

7. EL MODEL COMUNICATIU

El model comunicatiu que té cada Esplai deriva normalment del model o concepte base que compartim sobre el que és el nostre Esplai, les funcions que compleix i la manera com s'articulen les relacions. Ens referim a les relacions personals entre els monitors/es, a les relacions en els grups de nens/es, amb les seves famílies i les que instituïm des de l'Esplai amb la resta de l'entorn.

Algunes reflexions sobre el model comunicatiu:

1) Un model participatiu

A l'Esplai tenim clar que aprofundir en les actituds i els valors no es pot fer des de la imposició, no val que els nens/es ni ningú rebin missatges en forma d'ordres i els acatin sense valorar-los o sense llibertat per mostrar les seves reflexions.

El model educatiu de l'Esplai és un model participatiu, quant a les relacions que es pretenen fomentar i establir, on la comunicació es basa fonamentalment en el diàleg. No renunciem a la transmissió d'uns continguts ni a l'assoliment d'unes fites, però allò que creiem més important i que desenvolupem amb el plantejament educatiu és el procés per un creixement integral en totes les dimensions de la persona. I ho fem amb les activitats en els grups, en les vivències i experiències que compartim,...a través del diàleg i amb l'exemple de les actituds que transmetem i comuniquem cadascú de nosaltres.

Podem comparar-ho amb altres models educatius/comunicatius:

- El model que es centra en la formació, com pot ser el cas de l'escola, utilitza generalment una forma comunicativa basada en la transmissió vertical de continguts amb mestres i alumnes a diferent nivell i possibilitats participatives, on es solen imposar des de dalt ordres i limitacions.
- El model de la publicitat o d'algunes organitzacions que tenen l'objectiu comunicatiu d'obtenir d'altres la resposta planificada i desitjada. És un model educatiu que no promou la reflexió, la participació o la creativitat. Altres ja han creat les respostes, no serà un model eficaç per compartir i crear entre tots/es perquè és molt difícil incidir-hi o no s'escolten veus més dèbils.

2) Un model per fomentar les relacions

Totes les persones tenim unes necessitats a satisfer. L'Esplai dóna la possibilitat de satisfer moltes d'aquestes necessitats de les persones que l'integren. Però, a més en aquest sentit, els Centres d'Esplai tenen un potencial enorme com a "satisfactors"

(Rodríguez i Martín –coord.-, 1997)¹: actes, mètodes, processos o eines que cobreixen determinades necessitats dels éssers humans.

Els infants, adolescents i joves aprenen a partir de les relacions i la comunicació que els acompanya en el seu creixement i, avui, la societat del consum funciona com una llosa que, per activa i per passiva, intenta imposar els actes de consum com a satisfactoris.

El cas és que els nens/es poden trobar als Centres d'Esplai un lloc on satisfer les seves necessitats, per exemple, de pertinença o de realització personal. I no solament els infants, també les seves famílies, els propis monitors/es i la resta d'agents poden veure satisfetes part de les seves necessitats gràcies a l'Esplai.

Des de la Campanya, creiem que una de les claus per l'èxit de *Creixem i fem créixer l'Esplai* passa per integrar tots/es aquesta visió de la importància, del potencial i de la necessitat de la nostra tasca:

- a.- Hem de comunicar bé el que fem a tot l'entorn, de dialogar amb tothom amb l'esforç conscient de captar les necessitats de tots/es;
- b.- Si els fem partícips i desenvolupem mecanismes per la participació, podrem recollir moltes més idees que respondran a aquestes necessitats;
- c.- També amb diàleg i participació es troba la millor manera de passar de les idees a l'acció, arribar entre tots/es a incidir i transformar la realitat;
- d.- Utilitzar una comunicació oberta i imaginativa, descobrir formes pel diàleg i per oferir els nostres satisfactoris creatius, d'acció educativa, de creixement i superació personal, de desenvolupament integral.

3) Un model de creixement i desenvolupament

Quan els nens/es i les seves famílies arriben als Centres d'Esplai esperen que les seves necessitats i els seus desitjos es compleixin. La responsabilitat de l'equip de monitors/es serà fer-ho possible, però tenim clar que en el fons estem parlant d'educació i aquesta és una responsabilitat compartida.

El model comunicatiu torna a ser rellevant: diàleg i participació. Des d'un ideari i un projecte educatiu perfectament interioritzat pels monitors/es, les activitats i les propostes educatives que sorgeixen després del procés de diàleg i captació de necessitats tindran una major acceptació. A més a més, en una dinàmica participativa on integrem a les famílies podem parlar entre tots/es el model que ofereix l'Esplai pel desenvolupament i creixement integral dels nens/es, fer pedagogia de la importància de compartir el procés educatiu pel bé dels seus fills/es.

