

Claus per millorar la comunicació pública

Barcelona, 31 de març de 2009



**Diputació
Barcelona**

**Àrea de Salut Pública
i Consum**

a portada
comunicació

Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

La Comunicació: Què és?



**PROCÉS D'INTERACCIÓ
ENTRE EMISSOR I
RECEPTOR D'UN
MISSATGE**

TOT COMUNICA:
-Allò **verdader** és el que
entén el receptor
-La **responsabilitat** de
l'eficàcia és de l'emissor.



Barreres de la comunicació

➤ D'EXPERIÈNCIA

La gent té dificultats per entendre allò que no ha vist per ella mateixa



➤ DE PERCEPCIÓ

Les nostres expressions poder produir percepcions no intencionades



➤ MOTIVACIONALS

L'audiència pot no estar motivada per escoltar els nostres missatges



Barreres de la comunicació

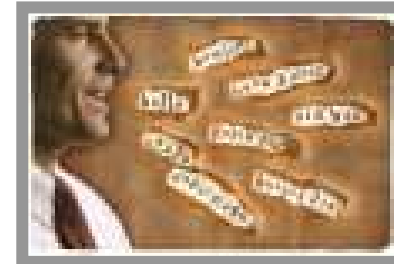
▶ EMOCIONALS

Els nostres missatges generen sentiments, no sempre favorables



▶ LINGÜÍSTIQUES

La nostra comunicació no està adaptada a la nostra audiència



▶ NO VERBALS

El nostre llenguatge no verbal pot eliminar l'efectivitat de la nostra comunicació oral



La comunicació SÍ pot:

- Posicionar-nos tan a nivell local com nacional
- Enfortir el grau de coneixement de la nostra institució
- Aconseguir que els líders d'opinió valorin més adequadament qualsevol notícia relacionada amb nosaltres
- Donar suport a campanyes institucionals
- Disminuir l'impacte d'una situació de crisi

La comunicació NO pot:

- Encobrir una situació de crisi durant un llarg període
- Compensar la mala gestió
- Substituir la necessària comunicació directa
- Fer creure coses que no són certes

Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

Què és notícia?

- ▶ Allò proper
- ▶ Allò humà
- ▶ Allò extraordinari
- ▶ Allò urgent
- ▶ La polèmica
- ▶ Allò negatiu
- ▶ La por
- ▶ Allò ocult

versus

- ▶ Allò llunyà
- ▶ Allò impersonal
- ▶ Allò habitual
- ▶ Allò important
- ▶ El consens
- ▶ Allò positiu
- ▶ La tranquil·litat
- ▶ La transparència

Tot allò que atregui l'atenció del públic

Què és un/a periodista?

És un professional de la informació



Valora que li facilitin el seu treball



Aconsegueix informació per traslladar-la a l'opinió pública

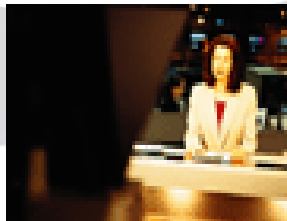


Està sotmès a pressions internes

Vol una bona història, no un bon esmorzar



Els seus terminis són reals: Treballa contrarellotge



És objectiu i professional per al seu mitjà



No és el nostre enemic

Què i com són els mitjans?

- Tenen ideologia pròpia
- Són empreses i competeixen per l'audiència
- Informen i/o entretenen
- Responen a la influència de:
 - Anunciants
 - Audiència
 - Polítics i institucions
 - Propietaris/accionistes



DIARIO MEDICO

AVUI+

CATALUNYA
RÀDIO

EL PAÍS

LA VANGUARDIA

el Periódico
de Catalunya

EL PUNT

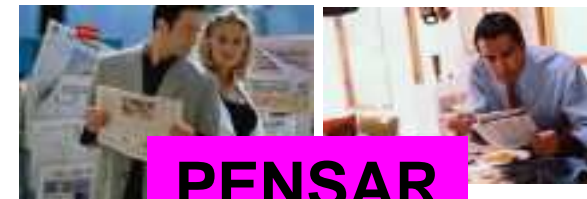


portada
comunicació

Els mitjans poden ser:

➤ FREDs: Premsa escrita

- Creen opinió
- Exigeixen la implicació de la persona que els utilitza
- Les opinions es formulen i contrasten



➤ CALENTS: Ràdio i TV

- Creen impressions emocionals
- Delaten l'estat d'ànim del que parla
- Els sentiments no es contrasten - efectes més profunds i perdurables
- Generen acció



SENTIR



Agències de Notícies: La font de la notícia

- La font de la notícia: immediatesa, informació en brut
- Font primària de la informació
- Amplia la informació al llarg del dia
- “Agenda setting” de les redaccions: marca els temes tractats
- Cobreix carències de corresponsals, col·laboradors
- Molt utilitzada per agències de comunicació i gabinets de premsa d'empreses (efecte multiplicador)
- Detecció d>alertes de crisi

europa **press**



Colpisa.com
AGENCIA DE PRENSA INDEPENDIENTE

portada
comunicació

Televisió:

