

[General](#)

Comunicació associativa: algunes idees clau



25/04/2014



Font:



Font:



Font:

Comunicació associativa: algunes idees clau

25/04/2014



Resum:

Sabem quina imatge estem projectant cap al nostre entorn? Què opina la nostra base social? Planifiquem les accions de comunicació? Aprofitem totes les oportunitats per comunicar?

Quan parlem de comunicació a les entitats ens referim a com ens comuniquem amb les persones sòcies, les treballadores i/o voluntàries, les altres entitats i amb el nostre entorn en general.

La comunicació així entesa és “[gestionable i planificable](#)” tant quan ens referim a la interna com a l'externa. Això és especialment necessari en les entitats no lucratives en què és

imprescindible la implicació i participació de la base social així com **generar confiança i credibilitat** de cara al conjunt de la societat.

Identitat vs imatge?

Totes les entitats tenen una **identitat pròpia**, definida per la seva missió, visió i valors. Però també tenen una **imatge pública** que depèn de **les diferents visions que l'entorn tingui sobre l'entitat**.

A [La gestión de la comunicación en el Tercer Sector](#), es descriu la imatge com “el resultat dels contactes, impactes i percepcions que cada persona ha tingut amb l'ONG [...]”. Només el públic és capaç de crear una imatge”. A més, aquesta imatge no és immutable sinó que **va variant amb el temps**.

Com explica el mateix document, **el Tercer Sector té en la societat el seu objectiu** i, per tant, la imatge que hi projecta és fonamental per mantenir la seva pròpia vitalitat així com el suport de la ciutadania i les institucions.

En aquest sentit, **és important que les entitats coneguin quina és la imatge que projecten**, mitjançant entrevistes amb la base social, les persones usuàries, enquestes, etc.

També cal **parar atenció a les xarxes socials** i aprendre a escoltar i respondre els nostres contactes. Per saber-ne més, podeu consultar els diferents [recursos que a Xarxanet s'han anat publicant sobre la gestió de xarxes socials](#).

Algunes idees per millorar les nostres comunicacions

1. Analitzem d'on partim

Malgrat que el dia a dia sovint ho dificulta, és bo aturar-se a **analitzar en quin estat ens trobem respecte a aspectes comunicatius**. Per fer-ho, ens haurem de plantejar preguntes com ara quina imatge transmetem? Qui parla de nosaltres? Quines eines tenim? De quins recursos disposem?

L'últim [Útil Pràctic](#) editat per [Torre Jussana](#), [Càmera](#), [llums](#), [interacció!](#) ens proposa una sèrie de qüestions que ens hauríem de plantejar de cara a fer una **anàlisi** de la situació de partida i **la posterior avaluació** dels objectius fixats.

2. Planifiquem

La comunicació **no es pot improvisar**. Cal que, abans d'engegar cap acció, tinguem clars **quins objectius perseguim**, a **quin públic** ens adreçem, etc. També cal **designar persones responsables i fixar en un calendari** les accions que caldrà dur a terme i els terminis que volem complir.

Quan planifiquem i redactem un projecte a l'entitat, ens plantejem totes aquestes preguntes: per què no fer-ho quan dissenyem la nostra estratègia de comunicació?

3. Comuniquem per existir o existim per comunicar?

Per Alfred Vernis, **la comunicació a les entitats forma part de la seva raó de ser** i, per això, mai han de perdre de vista que **existeixen per transmetre els seus valors a la societat**.

Les entitats no han d'oblidar mai aquesta essència per acabar limitant-se a oferir serveis. En aquest sentit, cal que quan comuniquen allò que fan tinguin presents la seva missió i valors.

Es muy importante que las organizaciones no lucrativas, cuando comunican lo que hacen, no pierdan nunca de vista los valores por los que se mueven, y que siempre, en cualquier acción de comunicación, recuerden aunque sea brevemente sus valores fundacionales.

[La gestión de la comunicación en el Tercer Sector](#).

4. Sobretot, el contingut!

No hem de permetre que la diversitat d'eines de què actualment disposem per comunicar ens facin perdre de vista que **el contingut segueix essent el més important en la comunicació**.

Els bons continguts segueixen sent el principal pol d'atracció dins i fora de les pantalles i, sobretot, l'eina fonamental per promoure una ciutadania que es mobilitza amb raons.

[Càmera, llums, interacció! Manual de comunicació associativa en temps 2.0](#)

5. Tot comunica

Les accions de comunicació pròpiament dites no ho són tot i per això cal que tinguem especial cura amb la **nostra comunicació interpersonal**.

A banda de les eines i accions de comunicació com ara els butlletins, les xarxes socials, etc. existeixen multitud d'ocasions per posar en joc les nostres **habilitats comunicatives**: un acte, una reunió, un taller, una trucada telefònica, etc.

Podem crear continguts de molta qualitat, però el seu valor se'n pot anar en orris si la nostra comunicació interpersonal no funciona. [...] La nostra destresa en la comunicació interpersonal es pot posar en joc en una gran diversitat d'escenaris: al carrer durant un acte, en un taller, una trucada telefònica...

Càmera, llums, interacció! Manual de comunicació associativa en temps 2.0

6. Formem-nos!

Com en qualsevol altra àrea, **la formació i informació són fonamentals**. Per conèixer alguns dels principals manuals adreçats a entitats no lucratives, podeu consultar [un recurs de Xarxanet dedicat a la millora de la comunicació a les entitats](#).

Per **estar al dia de cursos i jornades que tractin el tema de la comunicació associativa** i d'altres d'interès per a entitats, consulteu el [portal d'assessorament sobre formació de Xarxanet](#).

Etiquetes: [comunicació associativa](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/general/noticies/comunicacio-associativa-algunes-idees-clau>