“Del fet a la notícia”

La relació de les associacions culturals amb els mitjans de comunicació

Marc Alemany

19 de novembre 2011

Organitza:

ens de comunicació associativa

Amb el suport de:

Diputació Barcelona xarxa de municipis

Generalitat de Catalunya
Departament de Benestar Social i Família

“La notícia no és el que succeeix, sinó el que algú diu que ha succeït o que succeirà”

Ciovanni Cesáreo

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Índex de la sessió

1. **La comunicació avui**
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

La societat de la informació

La matèria prima

- SENSE LÍMITS FINITS
- NO MATERIAL
- BASE DEL CONEIXEMENT

ens de comunicació associativa

L’oceà de la informació

ens de comunicació associativa

Memòria gairebé infinita

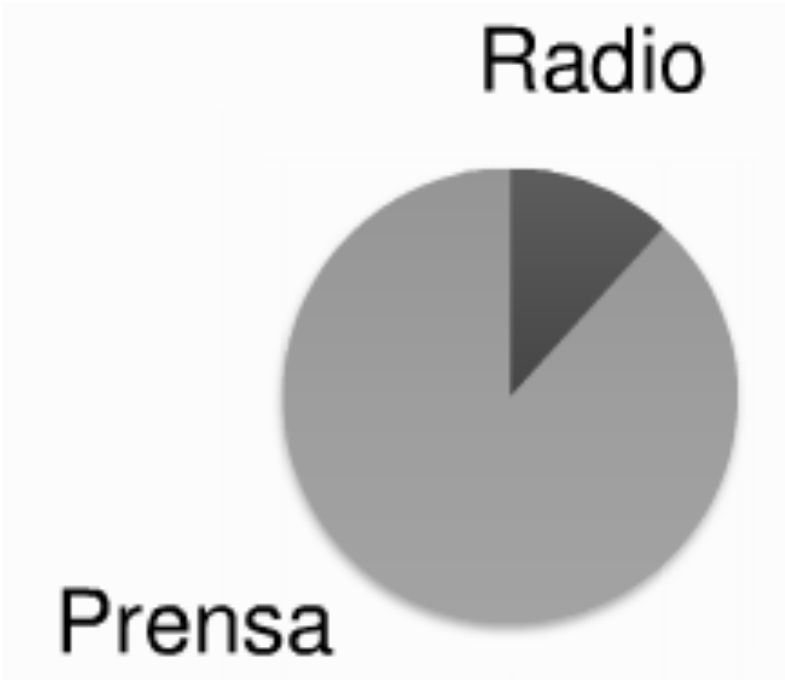
Conversa global

Com han evolucionat els mitjans de comunicació en el darrer segle?

