

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa
hobetzeko estrategiak eta tresnak

Bideratzailea: Xabier I. Bañuelos Ganuza

ONDORIOAK



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

ENPLEGU ETA GIZARTE
POLITIKETAKO SAILA
DEPARTAMENTO DE EMPLEO
Y POLÍTICAS SOCIALES



BOLUNTARIOTZAREN
EUSKAL KONTSEILUA
CONSEJO VASCO
DEL VOLUNTARIADO

Topaketak Euskal Autonomia Erkidegoko erakunde sozialetako komunikazio-arduradunekin

2014ko maiatzaren 20, 21 eta 22ko saioak, eta ekainaren 26ko saioa

Bideratzailea:

- Xabier I. Bañuelos Ganuza

Erakunde sustatzaileak

- Boluntarioen Euskal Kontseilua
- Eusko Jaurlaritza. Enplegu eta Gizarte Politiketako Saila

Aurkibidea

Lanerako plana 2. or.

Saioen garapena 4. or.

Diagnostikoa 6. or.

Beharrak 14. or.

Estrategia komun baterako proposamenak 16. or.

ERANSKINA. Lanerako plana 18.or.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa

obetzeko estrategiak eta tresnak

1- Lanerako plana

Definizioa eta hartzaileak

Kanpoko komunikazioari buruzko lan-saioak, Euskal Autonomia Erkidegoko erakunde sozialetako komunikazio-arduradunentzat.

Justifikazio soziala

Erakunde sozialek lan egiten duten guneean horiek duten eragina aztertzen duen ikerketa globalik ez dugu uste dagoenik gure inguruan. Horregatik zaila da mapa bat, modu zorrotzean, marraztea; horrela, mapa horren bidez zehaztu ahal izateko mugimendu sozialak erakundeen, herritarren eta hainbat eragile sozialen artean duen eragina, eta horien artean ezartzen diren botere- eta lankidetzaren harremanak; eta, era berean, zaila da gabeziak konpontzeko garaian bideratuko gaituen beharren corpus orokor bat zehaztea baita ekintza eraldatzailea sustatzen duten iritzi-egoerak sortzeko eragile sozial horien gaitasuna handitzea ere.

Baina, badaude sektoreko azterketa batzuk, diagnostiko partzial batzuk edo gai horietan aritzen diren erakunde zehatz batzuei buruzko diagnostiko partzial batzuk ere, eta horiek guztiek bat egiten dute kanpoko komunikazioak duen garrantziaren inguruan, eragin sozialerako duten gaitasuna aktibatzeke, garatzeko eta sendotzeko. Ideia hau, gainera, behin eta berriz agertzen da mugimendu sozialen egoera aztertzeko antolatzen diren foroetan; nahiz eta, ez den ezartzen estrategia komunik, ez pausoak ordenatzen ezta erakundeen helburuei, aldarrikapenei, proposamenei eta lanari ikusgaitasun handiagoa ematen dien tresna partekaturik gaitzen ere.

Boluntariotzaren Euskal Kontseilua, «2013-2016 aldirako Boluntariotzaren Euskal Estrategiaren» esparruan, pauso bat ematea proposatu da erakundeen egoera komunikazionala eta erakunde horiek duten garrantzi komunikatiboaren pisu zehatza zein den jakiteko. Hori dela eta, erakundeetan komunikazio-eginkizunak egin behar dituzten pertsonen arteko gogoeta-topaketa batzuk egitea proposatu da, diagnostiko batean sakontzeko eta etorkizun komun bat izateko helburuarekin.

Helburuak

- 1.- Erakunde sozialetako kanpoko komunikazio-arduradunen artean topaketa- eta gogoeta-puntu bat sortzea.
- 2.- Erakunde sozialen egoera komunikazionalari buruzko diagnostiko komun batean aurrera egitea.
- 3.- Mugimendu sozialaren ikusgaitasuna izateko estrategia komun batean aurrera egitea.
- 4.- Erakundeen eginkizun komunikatiboa eta eragin soziala hobetzeko beharrak eta tresnak identifikatzea.

Edukiak

Zerrenda hau landu daitezkeen gaien adierazgarri soila besterik ez da. Ez du baldintzatzen, ez dago itxita eta saioek aurrera egin ahala planteatzen daitezkeen gaiak ez ditu baztertzen.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

- .- Erakundeen *statu quo* komunikatiboari buruzko eta beraien eraginari buruzko autopertzepzioa.
- .- Komunikazio-sistema efikaz bat kudeatzeko barne-arazoak.
- .- Erakundeen mezuen translazioa egiteko barne-arazoak.
- .- Komunikabideak: aliatuak edo etsaiak?
- .- Komunikazio efikaz bat ezartzeko estrategiak.
- .- Tresna komunikatiboak.
- .- Itunak ekintza komunikatiboan eta eragile sozialekiko lankidetzaren bideetan.
- .- *Lobby* komunikatiboa eta iritzi-liderrak.

Lan-saioak

Topaketak operatiboak izateko, saio bakoitzean, gehienez, 20 erakunde desberdinetako 20 partaide egotea proposatu da. Euskal mugimendu sozialetan pluraltasun eta aniztasun handia dagoenez, ahalik eta ordezkagarritasun handiena lortu beharko da jarduketa- eta bolumen-esparruei dagokienez.

Era berean, lurralde historiko bakoitzeko gutxienez saio bat eta guztia partekatzeko amaierako topaketa bat ezarri dira. Itxierako saio honetan hiru lurralde-topaketetan parte hartu dutenak egongo dira, gutxienez 6 eta gehienez 12. Erakundeak eta horien jatorria *a posteriori* ezarriko dira, saioen garapenaren arabera.

Saioek 4 ordu iraungo dute, itxierako saioak izan ezik, 3 ordukoa izango baita.

Bizkaiko saioa maiatzaren 20an.
Gipuzkoako saioa maiatzaren 21ean.
Arabako saioa maiatzaren 22an.
Itxierako saioa ekainaren 26an.

Ondorioak ekainean egingo dira eta irailean sozializatuko dira.

Saioetan ez da eztabaida saihestuko beharrezkoa denean; baina, gehienbat, izaera diskurtsiboa izango dute; eta horien helburua ezaugarri komun bati buruz ados egotea da. Saioetan parte hartzeko dinamika errazak egingo dira, eta horien bidez, gogoeta, bat etortzea eta emaitzen sistematizazioa erraztuko da.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

2- Saioen garapena

Parte-hartzaileak

Guztira 45 erakundek parte hartu dute (gehienez, 60 erakundek parte hartzea aurreikusia zegoen). Ekintza sozialaren esparruan dagoen aniztasuna modu egokian islatu dute erakundeek, bai jarduketaren eremuen bai tamainaren arabera. Ordezkeri gisa saioetara joan diren pertsonen artean, komunikazioko profil profesionalizatuak dituztenez gain, komunikazio-eginkizunaz gain beste batzuk ere egiten dituzten kideak ere bazeuden.

