

Edició març
2022 per a
càrrecs electes

Com millorar la comunicació i la imatge dels Serveis Socials

Canviar la manera d'explicar-nos per donar valor al que fem

"Quan canviem la manera com comuniquem, canviem la societat"
Clay Shirky

En col·laboració amb:



Associació
Catalana
de Municipis



Generalitat de Catalunya
Departament
de Drets Socials

En l'objectiu de transformar els Serveis Socials perquè deixi de ser el sistema que atén els fracassos d'altres sistemes públics i es construeixi com el sistema que proveeix cures al llarg del nostre cycle vital, les Administracions es troben amb la dificultat que la majoria de la ciutadania no se sent interpel·lada pel Sistema de Serveis Socials, perquè generalment l'associen a les persones que es troben en una greu situació de pobresa i d'exclusió. I com que ningú vol formar part de la capa de la societat més exclosa, a la major part dels ciutadans no els interessa ni se'n consideren potencials usuaris.

En l'imaginari de la ciutadania no es conceben els Serveis Socials com un sistema troncal de l'Estat del benestar, que atén a tota la població durant tota la seva vida, i que actua com a element preventiu davant de necessitats socials de caràcter material, relacional o vinculades a l'autonomia personal, i acompanya les persones a desenvolupar el seu projecte vital. I tampoc hi ha consciència de què fa el sistema ni com s'ha d'utilitzar i, per tant, no se'l troba a faltar o no se li exigeix quan falla o no hi és.

Malgrat que els pressupostos públics i privats dedicats a Serveis Socials no han parat de créixer en els últims anys, aquest esforç inversor sovint no és percebut ni valorat pel territori (agents econòmics, ciutadania, teixit associatiu...), els punts forts de la seva actuació són escassament coneguts i, fins i tot, perduren estereotips i visions antigues que tenen poc a veure amb el que són avui els Serveis Socials.

Ens hem de preguntar, doncs, fins a on saben les ciutadanes i ciutadans tot el que els Serveis Socials els poden oferir, i fins a on arriba la responsabilitat dels gestors d'aquests serveis en aquest possible desconeixement. I alhora fins a quin punt es pot corregir no només aquest desconeixement, sinó també les imatges tergiversades i fins i tot negatives dels Serveis Socials que a vegades circulen entre la població de comarques i municipis.

Altres sectors de la nostra societat han aconseguit revertir situacions semblants. La innovació en Serveis Socials també és canviar la manera d'explicar-nos i de comunicar-nos, per donar valor al que fem des dels Serveis Socials; per fer visible la seva potencialitat com agent que contribueix de manera determinant a la cohesió social i a la qualitat de vida de les persones.

Objectius: Potenciar la reputació i la marca dels Serveis Socials en el territori; Conèixer l'entorn i els diversos públics dels Serveis Socials locals per implantar una comunicació més productiva; Adquirir coneixements eficaços i pràctics de comunicació per als objectius perseguits; Aprendre a estructurar el missatge en relació als Serveis Socials amb un òptim ús de les dades i dels punts forts de l'organització i dels serveis.

Destinataris: Càrrecs electes d'Ajuntaments i Consells Comarcals que consideren que la població en general no acaba de tenir clares les funcions i els beneficis que aporten els Serveis Socials de l'ens local, i que han de fer front a la desinformació, els estigmes i els estereotips de la ciutadania, i molt especialment, dels mateixos beneficiaris dels Serveis Socials.

Format i durada: En línia, per mitjà de la plataforma Zoom. El curs consta de 15 hores repartides en 7 tallers amb professionals de la comunicació on es comparteixen materials, eines, referències, exemples i experiències dels participants. Les sessions tenen un enfocament pràctic, per donar eines, resoldre dubtes i apuntar com encetar una millora constatable de la comunicació i la imatge local dels Serveis Socials.

Tallers:

1. Context comunicatiu dels Serveis Socials
2. Canals de comunicació i públics en Serveis Socials
3. Com fer un Pla de Comunicació dels Serveis Socials
4. Com gestionar la reputació dels Serveis Socials
5. Diagnòstic de canals: web i mitjans offline
6. Diagnòstic de canals: xarxes socials
7. Indicadors, mesurament de resultats i tancament del curs

Calendari:

Data	9-Març	9-Març	16-Març	16-Març	23-Març	23-Març	30-Març
Nº taller	Taller 1	Taller 2	Taller 3	Taller 4	Taller 5	Taller 6	Taller 7
Horari	9:30 - 11:30h	12 - 14h	9:30 - 11:30h	12 - 14h	9:30 - 11:30h	12 - 14h	9:30 - 12:30h
Hores	2 hores	2 hores	2 hores	2 hores	2 hores	2 hores	3 hores

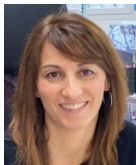
Preu i inscripcions: El curs forma part del catàleg de formació de l'Associació Catalana de Municipis (ACM). La inscripció és gratuïta per a personal electe d'Ajuntaments i Consells Comarcals que facin la inscripció a través d'aquesta institució supra-municipal, a formacio@acm.cat. Per a d'altres organitzacions (ajuntaments de fora de Catalunya, entitats del tercer sector, etc.) el preu del curs és de 2.590 € i permet la participació de fins a 12 directius i professionals. Escriure a formacio@isocial.cat

Equip docent:



Víctor Puig

Consultor especialitzat en comunicació a internet i en reputació online. Llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB i Màster Europeu en Comunicació Interactiva, Telecomunicacions i Multimèdia. Director de l'agència Zinkdo Digital. Professor de comunicació de la UPF i autor del llibre "Social Media: 250 consejos para diseñar tu estrategia en las redes sociales".



Núria Palomares

Llicenciada en Ciències Empresarials, Marketing i Relacions Públiques amb postgraus en Alta especialització en Tècniques Gerencials i amb menció en Social Media i Marketing Digital.



Carolina Menéndez

Doctora llicenciada en Dret i Periodisme. Col·legiada a l'II·lustre Col·legi d'Advocats de Barcelona amb especialització en tècniques alternatives de resolució de conflictes. Màster en mediació professional i postgrau en social media i content management, combina experiència en gestió publicacions editorials i mitjans socials.



Víctor Guerrero

Llicenciat en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona i compta amb més de deu anys d'experiència en Social Media i Màrqueting Digital.

Oferim experiències de co-creació, tallers vivencials i participats, i programes formatius i d'acompanyament, adreçats als equips professionals de Serveis Socials dels Ajuntaments, Consells Comarcals i entitats del tercer sector que estan compromesos en la construcció de propostes creatives i de valor que donin resposta als reptes de transformació i d'innovació que té avui el sector de l'acció social.