En aquesta línia, potser alguns objectius que ens podríem plantejar serien:

¹ AAVV (ROSA RODRÍGUEZ I JOSÉ MARTÍN –Coordinadors-(1997): *Guía de comunicación para asociaciones juveniles*.

- Comunicar la idea de responsabilitat educativa compartida que té l'Esplai respecte els nens/es i les famílies;
- Passar de la idea a l'acció pràctica de crear mecanismes i dinàmiques per compartir amb les famílies els processos (problemes, dubtes, objectius,...) en el desenvolupament dels seus fills/es;
- Obrir el procés d'anàlisi, de detecció de necessitats i creació de propostes educatives.

4) Un model de transformació social

Amb el model comunicatiu que utilitzem en les nostres intervencions al barri, incidirem d'una forma o d'una altra. Això és vàlid per la difusió de les nostres propostes, per la presència al barri amb les nostres activitats, per les nostres reivindicacions socials com entitat o per les relacions amb altres organitzacions veïnes.

Podem utilitzar un model propagandístic per difondre el nostre missatge amb poca o nul·la relació amb l'entorn, simplement, per exemple, penjant alguns cartells de les activitats de l'Esplai o, si és el cas, d'alguna reivindicació en la que està immersa l'entitat.

O podem utilitzar un model participatiu, de fet aquell que ens esforcem a aprofundir en la vida interna de l'entitat. La nostra filosofia té uns missatges i un rerefons però no vol imposar res a ningú, és respectuosa amb la personalitat, els interessos i capacitats de les persones (i en conseqüència també respectuosa amb la resta d'entitats). Això sí, està oberta al diàleg i a créixer junts, a analitzar els problemes del barri, a contrastar diferents punts de vista, a crear respostes i alternatives: un model de relacions obertes i solidàries per transformar la realitat dels barris des del diàleg i la participació.

EL PLA DE COMUNICACIÓ

Sota la perspectiva del model comunicatiu que caracteritzi la nostra entitat, podem plantejar-nos organitzar els processos de comunicació a nivell intern i extern de l'Esplai amb un procés similar al de la planificació estratègica. De fet, s'hauria de vincular un pla de comunicació al pla estratègic que hem definit.

La referència, doncs, per planificar la projecció de l'Esplai cap al seu entorn serà el procés de planificació estratègica ja explicat. A continuació destaquem alguns trets a tenir en compte i que ens poden ajudar per concretar el pla de comunicació:

- A **nivell estratègic**, el pla de comunicació tindrà l'ideari, les prioritats i els objectius estratègics com a guia per planificar els objectius comunicatius i els públics als quals ens dirigirem.

L'**ideari** ha de ser palpable a la comunicació de l'Esplai: els cartells del centre, els tríptics, les pancartes, els e-mails i correu que enviem des de l'entitat, els espais a

Internet i les xarxes socials,...serà la definició de la imatge com a Esplai que volem donar conscientment a l'exterior. No parlem de maquillatge, sinó de la imatge d'allò que som i que ens esforcem a construir en l'acció quotidiana, en les activitats, en els projectes,...

- Respecte a l'**entorn**, volem tenir més incidència, donar-nos a conèixer més i millor, que més infants i famílies coneguin la nostra existència i participin a l'Esplai. A més a més volem que, entre aquests destinataris i la resta d'agents, l'Esplai gaudeixi d'una bona imatge, que la tasca sigui valorada i reconeguda socialment i que les iniciatives de l'Esplai siguin recolzades.

Creiem que per aconseguir-ho, el pla de comunicació hauria de concretar respostes per algunes preguntes:

a.- Com valorem la comunicació del nostre projecte d'entitat a l'entorn? Sabem si el veïnat el coneix? Quins són els interlocutors de l'entorn a través dels quals ens informem? Quins són els mitjans per informar-nos amb els que captem el seu grau de coneixement sobre el nostre projecte?

b.- Amb la informació que tenim, podem valorar que el nostre Esplai està integrat al barri, que el veïnat ens veu com una entitat oberta, disposada a renovar-se, que integra i promou la participació,....?

c.- Quins objectius i quins destinataris estem deixant més de banda? Com els podríem incloure al nostre pla estratègic i de comunicació?