El mitjà més calent

- És el mitjà de comunicació escollit per les masses
- Barreja de formats: informació / entreteniment
- Crea emocions
- Repercussió mediàtica quantitativa en detriment de la qualitativa
- Nou panorama televisiu:
 - Implementació de la TDT
 - Augmenta interès per la informació local
 - Canvi en el panorama de les audiències: fragmentació i especialització



Ràdio:

El mitjà més proper

- Més immediata que el mitjà televisiu
- Pèrdua de lideratge a favor de la televisió
- Multitud d'emissores en el panorama espanyol
- Mitjà que acompanya. Alta fidelització
- Figures radiofòniques rellevants
- Poc temps del periodista per treballar
- la informació
- Crea emocions



Diaris:

La informació detallada

- Creadors d'opinió
- Informació+opinió+anàlisi
- Possibilitat d'informació més detallada, extensa i contrastada
- Importància dels diaris esportius i de la premsa local
- Seccions d'economia, societat, salut, tecnologia...
- Suplements dominicals
- Importància de la premsa gratuïta

EL PUNT

LA VANGUARDIA

EL PAÍS

el Periódico
de Catalunya

portada
comunicació

Revistes: Informació especialitzada

- Marquen tendència
- Descens de revistes especialitzades en política i actualitat i augment revistes life style
- Gestió de la informació amb temps, tenint en compte dates de tancament de la publicació
- Revistes especialitzades en tots els temes: moda, oci, motor, salut, decoració, pesca, psicologia, etc.
- Bon canal de comunicació per la informació especialitzada que es genera des de les institucions



Mitjans on line: Immediatesa i comunicació participativa

- Immediatesa i globalització
- Els mitjans tradicionals tenen versió digital
- La majoria de mitjans de comunicació on-line generalistes estan en obert tot i que requereixen subscripció gratuïta
- També existeixen mitjans exclusius on-line de temes de tota mena
- Dificultat a l'hora de mesurar les visites, encara no controlades per canals oficials
- Creixement d'audiència
- Creixent importància dels blocs i xarxes socials
- **Nou fenomen – la comunicació 2.0. –
l'audiència com a generadora d'informació**

EL GLOBAL.net

VILA WEB 10 anys

medicina tv.com

EL PAIS.es

EL MEDICO interactivo
DIARIO ELECTRÓNICO DE LA SANIDAD

abc.es

portada
comunicació

Noves tendències als mitjans:

- Cada vegada més els mitjans digitals guanyen en importància
- Els mitjans escrits necessiten històries, temes en exclusivitat, no fan tant cas a les notes de premsa
- La ràdio i televisió són les que ens poden ajudar, necessiten omplir molt contingut. Els hem de facilitar entrevistes per talls de veu i material audiovisual
- Cal tenir especial cura de mitjans locals i comarcals pel seu caràcter de proximitat i per l'augment del seu consum
- Prolifera la informació lligada a pàgines web, cada dia són més els periodistes d'aquests canals

Pautes per a la relació amb els mitjans

- **PRÀCTIQUES CORRECTES**

- Parlar només si es té alguna cosa interessant per explicar
- Definir els missatges que es volen emetre
- Mai mentir
- Mostrar una actitud de col·laboració
- Anticipar les preguntes i les respostes
- No demanar veure la informació abans que es publiqui

- **PRÀCTIQUES INCORRECTES**

- Parlar *off the record*
- Veure el periodista com un enemic
- Vendre “la moto”
- Convertir una pregunta compromesa en alguna cosa personal
- Subestimar el poder dels mitjans
- No respondre les trucades de periodistes

Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

La regidoria de Salut

- La premissa que resum la feina de les regidories de Salut és:

garantir i promoure un entorn i
estil de vida saludables

La regidoria de Salut

- Sota aquesta premissa es troben tots els plans de:

Sensibilització

Prevenció

Educació

La comunicació sobre Salut

- La comunicació de proximitat (món local i comarcal) sobre temes relacionats amb Salut tracta normalment els fets negatius produïts al municipi.
- El portaveu de Salut parla sobre temes negatius amb la premsa o durant les crisis
- S'han de buscar nous temes de comunicació per començar una comunicació positiva, o treballar bé els temes negatius per parlar en positiu de l'acció de govern. Així com dels objectius a mig i llarg termini.

