

Comunicació per a entitats socials

Sessió 6.

Mitjans II: Canals de comunicació
i eines per relacionar-nos

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

Índex

entitats
catalanes
d'acció
social



- 1. Canals de comunicació**
- 2. Eines per relacionar-nos**
- 3. Aparèixer als mitjans**

Breu resum Sessió Mitjans I

➤ **Hem de conèixer a fons els mitjans de comunicació**

continguts, tendència, periodistes que hi treballen, aliances empresarials... però també les seves audiències (l'EGM i el Baròmetre de la comunicació i la cultura)

➤ **Hem d'escollir les notícies en funció de la seva noticiabilitat** ja que no tot el que fem és notícia

➤ **Si cuidem els materials que els fem arribar i els facilitem la feina** hi sortirem guanyant (per aparicions i per relacions)

➤ **Utilitzarem diferents canals per comunicar-nos**

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

entitats
catalanes
d'acció
social



1. Canals de comunicació

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

Correu electrònic

Actualment, el més pràctic i el més explotat

Personalitzar (arriben infinitat de correus)

Repassar abans d'enviar

Adjuntar arxius poc pesats (aprofitar l'eina dels links)

Poc text, amb lletra clara de tamany i disseny

Missatge clar (si és de convocatòria, ressaltar motiu, hora, dia i lloc)

Atrevir-se a cridar l'atenció ("Nou estudi sobre els gitanos de Catalunya" "Primera feina per a un jubilat")

Si es pot, donar alguna senyal de proximitat ("felicitats pels resultats de l'EGM") ("Avui he gaudit de l'entrevista que heu publicat...")

Assumpte especificat (NP, Convocatòria Roda de Premsa, Dossier "informe de pobresa")

Firma amb dades de contacte i logo de l'entitat i/o lema

Atenció a les llistes de distribució (per ocultar-ne algunes, per fer llistes per mitjans escrits/audiovisuals, per localització territorial)

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

Telèfon

Reforça les gestions

Pressiona el periodista

Escollir les vegades que truquem i els motius de les trucades

Triar la millor hora (ràdios i teles // diaris no més tard de les 6)

ens apropa. Ens coneixen

Preparar-nos què direm

És el canal de comunicació més utilitzat de mitjà a entitat, quan volen alguna cosa: hem d'atendre i prendre nota o contestar si ho veiem clar.

Fax

Poc utilitzat però encara s'usa. No és recomanable, a no ser que sigui la solució a un problema (estic sense Internet però em va el fax)

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

➤ **Correspondència ordinària o en mà**

En cas d'informació confidencial
Per fer arribar material de paper (revista, butlletí, informe, un llibre)

➤ **Internet (web/blog)**

Canal efectiu per als periodistes més sensibilitzats (agregats o que consulten habitualment les vostres webs)
Serveix per "vendre" tot el material (escrit, audiovisual, de testimonis) de què disposeu
Importantíssim tenir la informació actualitzada
S'exploten idees que potser no neixen amb l'objectiu de promocionar la feina de l'entitat als mitjans (blogs de voluntaris a El Periódico)

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

➤ Roda de premsa

Millor al matí

Preferiblement, a la seu de l'entitat

La sala ha d'estar retolada, amb els logotips de l'entitat convocant

S'ha de preveure què s'explicarà i com (no més de 20')

S'ha de preparar un llistat de situacions possibles, de preguntes delicades i de les seves respostes

Algú de l'entitat que faci de moderador per tancar la roda o donar pas a les preguntes

La taula on seguïn els portaveus ha d'estar vestida i amb retolació dels noms

La sonoritat de la sala ha d'estar regulada per un professional i s'ha de donar entrada mitjançant jack i connexió per les càmeres

S'ha de reservar un lloc per a posar-hi els micròfons i, al fons de la sala, els gràfics.

Es poden fer intervencions amb faristol (quan s'ha de mostrar material projectat, per exemple)

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació



➤ Roda de premsa

Es lliuren materials escrits als assistents quan arriben (un dossier)

S'envia la convocatòria per e-mail amb temps als caps de secció i els periodistes amb qui teniu més relació (una setmana - deu dies). Els mitjans ho introdueixen a les seves agendes i se segueixen les gestions per telèfon. Rondes de confirmacions.

