrets, es fa de la manera següent: el dia amb xifres, el mes amb lletres i l'any amb xifres, sense punt de separació entre els milers i les centenes i **introduït per la preposició de**, i no pas del.

Ex.: el 3 de març de 1987.

06.7. DESIGNACIONS COREFERENTS

Hi ha institucions i entitats diverses que de vegades no es designen per la seva denominació completa, sinó per un dels noms que la componen, perquè se sobreentén pel context o per no repetir la denominació completa, que ja s'ha esmentat anteriorment. En aquest cas el nom en qüestió s'escriu amb majúscula. Exemples:

com a responsable de Comunicació (del Departament de Màrqueting i Comunicació) ha decidit

06.8. EDIFICIS

S'escriuen amb majúscula inicial i rodona tots els substantius i els adjectius que componen els noms propis dels **edificis** i les **sales singulars**. Exemples:

Ca n'Andalet; la Seu Central, l'Auditori

06.9. EMPRESES, ENTITATS, INSTITUCIONS I ORGANISMES

Els noms d'entitats, institucions, organismes i empreses de caràcter públic o privat amb una finalitat social o cultural s'escriuen amb majúscula inicial i rodona, tant el genèric com el nom propi. Exemples:

Barcelona Activa

Comissionat d'Economia Social i Desenvolupament Local i Consum

06.10. EQUIPAMENTS

Els substantius i els adjectius que formen part del nom dels equipaments de tipus cultural, social i esportiu s'escriuen amb majúscula inicial. Exemples:

Espai Jove les Basses

Antena Cibernàrium

La Biblioteca Mercè Rodoreda

El Centre Cívic La Sedeta

'Xarxa d'Incubadores' ho posem en majúscula per donar-li més presència (gener 2018)

06.11. ESTRANGERISMES (O ANGLICISMES)

La convenció general és escriure **amb cursiva les paraules pròpies d'un altre idioma** que no s'han adaptat al català. No s'han d'utilitzar estrangerismes quan disposem de la forma catalana adaptada o equivalent (consultar [Termcat](#) i [Ésadir](#)).

06.12. ESTUDIS, INFORMES, MEMÒRIES, PLANS, PROGRAMES I PROJECTES

S'escriuen en rodona i majúscula inicial a substantius i adjectius quan s'esmenta el nom oficial sencer de forma descriptiva o la seva forma abreviada:

Pla de Desenvolupament Econòmic de Ciutat Vella

el Pla preveu

Els genèrics s'escriuen amb rodona i minúscula. Exemple:

Els plans de desenvolupament econòmic són una eina

06.13. FIRES, CONGRESSOS, JORNADES, SIMPOSI, TROBADES

S'escriuen amb majúscula inicial i rodona els substantius i els adjectius que formen part de la denominació de qualsevol d'aquestes activitats. Exemples:

Mobile World Congress Barcelona

International Community Day

Quan el congrés, la jornada, etcètera, té un nom propi en forma de lema, eslògan, o similar, s'escriu entre cometes (X Fòrum Local d'Educació "Municipis i educació inclusiva").

06.14. IMPOSTOS I TAXES

S'escriuen amb rodona i minúscula totes les paraules que els componen, encara que la forma abreujada adopti la forma d'una sigla. Exemples:

taxa de recollida de residus sòlids urbans

impost sobre la renda de les persones físiques (IRPF)

06.15. LLEIS I DECRETS

S'escriu amb rodona i majúscula inicial el nom amb el qual es designa el tipus de document de què es tracta (que generalment és la primera paraula), i amb minúscules la resta de mots. Exemples:

el Reial decret legislatiu 2876/1983

el Projecte de Llei del dret a l'habitatge a Catalunya

Hi ha **documents oficials** que són més coneguts per una part de la denominació. En aquests casos s'escriu amb majúscula només la inicial del primer mot de la designació incompleta. Exemples:

l'Estatut d'autonomia de Catalunya (Llei orgànica 4/1979, de 18 de desembre, de l'Estatut d'autonomia de Catalunya)

la Carta municipal (Llei 22/1998, de 30 de desembre, de la Carta municipal de Barcelona)

06.16. MAJÚSCULES I MINÚSCULES

Un dels usos de les majúscules és distingir els noms propis dels noms comuns:

l'Ajuntament de Barcelona, un ajuntament.