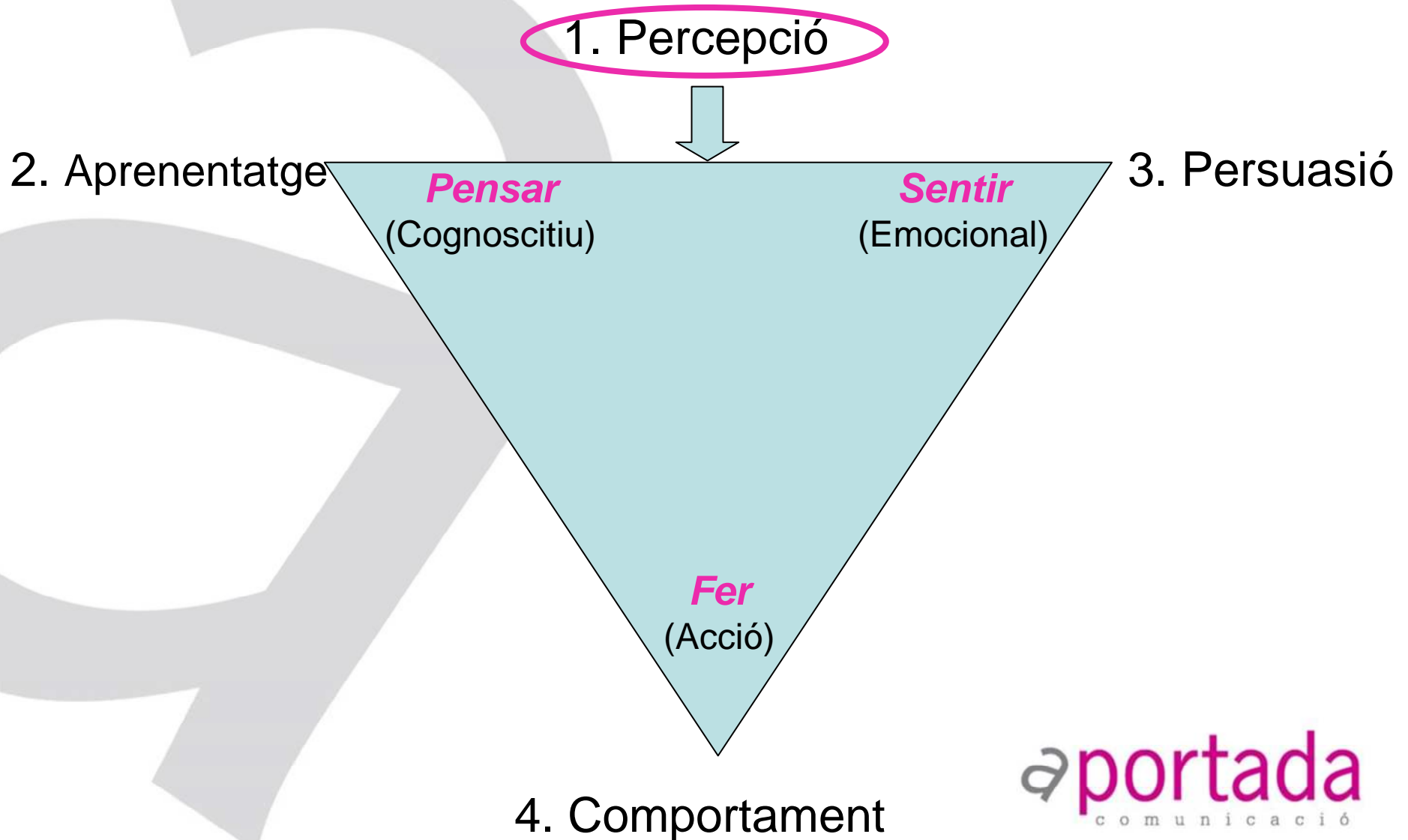
Alguns temes al voltant de Salut



Què fer per comunicar en positiu?

- De tots els temes anteriors podem parlar en positiu, a través de la creació de tallers de conscienciació i programes de prevenció i informació.
- Avançar-nos als problemes amb campanyes dirigides als diversos públics dels nostres municipis milloren la imatge de la regidoria.
- És necessari triar els mitjans de comunicació adequats que arribin als ciutadans i ciutadanes dels municipis, per visualitzar la tasca que es fa des de la Regidoria.

El triangle de l'eficàcia comunicativa



Estratègia: definir quina serà la via

1.Tenir clara la percepció actual: tenint en compte la situació de partida, el missatge polític serà el reflex d'una estratègia per activar en el sentit desitjat el model perceptiu.

2.Trobar un avantatge comparatiu:

(la notorietat sense diferenciació no serveix)

- una competència reconeguda
- una debilitat dels seus adversaris
- es pot construir aquesta competència: només si és rellevant i coherent amb la posició actual en la ment.

Estratègia: definir quina serà la via

3. Expressar-la de manera simple:

Esporgar les ramificacions interpretatives.
Encara més en els mitjans de masses.