Bizkaiko saioan egondakoak

- .- Itxarobide elkarte
- .- Desgaitasun intelektualaren duten pertsonen aldeko Uribekosta elkarte
- .- Bizkaiko ASPACE
- .- Bilboko Elizbarrutiko Cáritas
- .- EDE Taldea
- .- Federación Bosko Taldea
- .- Fekoor
- .- FEVAS
- .- FISC lankidetzaren eta garapena
- .- Gaurko nagusia fundazioa
- .- ANESVAD fundazioa
- .- Mugarik Gabeko Ekonomialariak Fundazioa
- .- Futubide-Gorabide Tutoretza Fundazioa
- .- Harresiak Apurtuz

Gipuzkoako saioan egondakoak

- .- Ademgi
- .- Aransgi
- .- Camelamos Adiquerar elkarte
- .- Tratu Txarrak Jasotako Haurren Laguntzarako Euskal Elkarte
- .- Gipuzkoako Aspace
- .- Atzegi
- .- Gipuzkoako Cáritas
- .- Gipuzkoako DYA
- .- Gielmar, Gipuzkoako Elbarriak Martxan
- .- Gipuzkoako Odol Emaileen Elkarte
- .- Gizalde
- .- Gurutze Gorria
- .- Hezkide Eskola
- .- Hurkoa
- .- Izan Fundazioa
- .- Jartokin Etorainen Aldeko Elkarte
- .- Kemen
- .- Nagusilan
- .- Gipuzkoako Itxaropen Telefonoa
- .- Ume Alaia Gipuzkoa
- .- Unicef

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

Arabako saion egondakoak

- .- AEMAR
- .- Arabako Aspace
- .- ASPANAFOHA
- .- ASPASOR
- .- Arabako Hiesaren Aurkako Herritarren Batzordea
- .- GGKEen koordinakundea
- .- Arabako Gurutze Gorria
- .- Euskal Herriko Eskautak
- .- Fevapas
- .- Prestaturik
- .- Sartu

Lan-metodologia

Lan indibiduala taldeko lanarekin konbinatu da eta partekatzeak ere konbinatu dira (ikus eranskina). Pertsona bakoitza aurkeztu egin da, eta, ondoren, bere erakundeari eta egiten duen lanari buruzko azalpenak eman ditu (inolako murrizketarik gabe); jarraian, analisi-lana eta proposamenak egin dira.

Hiru dinamika egin dira, hiru mailatako zehaztasunarekin. Horregatik, gai partikularretatik orokorretara pasa dira, eta errealitatea nahiz arazoak irudikatzen baterako lan-proposamenak egitera pasa dira. Horrela, hasieran, erakunde bakoitzaren egoera komunikatiboa banaka aztertzen hasi dira eta, ondoren, taldean lan egin dute bat datozen alderdiak eta alderdi bereizleak zein diren zehazteko. Gero, AMIA baten bidez, erakunde sozialek duten egoera komunikatiboari eta beraien barne-dinamiketako beharrei buruzko diagnostiko bat ezarri da.

Bigarren dinamika batean, hiru kategoriatan mugatu den ingurunea aztertu da: inguru sozialari buruzko ikuspegi orokorra, komunikabide klasikoak eta informazioaren nahiz komunikazioaren teknologiak.

Azkenik, faserik operatiboenera pasa dira partaideak, eta fase honetan, zehatz daitezkeen proposamenak egitea izan da helburua. Zailtasun bakoitzeko proposamen bat egitea eskatu da. Ondoren, eremua gehiago ireki da proposamen gehiago egiteko, inolako mugarik gabe. Amaieran, banaka aztertu dira, gaur egungo testuinguruan eta epe ertainean, bideragarritzat jotzen direnak bakarrik hautatzeko.

Parte-hartze maila

Parte-hartze maila ezin hobea izan da, eta saioetan izan diren pertsona guztiak fase eta dinamika guztietan inplikatu dira. Gainera, giro adeitsu, begirunetsua eta diziplinatua lortu da. Partekatzeak arinak eta aktiboak izan dira, eztabaidarako uneak izan dira, baita ñabardurak ere, eta adostasunerako joera orokorra egon da. Hiru saioak luzatu egin behar izan dira 20 minutuan.

3- Diagnostikoa

Erakunde sozialek duten egoera komunikazionalaren egungo errealitatea adierazten duen diagnostiko komun bat lortzeko helburuarekin gogoeta egin da, bai barneko esparruan bai kanpokoan. Lehenengoan, edukiak sortzeko eta horiek mezu efikaz bihurtzeko gaitasun endogenoa definitzen duten elementuak aztertu dira, erakundeetako dinamikarengatik izaten dituzten zailtasunak ere aztertu dira. Modu berdintsuan, bigarren arloan erakundeen mezuak transmititzea zailtzen edo laguntzen duten elementu-gakoak (erakundez kanpokoak) baloratu dira. Nabarmendu behar dugu topaketetan sare sozialaren ezaugarria den aniztasuna islatzen ahalegindu dela bai tamainan bai landa-lanean, baliabideetan edo erakunde-ereduetan. Horrela, erakundeen arteko aldeak agerian jarri dira, gehienbat, bi faktorerengatik; bata, erakundearen tamaina eta, bestea, erakundearen baliabideak. Hori dela eta, handienek edo baliabide gehien dituztenek kanpoko komunikazioko lana hobeto antola dezakete; eta, ondorioz, komunikabideetan tarte handiagoa dute. Hala ere, sektoreko egoera globala baloratzerako orduan, ez da egon aipatzeko moduko desadostasunik.

A/ Barne-azterketa

Erakundeen barne-egoera aztertzean agertzen diren hainbat elementu ordenatuz gero, erakundeak sailkatzeko bost kategoria ezar daitezke.

1.- Erakundearen kultura

Boteretsua da; baina, aldi berean, kontraesankorra, partaidetzako sarearen ereduetan eta erakunde sozialen barnean eragina duen kultura da eta gakoa izan daiteke kanpoko komunikazioarekin duen harremana ulertzeko.

Nabarmentzen den lehenengo gauza da erakundeak jakitun direla eragin sozial eraldatzailea sortzeko gaitasuna duen indar komunikatiboa dutela, konbentzimendu hori hainbat elementutan oinarritzen da. Batetik, lan egiten duten alorretako errealitate sozialak zein diren ondo dakitelako eta errealitate horiekin zuzeneko harremana dutelako, baita errealitate horietako protagonistak diren pertsonekin ere. Hori dela eta zuzeneko iturri bihurtzen ditu, baita ingurunearen nahiz errealitatearen arteko ezinbesteko bitartekari ere. Horri guztiari erantsi behar zaio frustraziorako duten tolerantzia handia, ideiak partekatzen dituztela eta bokazioa daukatela, hau da, erakundeetako kideen loturan ez du ekonomiak gobernatzen baizik eta ideologiak, benetan sinesten da egiten den horretan; horregatik, mezuak adierabakarrekoak dira eta pertseberantzia ohiko tresna bat da.