Assegureu-vos que no quedi eclipsada per una altra convocatòria o notícia previsible (ex. nou disc Leonora Milà // presentació del nou muntatge de la Fura dels Baus)

La tendència dels periodistes és a no assistir a gaires rodes de premsa. Influeix la importància de l'acte. (cas de l'informe de pobresa // estudi sobre els perfils dels microcredistes)

Cal valorar l'encert d' organitzar una roda de premsa o utilitzar altres canals

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

➤ Esmorzar o dinar amb periodistes

Per celebracions, agraïments, trobades periòdiques per repassar diversos temes sense que destaquí cap en concret

Es pot aprofitar per avançar alguna cosa sucosa, de cara al futur o per opinar sobre temes d'actualitat

La sala ha d'estar discretament rotulada, amb un plafó de benvinguda i alguns pòsters explicatius de l'activitat de l'entitat

Deixeu gravar imatges , declaracions i entrevistes amb els portaveus convidats. Demaneu que es faci en llocs on hi hagi la imatge de l'entitat de fons.

1. Mitjans de comunicació II: els canals de comunicació

➤ Acompanyament a un rodatge o entrevista

Vetllar per la imatge de l'entitat i del testimoni

Vigilar i estar al cas sense envair

Col·laborar en tot el que sigui possible

Pactar amb antelació els continguts i les gravacions. Recordar el tracte amb amabilitat

Preparar els testimonis i els portaveus per a la ocasió

Lema: L'ideal seria no haver d'intervenir

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

entitats
catalanes
d'acció
social



2. Eines per relacionar-nos

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos

entitats
catalanes
d'acció
social



Punts de partida:

- elaborar l'agenda de contactes
- planificar els mitjans i periodistes que ens interessin (estratègia)
- escollir els millors moments per comunicar-vos
- tenir empatia, paciència i mà esquerra

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos

Perquè hem de tenir paciència i mà esquerra?

- perquè es desenvolupa una aliança professional mixta en què cadascú mirarà de satisfer les seves necessitats
- perquè el periodista té sobresaturació de notícies i ha de triar, encara que ens dolgui
- perquè el periodista sovint està limitat pel que li demanen i per l'espai de què pot disposar. Parlar des de la comprensió
- perquè el personal dels mitjans és molt canviant i poques vegades trobem la implicació que voldríem, etc...
- i perquè "si plorem perquè no podem veure el sol, les llàgrimes no ens deixaran veure les estrelles" Tagore

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos



Elaboració d'una agenda de contactes

base de dades dels professionals dels mitjans de comunicació ACTUALITZADA i amb comentaris de les experiències acumulades

Camps: mitjà, periodicitat, audiència segons l'últim EGM/ l'últim baròmetre, adreça, telf. persona de contacte i càrrec (caps de societat, periodistes de la secció, cap d'informatius, cap de programes...), programes o espais que siguin del nostre interès (tot un món, de Tv3 o solidaris, de CR), mails de les seccions i els directes de cada programa i dels periodistes amb qui ens relacionem

La Moncloa edita cada any la **Agenda de la comunicació**. Es troba a www.moncloa.es

La actual:

<http://www.la-moncloa.es/NR/rdonlyres/F77FC8EA-B753-4CDA-A8F6-6E8A5A7333B8/0/Agenda2010.pdf>

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos

Posar l'agenda a treballar

Amb la seguretat de tenir-la al dia, podem posar-nos en contacte amb els mitjans que ens interessin.

Planificar la campanya de comunicació, en funció d'un objectiu:

- tenir molt ressò
 - obtenir qualitat enfront quantitat
 - arribar a un públic concret
- etc.

Elaborar els llistats de seguiment que necessitem i ens posem en contacte

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos



Tenir la informació i l'agenda en mà no ens assegura que apareguem als mitjans. Hi ajuda, i molt, tenir-hi una bona relació

Objectiu: relacionar-nos i, ahora, cuidar les relacions. Com fer-ho?