4. Consistència:

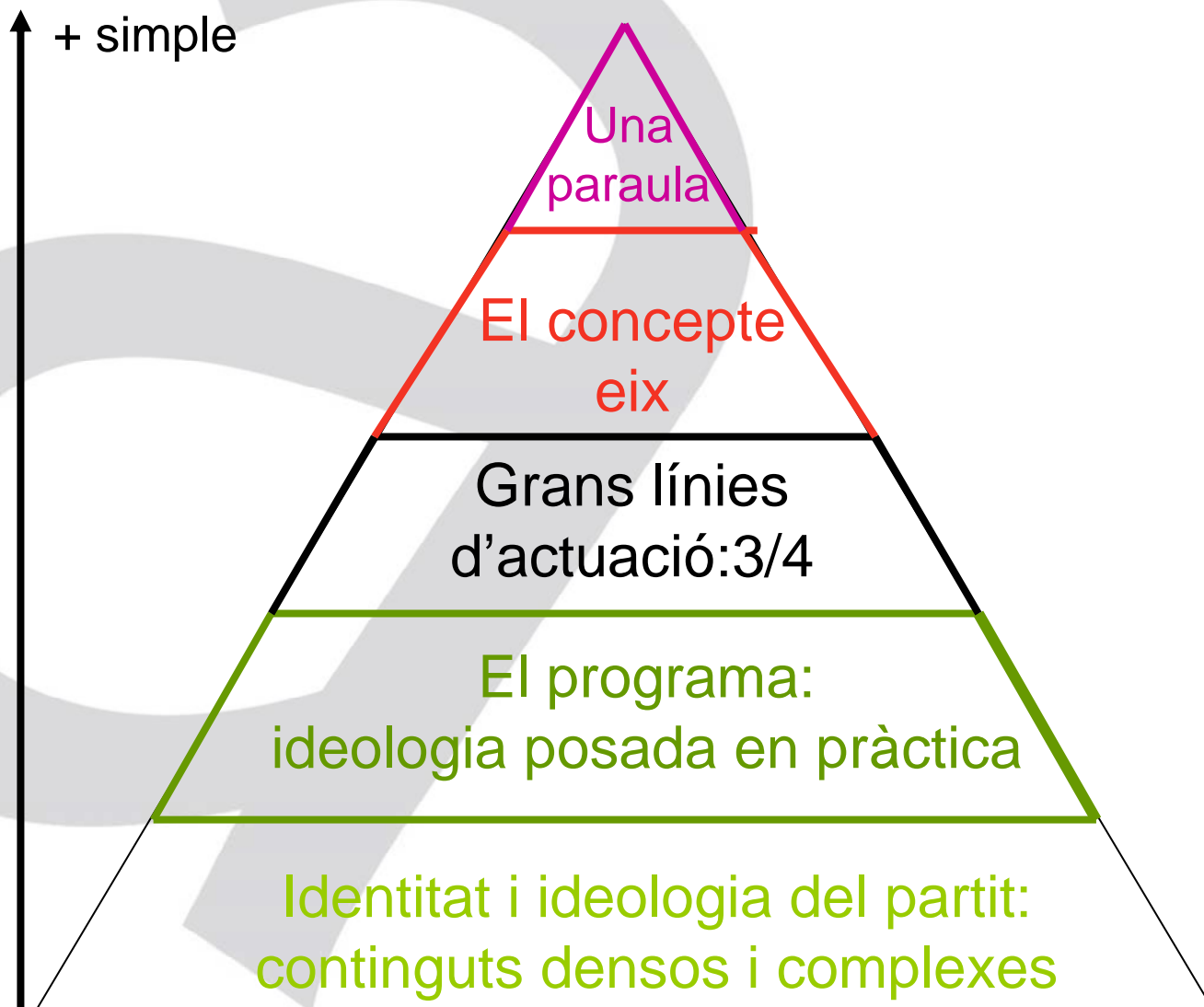
Repetir un missatge central mitjançant totes les comunicacions puntuals.
Tant a nivell d'imatge com de missatge verbal.

5. Coherència:

En política, es toleren encara menys els canvis sobtats: l'opinió es genera en un temps llarg i els canvis generen desconfiança.

La gent no creu en la publicitat, en la política menys encara
LA GENT CREU EN LA INFORMACIÓ D'INTERÈS PÚBLIC

Cal recordar aquesta piràmide:



Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

La comunicació verbal

Les dues potes de la comunicació

El tema

racional

beneficis

igualables

emocional

*Impactant, memorable,
Arribar al cor*

inigualables

La comunicació verbal

- És aquella informació que se centra en els **continguts**, en allò que diem, davant de la no verbal, que tracta **com** ho diem.
- Es basa en els següents requisits:
 - El missatge ha d'estar **estructurat**: clar i concís (sense ambigüitats)
 - Dir allò que podem **argumentar** (amb informació i coneixements)
 - Escollir el **moment oportú per a la comunicació**
 - Tenir **riquesa de vocabulari** (és necessari per a la reiteració)
 - **Adaptar el missatge al context en el qual parlem**

La comunicació verbal

- Quan ens disposem a preparar qualsevol tipus de discurs és fonamental que **reflexionem** sobre quin és el nostre objectiu, és a dir, **què volem aconseguir**, **quin missatge clau hem de transmetre** i a qui ens volem adreçar. En funció d'això, decidim els diferents aspectes que configuraran la nostra actuació.
- Així doncs, el que volem dir es resumeix en tres preguntes bàsiques:
 - Per què o per quins motius em dirigeixo al públic?
 - Què vull aconseguir i quin és el missatge clau?
 - Què desitjo que les persones sentin o facin després?
- És normal que existeixin diverses motivacions de tipus general, però és fonamental que l'objectiu central de la comunicació sigui **concret i assolible** per damunt de tots els altres.
- Hem de procurar que la forma (la posada en escena, l'estil, el nostre vocabulari, etc.) sigui l'adequada per a les característiques dels receptors.