Hala ere, horren aurrean, mugimendu sozial atomizatu bat dagoela egiaztatu da, erakundeen arteko lotura ahul eta eskasak dituen. Kezka ez du sortzen erakundeen kopuruak baizik eta harreman sendoak eta errazak ezartzeko gaitasun ezak. Izan ere, ondorioz, kasu askotan, beste arazo sozial batzuen berririk jakin gabe jarduten dute eta, batzuetan, beharrezkoa ez den lehia sortzen da eta informaziogunean egoteko faltsukeria. Horrek, gainera, komunikabideetan eskaera gehiegi egitea ekar dezake; komunikabideek eskaerak loturarik gabe jasotzen dituzte eta, horregatik, sare sozial integratu batetik kanpo daudela hautematen dute. Hori dela eta, une oro, azpimarratzen da mugimendu sozialeko erakundeen edo, nahiago bada, hainbat mugimendu sozialen arteko sareak, sinergia eta aliantzak egiteko beharra dagoela, eta hori hainbat alorretan eta unetan garatu da; baina, lortutako arrakasta oso desberdina izan da.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

Horri guztiari, erakundeen izaerari berari, erakunde horien zergatiari eta justifikazio sozialari eragiten dion paradoxa bat gehitzen zaio. Erakundeen izateko arrazoia, normalean, beraien funtzio eraldatzailea da, hein handi edo txiki batean, eta konpromiso handiagoa edo txikiagoa izan ohi dute; salbuespenetan izan ezik, bai baitakite jarrerak eta balioak aldatu behar dituztela, eragiten den egoeretan aldaketa iraunkorrek sortzeko. Hala ere, aldaketa-prozesuak sustatzeari baino zerbitzuak mantentzeari ematen zaio lehentasuna; gainera, nolabaiteko instituzionalizazio-maila bat dagoela salatu da, eta horrek batzuetan, sortze-balioak galdarazi ditu; ondorioz, erakundearen eta bere mezuen jarduerak galdu egin du errealitatearekiko harremana edo kudeaketa hutsak horrenbesteko garrantzia du, parte hartzeko helburua eta helburu eraldatzailea galdu egin direla.

Bestalde, badirudi erakundeek ez daukatela inolako sen komunikatiborik. Badakite komunikazioak garrantzia duela eta erakundeetako kideek (efikazak izan nahi badute) komunikatzeko halabehararen aurrean jarrera positiboa daukate; eta, areago, badakite komunikazioa barne-kohesiorako tresna baliotsua dela, eta hori gabe, halabeharrez, hainbat disfuntziotara bideratuta daudela. Baina, badirudi guztia maila teorikoan egiten dela edo errealitatean asmoak adierazten direla soilik; zeren, errealitatean, lehentasunak ezarri behar direnean, komunikazioa halabeharrez bigarren mailara pasatzen da. Salbuespenetan izan ezik, ez da komunikazioaren aldeko apusturik egiten, ikuspegi partziala eta erredukzionista baten bidez ulertzen da guztia, komunikazioari zeharkako ardatzaren eta ardatz estrategikoaren kategoria eman gabe. Horrek esan nahi du komunikazioak behar dituen baliabideak ez ematea, ezta giza baliabiderik ezta baliabide teknikorik ere. Aipamen berezia merezi du zuzendaritza-koadroek komunikazioarekiko duten konpromiso ezak, komunikazioa elementu instrumental batera baztertzen baitute. Jarrera honen arrazoi nagusia kudeatzaileek politika komunikatibo zuzen baten aukerei nahiz abantailei eta erakundeko behar komunikazionaleri buruzko erabateko ezjakintasuna izatea dela nabarmendu da.

Komunikazioa modu eraginkorrean txertatzeak erakundeen dinamikan nagusi diren parametro batzuk egiaztatzea, ikuspegi berriak eta belaunaldien arteko aldaketak ekarriko lituzke; baina, sarritan horrek guztiak sustatzen dituen nagikeriarekin berarekin topo egiten da. Hori guztia berriz ere paradoxikoa da, zeren kasu askotan mugimendu soziala berrikuntzaren iturria eta motorra da; baina, egia dena da, egitura zurrun, piramidal, hierarkiko eta malgutasun gutxikoek barne-aldaketetarako iragazgaitzak izateko joera dutela. Horrela, komunikazioa gehitzeak eta komunikazioa erakundearen barrena zabaltzeak esan daiteke kideek erakundeko ikuspegi, helburu eta ekintzarekiko duten inplikazioa handitzen dituela.

Halaber, nabarmendu beharra dago, bitxiki, erakundeen antolamendu-kulturatik kanpo dagoela administrazioaz bestelako edo baliabide ekonomikoak eskuratzearekin zerikusia duen eragile sozialekin lan egitea. Hau guztia ez dago komunikabideekin egin beharreko lanetik urrun. Ez dago komunikabideekin lan egiteko ohiturarik eta erakundeek ez dakizkitez komunikabideen lan egiteko moduak, erritmoa eta beharrak ezta erakundeek komunikabideetan eragiteko gaitasuna duten gaitasuna zein den ere.

2.- Finantzaketa

Gaur egun krisi ekonomikoak, gai sozialetako murrizketek eta erakundeetako sarrera-jaitsierak lehen aipatutako alderdi batzuk modu dramatikoan areagotzen ditu. Baina, egoera zehatzetatik harago, komunikazioari dagokionez, konstante gisa markatzen diren hiru faktore daude. Batetik, finantzaketa-eredua eskasa da diru-laguntzetan eta partaide ekonomikoen corpus handi batean oinarritzen delako. Horregatik guztiagatik, bestetik, komunikaziora bideratzen diren baliabideen ahultasuna kroniko bihurtzen da, gai honetako lehentasunen aldakortasuna dela eta. Eta, azkenik, gomendatzen ez den erakundearen marka propioa arriskuan jar dezakeen

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

finantzatzailearen markarekiko mendekotasuna sortzen da; ez soilik irudi kontuetan, baita erakundearen muinean ere, erakundeak laguntza edo dirua galtzeko beldurra duenean, deserosoa dena isilean gordetzeko beharra duenean edo jatorrizko ikuspegia, misioa eta helburuak aldatzen dituzten irakaspenean eta jardueretan amore eman behar duenean.

3.- Lan-ereduak

Erakunde sozialen lan egiteko moduaren ezaugarri diren elementu batzuek kanpoko prozesu komunikatiboak erraz ditzakete. Kideek duten moldakortasunagatik eta lankidetzan aritzeko boluntarioak egoteagatik, eta gero eta profil profesionalizatu gehiago egoteagatik, komunikazioko eginkizunak banatu eta kudeatu daitezke, gutxienez, paperean, eta gutxieneko bermekin. Azken urteetan, gainera, boluntarioek edo soldatapeko profesionalak kudeatutako komunikazio-arloak sortzeko joera ezarri da. Horixe da, agian, erakunde handien, ertainen eta txikien arteko aldeak gehien igartzen diren puntua.