Sempre s'escriuen amb minúscula les denominacions que corresponen al plural i a categories genèriques, sovint introduïdes per un article indefinit. També els sectors

les direccions executives de Barcelona Activa, els serveis de Barcelona Activa.

el Departament de Màrqueting i Comunicació, un departament dedicat al màrqueting i la comunicació.

El sector de la logística, l'economia blava, el sector de l'economia verda

Cal tenir en compte la dificultat que hi ha a l'hora d'establir regles prou coherents i viables pel que fa a l'ús de les majúscules. En tot cas, **sempre cal vetllar per la coherència dins un mateix escrit**. Com a criteri general, una expressió o una paraula es poden escriure amb majúscules quan d'allò de què parlem només n'hi ha un.

06.17. NOMBRES

El criteri general d'escriptura dels nombres és escriure amb lletres fins al nou i amb xifres del 10 endavant. No s'han d'alternar xifres i lletres a la mateixa enumeració. En aquest cas els nombres inferiors a deu s'escriuen amb xifres. Exemples:

S'han incorporat tres persones noves

Al viver hi ha 4 start-ups tecnològiques i 16 digitals

Es permet l'escriptura dels nombres inferiors a deu en xifres, quan hi ha la voluntat expressa de ressaltar les quantitats, sobretot en **percentatges i edats**.

Els números romans es fan servir en la denominació de congressos, campionats, certàmens, festivals, concursos, etc. A partir del 21, es fan servir les abreviatures dels numerals corresponents. Exemples:

X Saló Internacional del Còmic de Barcelona

30è Saló Internacional del Còmic de Barcelona

06.18. ORDINALS

Quan els ordinals van en singular, s'abreugen amb la xifra seguida de l'última lletra de la paraula sencera, sense deixar cap espai entremig i sense punt al final.

Ex.: 3r (tercer), 18a (divuitena).

Si l'última lletra de la paraula sencera va accentuada, l'accent es manté també en l'abreviació. Exemples:
Ex.: 7è (setè), 15è (quinzè).

Quan els ordinals van en plural, s'abreugen escrivint la xifra seguida de les últimes dues lletres de la paraula sencera, sense deixar cap espai entremig i sense punt al final.
Ex.: 4ts (quarts), 17es (dissetenes).

Si els ordinals abreujats apareixen en un text escrit en majúscules o versaletes, la lletra o les lletres de l'abreviació es mantenen en minúscula.
Ex.: 5è CONGRÉS DE PEDAGOGIA, 3es JORNADES SOBRE AGRICULTURA ECOLÒGICA.

En els casos en què l'ordinal s'expressi en xifres romanes, no es fa servir cap marca d'abreviació i, per tant, no s'escriu cap lletra al costat de la xifra.
Ex.: V Congrés de Pedagogia, VI Trobades de Professorat.

06.19. ORGANISMES MUNICIPALS

Els noms dels diferents organismes oficials segueixen les mateixes normes de composició que la resta de noms de la llengua catalana. És a dir, s'escriu amb majúscula la primera lletra de tots els noms i els adjectius que formen part de la denominació d'una entitat o institució. Exemples:
Consell de Districte, Consell Municipal, Comissió Mixta, Comissió de Govern, Consell de Ciutat, Plenari, Subcomissió d'Urbanisme, Entitat Metropolitana del Transport, Consell Plenari

06.20. PER I PER A

L'ús de la preposició *per a* es redueix als casos en què expressa destinació, beneficiari o finalitat, sempre davant complements nominals. Davant d'infinitiu, adverb i conjunció només utilitzem *per*.

06.21. SIGLES I ACRÒNIMS

Les **sigles** són abreviatures d'algunes expressions formades per la primera lletra de les paraules principals. La sigla és un recurs al qual cal recórrer únicament quan és necessari, ja que la utilització d'una sigla representa un esforç suplementari per a la persona que llegeix el text.

Les sigles s'escriuen sense punt (OMS) i sense accent, i no tenen plural (les ONG). Tampoc no es dupliquen quan representen una expressió en plural (RH: Recursos Humans). El fet que les sigles s'escriguin amb majúscula no sempre implica que l'expressió que abreugen s'hagi d'escriure amb majúscules (l'IVA: l'impost sobre el valor afegit; o les TIC: tecnologies de la informació i la comunicació).