La comunicació verbal

L'audiència:

- **L'audiència té sentiment de col·lectivitat:** una audiència formada per persones amb la mateixa professió és molt diferent d'una audiència genèrica.
- **Les audiències es condicionen entre si:** l'actitud de la majoria farà que la nostra audiència es comporti com un mateix grup.
- **El públic no és abstracte,** sinó que està format per persones que han tingut unes determinades experiències en moments previs a la nostra intervenció. D'aquí la importància de preparar el nostre discurs amb anterioritat i incentivar o motivar el nostre públic constantment perquè els arribi el missatge.
- **Les persones estem acostumades als missatges curts:** fins i tot les notícies tenen una durada màxima aproximada de 2 minuts. Les frases, seguint aquest model, han de ser curtes i ben estructurades.

La comunicació verbal

Tipus de comunicació verbal:

a) El discurs

- Abans d'iniciar qualsevol tipus de comunicació, és imprescindible tenir **coneixement i domini** sobre el tema. L'audiència ens pressuposa **experts** sobre el què diem. Un **coneixement ampli del tema en qüestió dóna seguretat en el discurs**.
- Una vegada documentats, hem de posar ordre als nostres coneixements. L'estructura, doncs, adquireix molta importància per transmetre correctament el missatge. Els **tipus d'estructura** més utilitzats són:
 - **Problema / Solució** (descriure, examinar i presentar solucions),
 - **Cronològica** (origen, desenvolupament i situació actual),
 - **Teoria / Pràctica** (primer expliquem la teoria i després es mostra com s'aplica a la pràctica).

La comunicació verbal

Claus d'èxit en el discurs:

- **Distingir clarament l'objectiu i la intenció** del missatge que es donarà.
- Estar **ben organitzat**: donar la informació de manera estructurada.
- **Limitar els temes que es tractaran**, perquè: si es volen transmetre massa missatges o dades a la vegada és fàcil que es perdi el missatge clau.
- Expressar cadascun dels elements en **frases curtes**, en lloc d'oracions compostes i sense final.
- És recomanable **ser creatiu en el discurs** per captar l'atenció de l'audiència i fer més atractiu el discurs.
- **Vocalitzar amb claredat** i oferir un discurs pausat però no tediós.
- **No fer perdre el temps**, sinó donar informació rellevant, ser sintètics, estructurar bé el discurs i reiterar el missatge clau.
- **Saber qui és el nostre públic** i emfasitzar aquells punts del nostre missatge que poden resultar d'interès a l'audiència que ens escolta.
- **Conèixer el tema a fons**, sense caure en excessius tecnicismes.
- Quan comuniquem **la idea més important** del nostre discurs, fem-ho saber a l'audiència.
- **Avisar que acabem** perquè així tornarem a captar l'atenció del públic i resumirem els aspectes principals del discurs i emfasitzar el missatge central.

La comunicació verbal

b) El debat

- El debat és una controvèrsia oral entre diverses persones. El debat es caracteritza per estar emmarcat dins d'un entorn competitiu. És de caràcter estàtic (no hi ha canvis d'opinió durant el transcurs del debat). El moderador és l'encarregat dels torns, temps, ordre, temes i correcte transcurs del debat.
- Claus d'èxit:
 - **Ampli coneixement** del tema que es tracta, cal estudiar tots els punts (tant els que defensem com els que no).
 - **Reiterar** els nostres punts de vista.
 - **Tenir preparat l'argumentari** de respostes als temes a tractar.
 - **No cridar, ni perdre els nervis:** perdrem credibilitat.

La comunicació verbal

c) El diàleg

- El diàleg és un mètode de conversa oral participativa, de grups reduïts. La conversa és el mitjà més important que tenim per comunicar-nos oralment. Cal escoltar i respectar el torn de paraula. Hem d'entendre allò que se'ns comunica, interioritzar-ho, comprendre-ho, traduir-ho i donar una resposta argumentada.
- Saber escoltar enriqueix la comunicació, ens permet donar punts de vista i establir un veritable diàleg.
- Claus d'èxit:
 - Promoure **intercanvi d'idees**, apreciacions i raonaments.
 - **Escoltar** l'interlocutor
 - Domini del **llenguatge no verbal**

La comunicació verbal

d) La taula rodona

- La taula rodona es caracteritza per ser un **col·loqui entre especialistes** sobre un tema específic. Els participants solen estar a banda i banda del moderador establint diversos grups d'opinió.
- Cada participant farà ús de la paraula durant aproximadament 10 minuts. Durant aquest període de temps el nostre **argumentari** ha d'estar **clarament estructurat** i cal fer **èmfasi** en la idea o **tesi central** de la nostra exposició.
- Un cop finalitzada la taula rodona, el coordinador farà un resum de les idees principals i li donarà la paraula a l'auditori, que plantejarà les preguntes.