Hain zuzen ere, komunikazioa antolatzeko eta IKTeetako tresna berriak (webgunea, sare sozialak, etab.) txertatzen ahalegintzeko pausoak eman dira, baita tradizionalagoak diren beste tresna batzuk ere. Baina, antza denez, errealitateak adierazten digu aurrerapen horiek oso ahulak direla. Komunikazioko arloetan (halakorik dagoenean), bai borondatezko pertsonala egonda bai soldatapeko pertsonala egonda ere, lan-karga handia dago eta erakundeko gainerako arloek ez diote laguntza handirik ematen arlo honi. Taldeak ez dira egonkorak izaten eta bikoiztasunak nahiz iritzi-ugarikotasuna sortzen dira, bozeramaile eraturik edo sistema zentralizaturik ez dagoelako. Gainera, oso arrunta den disfuntzio bat dago. Batetik, komunikazioan prestakuntza duten eta erakundearen lanean hasten diren pertsonak ez dute ezagutzen erakundea, ezta erakundearen espirituarekin eta jardute praktikoarekin bat datozen lan-arlo eta -marjinak ere; bestetik, erakundearen ibilbide bat duten pertsonak edo erakundeko zuzendaritza organoetan daudenek ez dakite zein diren komunikazioaren aukerak ezta komunikazioa nola erabili ere.

Garrantzitsuentzat jotzen den hutsuneetako bat komunikazio-planetan gauzatzen den epe ertainerako edo luzerako estrategia definitu bat ez izatea da. Komunikazioaren arrakasta bermatzen duten gakoetako bat plangintza da; eta, hala ere, hori aukera-kolpez egiten da hein handi batean, inprobisatuta eta komunikabideek eskatzen dutenaren arabera. Ekintza komunikatiboko ekimena eskasa da; hori dela eta, ez dago informazio egonkorraren fluxurik.

Bestalde, badirudi ez dela ulertzen komunikazioa emaitzak epe ertainean ematen dituen jarduera denik; eta, epe luzean zaila dela kuantifikatzea eman ditzakeen emaitzak. Horregatik, komunikazioari ezin zaio eskatu emaitzak berehala ematea, bere tresnengatik eta edukiengatik. Honek guztiak atsekabea sortzen du eta, askotan, epe laburreko gastua dela uste da, etorkizunerako inbertsio bat dela uste izan beharrean.

Azkenik, erakundearen artean inguruko sistema mediatikoei buruz ezjakintasuna handia dago, eta, askotan, topikoekin eta ideia faltsuekin ordeztzen da. Erakundeek ez dakite ezer komunikabideetako erritmoei eta tempoei buruz, ezta komunikabideetako hizkuntzei, interesei eta abarri buruz ere. Ondorioz, komunikabideetan gure mezuak agertzen direnean, mezu horiek kontrolatzeko ezintasuna egoten da, erakundea komunikabide batek erabiltzen duen ideia sortzen da baita komunikabide batek erakundearen edukiak nahi bezala erabiltzen eta lerratzen dituen ideia ere. Era berean, ezjakintasun horren ondorioz, tresnak martxan jartzen dira, argi izan gabe zertarako balio duten ezta nola kudeatzen diren ere. Hori gertatzen da, bereziki, Interneten. Zeren, bertan, modengatik edo "Interneten egon behar da" ideiarengatik edo onberatasunarengatik tresna horiek erabiltzeari edo ez erabiltzeari buruzko gogoeta saihesten da.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

4.- Prestakuntza

Antza denez, orain arte, ez da zaila pentsatu izana elementu errepikarientako bat prestakuntza dela. Batetik, komunikabideekiko beldur eszenikoa dago oraindik, batez ere, tamaina txikiagoko erakundeetan. Izan ere, erakunde-mota honetako pertsonak ez dute aurretiazko esperientziarik izaten. Beldur hori gainditzea behin eta berriz egiten den eskaria da. Bestetik, hutsune handiak daude planifikatzerako garaian, mezuak definitzeko, helburu diren hartzaileak zehazteko, diskurtsoak egiteko, hizkuntza egokia erabiltzeko, komunikabideekin harremanak ezartzeko, etab. Baita komunikazioan prestakuntzaren profil profesionalizatua dutenen artean ere, esperientziarik ez dutelako edo ez dutelako inolako prestakuntza espezializaturik jaso (ez dagoelako halako prestakuntzarik).

5.- Garrantzi soziala

Erakunde sozialek daukaten gaitasun komunikatiboari ematen dioten garrantziak dituen aukerei eta sendotasunari buruzkoa da azken kategoria. Orokorrean, erakundeak lan ona egiten duten eragile sozial gisa aitortzen duten beraien burua, edo gauza bera dena, ondo lan egiten dutela. Nahiz eta batzuetan egiten duten lana gutxiesteko joera duten, egia dena da, orokorrean, erakundeek badakitela solidaritatea sortzeko (partaidetzarako plataformak direlako) eta arazoak konpontzeko garrantzitsuak direla. Adi ibili behar da mezuak osatzerako orduan; izan ere, batzuetan, gai oso zehatzak jasotzen dira mezuetan; baina, orokorrean, garrantzitsuak dira aldaketarako eta garapen sozialerako balioak transmititzen dituztelako, eta badakitelako badutela zer komunikatu, transmititu eta esan; gainera, pertsonen zuzenean eragiten dieten eduki indartsuekin. Krisia dela eta urduri dagoen gizarte batean; baina, egoera hain larria ez denean ere, erakunde sozialek sinesgarritasuna daukate eta gizartearen aitorpena daukate. Eta nahiz eta herritarrek erakunde sozial horien berri handirik ez izan, badakite hor daudela.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

B/ Kanpoko azterketa

Erakundeek ez dituzte soilik beraien kontraesanak eta bertuteak (intrintsekoak edo eraikiak) aztertu behar, beraien lana egiten duten inguruneari ere aurre egin behar diote. Ingurune horrek baldintzatu egiten ditu eta beraien lan komunikatiboa erraztu edo zaildu dezake. Hainbat osagai sozial definitzeko ezin denez eta ez denez beharrezkoa zehatzak izatea, hiru kategoria aukeratzeko hautua egin da: bat orokorra eta beste bi zehatzago, komunikabideei dagokienez. Horietako lehenengoan, zorrotasun handirik gabe «klasiko» gisa izendatu ditugunak daude, hau da, izaera orokorreko prentsa, irratia eta telebista. Bigarrenean, informazioaren eta komunikazioaren teknologiak daude, batez ere, Internetekin eta sare mugikorrek zerikusia dutenak.