ens de comunicació associativa

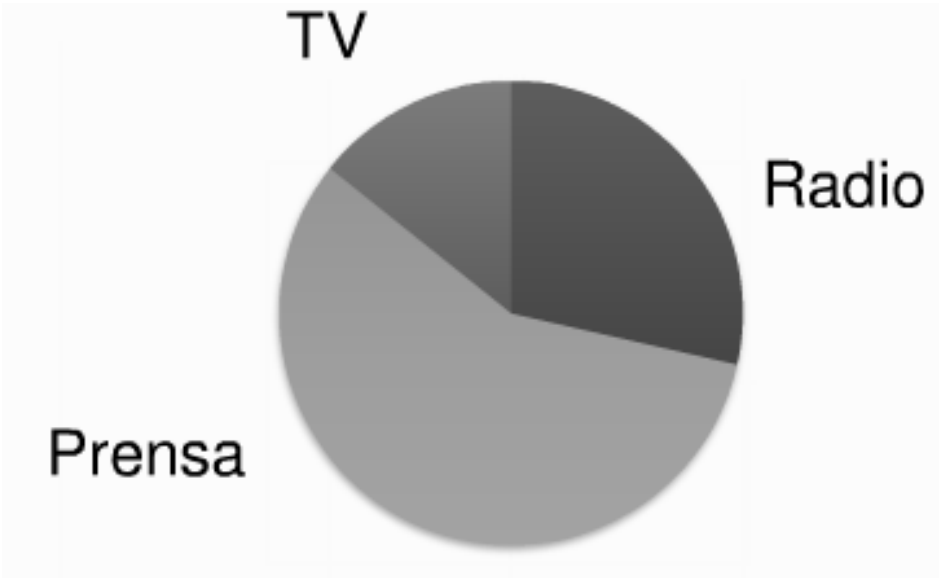
Evolució dels mitjans de comunicació

Els mitjans fa 90 anys



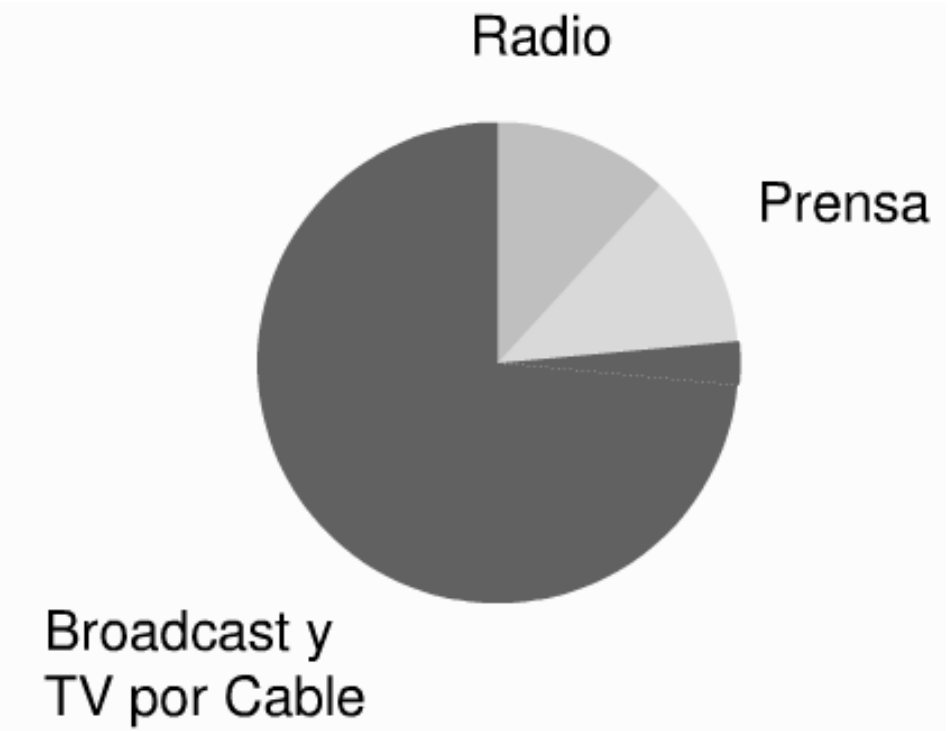
Evolució dels mitjans de comunicació

Els mitjans fa 60 anys



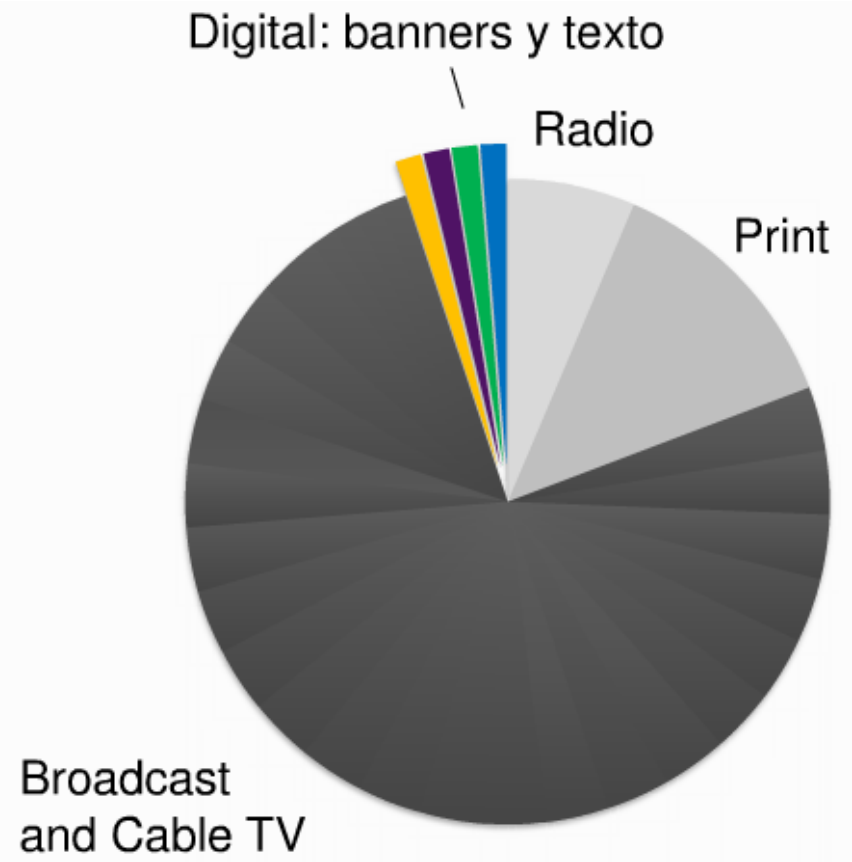
Evolució dels mitjans de comunicació

Els mitjans fa 30 anys



Evolució dels mitjans de comunicació

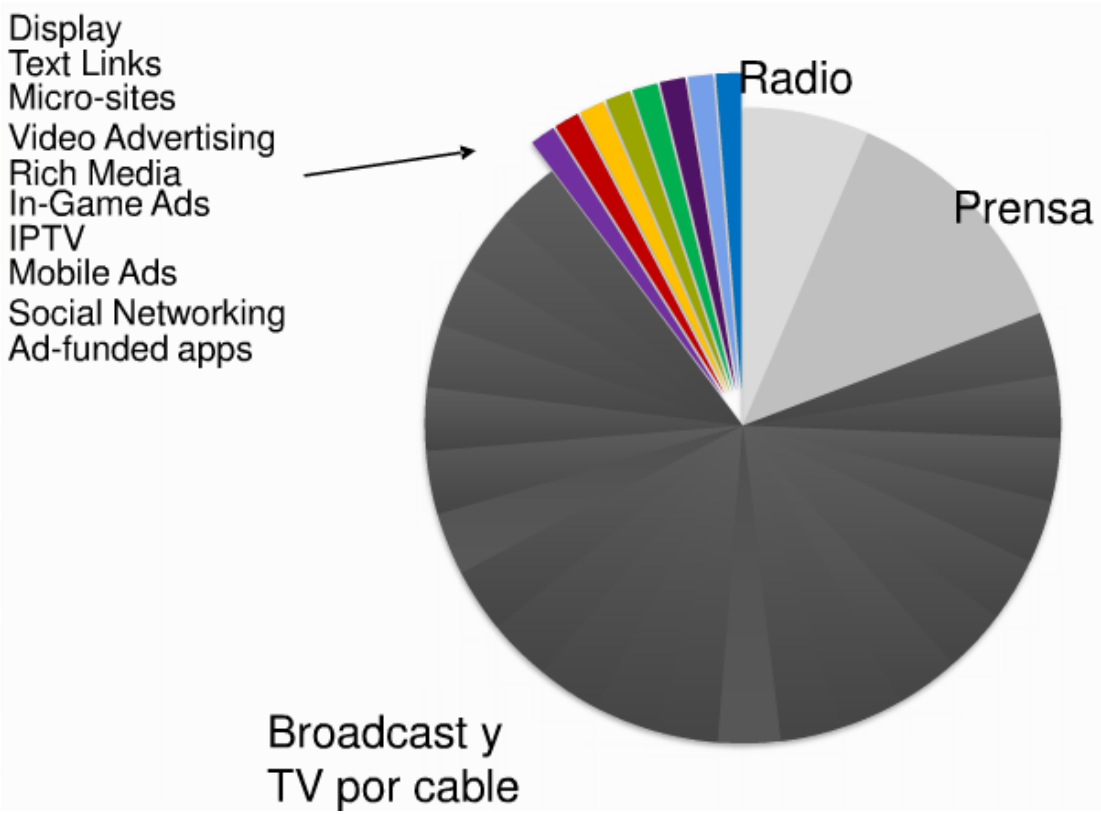
Els mitjans fa 10 anys



ens de comunicació associativa

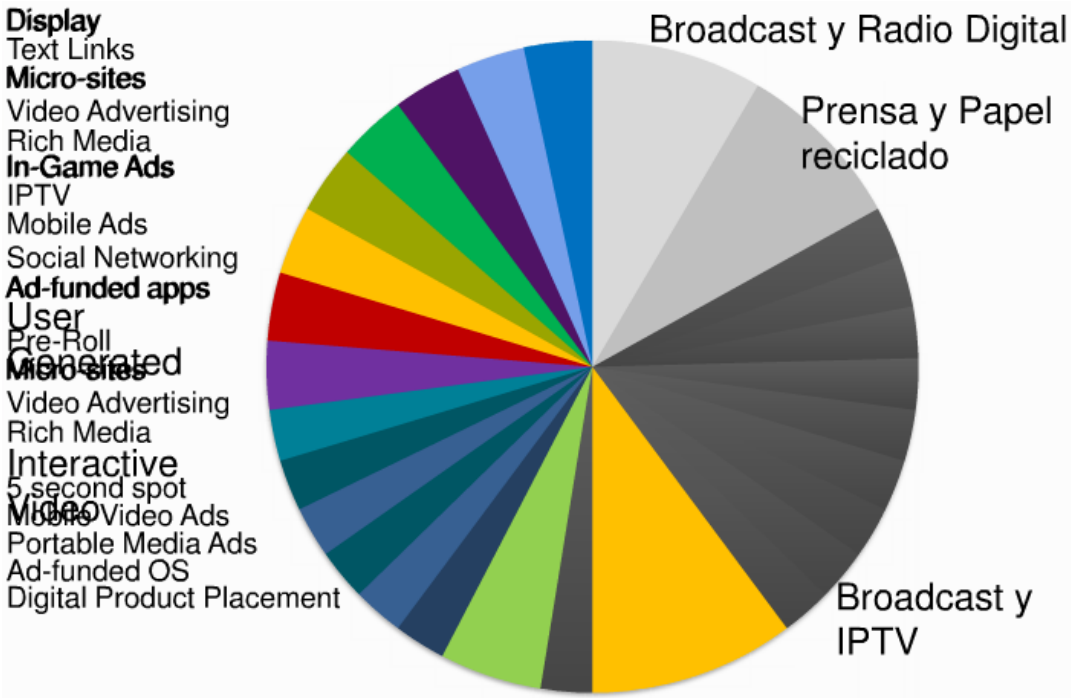
Evolució dels mitjans de comunicació

Els mitjans ahir



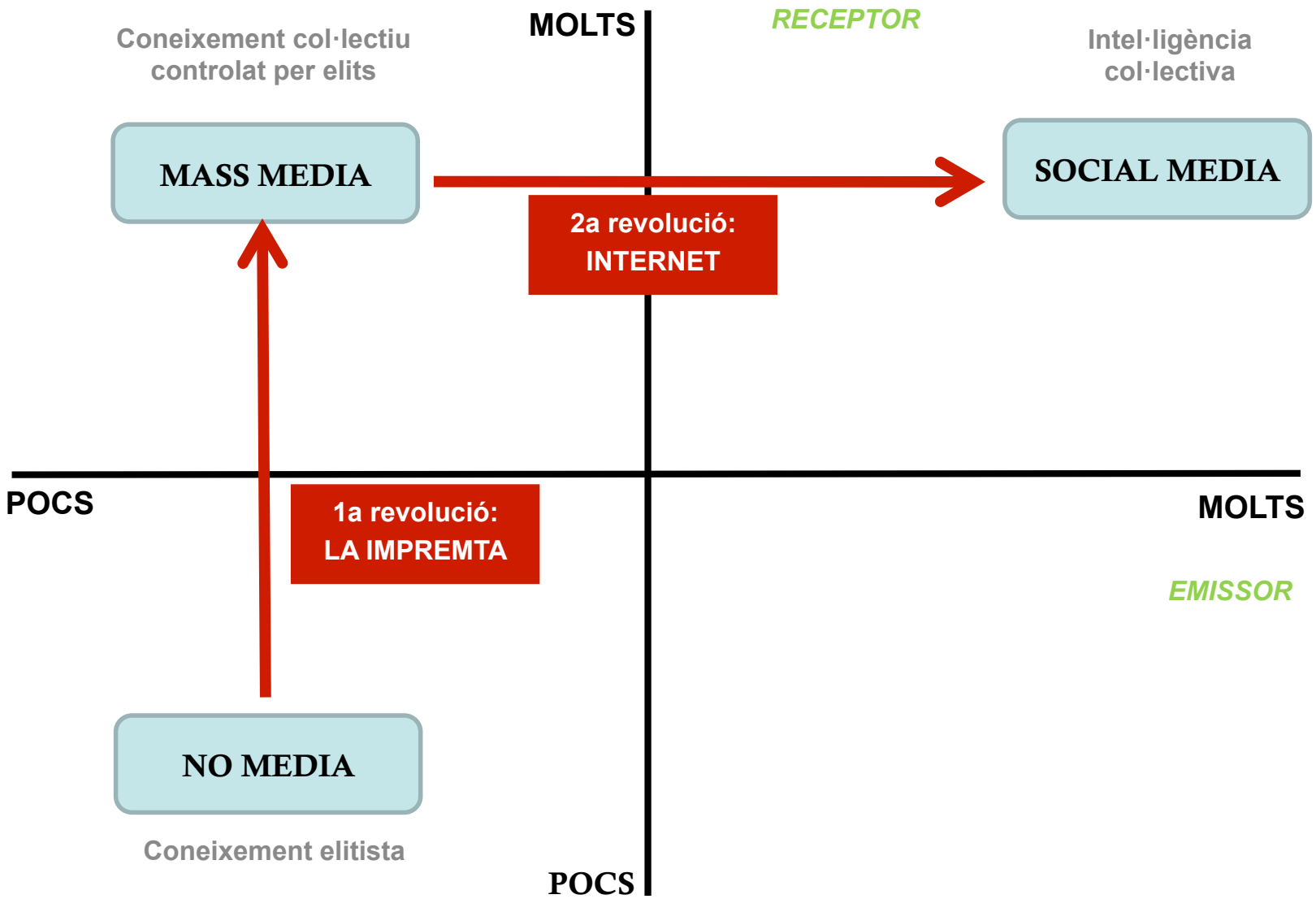
Evolució dels mitjans de comunicació

Els mitjans demà



ens de comunicació associativa

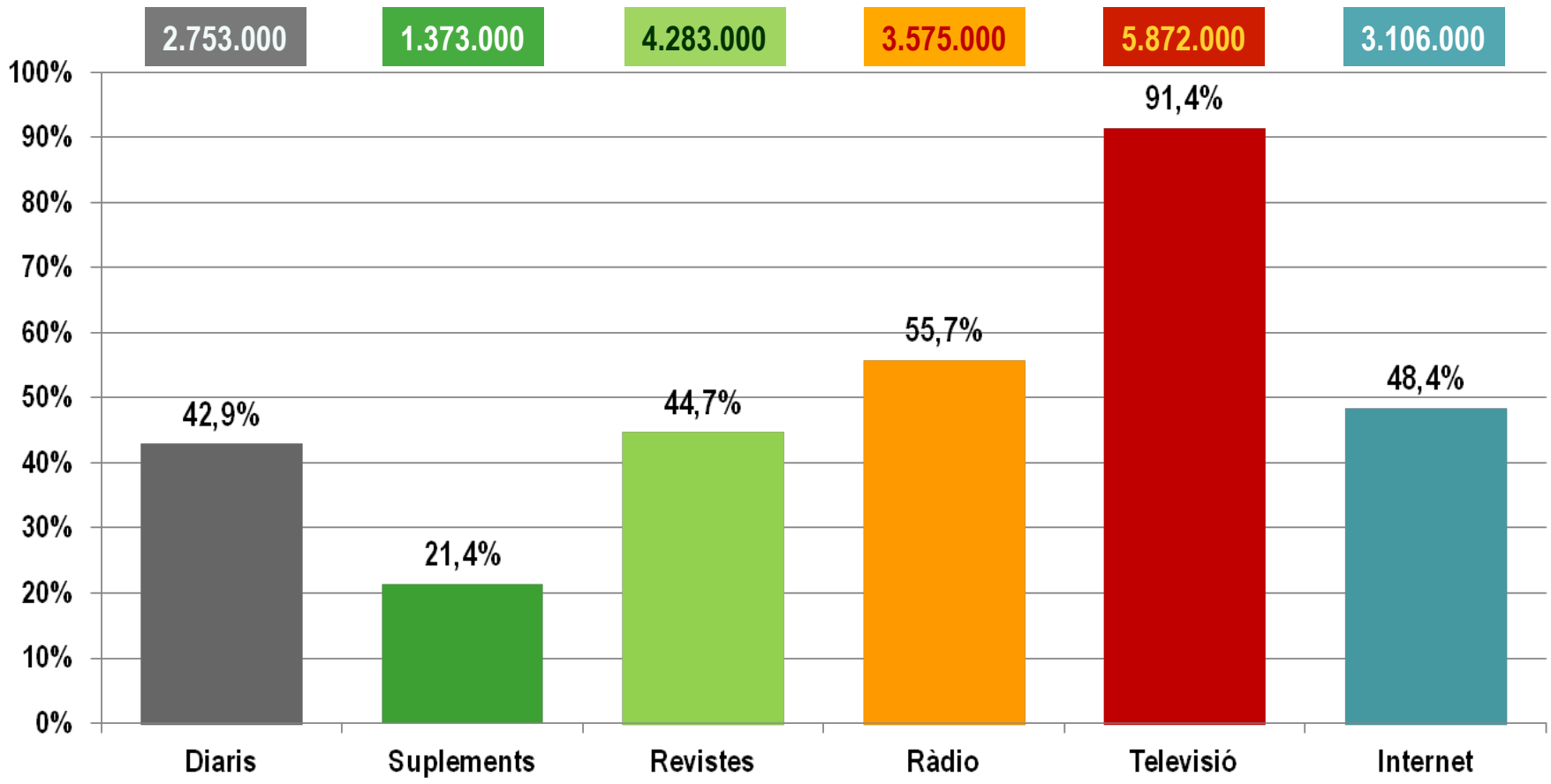
Avui, la segona revolució de la comunicació



Font: Havas Media

Quina és, avui, la dieta mediàtica dels catalans?

El consum mediàtic dels catalans



Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 3a onada 2011

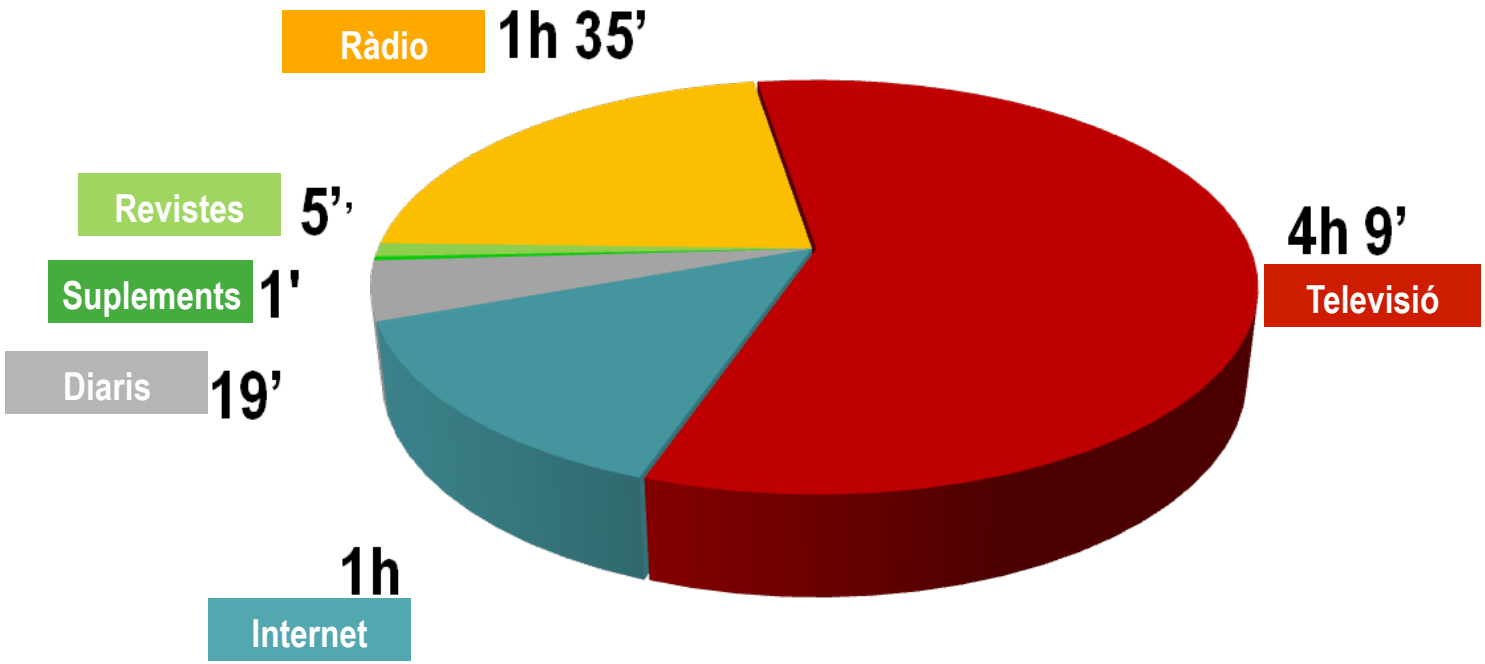
Evolució del consum de mitjans

	diaris	suplements	revistes	ràdio	televisió	internet
Diferencial respecte l'onada anterior (gen-des 2010)	+50.000 +1,9%	+53.000 +3,9%	+52.000 +1,2%	+39.000 +1,1%	+18.000 +0,2%	+62.000 +2,1%
Diferencial respecte l'any anterior (març 09-feb 2010)	+52.000 +1,9%	+84.000 +6,5%	+123.000 +2,9%	+94.000 +2,8%	+11.000 +0,1%	+384.000 +14,2%

ens de comunicació associativa

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 3a onada 2011

Temps dedicat al consum mediàtic

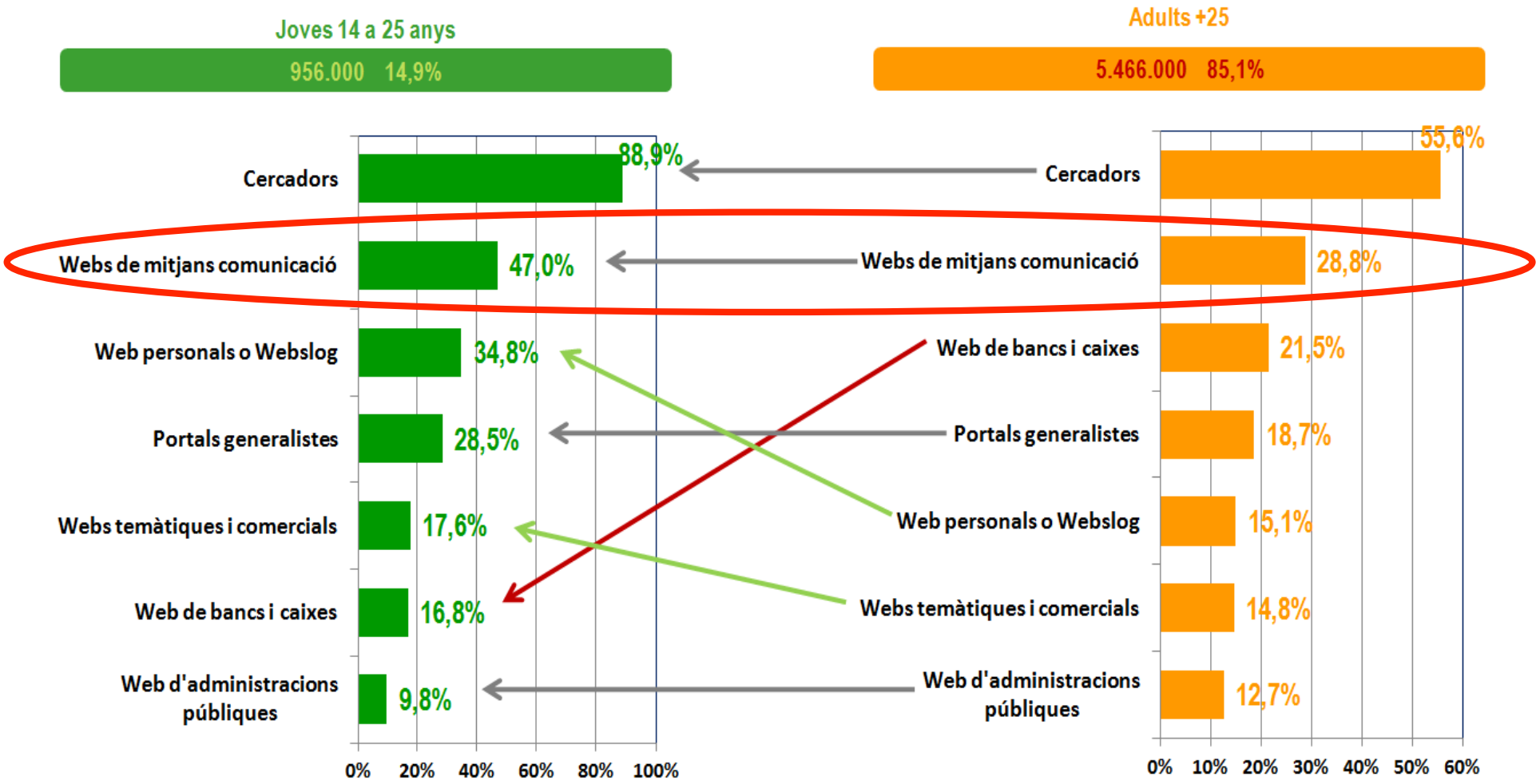


430 min /dia = 7h 10' al dia

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 3a onada 2011

El consum mediàtic dels catalans. Intermet

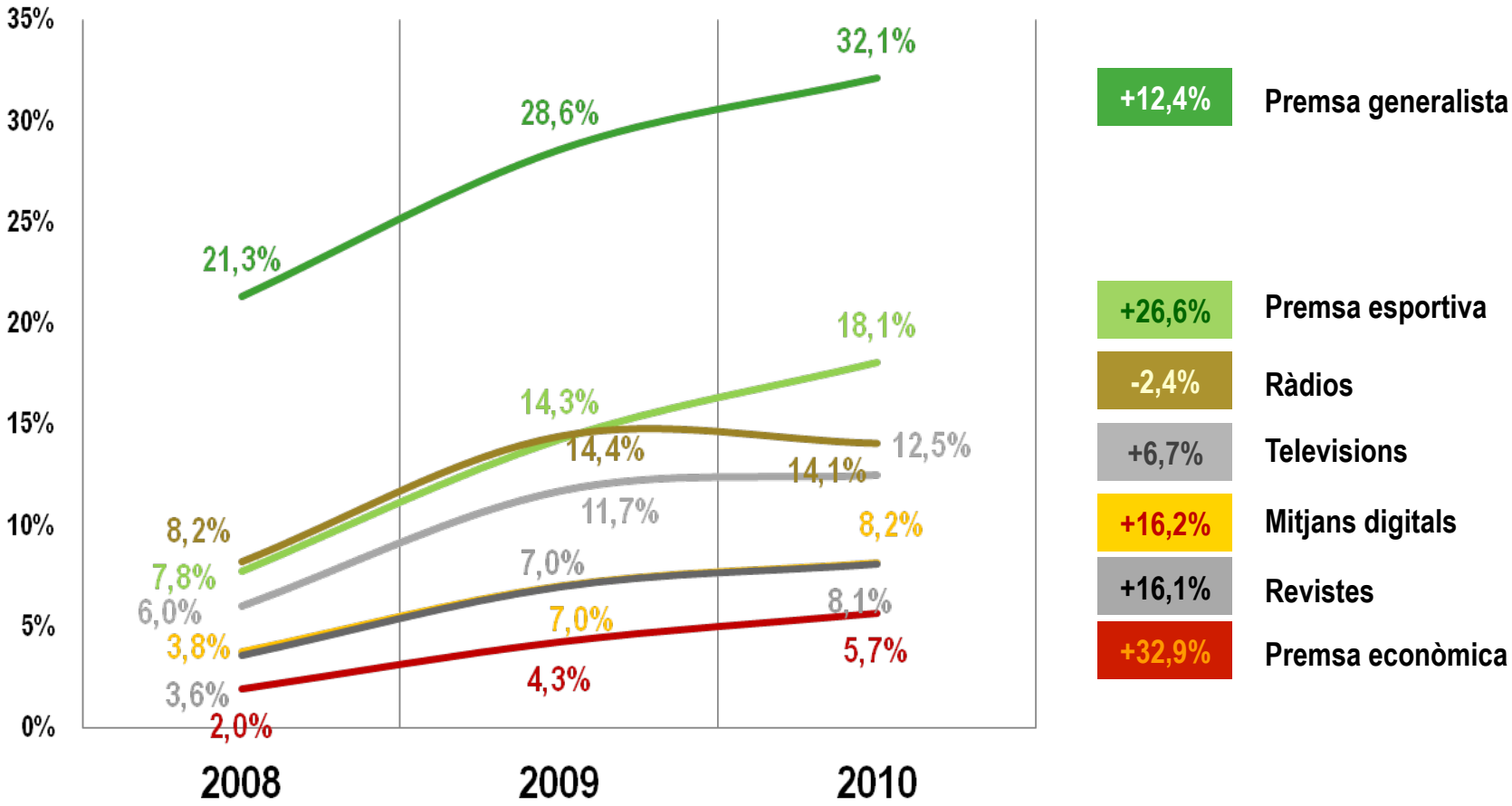
Visites a pàgines web:



Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 4a onada 2010

El consum mediàtic dels catalans. Internet

Visites a pàgines web de mitjans. Evolució 2008-2010:

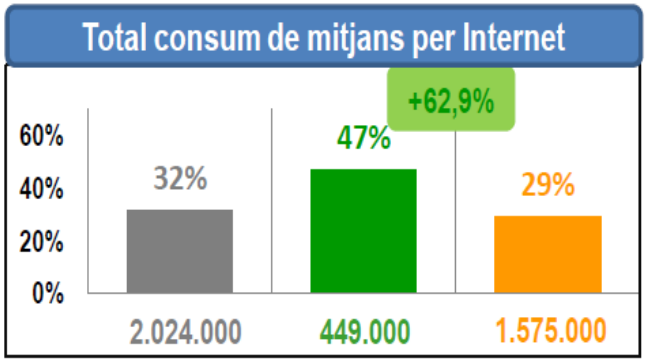


Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 6a onada 2010

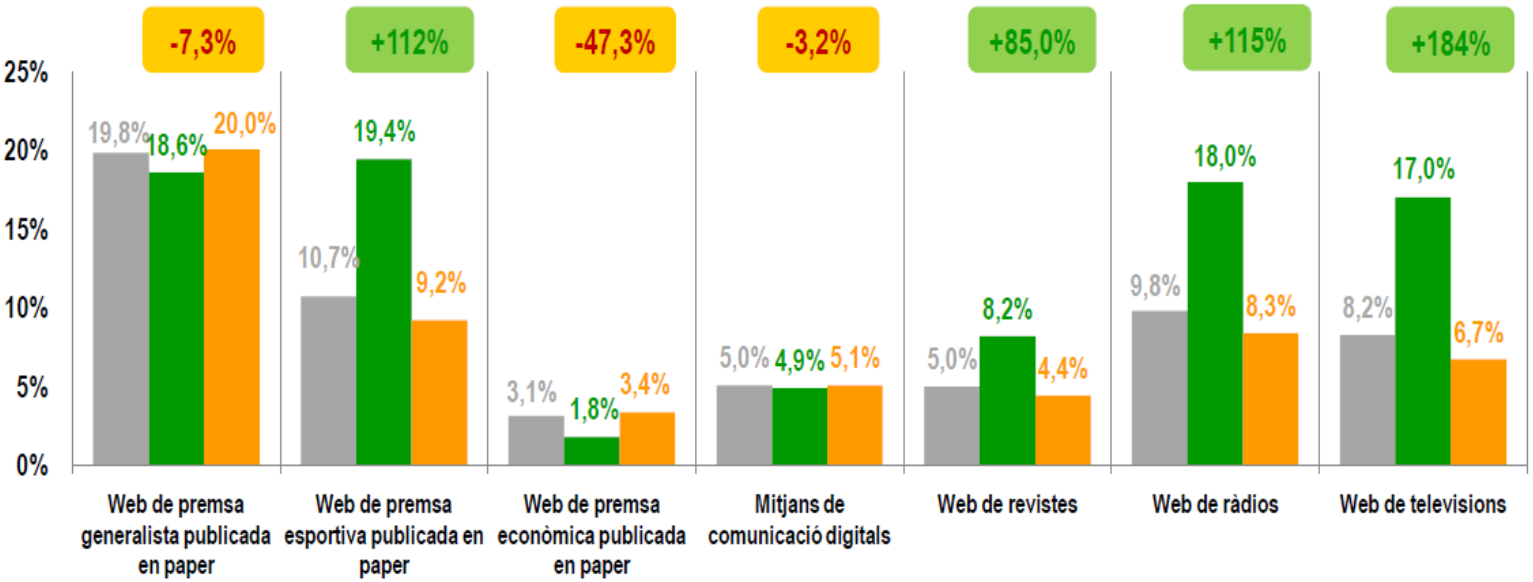
El consum mediàtic dels catalans. Internet

El consum dels joves marca la tendència de consum

Penetració en % sobre el total de cada públic



Total població	Joves 14 a 25	Adults +25
6.421.000	956.000	5.466.000
100%	14,9%	85,1%



Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura. 6a onada 2010

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. **Periodistes de fonts i periodistes de mitjans**
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Periodistes de fonts

Què?