Els **acrònims** són abreviacions formades per la unió de diverses lletres o síl·labes de paraules diferents. S'escriuen amb majúscula inicial. Per exemple:
Macba: Museu d'Art Contemporani de Barcelona
Termcat: Centre de Terminologia catalana

La primera vegada que s'esmenta en un text una denominació que té sigla o acrònim és convenient posar-hi la forma desplegada, seguida de la sigla o l'acrònim entre parèntesis. Tanmateix, quan es tracta de noms molt coneguts (com ara IRPF o Renfe), no és necessària la forma desplegada.

06.22. SÍMBOLS

Els símbols són lletres o grups de lletres que representen una paraula, un concepte o una magnitud. Tenen caràcter internacional, mai no porten punt final i no tenen plural. S'escriuen sempre amb lletra rodona. **Excepte el símbol del tant per cent, sempre hi ha d'haver un espai de separació entre el símbol i el valor numèric.** Cal anar amb compte de no barrejar símbols i paraules senceres: km/h (no: km/hora).

06.23. ÚS RESPECTUÓS DEL LLENGUATGE

Pel que fa a la manera d'anomenar les persones amb discapacitat, es prefereix *persona amb discapacitat* (*física o psíquica*), i evitar fer servir *minusvàlida*, *discapacitat* o *discapacitada*. Tampoc s'ha d'oblidar

la gent gran; cal evitar dir *els vells, els grans, la tercera edat*. És millor fer servir formes com ara *la gent gran* o *les persones grans*.

Altres designacions que s'han d'evitar són *cecs, exclosos* o *marginats, pobres* i *immigrants il·legals*. En el seu lloc és preferible fer servir *persones invidents o cegues, persones en risc d'exclusió, persones amb un nivell adquisitiu baix* i *immigrants en situació irregular* o *persones immigrades en situació irregular*.

06.24. VIES URBANES

Les designacions de les vies urbanes tenen dues parts: el nom genèric de la via pública —carrer, avinguda, plaça, passeig, ronda, passatge, camí, carretera, parcs, jardins, etcètera—, que s'escriu sempre amb minúscula inicial, i el nom propi del lloc, que va amb majúscula inicial, enllaçats tots dos amb la preposició *de*. Exemples:

carrer de Balmes, plaça d'Orfila, plaça Reial, passeig de Gràcia, ronda de Dalt, passatge de la Pau, camí de Can Clos, carretera de l'Arrabassada, el parc de l'Oreneta, els jardins de Salvador Espriu

Quan el nom genèric d'una via urbana s'utilitza per designar el nom propi d'una estació, però, s'escriu amb majúscula. Exemple:

l'estació de Passeig de Gràcia.

07. Annex terminològic

A continuació es presenta un resum d'aquells termes més utilitzats en l'estratègia de comunicació *online* de Barcelona Activa, amb la seva correcta nomenclatura i traducció al castellà i a l'anglès.

07.1. INSTITUCIONS, LÍNIES, CÀRRECS I PROGRAMES.

Català	Castellà	Anglès
Institucions		
Ajuntament de Barcelona	Ayuntamiento de Barcelona	Barcelona City Council
Generalitat de Catalunya	Generalitat de Catalunya	Generalitat de Catalunya
Barcelona Activa	Barcelona Activa	Barcelona Activa
Agència de Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona	Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Barcelona	Local Development Agency of the City Council of Barcelona
Agència municipal	Agencia municipal	Municipal agency
Comissionat d'Economia Social i Desenvolupament Local i Consum	Comisionado de Economía Social y Desarrollo Local y Consumo	Commissioner for Social Economy and Local Development and Consumption
Comissionat de Tecnologia i Innovació Digital	Comisionado de Tecnología e Innovación Digital	Commissioner for Digital Technology and Innovation
Àrea Metropolitana de Barcelona	Área Metropolitana de Barcelona	Barcelona Metropolitan Area
Càrrecs		
Ada Colau Alcaldeessa de Barcelona	Ada Colau Alcaldesa de Barcelona	Ada Colau Mayor of Barcelona
Gerardo Pisarello Primer tinent d'alcalde	Gerardo Pisarello Primer teniente de alcalde	Gerardo Pisarello Council's Deputy Mayor
Sara Berbel Directora General de Barcelona Activa	Sara Berbel Directora General de Barcelona Activa	Sara Berbel General Manager of Barcelona Activa
Línies d'activitat		
Barcelona Treball	Barcelona Treball	Barcelona Treball
Emprenedoria	Emprendimiento	Entrepreneurship
Empreses	Empresas	Businesses
Cibernàrium	Cibernàrium	Cibernàrium
Ocupació	Empleo	Employment
Altres Economies	Altres Economies	Altres Economies
Iniciativa emprenedora > Programes per sectors		
Botigues amb Idea	Tiendas con Idea	Shops with Idea
Cleantechcamp	Cleantechcamp	Cleantechcamp
Construeix el teu projecte	Construye tu proyecto	Construction Sector
Creamedia	Creamedia	Creamedia
E-commerce	E-commerce	E-commerce
Emprenedoria Social	Emprendimiento Social	Social Entrepreneurship
Fet a mà	Hecho a mano	Handmade
FuTurisme	FuTurisme	FuTurisme

