

1.8. Proposar accions

1) Copsar les necessitats de comunicació	2) Identificar l'objectiu global (meta)	3) Definir l'estratègia de comunicació	4) Determinar els públics
5) Decidir els missatges	6) Escollir els canals	7) Formular els objectius operatius	8) Proposar accions
			9) Avaluar els resultats de comunicació

Les accions de comunicació serveixen per assolir els objectius operatius proposats. És important tenir en compte que les accions que es proposin per a cada objectiu siguin suficients per assolir-lo.

Cadascuna de les accions es pot plasmar en una fitxa, on s'indiqui l'objectiu de referència, els públics destinataris, els missatges clau, els canals, el calendari, els recursos necessaris i els indicadors d'avaluació.

És important tenir en compte els recursos disponibles i el temps necessari per dur a terme cada acció.

Model de fitxa d'acció

Acció [núm.]	Nom de l'acció
Objectiu operatiu	Enunciar l'objectiu operatiu corresponent que s'assolirà si l'acció està ben executada.
Estratègia de comunicació	Identificar l'estratègia de comunicació escollida: emocional, racional, narrativa, visual, de participació o híbrida.
Descripció de l'acció	Fer una breu explicació de l'acció de comunicació, destacant com contribuirà a assolir l'objectiu al qual es refereix. Si es tracta d'una acció complexa que requereix una explicació més detallada, es farà un resum i es desenvoluparà en un document a banda (programa de comunicació).
Públics objectiu	Citar el públic o els públics a qui s'adreça aquesta acció.
Missatges clau	Redactar el missatge o missatges que es volen transmetre a través d'aquesta acció.
Canals	Identificar el canal o els canals que es faran servir en aquesta acció i que serviran per fer arribar els missatges desitjats als públics objectiu.
Responsabilitat	Especificar la persona o persones encarregades de coordinar i executar l'acció.
Recursos	Determinar els recursos externs i interns necessaris per poder dur a terme l'acció.
Calendari	Si l'acció és puntual, especificar quan es durà a terme. Si té continuïtat, indicar-ne la data d'inici i de finalització.
Prioritat	És útil establir una prioritat per a cada acció, segons la importància que se li atorgui. Així, es poden definir tres nivells: alt (3 punts), mig (2 punts) i baix (1 punt). A l'apartat d'avaluació es proporciona més informació sobre aquest criteri.
Indicadors d'avaluació	Establir l'indicador o els indicadors que es mesuraran per saber si l'acció s'ha executat satisfactòriament. A l'apartat corresponent a l'avaluació se'n dona més informació.

A continuació, se suggereixen diverses **accions de comunicació** i es donen consells sobre com dur-les a terme.

Disseny d'una identitat visual pròpia: marca gràfica i lema	
Descripció	<p>Una marca gràfica és el conjunt d'elements visuals que engloben l'expressió visual d'una marca. Pot ser un logotip (composició tipogràfica), un isotip (símbol) o un imatip (combinació de text i símbol).</p> <p>El lema o valor-marca és una frase curta, que resumeix el missatge principal que vol comunicar la marca.</p> <p>És important que la marca gràfica i el lema escollit siguin coherents entre si i que expressin els valors que han guiat l'elaboració del PLS: participació, inclusió, holisme, benestar, comunitat...</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none">• Permet crear una identitat coherent i reconeixible per al PLS, facilitant-ne la identificació com a marca del municipi.• Assegura la coherència en el disseny i el missatge de tots els materials de comunicació.• Incrementa la visibilitat del PLS a través de diversos canals.• Facilita la col·laboració amb altres organitzacions, institucions i socis potencials.
Pas a pas	<ul style="list-style-type: none">• Identificar el missatge principal a comunicar, així com els valors que representarà la marca.• Analitzar marques gràfiques utilitzades per altres municipis per comunicar els seus PLS o altres projectes estratègics que puguin servir d'inspiració.• Identificar els públics a qui s'adreça la marca.• Elaborar la marca gràfica (logotip, isotip i/o imatip), escollint una tipografia, uns colors i un estil gràfic coherents amb el missatge. Ha de ser simple, versàtil, reconeixible i adaptable a versions en blanc i negre.• Redactar un lema curt, memorable i que resumeixi el missatge principal que es vol comunicar.• Realitzar un pla d'identificació visual, en què es detallin els colors i la tipografia de la marca, les possibles variacions (de mida, de color, de format), com s'ha d'aplicar en diversos suports de comunicació, com s'ha de combinar amb el lema i com ha de conviure amb altres marques gràfiques (logotips de l'ajuntament i d'altres entitats).• Donar a conèixer la nova marca gràfica a la comunitat, a través dels diversos canals contemplats per difondre el PLS.• Integrar la marca gràfica en totes les accions de comunicació del PLS.

