



# Comunicació de la **DEFENSA DEL TERRITORI**

Paisatges Salvats, Paisatges per Salvar  
Universitat de Girona

Octubre 2018



# És important comunicar?

La majoria de les entitats petites i mitjanes asseguren que **la ciutadania no les coneix**.

La comunicació configura la projecció social d'una entitat i la seva **capacitat d'incidència política**.

**Pla de comunicació:** imprescindible per aconseguir objectius i arribar on volem.



# Pla de comunicació

Marca els passos a seguir i parteix de la situació real de l'entitat.

Cal el compromís de tot l'equip.

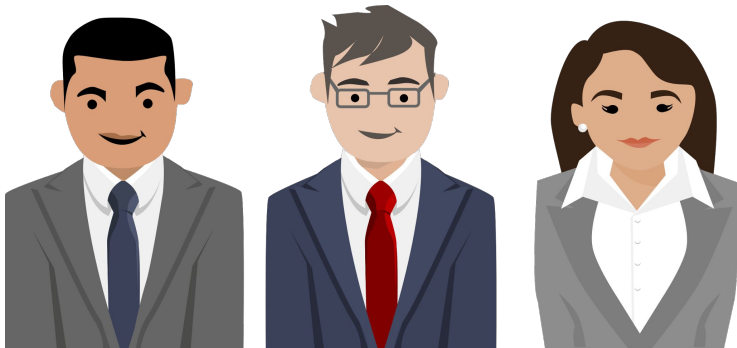
Serveix per l'entitat o per una **campanya de defensa del territori**.

**Tipus d'accions de comunicació.** L'elecció dels mitjans dependrà d'una sèrie de qüestions: els recursos econòmics disponibles, les característiques dels destinataris, els tipus de participació que busquem, etc.

---

# Mitjans de comunicació

**El valor de la comunicació amb els mitjans:** els mitjans de comunicació han deixat de ser imprescindibles, però continuen sent importants per arribar a públics massius.



Volem i podem oferir allò que ens demanen els mitjans ràpidament? Apostem per mitjans i espais amb molta visibilitat però poca profunditat informativa? “Picarem pedra” amb els periodistes?



# Mitjans de comunicació

**Un factor determinant serà l'anàlisi dels recursos disponibles.**

*Sortir dos minuts a un informatiu nacional de manera esporàdica, si hem tingut una o dues persones treballant per aconseguir-ho durant setmanes o mesos, pot resultar extremadament car per als resultats que pot tenir. Cal tenir present que les grans empreses i entitats que ho aconsegueixen de manera regular hi dediquen una part important dels seus recursos.*

# La convocatòria de mitjans

Convocar els mitjans és un recurs habitual per donar a conèixer una informació rellevant, però és una eina de cara o creu.

Pensar-s'ho abans de tirar-la endavant.



Convocatòria de premsa



## La Plataforma aTERnativa141 organitza un acció reivindicativa a Vilanna (acció molt visual)

La Plataforma aTERnativa 141 segueix amb les accions de pressió i reivindicació davant d'un projecte que té importants impactes ambientals sobre el riu Ter. Així mateix, la plataforma vol recordar amb aquesta acció que la tramitació del projecte de la variant de Bescanó s'ha fet de forma irregular, ja que només s'han avaluat dos traçats de gran impacte sobre el riu Ter entre Vilanna i Salt, i en canvi, s'obvia l'estudi de l'alternativa zero i una alternativa pel sud de Bescanó.

Data: 2 d'agost de 2014

Hora: 10:00

Lloc: <http://www.icc.cat/vissir3/index.html?sEEvyQTLr>

### Més informació i/o entrevistes:

Associació de Naturalistes de Girona

[premsa@naturalistesgirona.org](mailto:premsa@naturalistesgirona.org)

m. 615 694 999



# El dossier de premsa o press kit

El dossier de premsa o 'press kit' en anglès és la carta de presentació d'una entitat o campanya de cara als mitjans de comunicació.

La seva funció és facilitar tota la informació rellevant als mitjans de comunicació.

Sempre hem d'intentar facilitar la feina dels periodistes.

<https://bit.ly/2yn1H2z>



# La nota o comunicat de premsa

La nota de premsa és un instrument habitual en les relacions amb els mitjans.

Cal seguir unes claus per fer una nota de premsa.

Definir el missatge que volem transmetre.

Definir els mitjans als que ens dirigim.



# La nota o comunicat de premsa



Nota de premsa, 5 de desembre de 2013

## Anar en bici està de moda

**Visualitzar que anar en bici és atractiu i animar a més gent a optar per aquest mitjà de transport són els principals objectius del Girona Cycle Sexy, una campanya que consta d'un concurs fotogràfic a Instagram i una desfilada de moda i bicicleta.**

La campanya Girona Cycle Sexy, impulsada per l'Associació de Naturalistes de Girona amb la participació de Mou-te en Bici i l'Oficina Verda de la Universitat de Girona, vol promoure l'ús de la bicicleta com a mitjà de transport a la ciutat de Girona. L'objectiu final de la campanya és incrementar el nombre d'habitants que usen la bicicleta com a mitjà de transport, que actualment representa un 2,3% dels desplaçaments totals de la ciutat.

Per aconseguir-ho, es proposa convertir-la en un element de moda i estil i demostrar que es pot anar amb bicicleta amb qualsevol tipus de roba, fins i tot amb les peces més "fashions" i atrevides. En definitiva, la campanya permetrà visualitzar la bicicleta com un mitjà de transport divertit i atractiu, fixant-se en la realitat d'altres ciutats europees com Copenhaguen o Amsterdam.

**Títol:** és la part més important d'una nota de premsa.

**Resum:** és un únic paràgraf que reuneix la informació més important de la nota de premsa.

**Contingut:** després del titular i l'entradeta tenim el cos de la notícia.



## Relacionar-se amb els periodistes

Els equips de comunicació han de parlar habitualment amb els periodistes i conèixer les seves necessitats.

**L'atenció immediata a un mitjà de comunicació** determina el fet que les informacions siguin o no publicades posteriorment.

Pot ser temptador per a les ONG **parlar només amb aquells mitjans de comunicació i periodistes més propers.**



# Relacionar-se amb els periodistes

Donar veu a les persones beneficiàries i voluntàries.

Donar sense esperar res a canvi.

<https://bit.ly/2yL0qSc>



## Mitjans de comunicació

*Els mitjans en si no generen canvis socials, en el sentit estricte, però faciliten el treball de la defensa del territori, fomentant poderosos moviments en l'opinió pública.*



# Comunicació de la **DEFENSA DEL TERRITORI**

Enric Cortiñas  
Associació de Naturalistes de Girona

Twitter: @enriccortinhas