Iniciativa emprendedora > Programes per a col·lectius

Programa Idees amb Futur	Programa Ideas con Futuro	Idees amb Futur Program For people below 30 year-old
Programa Idees Madures	Programa Ideas Maduras	Idees Madures Program For people over 45 year-old
Escola de Dones Professionals, Directives i Emprenedors	Escuela de Mujeres Profesionales, Directivas y Emprendedoras	Women Professional, Directives and Entrepreneurs School
La Comunicadora	La Comunicadora	"La Comunicadora" Program

Desenvolupament empresarial

Programes d'internacionalització	Programas de internacionalización	Internationalization programs
Programa Axelera	Programa Axelera	Axelera program
Programa Learning to Grow	Programa Learning to Grow	Learning to Grow program
SynergyS	SynergyS	SynergyS
Programes de finançament	Programas de financiación	Financing programs
Fires	Ferias	Fairs
Servei d'intermediació	Servicio de intermediación	Financial Intermediation service
Fòrums d'inversió	Fóruns de inversión	Investment Forums
Servei de finançament empresarial	Servicio de financiación empresarial	Business funding service
Servei de transmissió d'empreses (Reempresa)	Servicio de transmisión de empresas (Reempresa)	Transmission of small businesses service (Reempresa)
Servei de cerca de persones treballadores (Empresa-Ocupació)	Servicio de búsqueda de personas trabajadoras (Empresa-Ocupación)	Business recruitment service
Programes d'estratègia i gestió	Programas de estrategia y gestión	Strategy and management programs
Barcelona Mentoring Program	Barcelona Mentoring Program	Barcelona Mentoring Program
Camí de la solidesa	Camí de la solidesa	"Camí de la solidesa"
Comerç a la xarxa	Comerç a la xarxa	"Comerç a la xarxa"
Comerç a punt	Comerç a punt	"Comerç a punt"
Empresa busca Empresa	Empresa busca Empresa	"Empresa busca Empresa"
Obert al Futur	Obert al Futur	"Obert al Futur"
Programa de Suport al teixit comercial	Programa de Apoyo al tejido comercial	"Programa de Suport al teixit comercial" program
Relleu Generacional	Relevo Generacional	Generational Relief
Sales Management	Sales Management	Sales Management
Sales Team Building	Sales Team Building	Sales Team Building
Vendes	Ventas	Sales
Servei d'informació i tràmits municipals	Servicio de información y trámites municipales	Legal advice service
Servei de localització	Servicio de localización	Business location/ Landing service
Programes d'ESS	Programas de ESS	"ESS" programs
Finançament alternatiu	Financiación alternativa	Alternate funding program
Enfortiment econòmic d'associacions	Fortalecimiento económico de asociaciones	Economical empowerment of associations
Suport en comunicació i organització a iniciatives d'ESS	Apoyo en comunicación y organización de iniciativas de ESS	Communication and management aid for "ESS" initiatives