La comunicació verbal

e) L'entrevista

- És una forma de comunicació oral de persona a persona, que requereix la presència física dels participants.
- Claus d'èxit:
 - **Assegurem-nos d'haver entès bé la pregunta:** si no n'estem segurs, demanarem que ens la repeteixin.
 - **No respondrem precipitadament** ni farem diàlegs amb allò que ens pregunten. Si insisteixen, respondrem breument.
 - **Observarem qui ens pregunta** (to, gestualitat) per enfocar la forma més adequada de contestar-li.
 - Davant d'una **pregunta massa vaga**, respondrem concisament en termes generals.
 - **Evitarem la pregunta que interessa a una sola persona**, relacionant-la, si és possible, amb una causa general.

La comunicació verbal

e) L'entrevista

- Claus d'èxit:

- **Si desconeixem alguna resposta**, ens excusarem amb un “em falten dades per poder contestar” o simplement argumentem el desconeixement i ens comprometem a informar-nos i a fer arribar una resposta.
- **No ridiculitzarem la persona ni la pregunta** que se'ns està fent: la tractarem amb respecte.
- En el cas d'un tema que no coneixem amb profunditat, **no hem de contestar mai de manera defensiva**. Hem de respectar i, si pot ser, acceptar els arguments contraris.
- Si **no dominem un tema** cal intentar evitar-lo i no defensar-lo reiteradament amb punts dèbils.
- **Si rebem una crítica molt forta** per la nostra exposició, no ens ho hem de prendre de manera personal. Contestarem sense agressivitat, procurant donar respostes a les crítiques amb dades i elements objectius.

La comunicació verbal

e) L'entrevista

- **Tipus d'entrevistes:**

- **Dirigida:** amb preguntes i respostes orals o mitjançant un qüestionari. L'objectiu és aportar informació per l'entrevistador.
- **No dirigida:** l'entrevistador dóna peu a la persona entrevistada perquè parli d'allò que vulgui i expressi els seus pensaments amb llibertat.
- **De pressió:** s'utilitzen preguntes de forma brusca perquè la persona entrevistada es posi nerviosa, es confongui i acabi cedint.
- **Mixta:** la combinació de dues o més tècniques que les que hem comentat abans.

A l'entrevistat NO li convé

- ❖ Demanar el qüestionari prèviament
- ❖ Treure una gravadora pròpia
- ❖ Excedir-se en el tracte de confiança amb el periodista
- ❖ Titllar al periodista d'ignorant, o enfrontar-s'hi
- ❖ Mentir
- ❖ Demanar el text abans que es publiqui

SÍ és convenient

- Preguntar al periodista sobre els seus temes d'interès
- Permetre l'ús de gravadora
- Tractar al periodista amb amabilitat i neutralitat
- Corregir coses inexactes de les preguntes amb amabilitat, però fermesa
- Dir que no es recorda una dada
- Oferir-se al periodista per a resoldre qualsevol dubte que li surti amb posterioritat al moment de l'entrevista

Recomanacions generals

• Cal tenir una actitud positiva

- Preparar-se a consciència
 - Tenir respostes preparades
 - Documentar-se sobre el mitjà i el periodista
 - Assajar i decidir els missatges clau que es volen donar
- Tenir en compte el punt de vista del públic, no el de la institució (vocabulari senzill)
- No dir res que no vulguem que es publiqui

Què fer amb les preguntes hostils?

Resposta
mínima a
la pregunta

CONSTRUIR UN PONT

Col·loca
els teus
missatges

- “El més important per als ciutadans és...”
- “Deixi’m que comentí un punt que crec que és important...”
- “Crec que és més important X que Y. Pel que fa a X...”
- “No és el moment de cercar culpables, sinó de treballar per millorar aquesta situació”

Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

La comunicació no verbal

Factors no associats al llenguatge verbal

- Es basa en els següents elements:
 - El **to**
 - El **volum**
 - La **rapidesa en parlar**
 - La **pronunciació**
 - Els **silencis**, les **pauses**
 - El **ritme** i la **fluïdesa** (sons, prolongacions, etc.)
- I en altres **factors de comportament** com ara:
 - **L'expressió facial**: reflecteix l'estat emocional. Sabrem si la persona ens entén o no per la seva expressió.
 - **La mirada**: expressa emocions. És molt important saber mantenir la mirada durant la nostra conversa, sense arribar a establir una mirada fixa que pot resultar incòmoda. No mirar pot mostrar falta d'interès.
 - **La postura**: la postura és molt important, quan parlem és essencial gesticular i moure'ns per comunicar millor, sense sobreactuar, i emfasitzar els punts importants del nostre missatge.

La comunicació no verbal

El llenguatge gestual

- Constantment transmetem missatges mitjançant el llenguatge oral o l'escrit, però la paraula està lligada a un pensament fet amb imatges, emocions i sensacions que solem expressar a través del llenguatge gestual.
- El llenguatge gestual diu molt de nosaltres. Diversos estudis afirmen que un **altíssim percentatge de les nostres comunicacions no són verbals**. Els gestos ens acompanyen sempre i els solem repetir, ja que formen part de la nostra persona (els punys tancats, el cos que es tensa, el moviment de les cames, els silencis, etc.).