1.- Alderdi sozialak

Krisia bi ahoko arma dela uste dute erakundeetako ordezkariak. Batetik, bazterketa-egoerekiko edo gutxietsitako egoerekiko sentiberatasuna handitzea ekarri du; eta, horregatik, jarrera solidarioak aktibatu dira. Baina, bestetik, baliabide mugatuetako (lana, laguntzak, eta abarretako) lehiarekiko beldurra dagoela antzematen da. Horrek esan nahi du zenbait kolektibo zehatzekiko, oraindik ezabatu ez diren aurreiritziak daudela eta horien aurkako jarrera areagotu daitekeela. Kontuan izan behar da, gainera, solidaritate hau engainagarria izan daitekeela batzuetan bakarrik adierazten delako, norberak berdintasun ezan edo bazterketan egoteko dituen aukeren arabera baita. Eta ezin da alde batera utzi gizarteari beti laguntza edo lankidetzak eskatzen ariteak sor dezakeen gogaitasuna. Ikuspegi horrekin, krisiak arazo sozialekiko arreta piztu du, gero eta herritar gehiago egon baitaitezke baztertzeko-egoeran; baina, hori erakundeen mezuek transmititzeko abantaila bat izan baino, kontrakoa izan daiteke. Zeren begirada horietako asko oportunistak dira soilik, eta beraien asmoa miseriarekin eta gero eta irekiagoa eta handiagoa den zulo sozialarekin espekulatzea besterik ez da.

Beste elementu garrantzitsu bat ingurune politiko, sozial eta ekonomikoaren konplexutasuna da. Konplexutasun horrek, batzuetan, pertsonaia eta politika instituzionalen aldaketa ekartzen du, eta horiek guztiek etengabe aldatzen ari den dinamika komunikatibo bat egitea eskatzen dute. Baina, horrez gain, hauek guztiak ere ekartzen ditu: estali beharreko eta horien berri eman beharreko aukera handi bat eta inplikaturik dauden kolektibo-kopuru handia; eta, bestetik, hartzaileak izan daitezkeen hainbat publiko objektibo heterogeneo (izaera orokorreko publikoak gain). Kontua zaildu egiten da belaunaldi-aldaketarekin, oparoaldi ekonomikotik datozen ideologiarik gabeko herritar gazte desmobilizatuak baitaude belaunaldi horretan. Gizartean antzeko zerbait dagoela sumatzen da, gizartea ahalduzterik gabe baitago, desorientazio pixka batekin eta gero eta amorru handiagoarekin. Horrek guztiak esan nahi du erritmo oso desberdinetara, batzuetan, polarizatuera egokitu behar dela; eta, horietan komunikazioa hizkuntzen eta tresnen nahaspila bihurtzen da.

Publikoei dagokienez, erantsi beharra dago, pertsonen gain (subjektu gisa edo kolektibo sozial gisa), gainerako eragileak ere hor daudela (enpresak, alderdiak, administrazioa, sindikatuak, etab.), beraien hizkuntza espezifikoei eta interesekin, eta horiek batzuetan mugimendu sozialaren interesekin talka egiten dute. Puntu honetan, erantzukizun sozial korporatiboa aipatzen da aztertzeko jarraitu beharreko elementu berri bat bezala, nahiz eta gure inguruko enpresetan oraindik ere errotu ez den kontzeptu eta praktika bat izan.

Azkenik, kontzeptu abstraktuak (solidaritatea, partaidetza, konpromisoa, gertutasuna, lankidetzak, etab.) kolektibo handi bati (ingurune soziala bezain handia den kolektiboari)

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa

obetzeko estrategiak eta tresnak

transmititzeko zailtasuna dagoela adierazi da. Izan ere, kontzeptu horiek gaindiezinak dira eta balioak eraldatzeko prozesuetan erabat teilakatuta daude.

2.- Baliabide klasikoak

Komunikabideekiko harremanak anibalenteak dira. Komunikabideek duten garrantzia eta horien beharra baloratu da, erakundeen mezua iritsarazteko beharrezko aliatuak direla uste da eta egiten duten lana estimatzen da. Baina, aldi berean, komunikabideak errealitate sozialari eta sare sozialari buruz aritzen direnean, komunikabideen jarduteko moduei buruzko jarrera kritikoa ere badago.

Baina, eztabaidagarrienak diren alderdiekin hasi baino lehen, komunikabideek egunero jasotzen eta erabiltzen duten informazioak bolumen handia duela egiaztatu da. Ondorioz, informazioa hautatu behar dute, eta, hain justu, horri aurre egin behar dio sare sozialaren informazioak. Gauza bera gertatzen da publikoarekin ere, zeren arlo soziala beste gai bat besterik ez den mota guztietako eduki eta estimuluekin etengabe bonbardatzen da. Horrek erakundeak lan komunikatibo on bat egiten saiatzera behartzen ditu, bai komunikabideen arreta izateko baita hartzaile izatea nahi dugun publikoaren edo publikoen arreta ere.

Berriz ere esan da komunikabideen jarduketa zehazten duen elementua krisia dela. Egonkortasunik gabe aritzeko mehatxu argi bat dela uste da. Erredakzioan profesional gutxiago daude, eta daudenak lanez gainezka daude eta balioaniztunagoak dira; eta, kasu honetan, ez da zerbait positibo gisa nabarmentzen, baizik eta gai sozialeko profil profesional espezializatuen galera bezala. Atzeraldiaren ondorioz, komunikabideak desagertu dira; horregatik, erakundeen jarduketa ikusarazteko bideak gutxitu dira.

Profil profesionalen gaian pixka bat sakonduta, erakundeen arabera, kazetari gutxi daude gai sozialean espezializatuta, eta egiaztatu dutenaren arabera, zeuden kazetari apurrak desagertu egin dira pixkanaka, eta une honetan ez dago komunikabideetan erreferentziako kazetaririk, beste gai askoren artean gai hauek ere aipatzen dituzten kazetariez gain. Edonola ere, nahiz eta ulertzen den komunikabide jeneralistek ezin dutela guztia errotik jakin, uste da hori ez dela aitzakia gai sozialak, batzuetan, erabateko ezjakintasunarekin tratatzeko. Gainera, komunikazioko profesionalek gai sozialean prestakuntza falta kronikoa dute; baina, hori ez da gertatzen beste gai batzuetan, esaterako, politikan, ekonomian edo kirolean.

Erakundeek bat egiten duten beste bi alderdi handi daude: edukiak tratatzeko modua eta lan-ereduak. Lehengoarekin hasiko gara.