Programes d'Ocupació		
30 Plus	30 Plus	30 Plus
Accions a mida amb entitats	Actividades a medida con entidades	Tailored Activities with entities
Actíva't Autònoms/es	Actívate Autónomos/as	-----
Actualitza't	Actualízate	-----
Barcelona Treball Joves	Programa "Barcelona Treball Joves"	Barcelona Treball Youth Services
Certificats de Professionalitat	Certificados de Profesionalidad	Certified Training program
Escoles Taller i Cases d'Oficis	Escuelas Taller y Casas de Oficios	Workshop Schools and Trade Skill Houses
Fem Ocupació per a Joves	Fem Ocupació per a Joves	-----
Formació per a l'Ocupació	Formación para la Ocupación	Training Programs for Employment
Garantia d'Èxit Bcn	Garantía de Éxito Bcn	-----
Joves amb Futur	Programa Jóvenes con Futuro	-----
Joves per l'Ocupació	Jóvenes para el Empleo	Youngs for Employment
Pla de Xoc contra l'atur de Llarga durada	Plan de Choque contra el paro de larga duración	Emergency Plan against long-term unemployment
Pla Jove de Formació i Ocupació	Plan Joven Formación y Ocupación	-----
Plans d'Ocupació	Planes de Ocupación	Employment Plans
Plataforma Empresa-Ocupació	Plataforma Empresa-Ocupación	Business-Employment Platform
Programa d'Inserció Sociolaboral	Programa de Inserción Sociolaboral	Socio-Labour Insertion Program
Programa Personalitzat per la Recerca de Feina	Programa Personalizado para la Búsqueda de Empleo	Personalized Program for Job Search
Programa PROPER	Programa PROPER	PROPER program
Programa Sefed	Programa Sefed	-----
Projecte de Vida Professional	Proyecto de Vida Profesional	Professional Life Project
Tallers d'Ocupació	Talleres de Ocupación	Vocational Workshops
Treball als barris	Trabajo en los barrios	Working in the Neighbourhoods

07.2. WEBS I EQUIPAMENTS

Àmbit/Iniciativa	Lloc web	Equipaments
Barcelona Activa	Barcelona Activa	Seu Central
Barcelona Treball	Barcelona Treball	Centre per al desenvolupament professional de Barcelona Activa Ca n'Andalet Can Jaumandreu
Barcelona Empresa	Barcelona Empresa	Oficina d'Atenció a les Empreses
Barcelona Emprenedoria	Barcelona Emprenedoria	Centre per a la Iniciativa Emprenedora Convent de Sant Agustí Incubadora d'empreses Glòries Parc Tecnològic Incubadora Almogàvers

		Incubadora MediaTIC Incubadora ESA BIC
Formació tecnològica	Cibernàrium	Cibernàrium MediaTIC Antenes Cibernàrium Cibernàrium - Parc Tecnològic
Àrea de Treball, Economia i Planificació Estratègica	Barcelona Negocis	-----
Altres Economies	Barcelona Activa	El Far
Comerç i Mercats	Barcelona Negocis / Barcelona Comerç / Barcelona Mercats	-----
Altres espais		
-----	-----	-----

07.3. GLOSSARI D'ACTIVITATS

Català	Castellà	Anglès
22@Update Breakfast	22@Update Breakfast	22@Update Breakfast
Dinar amb...	Almuerzo con...	Lunch with...
Dinars en Xarxa	"Dinars en Xarxa"	Networking Lunches
Esmorzar estratègic	Desayuno estratégico	Strategic breakfast
Expat Afterwork	Expat Afterwork	Expat Afterwork
Expat Breakfast	Expat Breakfast	Expat Breakfast
Fòrum d'Inversió	Fórum de Inversión	Forum on Investment
Innovation Zone	Innovation Zone	Innovation Zone
Job Marketplace	Job Marketplace	Job Marketplace
Missió Tecnològica	Misión Tecnológica	Tech Mission
Pont Tecnològic i d'Innovació	Puente Tecnológico y de Innovación	Technology and Innovation Bridge
Reclutament i networking	Reclutamiento y networking	Recruitment and networking
Trobada amb Experts	Encuentro con Expertos	Meeting with Experts
SynergyS	SynergyS	SynergyS

07.4. UTILITZACIÓ DE MANLLEUS

A la següent taula s'hi pot apreciar un recull de **manlleus lèxics** procedents de l'anglès i la seva correcta utilització en català i castellà segons el **TermCat** (Centre de Terminologia de Catalunya).

La convenció més generalitzada és escriure en lletra rodona els **manlleus adaptats** i en cursiva els no adaptats. De manera general, també es considera que els manlleus ja **normalitzats** no cal escriure'ls en cursiva.

Al llistat de termes seleccionat s'ha adoptat aquest criteri, extret del TermCat i de l'Ésadir. De tota manera, sempre cal valorar la finalitat del text, el públic al qual s'adreça, l'extensió social de la forma, etc., per tal de fer la tria més adequada.

