

**comuniquem per
inspirar
futurs ecològics**

*mobilitzem consciències i
impulsem
actituds bàsiques
col·laboratives*

8x5

**1. marc general per a
comunicar
indispensable**

**la proposta associativa que no es
comunica amb molt vigor als
ciutadans plurals és altament
deficient: neix amb tara
aixó passa perquè la
comunicació no forma part del**

**nucli clau de l'associació o la
xarxa d'associacions:és un
perifèric**

**per tan, no te un directiu en
l'equip primer que ha de ser**

**relacional/dialogant,
creatiu, global i sempre obsessiu
comunica des d'una llarga
conversa amb els ciutadans i
tothom de l'associació/xarxa,
insistentment i amable,**

amb bon *rollo*

i ho fa per implicar

col.laborativament a tothom en

el que l'associació/xarxa

proposa i sabem que és

indispensable vitalment

2. què ha fer el directiu de comunicació amb entusiasme

**presentar cada quatre anys el
dossier per a la comunicació**

**sempre renovada i acordada
amb els reptes presents i futurs
associatius**

**elaborat des d'un equip de
diferents que coneixin l'entorn i**

**les possibilitats reals de
l'associació/xarxa, gens poruc
centrada en un valor de marca
ètic/cívic i un relat petit de fets
per transformar-lo en vida**

**quotidiana comú, amb visió
singular clau**

**l'equip directiu l'ha d'aprovar i
el dona a conèixer a tothom com
a única manera de comunicar,
sense cap excepció possible**

**inspira al dins associatiu i
apassiona el fora que compren i
practica allò que es proposa
como a vida personal i comú
només en cas de crisi o urgència
màxima la comunicació**

**assumida queda en suspens i un
equip de crisi diu què cal fer
amb rapidesa**

**3. què ha de
contemplar el dossier
per a la comunicació
el valor ètic de l'associació/xarxa
amb rotunditat i sensibilitat**

**actuals per inspirar present i
futur indispensables**

**el relat que mostra la globalitat
del que aporta i proposa
l'associació/xarxa amb un**

**llenguatge emocional i breu,
intel·ligent**

**la concreció gràfic/audiovisual
que marcarà tota la comunicació
amb un estil singularitzat i molt
irreconeixible**

**els grans blocs comunicatius que
es prioritzen perquè expressen
l'estratègia de l'associació/xarxa
en l'ara/demà millor
com es treballarà l'agenda de
comunicació perquè tothom**

**sàpiga temps d'encàrrec,
producció, data de sortida o
públics diana**

**4.els canals que millor
funcionen actualment
per comunicar
el tu a tu directe i sense
intermediaris és la primera i**

**millor comunicació sense cap
dubte: experiència personal
compartida**

**el local en la seva ubicació i el
seu disseny per acollir els**

**ciutadans és el segon canal
perquè tangibilitza què som
el catàleg de serveis i projectes
és el tercer perquè som el què
fem i es pot experimentar**

**directament: vida ecològica a
l'abast**

les postals mensuals o

trimestralment a casa son el

quart canal si es dissenyen amb

**una energia que encanta al
rebre-les**

**les xarxes socials son el cinquè:
exigeixen una quotidianitat i un
diàleg que mai pot ser
estereotipat i és molt implicatiu**

5.suggerències par a la comunicació de l'associació

**mantenir la vibració ciutadana
amb l'associació des del seu**

**valor de marca i el seu relat
d'acció per a la transformació
propiciar un alt nivell d'accés
als serveis, projectes i espais
permanents, renovant públics**

**per expandir l'impacta
associatiu**

cuidar els projectes singulars

perquè siguin realment un

**aconteixement que sotragui als
ciutadans**

**i hi optin encantats
no tenir mandra per optar per
comunicacions per a públics
ciutadans minoritaris però
altament indispensables
per a l'associació**

**mimar comunicativament a tot
el personal de l'associació, socis,
donants, col·laboradors i
organitzacions cogestores**

6.suggerències per la comunicació a nivell de xarxa

presentar-la als ciutadans com a indispensable per a la vida

**personal i comú, referencial i de
confiança**

**presentar el model cívic de
ciutat i país agosarats que volem
a la llarga i en els propers
quatre anys amb contundència**

**cada any presentar un estat de
la qüestió per compartir si ens
hem adormit, retrocedim o
avencem amb bon peu en el que
ens hem fixat**

**muntar dues campanyes de
mobilització anuals perquè quan
no es sotraga col·lectivament la
consciència tendeix a acomodar-
se**

**donar les batalles que calguin
per denunciar qüestions de
barra cívica intolerable i poca
soltes sense cap contemplació**

7. algunes qüestions finals per tancar les suggerències

**el sector necessita d'alguns
líders públics, que no cal**

**confondre amb estereotips
mediàtics, amb urgència
no sigueu sosos ni
oficialistes: sigueu agosarats i
sorprenents amb audàcia encara**

**que internament alguns us
critiquin**

**opteu per texts molt contundents
i clars que atrapin la sensibilitat
i despertin sempre la**

**responsabilitat: la paraula és
primer avui**

busqueu continuadament

imatges que impactin i es

recordin, que son complicades:

les només decoratives son inútils

**no traieu mai cap comunicació
que no ampliï la llarga conversa
per a la col·laboració àgil
corresponsable**

**no deixeu mai de tenir present
que els grans canvis parteixen**

**des de baix i demanen la
implicació d'una gran multitud
col·laborativa**

8.els resultats

comunicatius son

**evidents i cal
analitzar-los**

**l'associació/xarxa forma part
del paisatge de referència dels**

**ciutadans i és altament valorada
pel que aporta**

**els ciutadans posen en pràctica
en la seva vida personal i comú
el valor de marca ètic de**

**l'associació/xarxa i el
comparteixen amb altres
opten per fer-se socis de
l'associació/xarxa d'una manera
permanent: se saben del cercle
familiar dels cívics proactius**

**el conjunt de la ciutat i país te
present el que l'associació/xarxa
proposa perquè saben que son
motor de vida millor i amb futur
els governs cogestionen serveis,
projectes i espais amb elles en**

**un pla d'horitzontalitat que
suma/multiplicant**

des de les pluralitats

PER CONTINUAR

AQUESTA

**CONVERSA DES DE
LES IDEES QUE
INSPIREN**

gràcies

feu-ho:funciona

www.tonipuig.com