Edukiei dagokienez, komunikabideen jarrera eta ikuspuntu asko zerrendatu dira eta horrek guztiak komunikabideekiko harremana zailtzen du; gainera, kide batek erakundeek egiteko pedagogikoa egin beharko luketela proposatu du. Hainbat komunikabidetako gehiegizko ideologizazioari buruzko gaitzespen klasikoak eta errepikariak egin dira, komunikabideek eragina edo morboa lortu nahi dutela adierazi da kontuan izan gabe arlo sozialean askotan pertsona ahulekin lan egiten dela, eta askotan, alarma edo eskandalu-kolpeen arabera jarduten dutela adierazi da. Horiez gain, beste batzuk ere aipatu dira, estereotipoak eta aurreiritziak askotan erabiltzen direla, inolako beharrik gabe edukia moldatzen dutela eragin handiagoa lortzeko helburuarekin; eta larriagoa iruditzen zaiena erakunde sozialeko kideei, gai sentikorretako edukiekin arinki aritzea, orain dela gutxi aipatu bezala, eta horrek pertsona zehatzei eragiten die eta batzuetan askori. Informazioen iragankortasuna ere azpimarratu da; eta hobeto ulertzeak eta ondorioak nabarmentzeak nahiz errealitateak ebaluatzeak eskatzen duen jarraipenik ez dutela egiten.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

Komunikabideek beraien interesak izatea ulertzen da, baita erakundeekin ez dutela bat egin behar ere. Baina, kezkarria iruditzen zaie «garrantzitsua» kontzeptua ez dela beti partekatzen, eta ikuspegian, askotan, aldeak daudela komunikabideetan nagusi den epe laburraren eta erakundeen epe ertaineko eta epe luzeko proiektzioaren artean. Ondorioz, albiste izan daitezkeen gertaeren artean elkarguneak topatzea zaila izaten da. Puntu honetan egokia da nabarmentzea erakundeak eta komunikabideak hizkuntza desberdinetan aritzen direla; hori da erakundeek antzematen dutena, ez soilik terminologiari edo kontzeptu semantikoei dagokienez, baita inguratzen gaituen errealitatea hautemateko garaian ere. Hala ere, nahiz eta batzuetan hizkuntza hori eta errealitatea hautemateko modu antagoniko hori, osagarria izan ote daitekeen planteatzen dute. Alde horretatik, bien arteko ezagutza eza dagoela nabarmendu da.

Lan-ereduek kontuan hartu beharreko traba batzuk sortzen dituzte. Komunikabideak eta elkarteak konpas eta erritmo desberdinekin mugitzen dira, eta beti ez dira bateragarriak. Hori begien bistako da, erabiltzaileekin lan egiten duten erakundeetan; erakunde horietako lanaren eta kudeaketaren oinarrian boluntarioak baitaude edo ez daukate komunikazioan jarduteko soldatapeko pertsonalik. Denbora astiroago pasatzen da eta epeak luzeagoak dira, eta ezin da beti erantzun komunikabideek eskatzen duten azkartasunarekin. Bestetik, eta arlo berdinean, komunikabideek ezartzen dituzten espazio- eta denbora-mugei lehen arinkeriar buruz aipatu dena gehitzen bazaie, gaitan gehiago sakontzeko aukera galarazten dute eta ezin izaten dira arrazoiak, ondorioak eta proposamenak ikusi, eta askotan berehalakotasun horretan azaleko begirada besterik ez da eskaintzen, anekdota bat eskaintzen ez bada.

3.- IKTak

Informazioaren eta komunikazioaren teknologiak eremu berri eta interesgarri bat ireki dute erakunde sozialek eragiteko duten gaitasunean. Hainbat publikotara, bai denetara batera bai banaka, zuzenean iristeko baliabideak eta aukerak biderkatu dira. Garai digitalak, gainera, komunikazio-kostuak merkatzen ditu eta horrek esan nahi du, behintzat, gaitasun aldetik, ezin sumatuzko eran gure mezuen irismena eta eragina handitu daitekeela.

Baina, ezin dira mespretxatu erakundeek izaten dituzten zailtasun batzuk. Lehenengoak eten teknologikoarekin zerikusia du. Herritar-taldean artean alde handia dago, alfabetizazio digitalari dagokionez. Oraindik ere sektore handi batzuek teknologia hauek ez dituzte modu orokorrean erabiltzen, batez ere, baztertzeko arriskuan dauden pertsonak, prestakuntza teknologiko gutxi duten edo adin jakin bateko pertsonak. Askotan, erakundeetako boluntarioak eta laguntzaileak ez dira izaten komunikazio modu berri hauekiko harkorrak, horiek erabiltzeko eta Internetekin zerikusia duten tresnak (webgunean, blogak, sare soziala, etab.) ulertzeko prestakuntza falta dutelako. Hala ere, publiko gazteena oso trebea da teknologia horiek erabiltzen eta egunero erabiltzen ditu informatzeko eta harremanetan egoteko iturri gisa. Dualtasun honek komunikazio-bide gehiagotan arreta jartzera behartzen du, eta horrek lan handiagoa eta denbora gehiago eskatzen du.

IKTen alorra bizkor ari da aurrera egiten eta hori arazoa ere izan daiteke, batik bat, lehen komunikabideei buruz jardun dugunean azaldutako tempoei dagokienez. Eboluzio honek etengabe egokitzen aritzeko ahalegina eskatzen du, eta, batzuetan, ez dago horretarako gaitasunik. Hori dela eta, askotan, erakundeak ez dira gai tresna berriekin (hizkuntzekin, mezuekin eta *ad hoc* formatuekin) behar bezala lan egiteko, eta behin eta berriz eskema mental berdinen akatsa egiten da, eta baliabide klasikoekin lan egiten zenean erabiltzen ziren bitarteko berdinekin jarraitzen da. Hemen berriz ere lehen aipatutako berrikuntzarako gaitasun falta agertu da, beste alorren atzetik ibiltzeko joera nagusia dagoela adierazi da eta ez dira alde batera uzten dagoeneko klasikoak diren webgunea edo Facebook-a.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

Nabarmendu den azken alderdietako bat Interneteko anbigualentzia da, ezagutzarako guneaz gain informazio-baliabidea ere badelako. Ezagutza eskura izateko aukera demokratizatu badu ere, eta, batez ere, mezuak transmititzeko eta jakintza partekatzeko guneak sortzeko aukera eman badu ere, kontu handia izan behar da, desinformazioarako foro ireki bat ere badelako. Edukien bolumena hain da handia edukiak modu eraginkorrean bilatu nahi direnean, ezinezkoa dela trebetasunik gabekoek ez maneiatzea bolumen hori; baina, Interneten dagoen zabor-informazio handia, behin eta berriz egiten diren zehaztasunik ezak eta faltsukeria-kopurua handia are arriskutsuagoak dira.

4- Beharrak

Erakundeek partekatzen duten diagnostiko honetatik behar batzuk sortzen dira, eta garrantzitsuenak direnak nabarmenduko ditugu.

1.- Komunikazioa erakundeko elementu estrategikotzat eta zeharkako elementutzat jotzea, bai erakundearen ikuspegirako bai bere funtzio eraldatzailerako, baita epe luzean bizirik irauteko ere, baliabideak sortzeko tresnan bilakatuko litzatekeelako.