Català	Castellà	Anglès
Adreça electrònica	Dirección electrónica	E-mail
Aliança d'empreses	Empresa conjunta	Joint venture
Aplicació	Aplicación	Application

Bloc/ Blog	Blog	Blog
<i>Benchmarking</i>	<i>Benchmarking</i>	Benchmarking
<i>Branding</i>	<i>Branding</i>	Branding
Construcció de marca	Construcción de marca	
<i>Business Angel</i>	<i>Business Angel</i>	Business Angel
Àngel inversor	Ángel financiero	
<i>Cloud computing</i>	<i>Cloud computing</i>	Cloud computing
Informàtica en núvol	Computación en la nube Computación en nube	
Clúster	Clúster	Cluster
<i>Coaching</i>	<i>Coaching</i>	Coaching
Cooperativa	Cooperativa	Cooperative
<i>Coworking</i>	<i>Coworking</i>	Coworking
<i>Crowdfunding</i>	<i>Crowdfunding</i>	Crowdfunding
Micromecenatge	Micromecenazgo	
Mecenatge col·lectiu	Mecenazgo colectivo	
Mecenatge compartit	Mecenazgo compartido	
Decisor	Decisor	Decision-maker
Democràcia	Democracia	Democracy
<i>Elevator pitch</i>	<i>Elevator pitch</i>	Elevator pitch
Enllaç	Enlace	Link
Entrada	Entrada	Post
Etiqueta	Etiqueta	Hashtag
Finança ètica	Finanzas éticas	Ethical finances
<i>Holding</i>	<i>Holding</i>	Holding
Grup d'empreses	Grupo de empresas	
<i>Hub</i>	<i>Hub</i>	Hub
Igualtat	Igualdad	Equality
Inserció	Inserción	Insertion
<i>Lobby</i>	<i>Lobby</i>	Lobby
Màrqueting	<i>Marketing</i>	Marketing
Mediambient	Medioambiente	Environment
Mercat web	Plaza de mercado	Marketplace
<i>Networking</i>	<i>Networking</i>	Networking
Treball en xarxa, espai de relació	Trabajo en red, espacio de relación	
<i>Online</i>	<i>Online</i>	Online
En línia	En línea	
Piular / Piulada / Piulador	Tuitear o Twitrear / Tuit o tweet / Tuitero o twittero	To Tweet / Tweet / Tweeter
Programari	Software	Software
<i>Smart City</i>	<i>Smart City</i>	Smart City
Ciutat sostenible	Ciudad sostenible	
<i>Speed datings</i>	<i>Speed datings</i>	Speed datings
<i>Spin-off</i>	<i>Spin-off</i>	Spin-off
Empresa derivada	Empresa derivada	
<i>Start-up</i>	<i>Start-up</i>	Start-up

Empresa emergent, nova empresa Empresa emergente, nueva empresa

Valor social Valor social Social value

07.5. ALTRES KEYWORDS

Català	Castellà	Anglès
Emprenedoria/Empresa		
Ajudes per a persones emprenedores	Ayudas para personas emprendedoras	Assessment to entrepreneurs
Autònoms/es	Autónomos/as	Self-employed
Crear empresa	Crear empresa	Start-up
Emprenedoria social	Emprendimiento social	Social entrepreneurs
Emprenedors/es	Emprendedores/as	Entrepreneurs
FEDER Fons Europeu de Desenvolupament Regional	FEDER Fondo Europeo de Desarrollo Regional	ERDF European Regional Development Fund
Finançament	Financiación	Funding
Idees de negoci	Ideas de negocio	Business ideas
Inversors privats	Inversores privados	Private Investors
Joves emprenedors/es	Joves emprendedores/as	Young entrepreneurs
Negoci	Negocio	Business
Negocis rentables	Negocios rentables	Profitable businesses
Nous negocis	Nuevos negocios	New business
Oportunitats de negoci	Oportunidades de negocio	Business Opportunities
PIMES-petites i mitjanes empreses	PYMES-pequeñas y medianas empresas	SMEs-small and medium-sized enterprises
Pla d'empresa	Plan de empresa	Business plan
Rendibilitat	Rendibilidad	Profits
SA-societat anònima	SA-sociedad anónima	PLC-public limited company
Subvencions	Subvenciones	Subsidies
Subvencions per a persones emprenedores	Subvenciones para personas emprendedoras	Subsidies for entrepreneurs
TIC-tecnologies de la informació i la comunicació	TIC-tecnologías de la información y la comunicación	ICTs-Information and Communication Technologies
Ocupació/Formació		
Buscar feina	Buscar empleo	Searching job
Cursos de formació	Cursos de formación	Formation courses
Cursos gratis per a persones aturades	Cursos gratuitos para personas desempleadas	Free courses for unemployed
Feina	Empleo	Employment
Ocupació	Ocupación	Occupation
Ofertes de feina	Ofertas de empleo	Job offers
Ofertes de treball Barcelona	Ofertas de empleo Barcelona	Job offers in Barcelona
Treball	Trabajo	Job
Trobar feina	Encontrar trabajo	Finding job
Administració Pública		
Administració electrònica	Administración electrónica	e-Government
Administració local	Administración local	Local Government
Administració pública	Administración pública	Public Administration