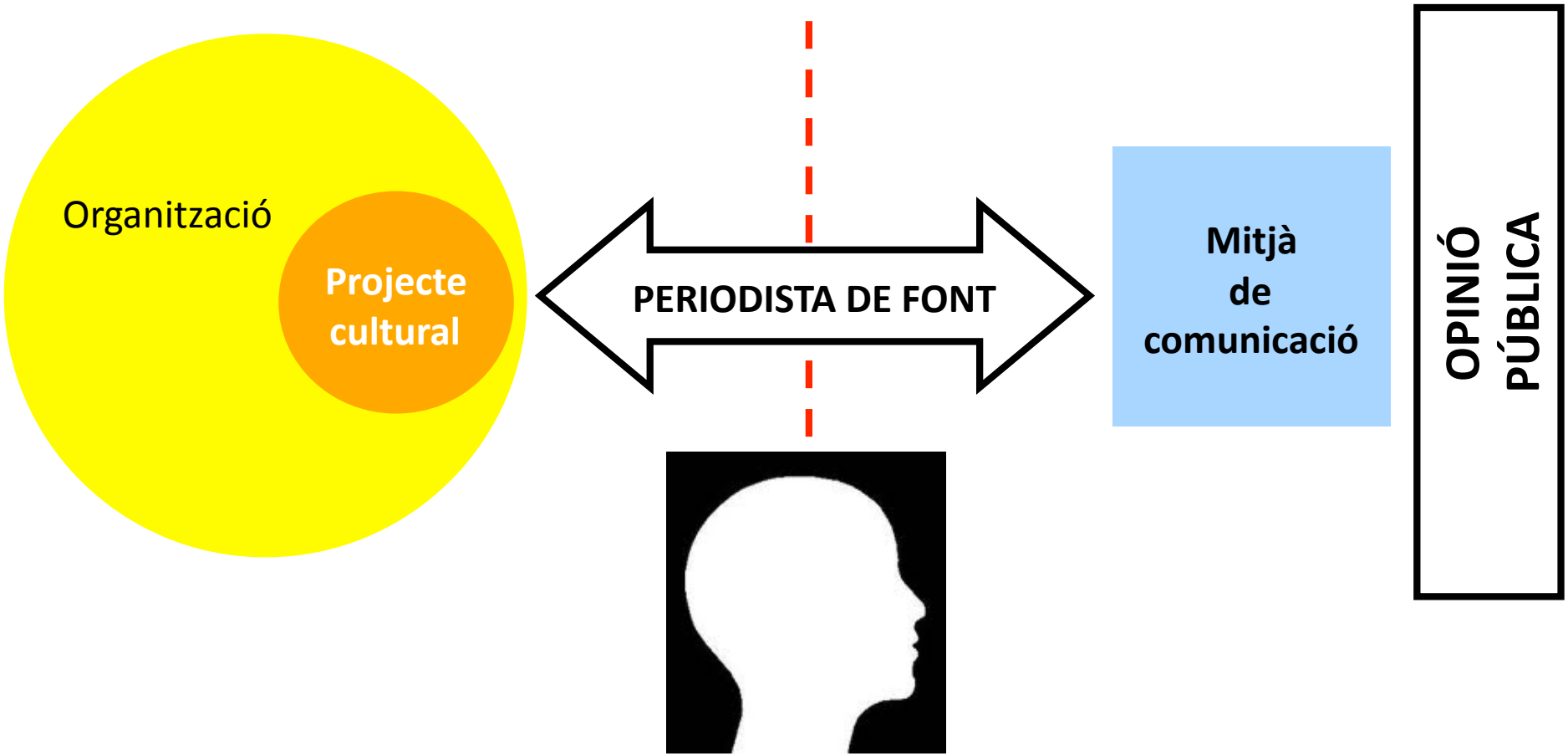
- **Adscrits** a una organització (**o no**)
- Actúen de **font** i de **canal** d'informació
- Generen **informació** i la gestionen
- Gestionen la **relació amb els mèdia** (pont)

www.dircom.com

ens de comunicació associativa

Periodistes de fonts

Com?



…o periodistes “a l’altra banda”

“…Són emissors que distorsionen la correcta tasca periodística”

“Són fonts interessades i, per tant, parcials, i suposen un obstacle creixen per assolir el rigor informatiu que exigeix pluralitat informativa”

“……ha de ser considerat un sector aliè al periodisme"

“… Facilita l’accés a les fonts i són necessaris per suministrar un determinat tipus d’informació

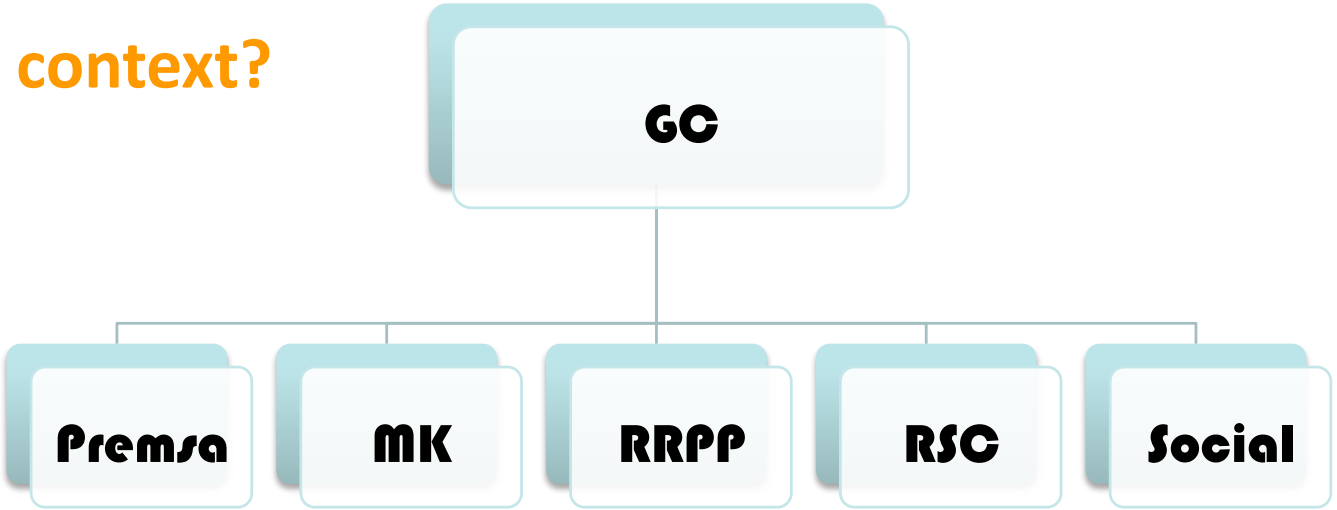
“……faciliten enormement la tasca dels redactors"

“suposen un fet irreversible”

ens de comunicació associativa

La comunicació organitzada

En quin context?



IMATGE CORPORATIVA

Resultat net de totes les creences, sentiments, coneixements i impressions que el públic té d'una organització

La comunicació organitzada

"A les empreses de serveis de màrqueting ***els demanem que visquin les nostres marques,*** *que no es preocupin només dels mitjans sinó de tot el que els envolta"*

Jaume Alemany,
director MK Grup Damm

- ✓ Hem d'**interioritzar** la **pròpia imatge** de l'organització
- ✓ Hem d'**impregnar-nos** de la seva **personalitat**
- ✓ Hem d'**assumir** la seva **cultura**

La comunicació organitzada

Les persones, les institucions, els partits,
els sindicats, les empreses,
….les ASSOCIACIONS CULTURALS,
COMUNIQUEN SEMPRE,
fins i tot quan **no comuniquen**
absolutament res

ens de comunicació associativa

Periodistes de fonts

La relació amb els mitjans. Com?

- **Conèixer** bé els mitjans
- **Planificar**, res no es deixa a la improvisació
- **Actuar** com font d'informació creïble, transparent i rigorosa
- **Facilitar** la tasca informativa als periodistes i l'accés a la informació
- **Analitzar** les obligacions, necessitats i oportunitats de comunicació
- **Construir** missatges segons el propi interès informatiu i periodístic
- **Enfocament positiu**, vitalista, enèrgic, sense estridències
- **Seleccionar** canals (mitjans de comunicació social i altres)
- **Segmentar** la informació
- **Ser ecuànime** en l'accés dels mitjans a la informació

...Per a què?

Els gabinets de comunicació. Col·legi de Periodistes de Catalunya
www.periodistes.org/files/CRITERIS_BONES_PRACTIQUES.pdf

ens de comunicació associativa

Periodistes de fonts

Objectiu final:

Esdevenir una font
'legitimada'

Legitimar
1 v. tr. [LC] [DR] Justificar, fer reconèixer com a legítim.
2 v. tr. [LC] [DR] Fer legítim (el fill que no ho era).
3 v. tr. [DR] Habilitar (una persona) per a un càrrec o ofici.

Els gabinets de comunicació. Col·legi de Periodistes de Catalunya
www.periodistes.org/files/CRITERIS_BONES_PRACTIQUES.pdf

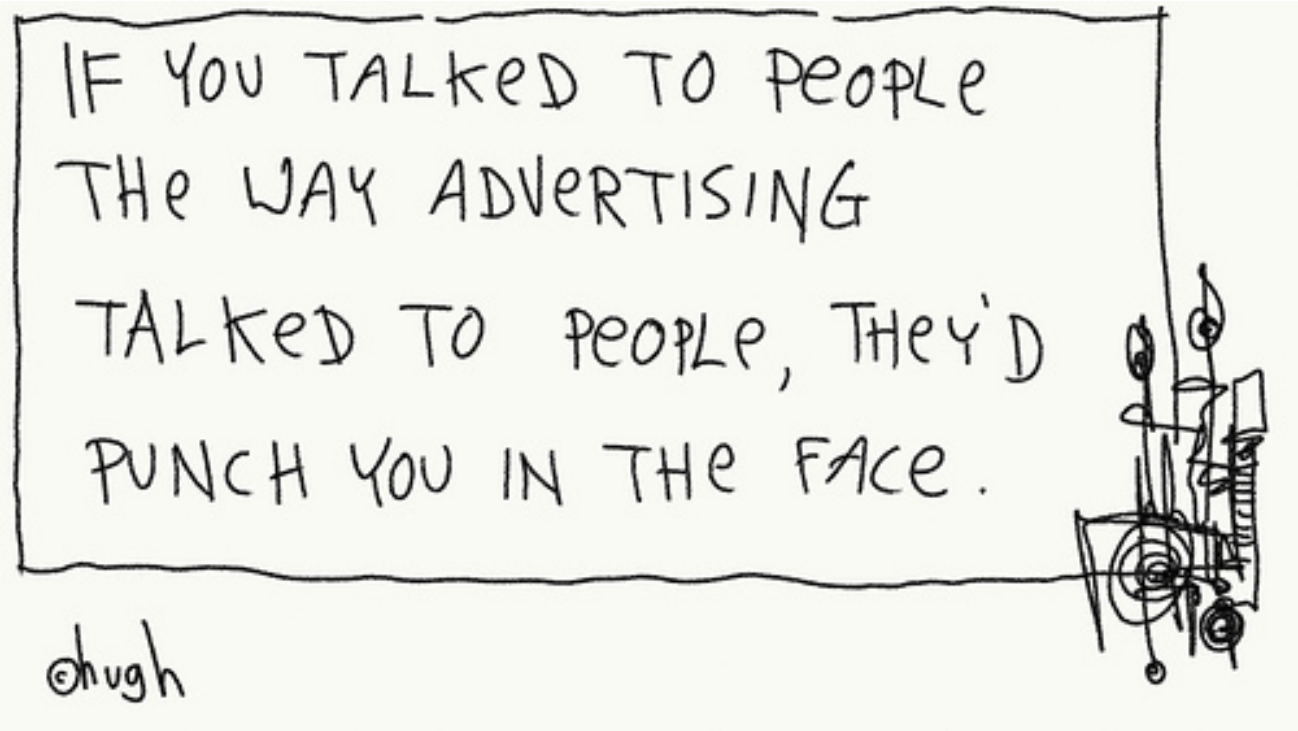
ens de comunicació associativa

Publicitat versus *Publicity*

Es paga	⟷	**Gratuïta**
Compra d'espai físicament **diferenciat** de la informació	⟷	És **100% informació** periodística
El destinatari final l'identifica com a **missatge interessat** de l'anunciant (font: anunciant)	⟷	El destinatari associa el missatge a l'**interès periodístic** (font:periodista)
Perill de **saturació**	⟷	Major **tolerància** al missatge

ens de comunicació associativa

Publicitat versus *Publicity*



Publicitat versus *Publicity*

LA VANGUARDIA
BARCELONA
01/04/11
Prensa: Diaria
Tirada: 234.788 Ejemplares
Difusión: 200.291 Ejemplares
Página: 1
Sección: PORTADA Valor: 16.500,00 € Área (cm2): 1042,7 Ocupación: 99,52 % Documento: 1/1 Cód: 45926889

VIERNES, 1 DE ABRIL DE 2011 / Número 46.508 www.lavanguardia.es 1,20 euros (con Zajira, 2,20 euros)

LA VANGUARDIA
FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ

NETBOOK AIRIS 8" Por sólo 79,95 €
La cartilla, con LA VANGUARDIA, mañana sábado y el domingo

Caos normativo en las terrazas de Barcelona
VIVIR 1 A 3

HOY CONJUNTO ZAJIRA
Nueva entrega 1 €

El PP apoya el plante del Govern ante el recorte que exige Salgado

► *Los populares reclaman a Zapatero que cumpla el modelo de financiación para Catalunya*

► *El PSC asegura que Mas-Colell miente y que el ministerio no pide reducir el presupuesto un 20%*

El Govern de la Generalitat insistió ayer en que se plantará ante las exigencias del Gobierno central de reducir en un 20% el presupuesto para ajustarse al objetivo de déficit. El Ejecutivo catalán sostiene que no pasará del 10% en los recortes. El PP y ERC apoyaron ayer su posición, mientras que los socialistas catalanes acusaron al conseller de Economía de mentir y aseguraron que en ningún caso se reclama un recorte del 20%. POLÍTICA 17

Estancados. Un grupo rebelde dispara un cohete contra las tropas de Gadafi en la carretera de Ajdabiya a Briqa, zona que ningún bando controla INTERNACIONAL 3 A 8

Gadafi pierde una pieza clave

● El ministro de Exteriores libio deserta en Londres, donde podría ser juzgado

XAVIER MAS DE XAXÁS
Briqa Enviado especial

Una auditoría de la CAM definirá sus necesidades de capital

● La entidad reúne hoy a su consejo para explicar sus planes inmediatos ECONOMÍA 62

IMAGINA EL FUTURO
Infórmate en la pág. 11
BMW SERIE 3 320d COUPÉ M SPORT EDITION POR 37.950 EUROS CON MANTENIMIENTO INCLUIDO
Potencia 184 CV. Consumo promedio: 4,7 l/100 km. Emisiones de CO_2: 125 g/km

Los jóvenes afianzan el avance de la lengua catalana

● Un estudio del IEC y Fundacc constata que crece la consideración del catalán como lengua propia

El catalán está aún en desventaja respecto al castellano, pero su presencia se extiende, según un estudio del IEC y de la Fundacc. Son ya 260.000 las personas que sienten el catalán como lengua propia pese a no haberlo aprendido de sus padres. La inmersión lingüística tiene mucho que ver con ello. TENDENCIAS 32 Y 33

LA VANGUARDIA
BARCELONA
01/04/11
Prensa: Diaria
Tirada: 234.788 Ejemplares
Difusión: 200.291 Ejemplares
Página: 32
Sección: SOCIEDAD Valor: 11.558,00 € Área (cm2): 787,6 Ocupación: 69,71 % Documento: 1/2 Cód: 45926940

La evolución de las lenguas en Catalunya

El catalán avanza, pese a ser minoría

Los jóvenes consolidan la lengua, pero el 56% de población usa habitualmente el castellano

MAITE GUTIÉRREZ
Barcelona

El ex presidente del Gobierno José María Aznar sorprendió a España cuando anunció sin inmutarse que hablaba catalán en la intimidad. En Catalunya, paradójicamente, ocurre lo contrario: la mayoría de la población (55%) no utiliza el catalán en casa. El castellano se impone además como lengua habitual en el día a día de los catalanes (56,2%). El estudio *Coneixements i usos del català a Catalunya el 2010: dades del Barómetre de la Comunicació i la Cultura*, realizado por el Institut d'Estudis Catalans (IEC) y la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (Fundacc), indica que el catalán continúa en desventaja, pero se consolida y avanza.

Su evolución "es positiva", destacó ayer durante la presentación del informe Miquel Angel Pradilla, director de la Xarxa Cruscat del IEC. Las grandes oleadas migratorias del franquismo, cuando miles de personas dejaron su Andalucía o Extremadura natal para buscar trabajo, explican en buena parte la situación. Para muchos de los hijos y nietos de estos inmigrantes el castellano sigue siendo la lengua de referencia. A lo que se suma la nueva inmigración procedente de Latinoamérica y la fuerza de la lengua castellana a escala global. Resultado: el 56,7% de los habitantes de Catalunya tiene como lengua materna el castellano. Sin embargo, el catalán va al alza. Puede que sólo sea la lengua materna del 35,3% de la población, pero su presencia en la vida diaria y sus usos están mucho más extendidos. "Su capacidad de atracción es mayor que la del castellano u otras lenguas", explicó este sociolingüista. Por ejemplo, cuando se pregunta cuál es la lengua con la que se identifica la población, el 39,4% responde: "con el catalán". Es decir, que más de 260.000 personas sienten el catalán como lengua propia pese a no haberla aprendido de sus padres. El castellano, así como las lenguas extranjeras, pierden población en este sentido –111.000 personas y 152.000 respectivamente–.

En Catalunya prácticamente el 100% de los habitantes entiende, habla y escribe el castellano. No ocurre lo mismo con el catalán. El 95,3% lo entiende, pero sólo el 77,5% se siente capaz de hablarlo. En cuanto a la escritura, el porcentaje baja aún más: un 39,4% de la población no puede escribirlo correctamente. Es el efecto de los años de la dictadura, cuando no estudiar catalán en la escuela estaba prohibido. Muchas personas catalanohablantes han aprendido la ortografía catalana ya de mayores. "El dominio del catalán, las competencias, tiene todavía recorrido", dijo Pradilla.