Ens ajuda l'actitud pacient i col·laboradora

Ensenyar les urpes quan calgui

Col·laborar amb efectivitat (amb qualitat i rapidesa) quan ens demanen ajuda. Sempre es recordaran de nosaltres i "ens en deuen una"

Conèixer els periodistes, els seus enfocaments i els mitjans pels que treballen (demostrar interès i respecte per la seva feina)

Fidelitzar els periodistes especialitzats en la nostra temàtica. Parlar-hi periòdicament, a part d'enviar-los les informacions

Fer trobades informals de tant en tant (com els esmorzars) per mantenir el contacte

Personalitzar els enviaments

Fer rodes de premsa amb sentit

Agrair la publicació d'una notícia i el seu tractament

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos



Cuidar les relacions, també, en els moments delicats

- **Corregir algú** des del respecte però argumentant l'error i demanant una esmena (depèn de quin mitjà no es fa responsable)
- **Demanar que respectin el pacte** acordat. Si hi ha pacte, recordar. I si ho ha pactat algú altre, que ens acompanyi. Els límits sempre s'han de deixar clars abans de fer una acció.
- **Fer reflexionar sobre una expressió** com "un grup d'indigents". Aprofitar alguns dels canals pels quals ens comuniquem per tenir la xerrada. Si s'allarga, quedar per fer un cafè.
- **Quan ens molesta que ens demanin certes coses.** Les declinem amablement i especifiquem que aquell plantejament no encaixa amb la línia de treball que seguim. "gràcies per pensar en nosaltres però..."

2. Mitjans de comunicació II: Eines per relacionar-nos



Els beneficis d'una bona relació són molts:

- Som més a prop dels mitjans
- Tenim més oportunitats de sortir-hi i, per tant, que es difongui la nostra tasca
- Contribuïm a canviar dinàmiques, poc a poc
- Serem referent sobre qüestions socials, ja que nosaltres serem els seus especialistes
- Si ajudem, podrem demanar suport en moments en què ens sigui necessari a nosaltres
- Si ens fem respectar, ens trucaran amb sentit... etc.

Mitjans II: Canals de comunicació i eines per relacionar-nos

Marta Falguera,
periodista

entitats
catalanes
d'acció
social



3. Aparèixer als mitjans

3. Mitjans de comunicació II: Aparèixer als mitjans

Aparèixer sense cost:

- Quan som notícia o entrevistem algun usuari o treballador
- Quan opinem sobre una notícia d'actualitat. Per ex. l'augment de peticions per anar als menjadors socials. Retrat de la realitat des de diverses entitats. Quina opinió en tenim? què hem de dir? ser proactius. Els mitjans volen veus diverses.
- Col·laboracions periòdiques (tertúlies, articles d'opinió) Venem als directors de programa els nostres portaveus més qualificats i els arguments que poden aportar als seus mitjans. *Tertúlia tercer sector - Ignasi Carreras, Bru Rovira* Els articles d'opinió s'han de reservar per a moments destacats. No han de ser una autopromo. Han d'aportar nous punts de vista, "atractius" per als mitjans. To pedagògic. Totes dues fórmules poden suposar un ingrés.
- excepcions publicitàries. Posa't la gorra! "Mulla't per l'esclerosi". 1 al mes per Tv i ràdio
Sol·licitud al Departament de publicitat de la corporació de Ràdio i Tv 93 4444800

3. Mitjans de comunicació II: Aparèixer als mitjans

Aparèixer pagant:

- Falques de ràdio
- Anuncis de Tv (Tant a la ràdio com a la televisió, a més del cost d'emissió, tenen els costos de producció)
- Anuncis a premsa o pàgines especials (espais pagats)

En general, les ONG i entitats No lucratives que acreditin ser-ho tenen descomptes en la publicitat de les seves campanyes. Cada mitjà aplica el seu.

3. Mitjans de comunicació II: Aparèixer als mitjans

L'elaboració dels materials publicitaris:

- Per anuncis impresos

Disseny zen. Senzillesa. Missatge clar i escollit. Evitar la saturació informativa. Cos de lletra gran. S'envia digitalitzat

- Per ràdio i Tv

Han d'estar elaborats per professionals i veus homologades.

Redacció amb frases curtes i missatge clar. Poca informació i escollida.

- 1. Disposem de diversos canals per comunicar-nos amb els mitjans i caldrà tenir la base de dades actualitzada per a que les comunicacions siguin efectives**
- 2. Hem de cuidar les relacions amb els mitjans sense deixar de fer-nos respectar**
- 3. Amb les comunicacions fluides tindrem més oportunitats de sortir a mitjans i difondre la nostra tasca**
- 4. Existeixen fórmules de col·laboració amb els mitjans i de publicitat amb cost zero**

Contacte

Agència de Comunicació Social

Via Laietana, 54 1er
08003 Barcelona

T. +34 93 268 3442
M. +34 657 515 361

comunicacio@acciosocial.org
www.acciosocial.org

entitats
catalanes
d'acció
social