Exemples

- **Marca basada en el nom del municipi.** Permet establir una connexió clara i immediata amb la comunitat local, facilitant l'acceptació pública del pla i reforçant el sentiment de pertinença.
- En el lema i el logotip, el nom del municipi es pot combinar amb paraules com «salut», «saludable», «sa» o «sana».
- **Marca basada en el medi ambient.** La marca se centra en la importància del medi ambient per millorar la salut de les persones i promou un enfocament integral de la salut.
- En el lema i el logotip es poden utilitzar paraules com «verd», «natura», «entorn», «ambient», i les seves variacions.
- **Marca basada en l'activitat física.** Transmet energia i dinamisme i motiva la comunitat a ser més activa.
- En el lema i el logotip es poden incloure conceptes relacionats amb l'activitat, el moviment, el cor, l'exercici...
- **Marca basada en altres conceptes:** cohesió social, alimentació saludable, protecció de l'entorn, seguretat alimentària, aigua apta per al consum, benestar emocional, control de plagues, sexualitat sana...
- **Creació de diverses versions de la marca** basades en els conceptes anteriors.

Elaboració d'una infografia que resumeixi el PLS	
Descripció	Una infografia és una representació visual de dades, informació o coneixement per presentar informació complexa de manera ràpida i clara. Les infografies combinen elements visuals com icones, gràfics, il·lustracions, mapes i diagrames amb text per facilitar la comprensió i la retenció de la informació. Per elaborar infografies per comunicar el contingut del PLS, cal identificar els missatges clau i expressar la informació de manera quantitativa.
Avantatges	<ol style="list-style-type: none"> 1) És una visual efectiva per resumir informació complexa i facilitar-ne la comprensió i retenció. 2) Permet comunicar el missatge amb diversos nivells de profunditat semàntica. 3) Fa la informació comprensible per a persones amb diversos nivells d'alfabetització o coneixement del tema. 4) Facilita la difusió en canals digitals i offline, ampliant-ne l'abast.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identificar els objectius clau del PLS que es vol comunicar. 2) Recopilar i organitzar la informació més rellevant, incloent-hi dades, estadístiques, objectius, accions, resultats... 3) Decidir el format de la infografia, la mida i l'espai que ocuparà cada secció. 4) Elaborar un esborrany i validar-ne la comprensió i eficàcia amb persones alienes al procés de creació. 5) Escollir les icones, les gràfiques, els colors i el tipus de lletra, assegurant que siguin coherents amb la identitat visual del PLS o, si no se'n disposa, amb la de l'Ajuntament. 6) Publicar la infografia a través dels canals escollits (xarxes socials, web, butlletins, tríptics, plafons, etc.).
Exemples	<ul style="list-style-type: none"> • Compromís polític i creació del grup motor. Línia de temps amb imatges dels representants polítics i els membres del grup motor. <ul style="list-style-type: none"> - Presentació dels càrrecs electes involucrats. - Descripció del procés de creació del grup motor. - Beneficis del compromís polític per a la salut pública. - Cronograma de reunions inicials i objectius. • Diagnòstic de salut i identificació de necessitats del PLS. Gràfics, mapes de calor i icones per il·lustrar dades clau. <ul style="list-style-type: none"> - Metodologia utilitzada per al diagnòstic de salut. - Principals problemes de salut identificats (gràfics de barres o sectors). - Fonts de dades utilitzades (enquestes, estadístiques, entrevistes). - Mapes de calor per zones amb majors necessitats. • Pla d'acció. Diagrama de flux amb elements clau destacats per cada període de temps. <ul style="list-style-type: none"> - Metodologia emprada en la creació del pla d'acció. - Objectius estratègics del pla. - Accions prioritàries a curt, mitjà i llarg termini. - Responsables de les accions (departaments municipals, organitzacions). - Recursos assignats i fonts de finançament. • Aprovació i difusió del PLS. Gràfic de processos amb passos seqüencials i icones.

- Processos administratius per a l'aprovació.
- Principals canals de difusió utilitzats (web, xarxes socials, mitjans locals).
- Missatges clau per a la comunicació pública.
- Esdeveniments de presentació a la comunitat.
- **Implementació i seguiment.** Taula amb cronograma, gràfics de línies i indicadors visuals de progrés.
 - Calendari d'execució de les accions.
 - Indicadors de seguiment (número de beneficiaris, progrés de les accions).
 - Eines de seguiment i avaluació utilitzades.
 - Rols i responsabilitats dels agents implicats.
- **Avaluació del PLS.** Gràfics de barres o sectors, resum d'indicadors clau i secció de recomanacions.
 - Mètodes d'avaluació (enquestes, anàlisi de dades, *feedback* ciutadà).
 - Resultats obtinguts en termes de salut pública.
 - Èxits i desafiaments trobats durant la implementació.
 - Recomanacions per a futures accions i millores.