El conocimiento del idioma varía en función del lugar de nacimiento. El 96,4% de los nacidos en Catalunya habla catalán, frente al 57% de los nacidos en el resto de España y el 39,8% de los extranjeros. Sin embargo, es la edad la que arroja las mayores diferencias en cuanto al dominio del catalán en todas sus vertientes. Entre las personas de 14 a 24 años, el dominio de la lengua oral y escrita es prácticamente total, sobre todo en las franjas más jóvenes de la población. La ley de Normalización Lingüística de 1983, en la que se instauró el catalán como lengua vehicular de la educación en todos sus niveles –garantizando el aprendizaje tanto del catalán como del castellano y sin segregación de alumnos

La lengua materna de los catalanes

En porcentaje sobre el total de la población
Castellano: 56,7% 3.642.000 personas
Otras lenguas: 7,6% 487.000 personas
Catalán: 35,3% 2.265.000 personas

CONOCIMIENTO DEL CATALÁN
Lo entiende – Lo habla – Lo escribe
Porcentaje de la población, por edades
De 14 a 24 a. De 25 a 44 a. A partir de 45
100 80 60 40 20

FUENTE: IEC y Fundacc LA VANGUARDIA

La Catalunya plurilingüe

Catalán – Castellano – Inglés – Francés – Árabe – Otros
En porcentaje sobre el total de la población

	Catalán	Castellano	Inglés	Francés	Árabe	Otros
LO ENTIENDE	95,3	99,9	24,1	13,2	3,1	9,6
LO HABLA	77,5	99,8	18,8	10,8	3	8,5
LO ESCRIBE	60,6	99	15,8	8,2	2,6	6,7

FUENTE: IEC y Fundacc LA VANGUARDIA

Publicitat versus *Publicity*

SALUD

Un 25% de los jóvenes españoles sigue teniendo relaciones sin preservativo

MADRID. (Redacción.) – Un 25% de los jóvenes españoles admitió haber tenido relaciones con una nueva pareja en el último año sin haber utilizado el preservativo, lo que demuestra que una parte importante de la población juvenil continúa sin protegerse lo suficiente contra [illegible] transmisión sexual como el sida. Así [illegible] afirma el informe Durex 2002 sobre utilización del preservativo [illegible] todo el mundo.

La ausencia de protección en nuevas relaciones asciende hasta el 39% si se atiende al ámbito mundial, constatándose que quienes menos cuidado tienen son las personas con edades comprendidas entre los 21 y los 24 años.

No obstante, el informe dice que España es uno de los países donde se toman más precauciones, ya que más del 88% asegura que no mantendría relaciones sexuales con una nueva pareja si ésta se negase a utilizar este anticonceptivo.

Sin duda, el preservativo sigue siendo el principal método de anticoncepción, pues es utilizado por el 82% de los españoles. Un 12% de los encuestados dijo utilizar la píldora, [illegible] mayor uso [illegible] ceptivo y u[illegible] todos alter[illegible]

Con resp[illegible] frente al si[illegible] tados en el[illegible] tar preocup[illegible] esta enfer[illegible] que se va a[illegible]

La encu[illegible] otros aspec[illegible] Un 51% de [illegible] taría dispu[illegible] ja haber m[illegible] una tercera [illegible] dos tambi[illegible] sías sexual[illegible] tados mes[illegible] con un fam[illegible] las con la p[illegible] Un 26% ad[illegible] guna ocasi[illegible] mosexual.

En much[illegible] cos aparec[illegible] norteamer[illegible] actor de [illegible] Brad Pitt, [illegible] ranking de [illegible] las respues[illegible] da a escala[illegible]

elmundo.es SALUD

ESPAÑA | INTERNACIONAL | ECONOMÍA | CULTURA | CIENCIA | TECNOLOGÍA | COMUNICACIÓN | MADRID24H | D[illegible]

Buscar | en Google | en elmundo.es | en Salud | Hemer[illegible]

MEDICINA | CÁNCER | SIDA Y HEPATITIS | DOLOR | TABAQUISMO | NEUROCIENCIA | MUJER | BIOCIENCIA | C[illegible]

[illegible]ina

INFORME DUREX

Seis de cada 10 españoles llegan al org[illegible] con regularidad

- Un 25% de los ciudadanos dice que ha sentido dolor durante el coito algu[illegible]
- Al 29% de los hombres en nuestro país le cuesta mantener la erección

Actualizado martes 17/04/2007 17:26 (CET)

ELMUNDO.ES

MADRID.- Más capacidad para llegar al orgasmo que los habitantes de otros países [illegible] uales al año son cosas de las que pueden presumir los españoles [illegible] Informe Durex de [illegible] ienestar Sexual. Sin embargo, a pesar de lo placentero que debe [illegible] undo disfruta con él, ya que un 25% de las personas en España [illegible] han sentido dolor durante el coito alguna vez.

Con la intención de definir en qué consiste el bienestar sexual y qué papel desempeña en el bienestar global, el documento analiza las actitudes sexuales del mundo y los trastornos más frecuentes que se sufren en la cama. Así, entre los problemas sexuales más generalizados, el informe destaca que el 34% de las mujeres, tanto en España como en el resto de países, ha experimentado sequedad vaginal en alguna ocasión, un trastorno que ha sido **más frecuente en las adolescentes**.

Respecto a los varones, una cuarta parte de los españoles manifiesta tener problemas para lograr la

EL PAÍS.COM | Internacional | Política | España | Deportes | Economía | Gente y TV | Sociedad | Ir a portada de ELPAÍS.com

Miércoles, 8/6/2011

EL PAÍS edición impresa

EL PAÍS CONTIGO CADA MAÑANA · Reciba el periódico en su casa

ENTREVISTA DIGITAL | El crítico de cine Carlos Boyero habla con los lectores

SECCIONES DE LA EDICIÓN IMPRESA:

Primera | Internacional | España | Economía | Opinión | Viñetas | Sociedad | Cultura | Tendencias | Gente | Obituarios | Deportes | Pantalla | Última

Estás en: ELPAIS.com> Edición impresa> Sociedad

REPORTAJE

En España, dos veces por semana

Una encuesta sitúa a los españoles por encima de la media en relaciones sexuales

C. MORÁN - Madrid - 21/10/2004

Vota | Resultado | 285 votos | Twittear | 0 | Recomana-ho

[illegible]l Informe Durex 2[illegible]04 sobre el sexo en el mundo confirma a Francia como el país con [illegible], con 137 relaciones al año. España alcanza 110, por encima de la media, que está en 103. La encuesta elaborada por la firma de preservativos Durex entre 350.000 personas de 16 a 55 años ha calibrado la actividad y la calidad sexuales de 41 países. Los españoles declaran una media de 110 coitos anuales, los hombres responden que algo más (114) y las mujeres, que algo menos (107). O sea, alrededor de dos veces por semana.

La media de edad de la primera relación sexual entre los países consultados es de 17.7 años, justo donde se sitúa España. Alemania, Austria, Brasil o Reino Unido, entre otros, conocen el sexo poco

La noticia en otros webs

webs en español

en otros idiomas

PARA SUSCRIPTORES edición en PDF

Descubre nuestro visor de la edición impresa. Permite visualizarla y descargarla

ver demo | SUSCRÍBASE

publicidad

Publireportatges

No són el resultat de la feina dels periodistes de fonts

- Informació... **però de pagament**
- Publicitat **encoberta**
- Especialment **entrevistes**, **articles** i **reportatges**
- Sovint identificació **poc explícita**
- Deontològicament **qüestionable**
- Recurs cada vegada més **extès**

ens de comunicació associativa

Publireportatges

PUBLI PRESS MEDIA grupoGodó

Publipress Media
CENTRAL DE
VENDES PUBLICITÀRIES
DE grupoGodó

Empresa | Mitjans | Casos d'èxit | Notícies | Contacte

Freixenet: Llançament espot nadal

Freixenet

El primer brindis de Shakira amb Freixenet es va fer a Tv Mania.
El suplement televisiu de La Vanguardia es va vestir de gala i va presentar una acció especial per donar cobertura a un dels anuncis més esperats de l'any.
Trencant amb la publicitat convencional, es va oferir a Freixenet un brand day en la revista.

L'acció es va donar a conèixer prèviament mitjançant els suports del grup:

- Es van incloure faldons de promoció del patrocini en La Vanguardia, citant als nostres lectors pel dia de la publicació.

La proposta de brand day va estar estructurada de la següent manera:

- Imatge de Shakira en la portada
- Pestanya en la portada amb el claim de l'anunciant
- Reportatge de doble pàgina explicant el making of de l'anunci.
- Es van incloure uns mòduls en la graella de Tv fent el compte enrere per a l'estrena de l'anunci.

ens de comunicació associativa

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. **Conèixer els mitjans**
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Què són i com són els mitjans de comunciació?

- Són **empreses**
- Amb **ànim de lucre**
- El bé que transaccionen és la **informació** i **l'entreteniment**
- Obtenen ingressos dels **anunciants** i **consumidors**
- Competeixen per l'**audiència** en un mercat dur
- Tenen **ideologia pròpia**
- **Influeixen** (en l'opinió pública, política, mercats...)
- **Són influïts** (per anunciants, audiència, polítics i institucions i accionistes)
- En plena fase de **transformació** i **redefinició**
- Són **indicador de la salut democràtica** d'un país (llibertat d'expressió, dret a comunicar i rebre lliurament informació)

...en crisi

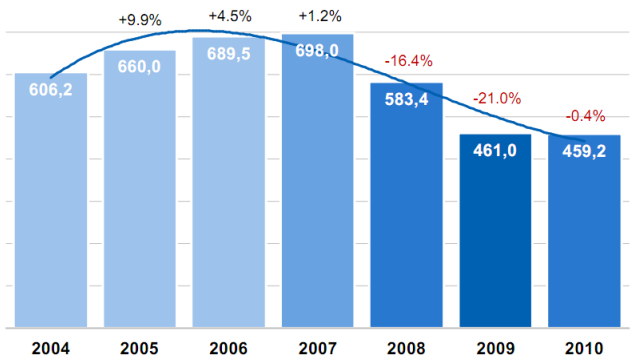
...d'ingressos

Inversió publicitària dels mitjans catalans

Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

La inversió publicitària del conjunt dels mitjans catalans encara no no creix

Evolució de la Inversió publicitària dels mitjans Catalans



En millions €

Font: Arce Media, elaboració Media Hotline

24

Inversió publicitària anunciants amb seu a Catalunya

Associació Empresarial de Publicitat
Gremi des de 1926

Internet és el mitjà que guanya més quota

Premsa, ràdio i la publicitat exterior són els mitjans que perden participació de mercat

Creixement de la inversió publicitària 2010/2009

	2009	2010	% Cre. 10/09	Quota 2009	Quota 2010	Diferen Quota
Televisió	645,3	664,0	2,9	59,0	59,1	0,1
Premsa	179,3	175,2	-2,3	16,4	15,6	-0,8
Revistes	90,4	92,6	2,4	8,3	8,2	0,0
Ràdio	76,2	74,6	-2,1	7,0	6,6	-0,3
Exterior	49,9	48,6	-2,6	4,6	4,3	-0,2
Dominicals	12,6	14,5	15,1	1,2	1,3	0,1
Internet	38,2	51,7	35,3	3,5	4,6	1,1
Cinema	1,4	2,7	92,9	0,1	0,2	0,1
TOTAL	*1.093,3*	*1.123,9*	*2,8*	*100,0*	*100,0*	

En millions €

Font: Arce Media, elaboració Media Hotline

13

'Estudi 2010 de la inversió publicitària a Catalunya'

http://www.arcemedia.es/images/invcat2010.pdf

ens de comunicació associativa

...en crisi

...de model

escacc

fundació espai català de cultura i comunicació

Portal de les tendències en comunicació i de les indústries culturals

La Fundació | Projectes | Bloc

Publicacions

Vota ★★★★★ Resultat enviar imprimir

Notícia

Quanta gent paga per The Daily?

1 tweet

retweet

0

M'agrada

Quatre mesos després de l'estrena de The Daily, el diari de News Corp. que es pot llegir exclusivament des de l'iPad, encara no hi ha dades de subscriptors. Les úniques dades que es coneixen són del nombre de descàrregues de l'aplicació, que rondaria el milió, segons Greg Clayman, editor de la innovadora publicació. Aquestes dades no permeten saber amb exactitud quanta gent està pagant pel servei, perquè l'aplicació és gratuïta, el que és de pagament és l'accés al contingut.

Amb tot, algunes estimacions indiquen que la situació de la iniciativa seria millor que el que les ve escèptiques podien pensar, segons apunta Forbes. Quan el període de prova gratuïta de The Daily finals de març, havia aconseguit 500.000 descàrregues i 75.000 usuaris habituals. Tot i que les prev descendís el nombre d'usuaris, sembla ser que 15.000 noves persones s'hi han subscrit recentment presenta com un dels primers experiments per comprovar quins models de pagament per contingu funcionar a Internet.

BLOC

Núria Cadenes: Periodista del setmanari El Temps i escriptora
Canal 9 i els col·laboradors necessaris
data: 10-06-2011

Toni Miedes: Coordinador de l'Àrea digital de COMRàdio
Copiar sense objectius
data: 09-06-2011

Xavier Caballé: Autor del bloc "L'home dibuixat"
Protecció de dades:

ens de comunicació associativa

...en crisi

...canvi en les formes de fer periodisme

#acampadabcn

...en crisi

Presione Esc para salir del modo de pantalla completa.

@lluisrecoder
lluis recoder

Entesa la petició de wifi,no cal que m'envieu més tweets...

hace 10 horas vía Twitter for BlackBerry® Favorito Retwittear R

Retweeted by xaviperezn and others

twitter Login Join Twitter!

No m'identifico ni em representen en absolut les opinions de "la autoridad competente" que parla en nom del PSC

1:37 PM Jan 16th via Twitter for iPad
Retweeted by 37 people

ernestmaragall
Ernest Maragall

Maragall es desmarca de la direcció del PSC

"No m'identifico ni em representen en absolut les opinions de *la autoridad competente* que parla en nom del PSC". Signat, Ernest Maragall. Ahir, amb aquest contundent missatge al Twitter, un dels grans representants del sector catalanista del PSC ressuscita l'eterna debat de les dues ànimes del partit. Maragall es desmarca així del projecte d'homogeneïtzació autonòmic que trama Zapatero i dels dirigents del carrer Nicaragua que, com Miquel Iceta i José Zaragoza, busquen protegir el partit de qualsevol escletxa que els pugui distanciar de l'aparell de Madrid.

Opening up the discussion! So, if you were me, how would you vote on gay marriage? Yes or No?
less than a minute ago via Mobile Web Favorite Retweet Reply

Greg Ball
ball4ny

@ball4ny Yes! Gay marriage is going to happen. Don't you want to be on the right side of history?
less than a minute ago via web Favorite Retweet Reply

Leslie
joliemadchen

@ball4ny Civil marriage is not a religious issue- it's a LEGAL issue The law has no business penalizing people based on sexual preference
less than a minute ago via web Favorite Retweet Reply

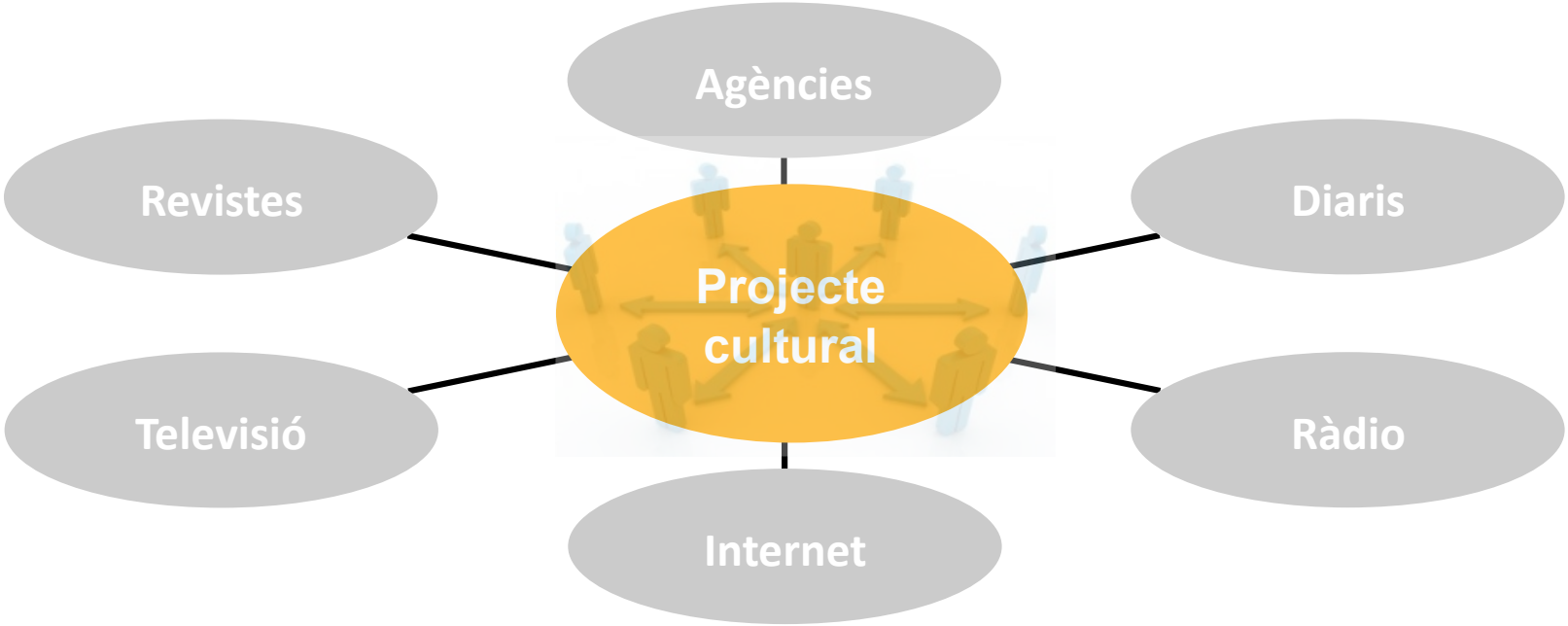
SiaraDelyn
SiaraDelyn

@Ball4ny Please, vote NO to gay marriage. Marriage is a sacred bond between a man and a woman.
less than a minute ago via Twitter Favorite Retweet Reply

omar
burnd

ens de comunicació associativa

Els mitjans de comunicació: tipus



Versió online dels mitjans tradicionals +
Mitjans digitals, xarxes socials, blogs...

- Generalistes / Especialitzats
- Nacionals / Proximitat
- Públics / Privats
- Gratuïts / Pagament

Els mitjans de comunicació: seccions

Permeten organitzar els continguts de cada mitjà:

- Política (local, comarcal, Catalunya, Estat..)
- Societat, Tendències, Ciència, Vida...
- Successos, Tribunals...
- Internacional, Món..
- Economia
- Cultura, Cartellera..
- Esports
- Mèdia, Noves tecnologies...
- Agenda, oci i entreteniment
- Opinió, Editorial...

