

COMUNICACIÓ, PERSUASIÓ I ORIENTACIÓ A LA CIUTADANIA



Jordi Bayona
Juny 2016

Com sobreviure a la selva de la Comunicació



- L'univers de la comunicació ha tornat exuberant, **ple de paranys i crits desconeguts**, talment una selva.
- Gaudim d'un esclat de tecnologia; però **els avenços en comunicació no configuren una societat més informada** i amb major esperit crític.
- Comunicar és una obligació de les **institucions, que s'han d'aventurar en els intricats camins** d'aquesta selva per no quedar endarrerides.

Les pedres en el camí de la comunicació

Una cosa és allò que transmetem i... una altra ben diferent és el que arriba al receptor

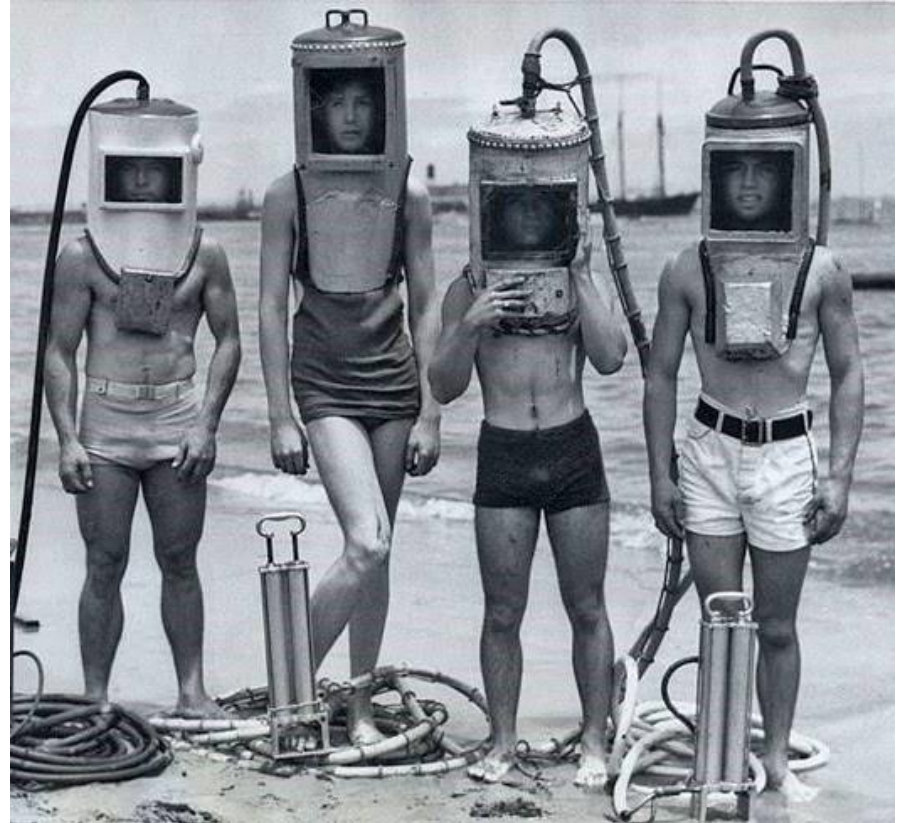
JO	HAURIA D'HAVER DIT
	VOLIA DIR
	PENSAVA HAVER DIT
	NO VAIG DIR
	REALMENT VAIG DIR

ELL	VA ESCOLTAR
	VA ENTENDRE
	PENSAVA QUE JO HAVIA DIT
	ESPERAVA QUE JO DIGUÉS
	VA INTERPRETAR



Protegir-se contra l'agressió dels missatges

- Cada dia **rebem centenars de missatges** (diaris, televisió, ràdio, publicitat, converses, xarxes socials, @mail...).
- El cervell **es protegeix contra tal agressió, es blindava** i no n'assimila gairebé cap.
- Només els que són portadors d'una emoció especial i un gran poder de persuasió **s'introduiran per la porta del record.**



El relat, clau de la comunicació moderna



En comunicació ja no basta amb representar una idea sinó que se l'ha de revestir d'emocions, d'una història tendra o vibrant, però sempre destil·ladora de sentiments.

El **relat de la comunicació institucional** ha de ser la defensa emocionada dels valors cívics tradicionals –la llibertat, la justícia, la igualtat– i els més moderns: la transparència, la participació, la tolerància, el medi ambient, la sostenibilitat, el patrimoni públic...

Qui no arrisca, no pisca



- En un ecosistema comunicatiu tan exuberant i poblat, el relat comunicatiu d'èxit ha de ser agosarat, amb una forta pulsíó emocional.
- Les institucions han d'innovar el seu relat, que ha de passar de la propaganda oficialista a la recerca del vessant més palpitant i humà.

➤ *El compte de Twitter de Cos Superior de Policia és un exemple d'aquesta innovació. Una aposta arriscada que ha donat molt bons resultats*

Sense comunicació interna arriba el fracàs institucional



- Els **Plans de Comunicació interna són indispensables** en els col·lectius moderns si no es vol provocar el col·lapse i el fracàs.
- Les Administracions públiques han de passar del tauler d'anuncis a la voluntat **d'incloure tots els funcionaris en el relat comú** mitjançant totes les tecnologies a l'abast. La participació interactiva amb els treballadors públics és peça clau per a l'èxit.

El 2.0 devasta els mitjans de comunicació tradicionals

- Els mitjans tradicionals es mouen en la geografia de la decadència i de la **manca d'influència social**.
- Avui és impensable una iniciativa comunicativa institucional que no tingui en compte **l'univers digital, la nova galàxia del 2.0**.
- Les xarxes socials s'han convertit en el **millor aliat d'una Administració pública** moderna, participativa i transparent.



Manual d'emergència per sobreviure (1)



1. **Configurar el relat** de la legislatura.
2. **Fixar cada semestre 5 objectius** de comunicació: 3 seran de legislatura i 2 seran conjunturals.
3. El nou llenguatge informatiu ha de ser **breu i impactant**. És precís preparar-ho minuciosament.
4. Substituir (com a mínim, alternar) la nota de premsa per un **meme** (un conjunt gràfic format per imatges, fotos i petites llegendes).

Manual d'emergència per sobreviure (2)

5. Del president/a al darrer porter/a de la institució, **tothom ha de remar en la direcció que marca el Pla de Comunicació** (interna i externa).

6. La clau: **pocs missatges però que arribin a molta gent**. Sovint les institucions fan tot el contrari.

7. **Desterrar la improvisació** de la comunicació. La que sembla més natural i improvisada és aquella que més s'ha treballat.



Manual d'emergència per sobreviure (3)

8. Concentrar tota la comunicació presencial **en una sola persona**, que a la vegada ha de ser el líder del departament.
9. Mai donar res per comunicat. **La reiteració és la base de l'eficàcia.**
10. En cas de dubte, optar per **fer tot el contrari del que s'ha fet fins llavors**. El percentatge d'encerts augmentarà.



COMUNICACIÓ, PERSUASIÓ I ORIENTACIÓ A LA CIUTADANIA



Jordi Bayona
Juny 2016