La postura corporal

- En moltes ocasions parlar drets no dependrà de nosaltres. No obstant això, en determinades circumstàncies podrem alterar el que està previst; per exemple si estem asseguts i part del públic no ens veu, convé aixecar-se.
- Tant asseguts com drets hem d'evitar les “formes no comunicatives”, com ara:
 - Formes rígides: és necessari que l'orador mostri vida. Això significa moviment.
 - Les formes febles: hem d'evitar les actituds laxes i encorbades; l'aspecte indolent, el cansament i la falta d'entusiasme en allò que estem comunicant.

La comunicació no verbal

Consells per seure correctament:

- Seure còmodament, sense recolzar-nos sobre la taula ni desaparèixer al darrere.
- Mantenir els braços sempre a sobre la taula.
- Si els peus o les cames estan de cara al públic (o a la vista), haurem d'evitar moviments que distreguin l'atenció del tema principal.
- Evitar les mans tancades, els braços o les cames creuades.

Consells per a compareixences drets:

- No estar immòbil, hem de moure'ns amb naturalitat
- No donarem mai l'esquena al públic mentre parlem, encara que estiguem escrivint en una pissarra.
- En una compareixença que tingui com a objectiu mobilitzar la gent a fer alguna acció, convé estar drets.
- Controlar els moviments del cos, provar que siguin fluïts i naturals.

La comunicació no verbal

SECRETS **posturals**:

- **No tenir mai les extremitats creuades**: denota “tancament”, no estar disposats a contestar allò que se’ns pregunta.
- **Deixar de mantenir la mirada**, ja que significarà que no ens interessa el que ens diuen.
- **Els dits formant un arc** (una mà al damunt de l’altra) denota que la persona té confiança en si mateixa, denota superioritat i coneixement d’un tema (en canvi els dits encreuats denoten frustració).
- **Els palmells de la mà cap a fora** s’associen amb l’honestedat, la veritat, la lleialtat i la deferència. Quan algú comença a confiar en els altres, exposa els seus palmells.
- **Com més altes tinguem les mans, més negativa** serà l’actitud del contrari.
- **Si donem la mà amb el palmell cap a baix** i prenem la iniciativa en la salutació significarà que nosaltres **portem el domini** de la situació. En el cas contrari, atorguem el poder a l’altre.
- **La mirada fixa pot provocar agressivitat i incomoditat**. L’interlocutor tendirà a apartar la vista.

La comunicació no verbal

El desenvolupament de les nostres **habilitats no verbals**

- Dependrà del següent:
 - **Motivació:** com més ganes tinguem d'adquirir habilitats no verbals, més oportunitats tindrem de fer-ho. Aquestes habilitats ens ajudaran a millorar tant professionalment com en la vida personal.
 - **Actitud:** les persones solem participar en situacions d'aprenentatge amb actituds productives o improductives. Encara que estiguem motivats, les actituds improductives durant la situació d'aprenentatge en reduiran el resultat.
 - **Coneixement:** el desenvolupament o reforç de qualsevol capacitat depèn en part de la naturalesa i de la nostra capacitat en qüestió.
 - **Experiència:** no es poden aprendre aquestes habilitats estant aïllat. La pràctica és la que ens ajudarà a desenvolupar aquestes capacitats. Com més amplia sigui l'experiència, més gran serà la nostra capacitat d'aprenentatge.

La comunicació no verbal

Alguns significats del llenguatge corporal:

ACTE	SIGNIFICAT
Menjar-se les ungles	Inseguretat
Seure amb els braços rere el cap	Seguretat en sí mateix, superioritat
Entrellaçar els dits	Autoritat
Palmell de la mà obert	Sinceritat, franquesa
Moure's constantment	Nerviosisme
Braços creuats a l'altura del pit	Actitud defensiva
Gratar-se les mans	Impaciència

L'actitud davant dels mitjans

- **La televisió**

Per sortir a televisió cal tenir en compte l'aspecte físic. Tot seguit us donem alguns consells.

HOMES:

- Dur camisa blau clar, beix o de tons suaus, sempre llisos. No anirem mai vestits de blanc ja que és possible que es distorsioni la nostra imatge a causa de la il·luminació del plató. A més a més, el blanc no queda bé a càmera.
- Evitar robes de ratlles o de quadres petits ja que també correm el risc que es distorsioni la imatge.
- Portar mitjons foscos, llargs.
- Afaitar-nos abans de l'aparició en pantalla.
- Un cop maquillats, anem en compte de no tocar-nos. Si el to de maquillatge de la cara és molt diferent al to natural de les mans, demaneu que les maquillin també.
- A la sala de maquillatge, aprofitem per pentinar-nos si no ho fan prèviament.

DONES:

- A part de la norma de colors pels homes, eviteu també els estampats molt vistosos.
- Joies moderades: no portar moltes joies ja que poden distreure l'atenció i si brillen molt provocar reflexes a càmera.
- Evitar maquillatges excessius o pentinats molt carregats. Cal mostrar una imatge atractiva, però natural, perquè això ens farà més propers a l'audiència.