Respecte a les **activitats dels grups de l'Esplai**, destaquem dues qüestions en l'esforç de comunicació:

1) La presència directa dels grups fent les activitats a l'espai públic i obert del barri és un mitjà directe a nivell comunicatiu. Al mateix temps es poden desenvolupar propostes concretes d'intervenció en el barri per a la seva transformació des de les motivacions que es detectin als grups d'adolescents i joves. Per exemple, projectes d'aprenentatge i servei o alternatives d'oci per a joves al barri serien iniciatives que donarien una presència més palpable pel veïnat.

2) Pel que fa a la difusió de les activitats de l'Esplai també haurem de concretar respostes:

a.- Com comunicarem les nostres propostes? Quines idees o missatges volem comunicar? Quins contactes té l'Esplai que ens podrien ajudar en la difusió? Quins mitjans seran els més adients? Qui serà l'encarregat o responsable directe? Qui fa el seguiment per ajudar o donar un cop de mà al responsable?

Com es concreta l'acció de comunicació, de quina manera, en quin lloc i moment?

b.- Quant a la **comunicació amb altres entitats o agents de la comunitat**, aquestes relacions també ens donaran més presència, ens aporten noves visions, idees i informació que ens enriqueix, ens fa sentir dins de la necessària xarxa d'entitats socials que dinamitza la vida del barri, ens dóna una posició de responsabilitat per participar i cooperar des del diàleg i per donar respostes reals a les necessitats.

Algunes valoracions que ens podem plantejar:

- Quin tipus de relacions tenim amb associacions del nostre entorn? A nivell intern, ens fixem més en allò que ens separa de les altres entitats o en allò que tenim en comú?
- Com és el diàleg amb aquestes entitats? En quines circumstàncies o espais ens trobem? Com es podria millorar aquest diàleg? Quins espais es podrien crear?
- Coneixem els projectes, objectius i raons de ser d'aquestes entitats? Impulsem des dels nostres grups projectes o activitats compartides amb altres entitats per potenciar treballs cooperatius?

ÀMBITS DE COMUNICACIÓ

Els àmbits de comunicació de l'Esplai que cal tenir en compte, els podríem classificar de la següent manera:



En l'apartat de **Comunicació Externa** quan parlem de **promoció o difusió** ens estem referint a la manera com donem a conèixer a la comunitat les nostres ofertes de

lleure. La presència dels nostres grups desenvolupant activitats als carrers, places i espais oberts fora de l'Esplai és la millor forma que el veïnat s'assabenti i ens conegui, però hi ha altres mitjans específicament pensats per a la promoció:

- **Mitjans tradicionals**

Aquí donarem breus pinzellades:

Cartells: per penjar en els locals de les entitats, a les escoles, regidories, aules de cultura, centres cívics i socials, ateneus, biblioteques, teatres i cinemes, comerços,...llocs on els cartells puguin perdurar. Sobretot, és important penjar-los amb dies d'antelació als moments importants com poden ser l'inici de curs, abans de les colònies o d'activitats obertes al barri,...

Tríptics: amb informació de l'entitat i de l'oferta de lleure, també es pot deixar en un munt d'espais per on passen molts veïns que poden estar interessats.

Pancartes: podem tractar de buscar algun punt on penjar una pancarta amb el nom de l'Esplai, el telèfon, correu electrònic, blog o web de l'Esplai i el dibuix o logotip amb el que s'identifica, a banda de poder promocionar també les properes ofertes d'activitats.

- **Mitjans moderns**

En el món actual les noves tecnologies s'imposen i són una realitat que pot donar molt de joc als centres que s'animin a engegar una web o un blog o a emprar les xarxes socials.

En primer lloc, pel que fa a la presència a la xarxa, la possibilitat de donar a conèixer amb una certa profunditat la nostra filosofia, les nostres propostes i activitats. En moltes ocasions la visita a través d'Internet serà després d'haver-nos conegut per mitjà dels cartells, volants, tríptics, pancartes, el boca-orella, etc., i servirà per donar/obtenir més informació a la gent que pot estar interessada en la nostra entitat.

Un segon punt a favor de tenir el nostre espai a la xarxa és que significa un punt de trobada pels membres de la família de l'Esplai on compartir les experiències viscudes i les properes activitats, una eina que, si es dinamitza amb interès, pot animar molt la vida de l'Esplai.

Les noves tecnologies són un punt important per a la campanya *Creixem i fem créixer l'Esplai* i per això li dedicarem un apartat propi.

En l'apartat de **Comunicació Institucional** ens referim a la necessitat de relacionar-nos amb institucions, agents socials i educatius, la parròquia, etc.