Mitjans de comunicació: qui és qui

Diaris. Ens adrecem a:

- Director
- Redactor en cap
- Caps de secció
- Redactors
- Col·laboradors externs
- Opinadors, columnistes, crítics

ens de comunicació associativa

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. **Noves tendències en els mitjans**
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Cap on van els mitjans…

Televisió

- **La TDT multiplica l'oferta** televisiva
- **Fragmentació de les audiències** de TV
- **Especialització** de l'oferta
- **Desenvolupament tecnològic** dispositius (preselecció temàtiques)
- **Internet**: directe o streaming (TV a la carta)

ens de comunicació associativa

Cap on van els mitjans…

Ràdio

- Gran **adaptabilitat** noves tecnologies (Internet, mòbil)
- Manté el poder **acompanyant**
- **Internet**: directe o postcasting

ens de comunicació associativa

Cap on van els mitjans…

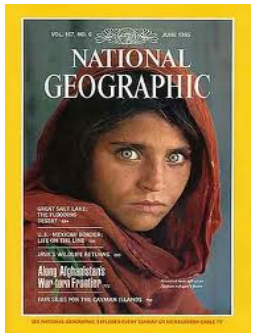
Diaris

- **Tancament** de capçaleres per la crisi
- Lluïta ferotge per la venda a quiosc via **promocions**
- Irrupció d'**Internet**:
  - Immediatesa → **qualitat** qüestionada
  - Gratuïtat de l'accés a la informació → qüestionament del **suport paper** i crisi del **model de negoci**
  - Adopció de l'audiovisual → **multimèdia**

Cap on van els mitjans…

Revistes

- Es mantenen com els mitjans més **especialitzats**
- Ofereixen **reflexió pausada** davant la immediatesa
- **Test** del llançament de noves capçaleres directament a mercat
- Tendència a una certa **globalització de les capçaleres** (*Time Out, National Geographic, Esquire*…)



Cap on van els mitjans…

Mitjans digitals

- **Menys recursos** que els mitjans tradicionals
- Aposta per la **immediatesa** (...però amb pocs recursos)
- Tendència a l'**especialització**
- **Vinculació** amb la comunitat

Nació Digital .cat

elSingulardigital.cat

eldebat.cat

crònica.cat

catalunyaPRESS T'INFORMA

comunicació21
el portal català del sector de la comunicació

ETS EL QUE MENGES
la revista digital de salut i nutrició

ens de comunicació associativa

Cap on van els mitjans...

Tendència comuna:

Formats multimèdia

Redaccions multimèdia

Cap on van els mitjans...

www.tnc.cat/ca/una-vella-coneguda-olor-premsa

A+ | A- | mapa web | accessibilitat | castellano | english

Teatre Nacional de Catalunya

Cercar

El TNC | Programació i gires | Preus | Agenda i activitats | Abonats | Premsa | Servei educatiu | Serveis a empreses

Temporada 2011/2012

- Informació general
- Projecte T6 6a edició
- Agenda de premsa

Informació general

- Temporades anteriors
- Informació institucional
- Contactar amb el servei de premsa

Inici / Premsa / Una vella, coneguda olor

Info general | Fitxa artística | Guia didàctica | Multimèdia | Premsa | Revista

Una vella, coneguda olor

Josep Maria Benet i Jornet

0

Sala Petita

Del 29 de setembre al 27 de novembre de 2011

Documents | Fotos | Vídeo | Àudio

Documents

Dossier Una vella, coneguda olor

Descarregar 596 Kbytes

Fotos

Imatge Una vella, coneguda olor
Sara Espigul, Mercè Aránega
© David Ruano/TNC

Descarregar 594 Kbytes

Foto Una vella, coneguda olor 1
© David Ruano/TNC

Descarregar 1190 Kbytes

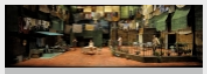


Foto Una vella, coneguda olor 2
© David Ruano/TNC

Foto Una vella, coneguda olor 3
Mercè Aránega
© David Ruano/TNC

ens de comunicació associativa

Cap on van els mitjans…

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. **Què és notícia avui?**
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Què és notícia?

Què** ha de contenir un **fet

per què sigui **notícia**?

ens de comunicació associativa

Del fet a la notícia: Criteris de noticiabilitat

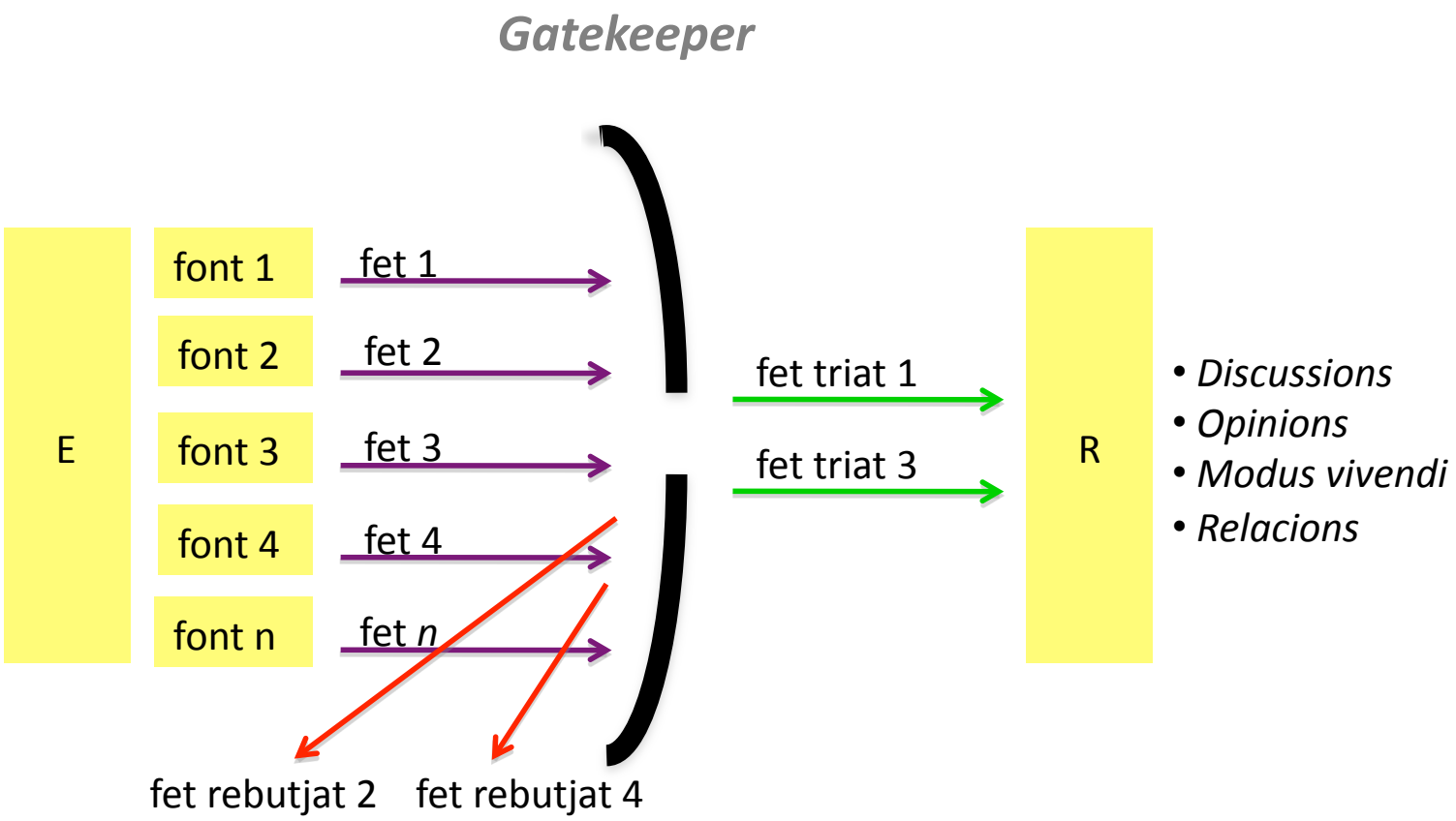
+ **Nou**	– Conegut
+ **Extraordinari**	– Ordinari
+ **Excepcional**	– Comú
+ **Pròxim**	– Llunyà
+ **Espectacular**	– Corrent
+ **Interès humà**	– Impersonal
+ **Urgent**	– Habitual
+ **Polèmic**	– Harmònic
+ **Negatiu**	– Positiu
+ **Por**	– Tranquil·litat
+ **Ocult**	– Transparent

Altres factors:

- Professionals (ideologia personal, rutines...)
- Pressions de grups (polítics, socials, econòmics...)
- Espai / Temps disponible
- Moment en què es produeix la notíci
- ....

ens de comunicació associativa

Del fet a la notícia: Criteris de noticiabilitat



Per guanyar-se l'interès dels *gatekeepers* les fonts han d'adecuarse als valors-notícia dels mèdia, dotant les seves propostes d'un sentit mediàtic

ens de comunicació associativa

Del fet a la notícia: Criteris de noticiabilitat

UE

ETA

PSC

Succés

11/11/11

ens de comunicació associativa

Del fet a la notícia: Criteris de noticiabilitat

CAT

ESP

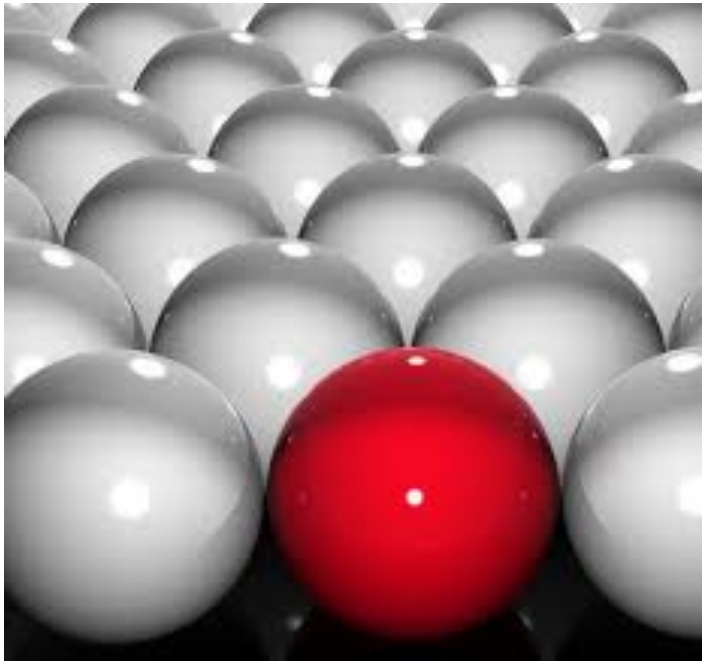
MÓN

10/11/11

ens de comunicació associativa

Per on comecem?

El posicionament



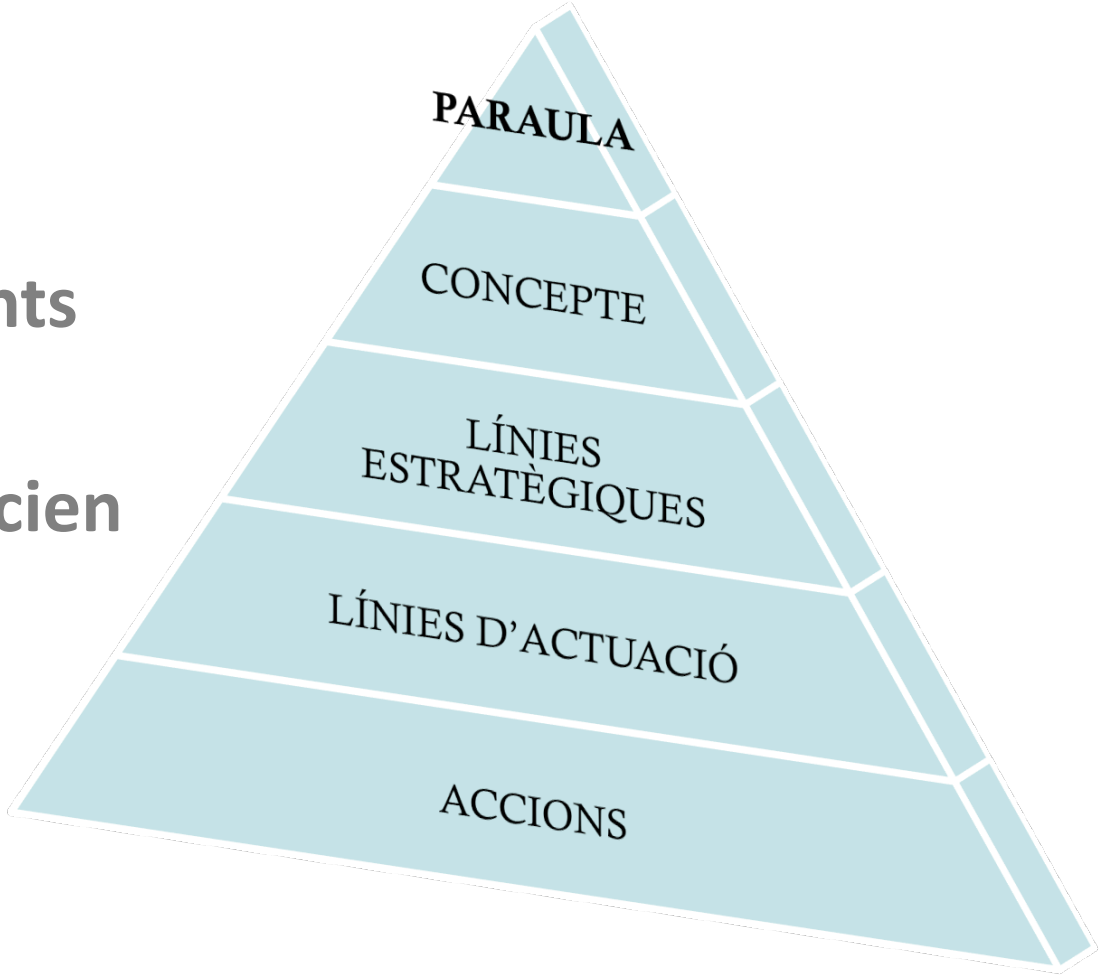
Percepció que té el nostre **públic** del nostre **producte** (organització, activitat, persones), diferenciant-lo dels competidors

ens de comunicació associativa

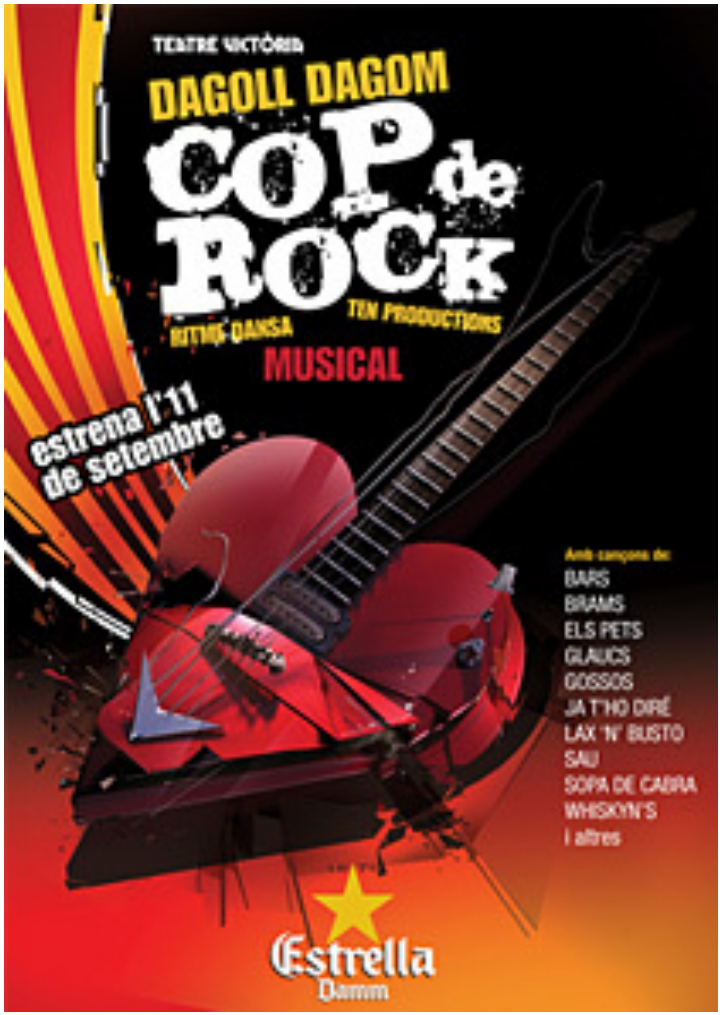
El posicionament

Cal identificar

- Els **atributs** propis
- Els que són **rellevants** per al nostre públic
- Els que ens **diferencien**
- ...i **verbalitzar-los**



El posicionament



El musical del rock català

ens de comunicació associativa

La comunicació eficaç*

(*) *adj* **1** Que té la virtut de produir l'efecte volgut.

COMUNICAR

=

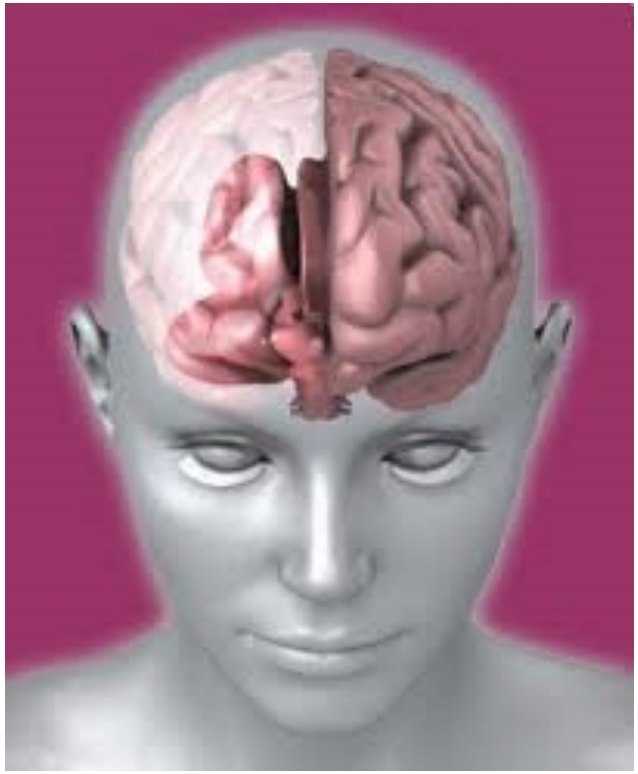
CONNECTAR

ens de comunicació associativa

Els 2 eixos de la comunicació

Projecte cultural

hemisferis



RACIONAL

Beneficis

Igualables

EMOCIONAL

“Touché”

Inigualable

ens de comunicació associativa

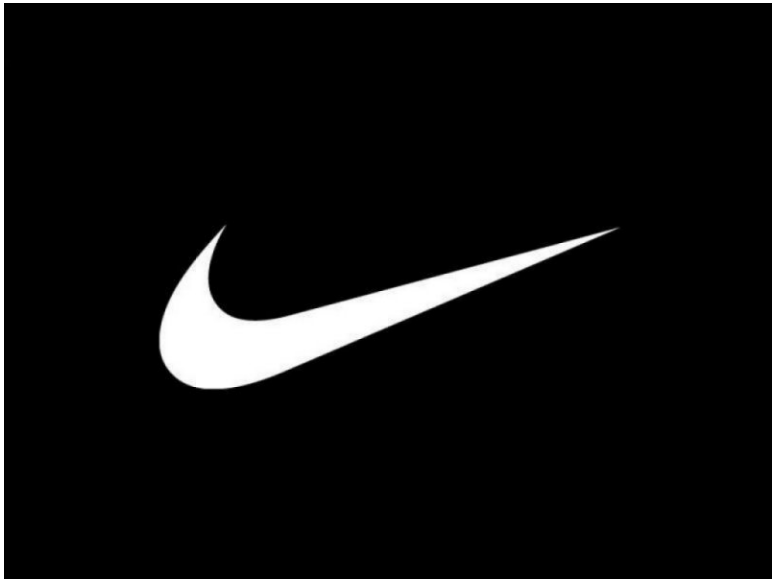
Comunicar = connectar

ens de comunicació associativa

Comunicar = connectar

Comunicar = connectar

Comunicar = connectar



Comunicar = connectar

ens de comunicació associativa

Del fet a la notícia: Criteris de noticiabilitat

+ **Nou**	– Conegut
+ **Extraordinari**	– Ordinari
+ **Excepcional**	– Comú
+ **Pròxim**	– Llunyà
+ **Espectacular**	– Corrent
+ **Interès humà**	– Impersonal
+ **Urgent**	– Habitual
+ **Polèmic**	– Harmònic
+ **Negatiu**	– Positiu
+ **Por**	– Tranquil·litat
+ **Ocult**	– Transparent