Administració regional	Administración regional	Regional Government
Administració central	Administración central	Central Government
Ajuntament	Ayuntamiento	City Council, City Hall
Àrea d'Economia i Treball, Ciutat Digital i Relacions Internacionals	Área de Economía y Trabajo, Ciudad Digital y Relaciones Internacionales	Economy and Employment, Digital City and International Relations Area
Barri	Barrio	Neighbourhood
Cambra de Comerç	Cambra de Comercio	Chamber of Commerce
Ciudadà/na	Ciudadano/a	Citizen
Concurs públic	Concurso público	Public Competition
Consell Econòmic i Social de Barcelona	Consejo Económico y Social de Barcelona	Barcelona Economic and Social Council
Conseller/a	Consejero/a	Catalan Minister, Minister in the Generalitat of Catalonia
Consorti	Consortio	Consortium
Convocatòria	Convocatoria	Round, call for applications
Convocatòria de places	Convocatoria de plazas	Vacancies
Demarcació de Barcelona	Demarcación de Barcelona	Barcelona Province
Departament d'Empresa i Coneixement	Departamento de Empresa y Conocimiento	Catalan Ministry of Business and Knowledge
Diputat/da del Parlament	Diputado/a del Parlament	Member of Parliament
Districte	Distrito	District
Equipaments	Equipamientos	Amenities, services, facilities
Fira de Barcelona	Fira de Barcelona	Fira de Barcelona
Generalitat de Catalunya	Generalitat de Cataluña	Generalitat of Catalonia
Gerència Municipal	Gerencia Municipal	Municipal Manager's Office
Gerència de Promoció Econòmica	Gerencia de Promoción Económica	Manager's Office for Economic Promotion
Govern municipal	Gobierno Municipal	Municipal government
Impacte ambiental	Impacto ambiental	Environmental impact
Jornada de portes obertes	Jornada de puertas abiertas	Open day
Lloc de treball	Puesto de trabajo	Workplace
Marca comercial	Marca comercial	Brand
Mercabarna	Mercabarna	Barcelona wholesale market
Mitjans de comunicació	Medios de comunicación	Media
Oficina d'Atenció Ciutadana (OAC)	Oficina de Atención Ciudadana (OAC)	Citizen Advice Office (OAC)
Oficines del SOC	Oficinas del SOC	Branches of the Catalan Unemployment Office (SOC)
Participació ciutadana	Participación ciudadana	Citizen participation
President/a de la Generalitat	Presidente/a de la Generalitat	Prime Minister of the Generalitat
President/a del Parlament de Catalunya	Presidente/a del Parlament de Cataluña	Speaker of Catalan Parliament
Primera Tinència d'Alcaldia	Primera Tenencia de Alcaldía	First Deputy Mayor's Office
Regidor/a	Concejal/a	Councillor
Regidor/a d'Ocupació i Innovació	Concejal/a de Ocupación e Innovación	Councillor for Employment and Innovation
Subvenció	Subvención	Subsidy