2.- Erakundeetan dagoen beharrik handiena eta gehien agertzen dena komunikazioan prestakuntza espezializatua izatea da, bai alderdi kontzeptualetan bai estrategia eta plangintzetan ere, marketinetik hasi eta baliabideen nahiz bozeramaileen kudeaketara arte. Era berean, komunikazio hau zehazten duten tresna praktikoak erabiltzeko gaitasunak izan behar dira: hala idazketan nola komunikabideei deialdiak egiteko orduan, elkarrizketa bat nola egin jakiteko edo komunikabideen dinamika zein den jakiteko. Hori guztia bai komunikabide klasikoei bai IKTei dagokienez.

3.- Prestakuntzak erakunde osorako izan beharko du maila desberdinetan emana, arduraren eta kudeaketako parte-hartze moduaren arabera.

.-Bere eginkizunen artean komunikazioarena ere baduenak (soldatapekoa izan ala ez izan) prestakuntza jaso behar du; baita lehenagotik prestakuntza badu ere. Bi noranzko garatu behar dira. Batetik, alor honetako alderdiak, kontzeptuak, tresnak eta informazio-tratamendua hartzen dituen komunikazio sozial espezializatuko prestakuntza, baita komunikazio sozialaren mugak eta bere printzipio etikoak barnean hartzen dituen informazio-tratamendua ere. Bestetik, alor honetako prestakuntza zehatz bat izan beharko da eta bere zeregina zein erakunde-motatan garatuko duen kontuan izango da.

.- Zuzendaritzako pertsonalak behar eta abantaila komunikatiboetan, egokiak diren plangintzan eta tresnetan oinarritzako prestakuntza jaso behar dute. Helburua komunikazioaren garrantzi estrategikoa eta bere zeharkakotasuna ulertzea da, baita daukaten kargurako beharrezkoak diren gaitasun komunikatiboak jasotzea ere.

.- Erakundeetan parte hartzen duten gainerako pertsonak prestakuntza jaso behar dute, boluntarioek, eta kasu batzuetan, erabiltzaileek; erakundeko behar komunikatiboen eta dituzten eginkizunen arabera.

4.- Parte-hartzaileagoak diren eredu komunikazionaletarantz jotzeko egokitasuna nabarmendu da. Eredu horietan, erakundeko kide-kopuru handi batek parte hartu ahal izateko, baita erabiltzaileek ere, halakorik izanez gero; komunikazioaren kudeaketa zentralizatua dagoen edo komunikazioaren kudeaketa soldatapeko pertsonalak egiten duen kontuan izan gabe. Alde horretatik, komunikazioak berrikuntzako gune batek bezala funtzionatu behar du, ideiak borborka sortzeko eta jarduerak eta egiteko moduak proposatzeko eragilea izan dadin.

5.- Funtsezkoa da erakundeak komunikazioan lan on bat egiteko kezka izatea, beste jarduera batzuetan egiten duen bezala. Komunikazioak plano estrategiko batera pasa behar du zeharkako ildo bezala; eta, beraz, modu planifikatuan eta ordenatuan egin behar da, mezuak eta kanalak ondo aukeratuta, formatuak eta tresnak landuta, markaren irudi egokia eraikita eta hartzaileak ondo zehaztuta.

6.- Komunikabideei beldurra galtzea inposatu da eta elkar ezagutzeko espazioak eta denbora gaitzea. Komunikabideekin eta bertako profesionalekin harreman ona izateak eta kontaktuen

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

agenda on batek mezuei eta edukiei ateari irekitzen dizkiete. Komunikabideekiko eta profesionalakiko harremana ondu behar da eta ekimena izan beharra dago, komunikabideak guregana etortzeari itxaron gabe.

7.- Erakundeetan komunikazioko giza baliabideak gehitzea beharrezkoa da, bai profil profesional espezializatuen bidez edo bai funtzioa hau delegatzen den kideen komunikazio-prestakuntzaren bidez. Egokiena izango litzateke komunikazio-taldeak sortzea; eta horietan, gutxienez, kideetako bat eginkizun horretan aritzea, ahal bada ordainduta eta komunikazioko aurretiazko prestakuntza izango du.

8.- Antzeko erakundeetan eta alor desberdinetakoak diren erakundeekin partekatu behar da. Komunikazioa baliabideak partekatzeko eta komunikazio-sareak sortzeko gunea izan daiteke, baita esperientzia eta jardunbide egokiak partekatzeko gunea ere.

9.- Era berean, komeni da topatzeko guneak sortzea beste era bateko eragile sozialekin (enpresak, administrazioa, etab); eta horrela, mundu sozialean aplikatu daitezkeen komunikazio-ereduak ikastea eta egokitzea ahalbidetzen duten ezagutza-sinergiak sortuko dira.

10.- Erantzukizun sozial korporatiboari dagokionez, interesa dago horretan lan egiteko. Horregatik, enpresetan eragin nahi da beraien papera bere gain har dezaten eta laguntza zehatzetan bilaka dadin alor sozialen barnean.

5- Estrategia komun baterako proposamenak

Estrategia komun batean aurrerantz egiteko proposamen-multzoa handia izan da; izan ere, hasieran, ez zaio inolako mugarik jarri irudimenari. Bigarren fasean, guztiak aztertu dira banan-banan, bideragarriak izan daitezkeenekin aurrera egiteko; horrela, kalitateari (posibilismoa aintzat hartuta) eman zaio lehentasuna kantitateari eman beharrean.

1.- Prestakuntza. Prestakuntzaguneak gaitu dira herrialdeka, monografikoak direnak eta gehienez 20 ordukoak lehentasunezko gai hauei buruz: komunikazioko oinarritzko kontzeptuak, estrategia eta plangintza, komunikabideetako kudeaketa, kazetaritzako idazketa, elkarrizketa, komunikazioko berrikuntza, ohikoak ez diren komunikabideak eta tresna nahiz hizkuntza digitalak. Prestakuntza-programek beharrezkoak diren alderdi teorikoak izan behar dituzte; baina, ikaskuntza praktikoari eman behar zaio lehentasuna, baita tutoretzapekoak gehitu ere. Gune hauek hainbat erakunderen artean partekatzea eskatzen da, eta erakunde baten ekimen partikularrekin sortzen diren guneak ere gainerako erakundeek ere parte hartzeko ireki nahi dira.

2.- Kanpoko eta barneko komunikazio on baten beharrari buruzko erakundeen barne-sentsibilizaziorako saioa. Komunikazioaren alderdi eraldatzaileak azpimarratuko dira; baina, baita erakundeko abantaila praktikoetan ere. Kudeaketan ardura duten pertsonak parte hartuko dute; baina, irekita egongo da eta erakundea osatzen duten guztiek bertan parte hartzea gomendatuko da.

3.- Sare komunikatibo baten bidez, erakundeen lana modu eraginkorrean bistaratzea helburu duten elkarteak noizean behin elkarrekin egoteko eta horiek lankidetzan aritzeko gune bat sortzea. Komunikazioan jarraibide egokiak partekatuko dira, arazoei eta konponbideei helduko zaie, jarduera komunak ezarriko dira eta erakundeen arteko ekintzetan laguntza emango da. Gune honek iraunkorra izan behar du, gutxienez, urteko aldizkakotasuna izan behar du, lurraldeka, ekintza sozialeko alor guztietara irekia eta bertan parte hartuko dute erakundeetako arduradunek edo erakundeetako ordezkariak. Epe ertaineko edo epe luzeko helburu gisa *lobby* sozial bat sortzeko aukera bat dago, eta lobby horrek komunikabideetako edukietan eragina izateko gaitasuna izango luke bai komunikabideek eduki horiei heltzeko orduan bai eduki horiek tratatzeko orduan.