Altres factors:

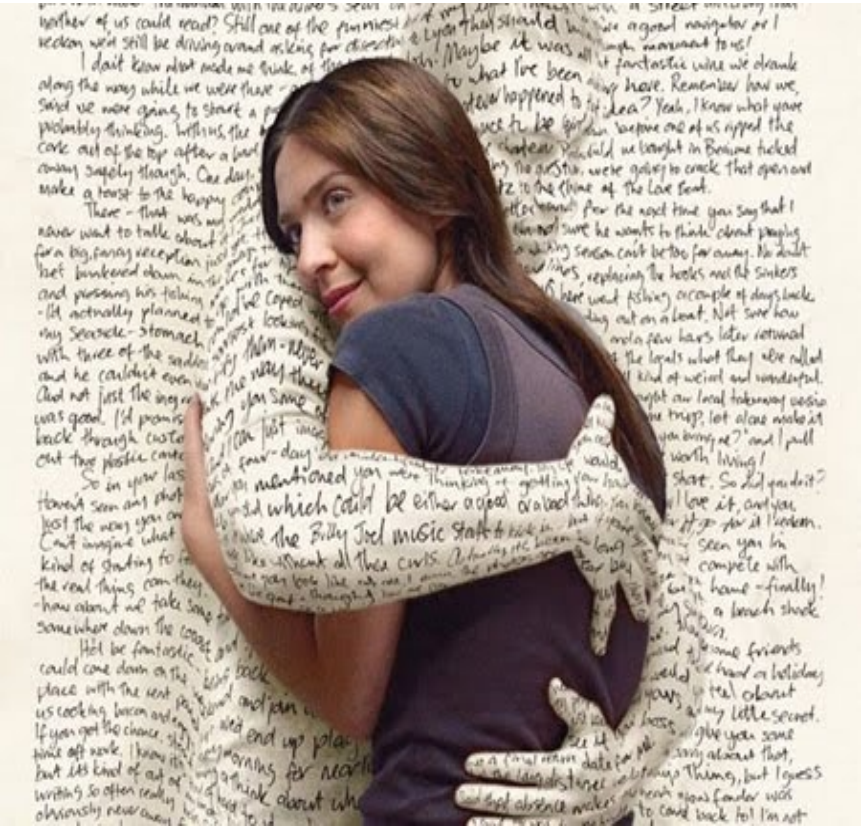
- Professionals (ideologia personal, rutines...)
- Pressions de grups (polítics, socials, econòmics...)
- Espai / Temps disponible
- Moment en què es produeix la notíci
- ....

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

+ **Allò que té capacitat d'emocionar...**

...Les històries humanes

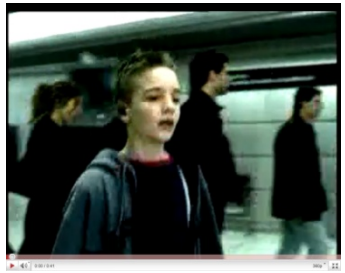


ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...

+ Que expliquin una **història humana**
+ Que **connecti emocionalment**
+ Que acabi traslladant els **nostres beneficis**



ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...

Què és notícia?

Cal trobar relats...

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...

Què és notícia?

Cal trobar relats...

Special poster for "Oldtimer", a big Austrian chain of motorway rest stops.

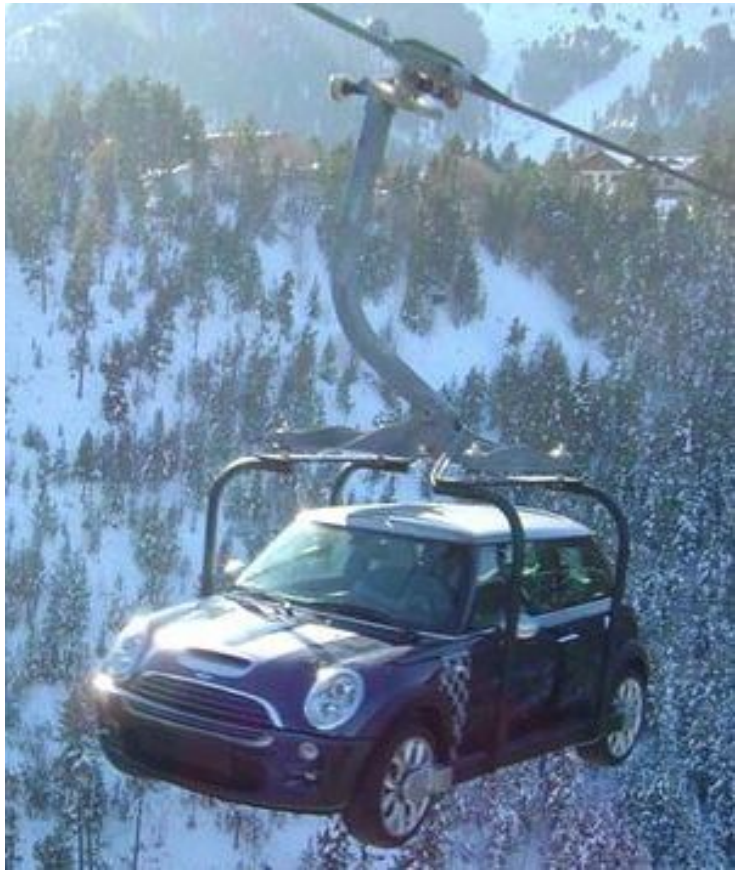
Què és notícia?

Cal trobar relats...

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...



ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats... També en l'àmbit cultural

Què és notícia?

Cal trobar relats... També en l'àmbit cultural

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats... També en l'àmbit cultural

Què és notícia?

Cal trobar relats... També en l'àmbit cultural

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

Cal trobar relats...

També amb:

- Fet casteller
- Fet geganter
- Bestiaris, diables i trabucaires
- Cors
- Teatre
- Esbarts dansaires i sardanes
- Pessebres i pastorets
- ...

Què és notícia?

Cal trobar relats...

- Explicar als mitjans el balanç dels 20 anys de la nostra entitat castellera **pot ser previsible...**

+ Però fer-ho a través de la història personal a partir d'un cas d'èxit **pot ser sorprenent!**

1. *Membre més vell de la colla*
2. *Membre més jove de la colla*
3. *Relleu generacional*
4. *Vida a la colla per als següents 20 anys*

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

11/2006 ...

ens de comunicació associativa

Què és notícia?

... 12/2010

http://presidentmontilla.cat/que-penso/intervencio-consell-nacional-121210

*"(...) vivim en un moment amb (...) un **grau de desconfiança** cap a l'autogovern i **cap a nosaltres considerable.** És fruit de molts factors."*

*"Hem hagut de treballar (...) també amb una situació en què s'ha posat de manifest una **certa incapacitat de comunicar** del Govern"*

*"Sovint hem primat massa la gestió, aquesta gestió que queda, i **he estat poc capaç de fer un relat que donés sentit i explicació** a aquesta acció de Govern."*

"Dic això per explicar algunes de les causes d'aquest resultat i ajudar a entendre'l en tota la seva dimensió.

ens de comunicació associativa

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. **La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques**
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. Exercicis pràctics

Relació amb els mitjans

Pràctiques correctes

- Recórrer-hi **només** quan tinguem alguna cosa interessant a explicar-los
- Preparar els **missatages clau** que volem traslladar-los
- Ser **honest**
- Actitud **col·laborativa**
- **Anticipar-se** les respostes a possibles preguntes
- **Respectar** el criteri del periodista

Pràctiques incorrectes

- Considerar el periodistes com un **enemic**
- **Improvisar** en els missatges
- **Desatendre trucades** dels periodistes
- Tractar de manera **desigual** als mitjans
- **Imposar** el nostre tarannà en la seves decisions

Les rutines periodístiques

Agències:

- **Proveïdors** d'informacions als mitjans d'informacions
- Marca els **temes d'agenda**
- Periodistes **multimèdia**
- Efecte **multiplicador**
- Diverses **actualitzacions** diàries
- Moment òptim per contactar-hi: **matí**

Agència Catalana de Notícies

Les rutines periodístiques

Diaris:

- **Un** producte al dia
- Incorporació dels redactors a partir de **mig matí**
- **Reunions de portada** dels caps de secció: 11h i 17h
- Moment òptim per contactar-hi: **final matí** i **primera hora tarda**
- **Evitar** vespre i tancament (moments crítics)

Les rutines periodístiques

Ràdio:

- Butlletins informatius **cada hora**
- Programes: **magazines** i **temàtics**
- Moment òptim per contactar-hi: **entre ¼ i ¾** i preferentment tardes
- **Evitar** moments previs i posteriors als bitllets informatius (moments crítics)

Les rutines periodístiques

Revistes:

- Diferents **periodicitats** =diferents **ritmes** de producció
- D'**informació general** i especialitzades en **temàtiques**
- Moment òptim per contactar-hi: immediatament **després del tancament** de l'edició
- **Evitar** moments previs als tancaments (moments crítics)

ens de comunicació associativa

Les rutines periodístiques

Televisió:

- Informatius **2 cops al dia**: 15h i 21h
- Programes: **magazines** i **temàtics**
- Moment òptim per contactar-hi: **primera hora del matí**
- **Evitar** moments previs a l'emissió de l'informatiu (moments crítics) i tardes (risc de quedar fora de previsió)

ens de comunicació associativa

El factor temporal en la gestió de la notícia

Moments de tensió informativa:

- La **seqüència** informativa
- La importància de **fixar dates**
- **Temporalització** (previ, durant, post...)
- Diferents **gèneres** (entrevistes, reportatges, cròniques, crítiques...)

El factor temporal en la gestió de la notícia

- *1. Anunci retorn*
- *2. Emissió entrades*
- *3. Anunci 2n concert*
- *4. Emissió entrades*
- *5. Anunci 3r concert*
- *6. Preparatius*
- *7. Assajos*
- *8. Prèvia 1r concert*
- *9. 1r concert*
- *10. Crítica*
- *...*

03-03-2011 *Torna Sopa de Cabra*

04-03-2011 *Sopa de Cabra ven gairebé totes les entrades en 5 hores*

29-03-2011 *Sopa de Cabra, segon assalt*

01-04-2011 *Sopa de Cabra, 16.500 entrades per al segon en 5 hores*

02-05-2011 *Sopa de Cabra oferirà un tercer concert al Palaul'11-S*

14-08-2011 *Sopa de Cabra renaixerà en un «territori sinistre»*

26-08-2011 *Sopa de Cabra treu la pols al cançoner*

09-09-2011 *Sopa de Cabra triplica el seu somni*

10-09-2011 *Sopa de Cabra toca el cel al Sant Jordi*

11-09-2011 *Sopa de Cabra, la flama eterna del rock'n'roll*

El factor temporal en la gestió de la notícia

Moments de tensió informativa:

ens de comunicació associativa

Kit de comunicació

1. Base de dades
2. Comunicat o nota de premsa
3. Dossier de premsa
4. Recursos gràfics i audiovisuals
5. Roda de premsa
6. Portaveus
7. Innovar

ens de comunicació associativa

1. Base de dades

Qui és qui
als mitjans?

MITJÀ	SECCIÓ	NOM	CÀRREC	TEMES	TELÈFON	CORREU	OBSERVACIONS
x							
y							
z							
…							
…							

ens de comunicació associativa

1. Base de dades

Els mitjans com a ***partners*** patrocinadors

Com?

- *Amb el suport/col·laboració de…*

- **Garantir** el tractament informatiu
- **Enfortir** el vincle amb el mitjà
- **Prestigi** de marca

…però podem posar en risc la cobertura d'altres mitjans

2. El comunicat

És el format bàsic per emetre les informacions

Com?

- Garantir **l'essencial del missatge** de la font
- Format de redacció de **notícia periodística** (no tècnic)
- Exposar **fets argumentals** (no idees ni qualificacions)
- **Neutralitat** del llenguatge periodístic (no és un pamflet publicitari ni propagandístic)
- Estil periodístic: **brevetat, claredat, concisió**
- **1-2 pàgines**
- **Modular**-ne la freqüència

2. El comunicat

És el format bàsic per emetre les informacions

Quan?

- Per a **informacions puntuals** de certa rellevància (insuficient per a rodes de premsa)
- Per mantenir una **dinàmica d'informació continuada** amb els periodistes
- Ha d'anar acompanyada de 2 accions bàsiques:
  - Manteniment de **relació fluïda en el temps** amb els periodistes
  - **Trucada de reforç** (confirmació recepció i dimensionament importància)

2. El comunicat

És el format bàsic per emetre les informacions

Gestió:

- **No abusar** de les notes de premsa
- **No insistir** als periodistes perquè es publiquin (seguiment vs. exigència). Suplicar-ne la publiciació desmereix la informació

2. El comunicat

Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

El Govern declara associació d'interès cultural el Cercle Artístic de Sant Lluc

L'objectiu és reconèixer la trajectòria d'una institució artística de més de 115 anys que disposa d'un fons d'obres dels artistes catalans més importants

El Govern ha acordat avui declarar associació d'interès cultural el Cercle Artístic de Sant Lluc, que es dedica a l'estudi, el foment, la pràctica i la difusió de les arts plàstiques. L'objectiu de la declaració és reconèixer la trajectòria d'una institució artística de més de 115 anys d'història, arrelada a Ciutat Vella de Barcelona, que compta amb fons d'obres dels artistes catalans més importants i que s'ha caracteritzat per la seva tasca de foment de la cultura catalana.

El Cercle Artístic de Sant Lluc és una associació sense ànim de lucre constituïda el 22 de març de 1893 a la ciutat de Barcelona per Joan Llimona, Josep Llimona, Antoni Utrillo, Alexandre de Riquer i Dionís Baixeras. La voluntat dels fundadors era crear una comunitat d'artistes que entenia l'art com una veritable missió amb una connotació religiosa. Això explica que l'entitat confiés la seva guia moral al futur bisbe Josep Torras i Bages.

Pocs anys després del seu naixement, l'actuació de l'entitat es va caracteritzar per les iniciatives dedicades al foment de la cultura catalana. El sentit de servei al país explica que, tot i haver acollit els millors representants de l'art i l'arquitectura modernistes –Antoni Gaudí, Josep Puig i Cadafalch, Gaspar Homar, Eusebi Arnau, els germans Masriera–, s'identifiqués també amb el projecte noucentista. L'entitat també va acollir els renovadors del llenguatge plàstic, com a espai de tertúlia d'artistes i intel·lectuals, entre els quals hi havia Joan Miró.

El Cercle va ser obligat a tancar el juliol de 1936 pels seus orígens confessionals i no es va reobrir fins al 1951. Sota la seva protecció van néixer els Amics de Gaudí, l'Agrupació Dramàtica de Barcelona i la Coral Sant Jordi, seccions que van impulsar una tasca important de resistència cultural catalanista.

Amb 810 socis, actualment està integrat per artistes i afeccionats a les Belles Arts. Realitza cursos de pintura, tallers, organitza conferències, exposicions, col·loquis, presentacions i celebra la festa de Sant Lluc. Després d'haver passat per diversos espais, en l'actualitat té la seu al Palau Mercader, al carrer Mercaders de Barcelona.

15-11-2011 14.05

- Titular
- Avantítol/Subtítol
- Entradeta *(lead)*
- Idea 1
- Idea 2
- Idea 3
- Idea 4

Cos de text

ens de comunicació associativa

2. El comunicat

CULTURA I EXCÉS
Perejaume il·lustra els excessos de cultura amb aquestes obres plenes a vessar de pintures en paisatges.
TONI ALEU

La natura segons Perejaume

La Pedrera presenta una retrospectiva de 200 obres dels últims vint anys de l'artista

La Pedrera obre avui la primera retrospectiva de Perejaume des del 1999. Composta per prop de 200 obres, mostra els principals interrogants que alimenten la seva obra artística i poètica.

ANTONI RIBAS TUR

BARCELONA. Perejaume (Sant Pol de Mar, 1957) explicava ahir a la Pedrera que fa poc va tornar a visitar una obra que havia fet a la pedrera basca d'Ereño el 1991. Primer li va costar reconèixer el lloc on havia treballat amb un grup d'universitaris fa vint anys, però finalment va caure, Perejaume segueix plenament en actiu. Les prop de duescentes obres de l'exposició són dels últims vint anys, un 80% són inèdites i set s'han fet per a l'exposició. Vistes en conjunt, fan sortir a la llum els girs que ha fet al llarg dels anys. Un dels grans temes que ha desenvolupat en la seva producció és l'excés de cultura amb què es mira el món. El 2003, coincidint amb la publicació del poemari *Obreda* (Empúries), va culminar la seves reflexions tot el que trobem en la cultura ja existeix abans a la natura. "Els arbres s'engalanen, els fruiters tequen els ombals, una alzina surera [illegible] Mar Peran, el comissari [illegible]sició, [illegible]avant les fotografies [illegible]des, respectivament, *Palreussió* i *Alzina*.

davant la natura

idea porta a un gran interque plana damunt la mostra, eran: amb les seves obres, es fan drecera cap a la naboliquen el camí? [illegible] co-a resposta a aquest interò és tan important com el e l'han de plantejar de mi vitable.

aume es va queixar de la coia de la publicació de la se-a reunida, *Pagèsiques* (Edi-), i la inauguració de la retrospectiva pel perill de sobreexposar-se. Va afirmar que amb els seus treballs vol portar l'obaga d'"un món que resisteix fora de les imatges i de les representacions visuals" a la llum dels mitjans. Amb la seva obra es pregunta si no hem tibat massa la corda representant-nos el món amb tantes imatges i representacions verbals. Sovint la natura s'ha conegut per les seves representacions. Perejaume inverteix aquest procés i retorna les imatges a la natura, com es pot veure a la peça del 1993 *Pintura d'Olot que ha tornat la seva imatge a Olot*.

Perejaume ha investigat els lligams de la natura i l'art a través de la plàstica i la poesia. TONI A

Amb *Ai, Perejaume, si veies la muntió d'obres que t'envolten, no en faries res cap de nova!* Perejaume també vol dialogar amb l'edifici de Gaudí on s'exposa. El muntatge integra les grans columnes folrades de pedra, altres decorades de manera exquisida, i els falsos sostres que Jujol va crear per a aquelles estances. Perejaume és un gran admirador del deixable de Gaudí i ha acabat agermanant les seves pròpies obres amb l'edifici.

Una columna forrada d'alzina

La textura de pell humana que tenen una sèrie d'exvots de cera fets a partir d'elements naturals té el seu paral·lel en una columna forrada amb l'escorça d'una alzina surera. Aquest gest ve a dir que una branca o el relleu d'una muntanya poden tenir el tacte de la pell humana, i que la Pedrera és un organisme viu que muda de pell. Abans d'instal·lar-s'hi, Perejaume ha volgut establir una entesa amb l'edifici. Ha dedicat el primer àmbit de la mostra a les pedres i a les pedreres, un gest per a l'edifici que acull les obres.