Tercer sector	Tercer sector	Third sector
Àmbit professional, econòmic i jurídic		
Adreçat a persones en situació d'atur	Dirigido a personas en situación de desempleo	Aimed at the unemployed
Assessorament persones emprenedores	Asesoramiento personas emprendedoras	Coaching entrepreneurs
Assessorament expert	Asesoramiento experto	Expert advice
Beques i ajuts	Becas y ayudas	Grants and financial help
Bones practiques	Buenas prácticas	Best practices
Capacitació	Capacitación	Skills acquisition
Capital risc	Capital riesgo	Venture capital
Centre d'Empreses	Centro de Empresas	Business Centre
Codi deontològic	Codi deontológico	Code of conduct
Comerç just	Comercio justo	Fair trade
Concurs públic	Concurso público	Public bid
Consolidació d'empreses	Consolidación de empresas	Business Consolidation
Creació d'empreses	Creación de empresas	Business creation
Dones emprenedores	Mujeres emprendedoras	Entrepreneur Women
Eix comercial	Eje comercial	Commercial hub
Equipaments per al barri	Equipamientos para el barrio	Neighbourhood amenities
Finançament	Financiación	Funding
Formació ocupacional	Formación ocupacional	Vocational training
Formació presencial	Formación empresarial	Onsite training
Formació i orientació laboral	Formación y orientación laboral	Vocational training
Horari	Horario	Timetable, Opening times
I+D Investigació i desenvolupament	I+D Investigación y desarrollo	R&D Research and development
Impulsar	Impulsar	To boost
Inserció laboral	Inserción laboral	Job placement
Inserció sociolaboral	Inserción sociolaboral	Social and profesional integration
Jornades	Jornadas	Conference
Ocupació	Ocupación	Employment
Parc Tecnològic	Parque Tecnológico	Technology Park
Persones emprenedores	Personas emprendedoras	Entrepreneurs
Prestació de serveis	Prestación de servicios	Provision of services
Viver d'empreses	Vivero de empresas	Business incubator

07.6. TERMINOLOGIA HABITUAL

La següent taula recull una selecció d'aquells termes habitualment emprats en la producció de continguts per a Barcelona Activa. L'objectiu d'aquest breu glossari és disposar d'una guia de consulta ràpida per a la redacció de notícies i altres continguts d'actualitat.

Aspectes de presentació

Activitats	✓ Activitats, activitats de formació, activitats formatives, oferta formativa, càpsula ✓ Seminaris, seminaris d'especialització, seminaris informatius ✓ Sessions, sessions de formació, sessions informatives (només utilitzar per
------------	---

	referir-se a sessions informatives) ✓ Expressions comunament utilitzades: - Durant les activitats es presentarà, aprendràs / coneixeràs... - A través d'aquesta sessió, els i les assistents podran aprendre... - El Cibernàrium imparteix diverses activitats sobre... ✓ Cal evitar expressions com: - L'activitat presenta / ofereix - El Centre per al Desenvolupament Professional presenta / organitza / ofereix
Emprenedoria	✓ Iniciativa empenedora, capacitat empenedora ✓ Persones empenedores, joves empenedors ✓ Innovació, talent innovador ✓ Idea de negoci, projecte empresarial, projecte de negoci ✓ Cerca de finançament, accés al finançament ✓ Tècnics en creació d'empreses
Ocupació	✓ Perfils professionals, noves ocupacions, llocs de treball ✓ Sortides laborals, sortides professionals, oportunitats professionals ✓ Recerca de feina, cerca de feina, buscar / trobar feina ✓ Desenvolupament professional, competències professionals ✓ Persones en situació d'atur, persones que es troben a l'atur, persones que estan a l'atur ✓ Sectors emergents, sectors econòmics, mercats emergents, mercats punters ✓ Mercat laboral, mercat de treball ✓ Orientació professional, assessorament (s'evitarà l'ús de termes com 'ajuda') ✓ Tècnics/ques en orientació professional
Desenvolupament empresarial	✓ Empresa, societat, companyia, negoci, pimes, microempreses, autònoms/es ✓ Empreses TIC, empreses de base tecnològica ✓ Empreses joves o joves empreses, empreses de recent creació, empreses de nova creació ✓ Crear una empresa, posar en marxa una empresa / negoci ✓ Empresa en fase de desenvolupament, empresa en procés de desenvolupament ✓ Internacionalització, obertura a nous mercats, obrir l'empresa a nous mercats i/o països, internacionalitzar l'empresa
Barcelona	✓ El contingut de les notícies dels diferents portals requereix la utilització recurrent del terme "Barcelona" i "Ajuntament de Barcelona". ✓ Per això, i per evitar-ne la repetició excessiva, es recomana l'ús de fórmules alternatives, com ara "ciutat", "capital catalana", "ciutat comtal", "consistori", "govern municipal", etc.