L'actitud davant dels mitjans

- **La televisió**

Quan sortim per la televisió hem de tenir en compte el següent:

- Si estem asseguts, hem d'estar rectes i inclinats cap endavant. No ens hem de recolzar al respall de la nostra cadira.
- Si ens entrebanquem o necessitem pensar la resposta, un vas d'aigua ens ajudarà.
- Mantenir la vista cap a la persona que ens està fent l'entrevista.
- Respondre ràpidament (tot i que farem pauses abans de la pregunta) i de manera sintètica, no necessitem respostes llargues i confuses.
- Si estem tractant temes molt tècnics cal utilitzar termes senzills, perquè tothom ens pugui entendre. De vegades les analogies ens serviran per fer-nos entendre millor.
- No utilitzarem el nostre mocador ni ens netejarem la suor del front quan estem en directe.
- És convenient no adreçar-nos directament a les càmeres de manera molt òbvia.
- Causar una impressió més bona quan no es persegueix obertament aconseguir-ho. És a dir, si és possible, hem de semblar tan espontanis com sigui possible. Això provoca tranquil·litat i credibilitat.

L'actitud davant dels mitjans

- La ràdio

- És indispensable tenir una bona imatge, no només en la nostra vida personal, sinó també en gran mesura davant dels mitjans. Al cap i a la fi, els periodistes poden transmetre, davant nostre o a posteriori, les seves impressions sobre nosaltres, i la imatge hi juga una influència important.
- A la ràdio, la comunicació no verbal només ens servirà per causar “empatia” amb la persona que ens entrevista, però hem de tenir en compte que l'oïdor no percebrà directament la nostra gestualitat. El més important a la ràdio és la vocalització i reiteració del missatge clau, així com el to de veu i les pauses. Els oïdors perdran interès si no ens entenen perquè no separem frases ni idees.
- Per una bona comunicació a la ràdio cal tenir en compte la importància de la paraula. El llenguatge radiofònic no se circumscriu només al llenguatge verbal, però sí cal afirmar que la creativitat expressiva en la ràdio no s'ha de centrar només en efectes sonors o música. La paraula radiofònica és una paraula imaginada que es val dels sentits de l'oïdor per crear missatges.

L'actitud davant dels mitjans

- **La ràdio**

Caldrà evitar sobretot:

- Monòlegs: podem sonar repetitius i causar l'avorriment de l'oïdor. No és gens aconsellable.
- Les frases interminables: cal seguir dues regles d'or:
 - subjecte + verb + predicat (evitar les frases subordinades i les coordinades)
 - una idea – una frase
- Llegir: és evident que portarem un guió de temes per comentar, però és molt important no donar la sensació d'estar llegint. Si llegim, a més, acostumem a oferir un discurs més avorrit. Cal improvisar seguint les següents normes:
 - no parlarem d'allò que no coneixem
 - no ens sortirem del tema
 - cal aprendre a alliberar-se físicament

L'actitud davant dels mitjans

L'off the record

- Qualsevol cosa que diguem a un periodista i que no vulguem que surti als mitjans amb el nostre nom farem ús d'un dels nostres drets: *L'off the record*. El periodista, seguint el seu codi deontològic, ho ha de respectar escrupolosament.
- Cal destacar que molts periodistes utilitzen *l'off the record*, les filtracions o els rumors com a punt de partida per començar a investigar. Per tant, és important **provar d'evitar-ho** si no és que volem promoure aquesta recerca.
- Aquests aspectes són importants per estudiar la relació entre el periodista d'investigació i nosaltres (la font). El periodista d'investigació viu, en funció d'una constant persistència a explicar allò que algú vol ocultar. Tot i això, un periodista no trencarà *l'off the record*, ja que llavors posa en perill la font d'informació i això acaba amb la credibilitat del periodista.

Índex

1. La comunicació
2. Els mitjans de comunicació
3. La comunicació sobre “Salut”
4. La comunicació verbal
5. La comunicació no verbal
6. Conclusions

Conclusions

- Si interioritzem la informació d'aquesta presentació, estem preparats per, amb la pràctica, assolir la nostra fita: **SER UNS BONS COMUNICADORS**.
- Sobretot cal tenir una **actitud positiva** i **entendre allò que el nostre públic intern i extern, els possibles votants o la premsa espera de nosaltres**.
- La millor forma d'arribar a perfeccionar-nos i aprendre és efectuant una **autoavaluació constant** de les nostres ponències, presentacions, gestualitat, etc. No hem de tenir por de l'autocrítica, això ens ajudarà a ser més rigorosos. Si ho fem, ens servirà per millorar constantment i esdevenir uns experts en tècniques de comunicació.
- **ES POT APRENDRE A SER UN BON COMUNICADOR, NOMÉS CAL TENIR LES EINES I ELS CONEIXEMENTS NECESSARIS PER TREBALLAR AQUEST APRENENTATGE.**

Conclusions

La comunicació té com a objectius:

Sensibilitzar, educar i prevenir



Provocar una experiència, emoció i reflexió

Provocar un canvi

Informar, servei públic