La Pedrera obre avui la primera retrospectiva de Perejaume des del 1999. Composta per prop de 200 obres, mostra els principals interrogants que alimenten la seva obra artística i poètica.

ANTONI RIBAS TUR

Titular

Avantítol/Subtítol

Entradeta *(lead)*

Idea 1

Idea 2

Idea 3

Idea 4

Cos de text

ens de comunicació associativa

2. El comunicat

Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

El Govern declara associació d'interès cultural el Cercle Artístic de Sant Lluc

L'objectiu és reconèixer la trajectòria d'una institució artística de més de 115 anys que disposa d'un fons d'obres dels artistes catalans més importants

El Govern ha acordat avui declarar associació d'interès cultural el Cercle Artístic de Sant Lluc, que es dedica a l'estudi, el foment, la pràctica i la difusió de les arts plàstiques. L'objectiu de la declaració és reconèixer la trajectòria d'una institució artística de més de 115 anys d'història, arrelada a Ciutat Vella de Barcelona, que compta amb fons d'obres dels artistes catalans més importants i que s'ha caracteritzat per la seva tasca de foment de la cultura catalana.

El Cercle Artístic de Sant Lluc és una associació sense ànim de lucre constituïda el 22 de març de 1893 a la ciutat de Barcelona per Joan Llimona, Josep Llimona, Antoni Utrillo, Alexandre de Riquer i Dionís Baixeras. La voluntat dels fundadors era crear una comunitat d'artistes que entenia l'art com una veritable missió amb una connotació religiosa. Això explica que l'entitat confiés la seva guia moral al futur bisbe Josep Torras i Bages.

Pocs anys després del seu naixement, l'actuació de l'entitat es va caracteritzar per les iniciatives dedicades al foment de la cultura catalana. El sentit de servei al país explica que, tot i haver acollit els millors representants de l'art i l'arquitectura modernistes –Antoni Gaudí, Josep Puig i Cadafalch, Gaspar Homar, Eusebi Arnau, els germans Masriera–, s'identifiqués també amb el projecte noucentista. L'entitat també va acollir els renovadors del llenguatge plàstic, com a espai de tertúlia d'artistes i intel·lectuals, entre els quals hi havia Joan Miró.

El Cercle va ser obligat a tancar el juliol de 1936 pels seus orígens confessionals i no es va reobrir fins al 1951. Sota la seva protecció van néixer els Amics de Gaudí, l'Agrupació Dramàtica de Barcelona i la Coral Sant Jordi, seccions que van impulsar una tasca important de resistència cultural catalanista.

Amb 810 socis, actualment està integrat per artistes i afeccionats a les Belles Arts. Realitza cursos de pintura, tallers, organitza conferències, exposicions, col·loquis, presentacions i celebra la festa de Sant Lluc. Després d'haver passat per diversos espais, en l'actualitat té la seu al Palau Mercader, al carrer Mercaders de Barcelona.

15-11-2011 14.05

...sense oblidar els relats

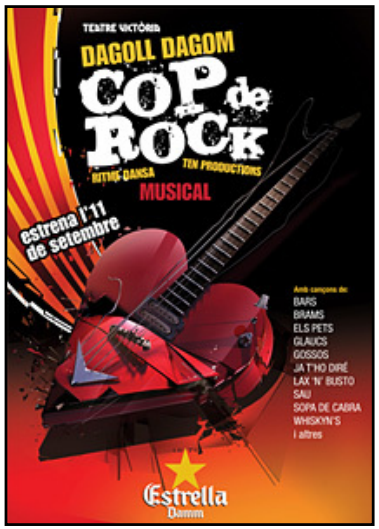
ens de comunicació associativa

3. El dossier de premsa

Recull d'informacions ben documentades sobre un tema

Què?

- 2 tipus:
  - **De l'organització** (objectius, funcionament, gestió, resultats, etc).
  - **De l'esdeveniment**, acció o activitat



- *Gràfica*
- *Presentació*
- *Estructura de l'obra*
- *Proposta escenogràfica*
- *El rock català*
- *Els temes de la banda sonora*
- *Fitxa artística*
- *L'equip de direcció i producció (direcció, guió, producció musical, coreografia, so, vestuari, càsting, il·luminació...)*
- *Repartiment*
- *Horaris*
- *Preus*

3. El dossier de premsa

Recull d'informacions ben documentades sobre un tema

Quan?

- A l'inici de les relacions amb els mitjans, **per donar-nos a conèixer**
- Quan presentem un **projecte important nou** (noves iniciatives, noves estratègies, canvis en profunditat…)
- **Repàs** de l'exercici i **previsions** futures

4. Recursos gràfics i adiovisuals

Documents visuals del projecte

Què?

- Logotips
- Icones del projecte
- Fotografies
- Gràfics
- Infografies
- Vídeos
- Animacions

5. La roda de premsa

Reunió convocada per una font per donar comptes d'un fet als mitjans

Quan?

- **Ha d'estar totalment justificada**
  - Informació **realment nova** i amb alt **interès públic**
  - Informació que requereix **explicacions addicionals**
  - Quan diferents periodistes ens han demanat parlar amb responsable de l'organització d'un mateix tema i **no se'ls ha pogut atendre personalizadament**
  - Quan el que es presenta pot ser **més rendible en presentació solemne** (premi, llibre, inauguració, nova temporada, etc.)
  - Quan dins del sector l'**activitat està consolidada** i ja consta a les agendes dels periodistes (estrenens de teatre, festivals, etc.)
  - Quan hi ha **situació de crisi** generada per informació negativa

5. La roda de premsa

Reunió convocada per una font per donar comptes d'un fet als mitjans

Com?

- **Convocatòria correctament realitzada**
  - Uns dies d'**antel·lació**
  - Ser **ecuànim**. No marginar cap mitjà
  - Identificant clarament:
    - **Quan**: Dia / hora
    - **On**: Lloc
    - **Qui**: Participants
    - **Què**: Qüestions a tractar
  - Crear certa **expectació** (avançar dades, interpel·lar…)
  - Enviament a **cap de secció** i **periodista** responsable d'àmbit
  - **Trucada** a vigília
  - Evitar días de **saturació informativa**
  - Sempre en **horaris aptes** per als mitjans (matí, +/-11h)

6. Portaveu

Persona autoritzada per difondre i respondre en nom de l'organització

Qué?

- **Posta en escena**
  - Coneixement
  - Planificació
  - Definir abans:
    - Quin titular perseguim?
    - Estructuració del discurs
  - Actitud assertiva
  - Atenció a la comunicació no verval.

CONFIANÇA

SEGURETAT

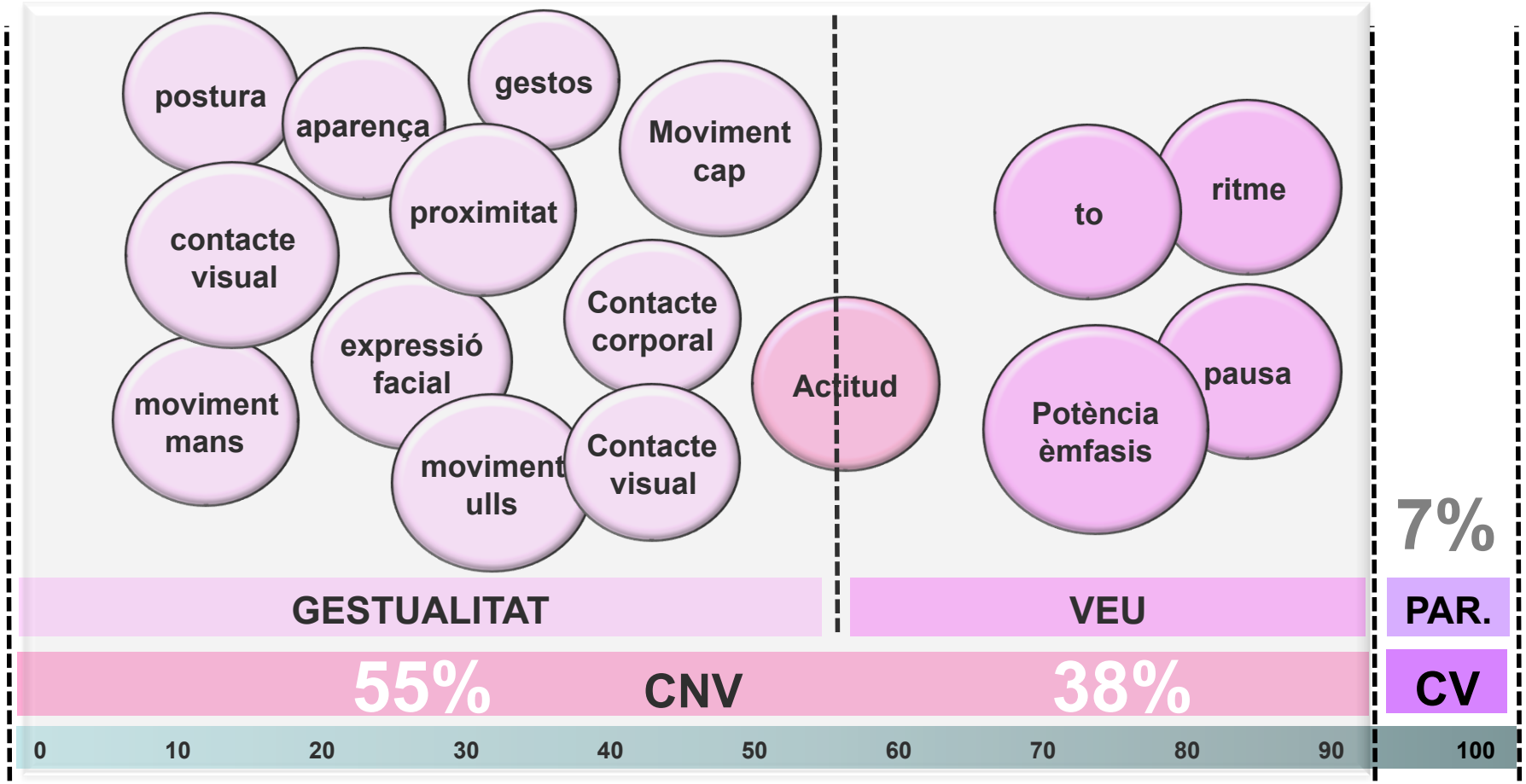
CREDIBILITAT

ENTUSIASME

IMPLICACIÓ

6. Portaveu

Factors que transmeten més informació en la comunicació interpersonal



7. Innovar

Per què?:

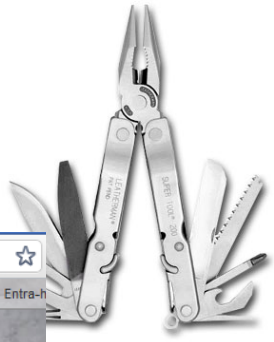
- **Atreure l'atenció** dels periodistes
- **Destacar** entre l'enorme quantitat d'oferta noticiable
- Generar **interès afegit**

ens de comunicació associativa

7. Innovar

ens de comunicació associativa

Kit de comunicació. Bones pràctiques



ens de comunicació associativa

Kit de comunicació. Bones pràctiques

11/11/11

UE

ETA

PSC

Succés

Castellers de Poble Sec

ens de comunicació associativa

Kit de comunicació. Bones pràctiques

14/11/11

11/11/11

12/11/11

ens de comunicació associativa

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. **Recursos**
10. Exercicis pràctics

Comunicar = connectar

ens de comunicació associativa

Comunicar = connectar

Associacionisme Cultural Català

ens de comunicació associativa

Comunicar = connectar

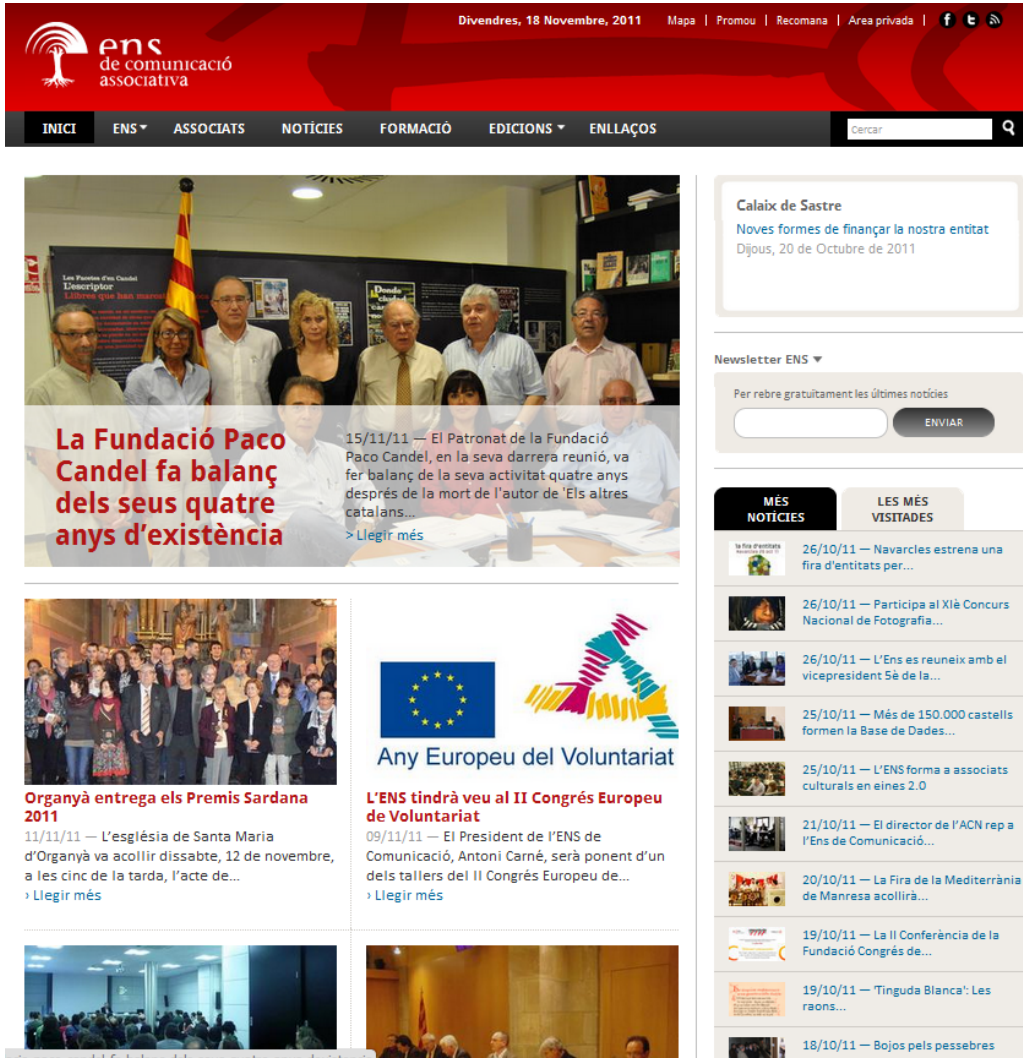
Recursos per a la tria de canals de comunicació

Ensdecomunicació.cat

Protal associatiu

- Plataforma de comunicació del moviment assiciatiu cultural català
- Difusió d'informacions de les federacions membres i entitats de base
- Convenis de col·laboració amb agents de la cultura (Òmnium Cultural, FCCC) i la comunicació (ACN, XTVL, ACPG, etc.)

www.xarxanet.org



Recursos per a la tria de canals de comunicació

Tornaveu

Associacionisme cultual

- Revista digital
- Periodicitat quinzenal
- 203 notícies el 2010
- 15.000 destinataris directes

www.tornaveu.cat

ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Xarxanet.cat

Protal associatiu

- La gran porta d'entrada en línia a l'actualitat de l'associacionisme, el voluntariat, el civisme i la solidaritat de Catalunya
- Espai de reflexió participació i intercanvi de coneixement de suport a l'associacionisme
- 275 notícies el 2010

www.xarxanet.org

ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Banc de continguts

Central de notícies per als mitjans

- Plataforma de distribució a mitjans d'informacions de l'associacionisme cultural
- Accés per filtres: *territorial + àmbit cultural + gènere periodístic*
- Llançament imminent

www.xarxanet.org

ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Laboratori de la Comunicació Pública