4.- Erakundeen arteko osagarritasuna bilatu behar da komunikazio-baliabideak partekatuta. Baliabide horietako bat komunikazio-arloa izan daiteke. Talde berdinak gastua banatzen duten hainbat erakunderi zerbitzua eman diezaieke. Era berean, buletinak eta aldizkaria parteka daitezke, baita *online* kudeatzaileak ere, espazio digitaletan gure presentzia bermatzeko. Orain dauden sareak, sare horiek osatzen dituzten erakundeek estaldura komunikatiboa emateko aukera badagoela ikusi da.

5.- Komunikabideekiko harremana. Erakunde sozialen eta komunikabideen arteko lehenengo topaketa bat antolatu behar da elkar ezagutzeko, egiteko moduak ebaluatzeko eta lankidetzabideak aztertzeko. Topaketa honetara erakundeetako komunikazio-arduradunak, erakundeetako

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa obetzeko estrategiak eta tresnak

ordezkariak, berariaz gonbidatutako komunikabideetako profesionalak eta komunikabideei egokiak iruditzen zaizkien pertsonak joango dira. Alderantzizkoa ere proposatzen da, hau da, erakundeak komunikabideetako instalazioetara bisitan joatea; horrela, profesionalak beraien lanpostuan ezagutzeko aukera izango baita. Sarearekin zerikusia duten komunikabideek ere topaketa-mota hauetan egotea berariaz aipatu da, eta beharrezkotzat jo da erreferentziako programatzaileak, blogariak edo tuitlariak gonbidatzea. Lortutako emaitzen arabera, topaketak egiten edo komunikabideetara bisitak egiten jarraitzea komenigarria den baloratuko da.

6.- Gai sozialetan edo gai hauei askotan heltzen dieten *online* komunikabideen eta profesionalen agenda bat egin behar da. Agenda hau Eusko Jaurlaritzako webgunean edo boluntariotzarako edo antzekoetarako agentzien webguneetan argitara daiteke.

7.- Komunikazioko profesional aktiboentzat edo ikasleentzat informazio sozialean espezializatutako gune bat gaitzeko ideia adierazi da. Instituzio akademikoekin lankidetzan egin daiteke, adibidez, unibertsitatearekin.

8.- Komunikabideetan erakundeek lan pedagogiko handiagoa egitea proposatu da, gai sozialak tratatzeko garaian komunikazioko profesionalak orientatuko dituen gidak eta estilo-liburuak argitaratuta.

9.- Bi noranzkotako ate irekien jardunaldiak. Bata, komunikazioko komunikabideak eta profesionalak gonbidatuta, erakundeetako lokalak bisita ditzaten eta egiten dituzten jarduerak ikus ditzaten. Bigarrean, berriz, publikoa gonbidatuko litzateke erakundea ezagutzera joan dadin eta bertako lana eta parte hartzeko moduak ikus ditzan *ex profeso* jarduerak antolatuta.

10.- Erakunde bakoitzak garatu beharreko hainbat proposamen. Proposamenen artean, erakundeen barnean egin beharreko eginkizun batzuk diren aholkuak daude. Aholku horien zerrenda egingo dugu.

- .- Komunikabideen zeregina erraztea, dituzten beharrei eta eskariei aurrea hartuta.
- .- Ekimena izatea eta albiste izan daitezkeen informazioa eta edukiak sortzea.
- .- Gure mezuen zabalkundea komunikabideekin negoziatzea.
- .- Hainbat komunikabideren eta horien ezaugarrien berri ematen duen mapa mediatiko bat egitea.
- .- Komunikazio-ekintzak, lehentasunezko jarduera bakoitzaren arabera, jasotzen dituen urteko komunikazio-plan bat egitea.
- .- Modu biral batean erabil daitezkeen bideo korporatibo bat egitea.
- .- Buletin informatibo bat egitea formatu digitalean edo paperean.
- .- Komunikazioari buruzko ideia berriak dituzten eta tresna berriak nahiz hizkuntza berriak erabiltzen dakizkiten gazteak txertatzea.
- .- Mezuak iritsarazten laguntzen duten aliatuak (aurpegi ezagunak, etab.) lortzea.
- .- Finantzaketa kolektiboko moduak aztertzea (mikromezenasgoa) komunikazio-helburuetarako edo -proiektuetarako.

ERAGIN SOZIALAREN BILA

Erakunde sozialetako kanpoko komunikazioa

obetzeko estrategiak eta tresnak

ERANSKINA. Lanerako gidoia

Topaketaren aurkezpena

.- Nola sortzen den ekimena, helburuak eta zertan oinarrituko da?

Erakundearen aurkezpena

.- Parte-hartzailearen izena / Erakundearen izena / Parte-hartzailearen kargua eta dituen komunikazio-eginkizunak / Erakunde-mota (zertan lan egiten duen eta neurria) / Kanpoko komunikazioari noiz eta zergatik egin behar zaion aurre.

Lehenengo lana. Autodiagnostikoa eta partekatutako ezaugarriak

- .- Nire erakundearen *statu quo* komunikatiboari buruzko eta bere eraginari buruzko autopertzepzioa.
- .- Komunikazio-sistema efikaz bat kudeatzeko barne-arazoak.
- .- Komunikazioko beharrak.

- .- Autoanalisirako lan indibiduala.
- .- Talde-lana elkarguneak eta desberdintasunak zehazteko.
- .- Modu orokorrean 1. lana partekatzea elkarguneak eta desberdintasunak zehazteko.

AMIA PLUS	
Partekatzen ditugu	
Ahuleziak	Indarrak
Mehatxuak	Aukerak
Beharrak	
Diferentziak	

Bigarren lana. Kanpoko arazoak

- .- Erakundearen mezuen translazioa egiteko barne-arazoak.
- .- Komunikabideak: aliatuak edo etsaiak? – IKTen papera.

.- Lan indibiduala eta partekatua.

Sozialak	Komunikabideak	IKT	Proposamenak

Hirugarren lana. Komunikazio efikaz bat ezartzeko estrategiak

- .- Tresna komunikatiboak.
- .- Itunak ekintza komunikatiboan eta eragile sozialekiko lankidetzaren bidez.
- .- Lobby komunikatiboa eta iritzi-liderrak.

- .- Ideien jario indibiduala.
- .- Taldeka partekatzea eta bideragarritzat jo diren proposamenak hautatzea.
- .- Guztiek 3. lana partekatzea.

Ideia/Tresna	Bideragarritasuna/Ezarpena