Tots formem part de la mateixa comunitat i hem de treballar plegats pel bé comú. En aquesta direcció hem d'esforçar-nos per trobar la millor manera de fer arribar les nostres propostes, la nostra voluntat d'ajudar a construir la realitat. Entre les finalitats de l'Esplai, potser no diríem que hi fos de forma directa la de fer política, però el rerefons que tots/es tenim present és el de la transformació social, per això cadascuna de les accions mogudes per aquesta finalitat són, més que política, les opcions que defensa el nostre ideari.

És en aquest sentit que entenem que ens hem d'esforçar per mantenir les millors relacions institucionals possibles, treballar per tal que siguin molt efectives quant a propostes i accions compartides, perquè tinguin en compte les possibles aportacions de la nostra entitat, que pensin i pensem que, en les necessitats de la comunitat, tenim coses a dir.

Respecte a la **Comunicació Interna**, la família de l'Esplai ha de ser l'eix que vertebrï la vida del centre. Potser l'ideal seria que tots/es els i les que han viscut l'essència de l'Esplai hi estiguessin o tinguessin l'oportunitat de ser presents en la vida actual de la seva entitat, que funcionessin els canals de comunicació per estar informats i poder aportar granets de sorra als objectius generals de l'entitat.

En aquest àmbit, també les noves tecnologies tenen un paper important en ser una plataforma des de la qual es pot informar de forma efectiva i animar la participació, ens permet mantenir un contacte més estret amb els que ara no viuen al barri o els que no poden participar amb més regularitat.

A molts Centres d'Esplai hi hagut tradicionalment el butlletí o la revista amb la que s'informava de les properes activitats, es feia un recull dels darrers esdeveniments. Podem fer partícips als nens/es i fer el butlletí amb ells/es.

De tot plegat, el fet més important de la comunicació interna és creure'ns que **la família de l'Esplai unida té molta més força** i que la clau de l'èxit passa per engegar una dinàmica participativa que animi a tothom, i amb els suficients canals per un diàleg real que ajudi a l'entitat, on tots/es puguin col·laborar.

LES TÈCNIQUES DE COMUNICACIÓ

Els Centres d'Esplai no són empreses, i parlar de màrqueting, publicitat o relacions públiques pot resultar complicat si no s'entén que aquestes tècniques es poden adequar a un entorn no lucratiu i que l'objectiu comunicatiu de l'Esplai no serà comercialitzar i obtenir guanys sinó obrir el centre al barri, informar de propostes d'educació en el lleure, cridar a la participació, dialogar per fer avanços en la comunitat,...

Encara que les nostres entitats estiguin integrades per persones que voluntàriament dediquen el seu temps a l'educació en el lleure dels més petits, no vol dir que els

serveis que s'ofereixin no siguin de qualitat o que es prestin de forma poc curosa o desorganitzada. De fet les propostes de planificació i comunicació que hem aportat amb la Campanya Creixem parteixen d'una gran dosi d'autoexigència que sempre ha caracteritzat als Centres d'Esplai i d'una confiança en que es pot millorar conscientment encara més.

Màrqueting

Com hem vist, oferir amb èxit les nostres activitats necessita d'una planificació acurada i precisa. En les organitzacions lucratives, el disseny del producte o servei i la seva comercialització és el que es coneix amb el nom de màrqueting.

Per ampliar aquest apartat podeu consultar el power point número 2 *Campanya de màrqueting*, on trobem alguns punts clau respecte les possibles implicacions d'un procés de màrqueting als Centres d'Esplai.

Relacions externes

Ens referim a la importància de tenir a l'abast una sèrie de contactes de l'entitat que ens puguin servir en molts casos com altaveu de les propostes, activitats i projectes de la nostra entitat, igual que nosaltres podem ser agents clau per la difusió d'activitats d'aquestes entitats, institucions, etc. Es tracta, en general, de ser curosos, mantenir les relacions amb la millor disponibilitat possible, tractar a tothom i, en aquest cas, a la resta d'entitats i els seus treballadors com ens agradaria ser tractats.

Resulta clau tenir localitzades en una base de dades aquelles persones que siguin les responsables o encarregades de les entitats amb les que tinguem major relació per a poder realitzar una bona difusió i una eficient comunicació en el moment que ho necessitem.

En general, es tracta d'una tasca que haurem de convertir en cultura de grup assolida per tots i totes les monitores i responsables. Resulta clau que anem prenent consciència que una bona relació amb totes les entitats que sigui possible és la millor manera de construir una xarxa de relacions al barri o poble, contribuir a una comunitat amb un fort teixit social i a posicionar els nostres Centres, fer-los revifar i sentir-nos vius i integrats.