Mapa dels mitjans de comunicació a Catalunya, públics i privats

2.600 mitjans

www.labcompublica.info

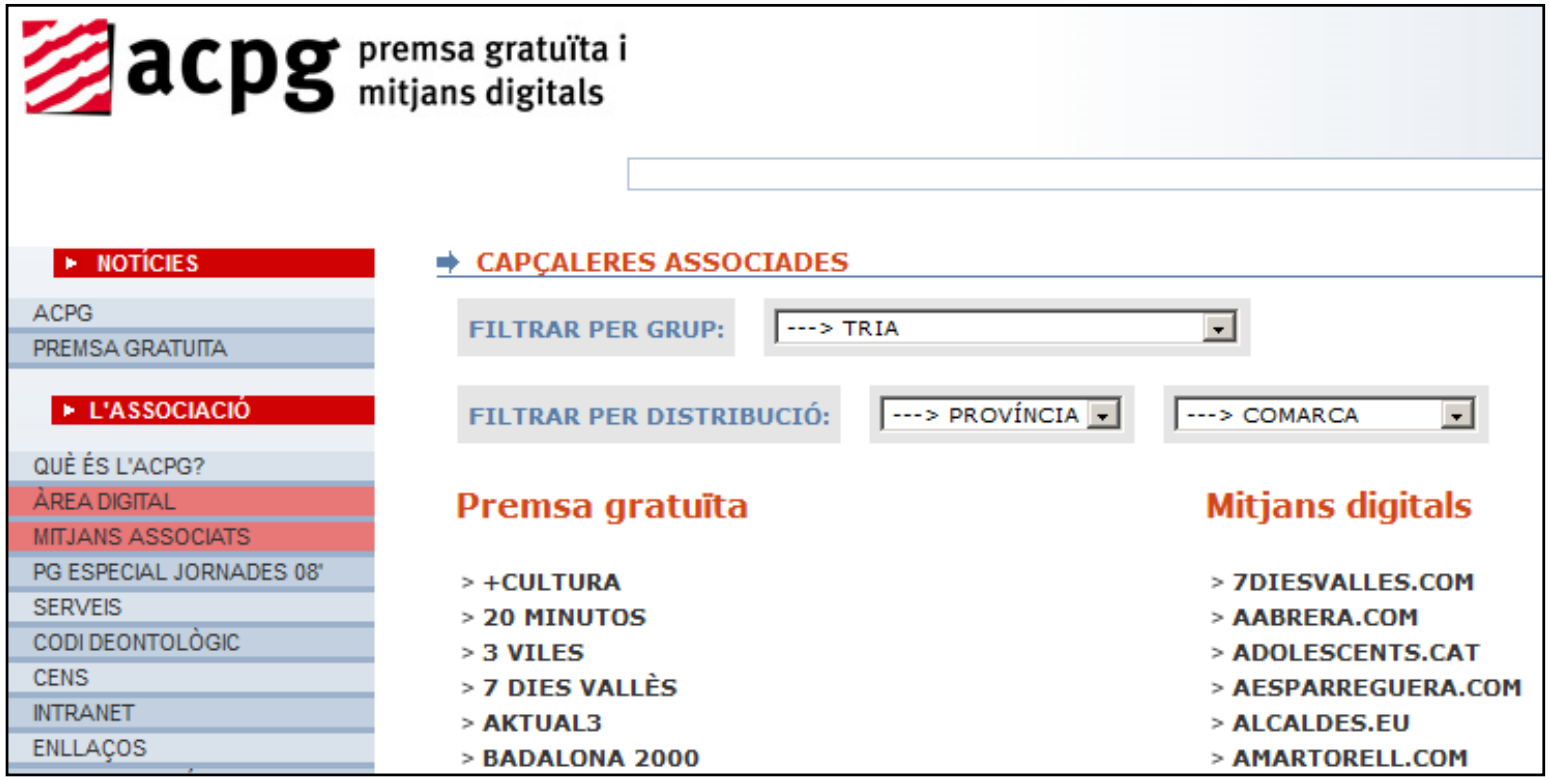
ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Associació Catalana de Premsa Gratuïta

www.acpg.cat

Publicacions gratuïtes i digitals de proximitat i digitals de Catalunya



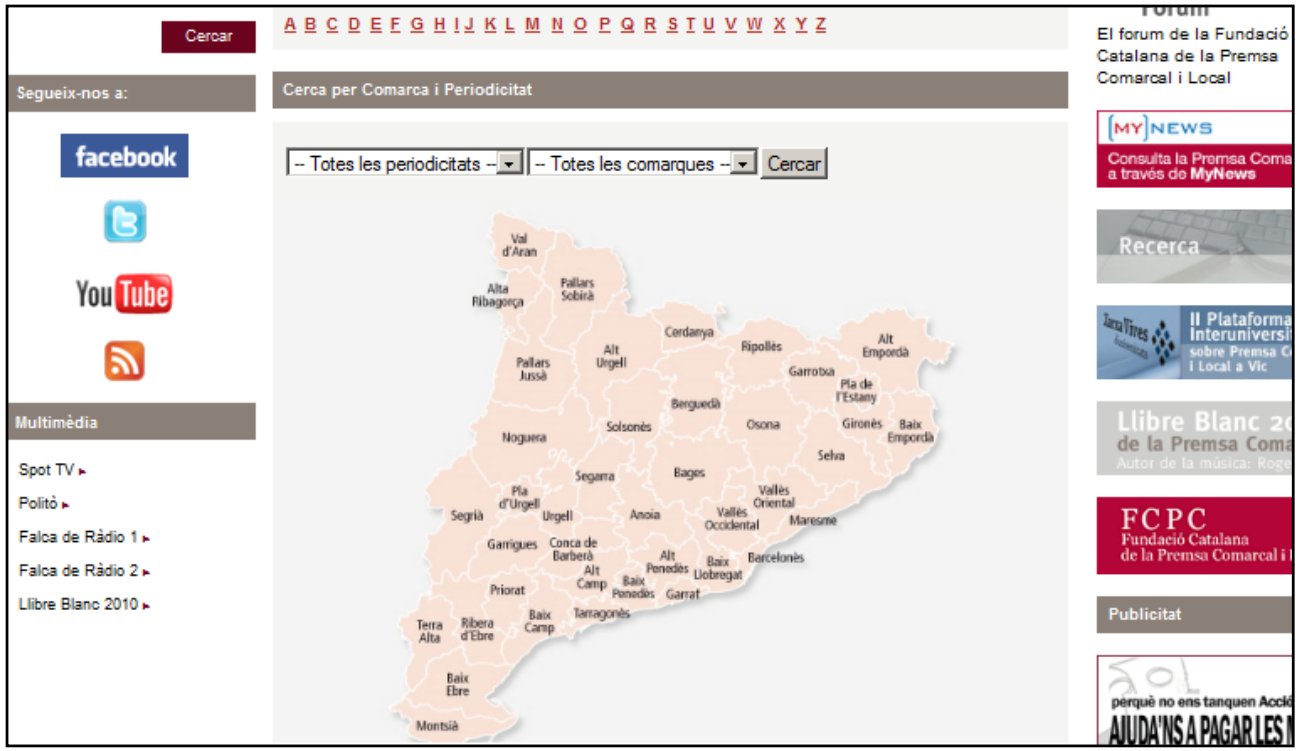
ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Associació Catalana de Premsa Comarcal

www.acpc.cat

Publicacions comarcals de proximitat de Catalunya



ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Associació Catalana de Publicacions Periòdiques

Revistes temàtiques de pagament a Catalunya

www.appec.cat

ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Xarxa de Televisions Locals

www.xtvl.cat

Televisions de proximitat a Catalunya

Xarxa de Televisions Locals

L'XTVL Televisions Programes Sala de premsa

- 25TV
- Aran TV
- ATV - Andorra Televisió
- Bagà TV
- BTV
- Canal 10 Empordà
- Canal Blau TV - Maricel TV
- Canal Camp
- Canal Català Girona Pla
- Canal Nord Figueres
- Canal Reus TV
- Canal SET, Santa Eulàlia Televisió
- Canal Terrassa Vallès
- Conca TV
- Costa Brava TV
- El 9 TV
- ETV - Llobregat TV
- Gavà Televisió
- La Palma TV
- L'EBRE TV
- Lleida TV
- m1tv
- Molins de Rei Televisió
- Nord
- Olot Televisió
- Penedès TV
- Pirineus TV
- RTV Cardedeu
- TAC12
- TDCamp - Cambrils
- TEF - Televisió d'Eivissa i Formentera
- Tele Taxi TV
- Televisió de Girona
- TV10
- TV Badalona
- TVB - Televisió de Blanes
- TV de Mallorca
- TVEV - Televisió El Vendrell
- TV L'Hospitalet
- TVM Televisió de Manresa
- TVR - Televisió del Ripollès
- TV Sant Cugat - Vallès 1TV
- TVV - Televisió de Vandellòs
- TVV - TV Vilanova del Vallès
- Vallès Visió
- VOTV - Vallès Oriental Televisió

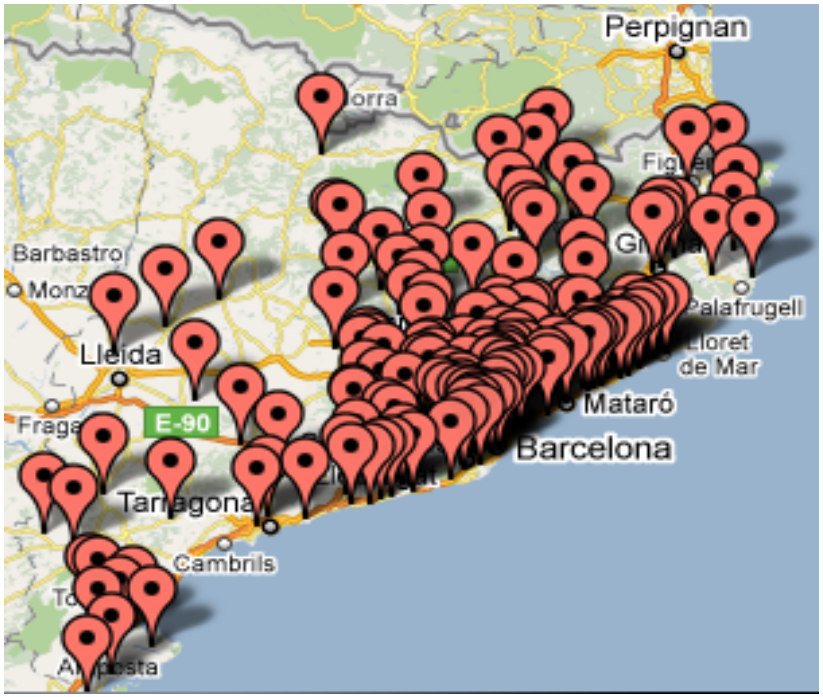
ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Ràdios associades a COMRàdio

www.comradio.com

Ràdios de proximitat a Catalunya



ens de comunicació associativa

Recursos per a la tria de canals de comunicació

Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura

Baròmetre de la Comunicació i la Cultura

Audiències dels mitjans de comunicació a Catalunya i consums culturals

www.fundacc.org

ens de comunicació associativa

Índex de la sessió

1. La comunicació avui
3. Periodistes de fonts i periodistes de mitjans
4. Conèixer els mitjans
5. Noves tendències en els mitjans
6. Què és notícia avui?
7. La relació amb els mitjans i les rutines periodístiques
8. El kit de comunicació
9. Recursos
10. **Exercicis pràctics**

Casos pràctics

Com fer que els mitjans de comunicació s'interessin per…

1. Quines propostes fem als mitjans? Què? Com? Quan? On? Amb qui?
2. Com justificaríem l'interès mediàtic pels mitjans?
3. Comptem amb històries humanes? Quines?
4. Com podem seqüenciar els fets noticiables
5. A quins mitjans?
6. Què oferiríem a cada tipus de mitjà?
7. …

LA FURA.cat

ACTUALITAT | OPINIÓ | AGENDA | EL LECTOR | DOSSIERS | SUPLEMENTS

POLÍTICA | SOCIETAT | CULTURA | CASTELLS | ESPORTS | ECONOMIA

Es crea una colla de castells a Cunit, els Xics, que aniran de color pistatxo fluorescent

Cunit 16/11/2011 - 11:46

Xics de Cunit. Aquest és el nom de la nova coll de castells creada a Cunit. El municipi no té ca mena de tradició castellera; tan sols en algune ocasions puntuals hi han actuat els Nens del Vendrell o els Xicots de Vilafranca. Però sí que havia un grupuscle d'afeccionats a aquest món que es van engrescar a fundar una colla, i de m en mica han anat arreplegant suports fins a ten "en nòmina" una vuitantena de persones. Aques dissabte a les 8 del vespre faran la primera reun pública de persones que puguin tenir interès a formar-ne part, al bar Xic de Cunit. Seria la reun fundacional, per bé que els seus promotors ja tenen força feina feta per endavant.

Miquel Àngel Murillo explica que el nom de la colla serà Xics de Cunit, "perquè antigament als nanos de Cunit els deien xic". Serà la segona colla amb aquest nom, després de la de Granollers. El més original serà el color de camisa: verd pistatxo fluorescent, "perquè se'ns noti que som nosaltres, que sigui diferent", diu Murillo. L'Ajuntament e cedeix dos possibles espais d'assaig i encara s'han de decidir: o bé el pavelló poliesportiu o bé un antic gimnàs de du plantes d'alçada. La seva intenció és començar a assajar de seguida, la setmana vinent, fer-ho tres cops per setmana durant tot l'hivern, i presentar-se en societat ja a principis de la temporada que ve, primer amb castells de sis i, si tot anés rodat, plantejar-se'n de set.

ens de comunicació associativa

Casos pràctics

Com fer que els mitjans de comunicació s'interessin per…

1. Quines propostes fem als mitjans? Què? Com? Quan? On? Amb qui?
2. Com justificaríem l'interès mediàtic pels mitjans?
3. Comptem amb històries humanes? Quines?
4. Com podem seqüenciar els fets noticiables
5. A quins mitjans?
6. Què oferiríem a cada tipus de mitjà?
7. …

AGRUPACIÓ DE COLLES DE GEGANTERS DE CATALUNYA

INICI AGRUPACIÓ ACTIVITATS CAPGROSSOS AGENDA WEBS COLLES VINCLES FÒRUM

30 octubre 2011

20 anys Coordinadora de geganters del Maresme

TEXT: David Roy
FOTOGRAFIES: Xavier Navarro

Aquest any, es compleixen 20 anys des de la creació de la Coordinadora de Gegants del Maresme.

Per celebrar-ho, es va organitzar una mostra de balls de les colles maresmenques que va finalitzar amb la Dansa del Maresme.

L'esdeveniment es va celebrar al Parc de Can Jalpí, a Arenys de Munt, el diumenge dia 16 d'octubre amb la participació de 17 colles. Sens dubte, un bon senyal de que la comarca continua pel bon camí.

La plantada de gegants estava prevista a 2/4 de 12 del migdia, però eren tantes les ganes que tenien les colles de celebrar la festa, que a les 11 ja teníem a gairebé totes les colles a punt de ballar.

Les colles participants van ser les següents:
- Tordera Pubilla del Maresme 1993
- Malgrat de Mar Pubilla del Maresme 1994
- Vilassar de Mar Pubilla del Maresme 1995
- Teià Pubilla del Maresme 1999
- Arenys de Munt Pubilla del Maresme 2000
- Vilassar de Dalt Pubilla del Maresme 2001
- Calella Pubilla del Maresme 2002
- El Masnou Pubilla del Maresme 2003
- Alella Pubilla del Maresme 2004
- Iluro de Mataró Pubilla del Maresme 2005
- Premià de Dalt Pubilla del Maresme 2008
- Badalona Pubilla del Maresme 2009
- Sant Andreu de Llavaneres Pubilla del Maresme 2010
- Arenys de Mar

ens de comunicació associativa

Casos pràctics

Com fer que els mitjans de comunicació s'interessin per…

1. Quines propostes fem als mitjans? Què? Com? Quan? On? Amb qui?
2. Com justificaríem l'interès mediàtic pels mitjans?
3. Comptem amb històries humanes? Quines?
4. Com podem seqüenciar els fets noticiables
5. A quins mitjans?
6. Què oferiríem a cada tipus de mitjà?
7. …

AGRUPACIÓ DEL BESTIARI FESTIU I POPULAR DE CATALUNYA

> Qui som > Quants som > Què s'ha fet > Recomanem

EL 4 DE JUNY ES VA ESTRENAR EL BORINOT DE FOC DEL VENDRELL

Reportatge fotogràfic

El passat dissabte 4 de juny al vespre es va estrenar un nou element de foc a la població del Vendrell. Es tracta del Borinot de Foc que s'incorpora com a desena colla de foc a la vila. El Borinot de Foc és un element construït en fibra de vidre pels mateixos membres de la colla. La figura, que es portada per dos persones, pesa uns 80 kg, té 16 punts de foc i sempre balla al so de les gralles i timbals. La colla la formen actualment uns 25 membres, gent jove amb ganes de passar-ho bé formant part de la cultura popular.

La pluja caiguda durant la tarda no va deslluir el bateig de foc del Borinot que es va poder celebrar tal com estava previst. L'acte va començar amb els parlaments protocolaris que va iniciar la representant de la colla de la Malèfica del Coll de Barcelona que apadrinava el nou element. En el seu parlament va donar la benvinguda al nou element i va fer lliurament d'un diari on la colla del Borinot podrà deixar constància de la seva trajectòria en el món del foc. A continuació, Daniel Inglada com a nou Vocal-Delegat del territori Penedès-Garraf de l'Agrupació de Bestiari va fer el seu parlament, on va destacar que malgrat les dificultats que afecten a les colles de foc amb l'aplicació de noves normatives que regulen la manipulació de pirotècnia, és una satisfacció veure com s'incorporen noves colles de bestiari. Per acabar amb els parlaments, l'Alcalde de El Vendrell va felicitar a la nova colla per la seva iniciativa i va expressar la seva alegria per la nova incorporació de la nova bèstia de foc que fa que El Vendrell sigui una de les ciutats catalanes amb més colles de foc.

Després dels parlaments protocolaris, el nou element va poder fer la seva primera encesa acompanyat del seu padrí, el Gaudiamus de la colla de la Malèfica del Coll de Barcelona. També van acompanyar al Borinot, la Mulassa

ens de comunicació associativa

Casos pràctics

Com fer que els mitjans de comunicació s'interessin per…

1. Quines propostes fem als mitjans? Què? Com? Quan? On? Amb qui?
2. Com justificaríem l'interès mediàtic pels mitjans?
3. Comptem amb històries humanes? Quines?
4. Com podem seqüenciar els fets noticiables
5. A quins mitjans?
6. Què oferiríem a cada tipus de mitjà?
7. …

110 CULTURA DIARI DE VILANOVA

El Rossegall estrena 'L'autèntic amic', de Goldoni

Se suma a la commemoració dels 300 anys del naixement de l'autor

La representació és avui mateix, al teatre del Círcol Catòlic

// REDACCIÓ

L'habitual cita de festa major amb El Rossegall G.T. s'avança aquest any del dia 6 a avui: aquesta nit l'elenc vilanoví estrenarà *L'autèntic amic*, de Carlo Goldoni. La representació serà a les deu de la nit, al teatre del Círcol Catòlic.

Amb la tria d'aquest text, El Rossegall se suma a la celebració dels 300 anys del naixement de l'autor venecià, com han fet altres teatres d'arreu, el mateix TNC, comenta l'actor Josep Manel Farràs, **ha fet *Il ventaglio*, i al Grec Lluís Pasqual fa *La famiglia dell'anticuario*.**

Hi ha un segon motiu, explica, **Goldoni és un autor conegut i també bastant apreciat aquí a Catalunya. Nosaltres hi hem retornat després de sis anys quan vam fer *Els desfici de l'estiueig*. Va ser un muntatge que va agradar molt, és amb el que més premis hem guanyat.**

L'obra de Goldoni beu de la tradició de la *commedia dell'arte*: **Són obres animades, que enganxen de seguida la gent, amb personatges molt exagerats, senzilles.**

En aquest cas, continua Farràs, **se centra en l'autèntic amic, el Florenci, per a qui l'amistat preval per sobre de tot, fins i tot per sobre de la seva vida; venera el seu amic, el Leandre.** Els conflictes començaran quan Florenci s'enamori de la promesa de Leandre, i encara s'embolica més tot quan la tia de Leandre li comença a anar al darrere. **Tot això, en un llenguatge molt de l'època, recargolat, amb floritures, encara que accessible.**

Com és habitual, de l'escenografia s'ha encarregat l'elenc, que opta en aquesta ocasió per diferenciar els dos espais on transcorre l'obra, la casa del Leandre i la casa de la Rosaura, la seva promesa, a través del color de vestuari i complements.

Francesc Martínez torna a dirigir l'elenc, que manté el gruix dels actors dels darrers anys: al capdavant el mateix Farràs i Joan Marcer com a Florenci i Leandre, respectivament. Rosa Martínez és la Rosaura; M. Rosa Elias, l'Adelaida; Lluís Verdú, l'Octavi; la Sònia Verdú fa el paper de Colombina, Paquita Cabrizo el d'Hilària, i Toni Peregrina és Valentí.

La venda d'entrades es farà avui divendres, a partir de dos quarts de nou del vespre, al mateix Catòlic.

L'avançament de data respecte del que era el costum ve donat per la coincidència de programació amb els Amics de la Lírica i per la no disponibilitat del Principal, un canvi de data que no molesta el Rossegall. **És veritat que ja li convenia, al Principal, posar-se al dia, ara dos anys tancat… potser sí que hi ha una certa laxitud.**

L'elenc del Rossegall G.T., preparant el muntatge YOL

ens de comunicació associativa

Moltes gràcies

Marc Alemany

@marcalemany Catalunya. Món

Media Consulting

Tel: 630 184 634
a/e: malemany9@gmail.com
Twitter: @marcalemany

ens de comunicació associativa