Elaboració d'un vídeo

Descripció	<p>Els vídeos permeten combinar imatges, text i àudio per explicar de manera dinàmica i atractiva els objectius, processos i beneficis del PLS.</p> <p>Són especialment útils per mantenir l'atenció de l'audiència i explicar processos o conceptes complexos de manera simple.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none">• Permet captar l'atenció i retenir la informació més fàcilment que el text o les imatges estàtiques.• Permet explicar conceptes complexos de manera clara i fàcil de seguir, utilitzar narració, gràfics animats i exemples visuals.• Pot ser vist per moltes persones, incloent-hi aquelles amb diversos nivells d'alfabetització o comprensió del llenguatge escrit.• Permet incloure testimonis de representants de la comunitat, professionals i altres públics, donant un toc humà i personal.
Pas a pas	<ul style="list-style-type: none">• Definir què es vol aconseguir amb el vídeo i quins missatges clau es volen comunicar.• Determinar el públic objectiu i adaptar el contingut a les seves característiques i necessitats.• Escriure un guió detallat que inclogui el text, les escenes, els diàlegs i els elements visuals que hi apareixen. Ha d'estar estructurat en introducció, desenvolupament i conclusió.• Recopilar el material necessari, incloent-hi gràfics, imatges, música i efectes sonors.• Enregistrar les escenes segons el guió i assegurar-se de tenir una bona il·luminació i un so clar.• Editar el vídeo amb un programari adequat, muntant les escenes i afegint-hi gràfics, música, efectes i veu en off, si escau. Incorporar subtítols per facilitar la comprensió, especialment a persones amb dificultats auditives.• Publicar el vídeo i promocionar-lo a través dels canals més adients perquè arribi al públic objectiu.• Avaluat-ne els resultats mitjançant mètriques quantitatives i qualitatives (la majoria de plataformes de vídeo en disposen) per mesurar-ne l'impacte.

Exemples

- **Vídeo gràfic amb veu en off.** Clar i concís, fàcil d'entendre i visualment atractiu. Utilitza gràfics animats, infografies i text en pantalla per explicar, de manera simple, els objectius, les estratègies i els beneficis del PLS, amb una veu en off que guia l'espectador a través del contingut.
 - 1) **Introducció.** Presentació breu del PLS i dels seus objectius principals.
 - 2) **Desenvolupament.** Explicació dels problemes de salut abordats, les estratègies adoptades i els resultats esperats, amb gràfics i animacions.
 - 3) **Conclusió.** Resum dels beneficis per a la comunitat i crida a l'acció.
- **Vídeo testimonial amb persones del municipi.** Permet humanitzar el PLS, generar empatia i fomentar la identificació i el suport comunitari. S'hi poden incloure entrevistes a persones de la comunitat, com residents, professionals de la salut i líders comunitaris, que expliquin el PLS i la seva importància des de la seva experiència i perspectiva.
 - 1) **Introducció.** Presentació del PLS a través d'una persona coneguda o respectada a la comunitat.
 - 2) **Desenvolupament.** Entrevistes testimonials amb diverses persones que expliquen, sota el seu punt de vista, els beneficis que comporten les accions contingudes al PLS.
 - 3) **Conclusió.** Reflexions finals sobre la importància del PLS i crida a l'acció.
- **Vídeo documental estil reportatge.** Amb un to informatiu, proporciona una visió detallada del PLS. Aquest tipus de vídeo pot mostrar els moments clau del procés de creació i implementació del PLS, incloent-hi esdeveniments comunitaris, iniciatives de salut i entrevistes amb responsables del pla.
 - 1) **Introducció.** Contextualització del PLS i de les necessitats que aborda.
 - 2) **Desenvolupament.** Explicació amb un enfocament racional de les accions del PLS, amb imatges relacionades amb el tema, fragments d'entrevistes amb els protagonistes de la història i moments clau de la implementació.
 - 3) **Conclusió.** Resultats preliminars, testimonis d'èxit i perspectives de futur.

Sessió informativa amb personal expert i tècnic

Descripció	<p>Reunió estructurada en què es presenta informació detallada sobre un tema específic a professionals qualificats.</p> <p>Aquestes sessions permeten la discussió en profunditat, el debat i la resolució de dubtes, fomentant la comprensió i l'aplicació pràctica dels coneixements. Són útils per a la posada en marxa de projectes complexos com el PLS, ja que faciliten l'alineació d'objectius i estratègies entre els experts participants.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none">• Permet respondre preguntes i aclarir dubtes que el públic assistent pugui tenir. Això és particularment valuós per abordar preocupacions o aclarir malentesos que pugui suscitar el PLS.• Ajuda a augmentar la conscienciació sobre qüestions de salut específiques tractades pel PLS entre les persones participants que contribueixen a millorar la salut pública.• Pot ajudar a formar prescriptors dins la comunitat que poden donar suport i promoure el PLS. Aquestes persones poden influir positivament en la percepció pública i facilitar la implementació del pla.• Pot ser un punt de trobada per a professionals de diversos àmbits que estiguin interessats en col·laborar en el PLS. Això pot fer possible l'aparició de noves iniciatives que enriqueixin el pla.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none">1) Establir els objectius de la sessió, com ara abordar la comprensió dels objectius del PLS, fomentar la discussió sobre aplicacions pràctiques o motivar els participants a difondre la informació.2) Definir els temes específics a tractar, que podrien incloure aspectes del PLS com polítiques de salut pública, estratègies d'intervenció i mesurament de l'impacte.3) Decidir el format de la sessió: presentació, debat, taula rodona o grup de treball.4) Preparar materials de suport, com presentacions, gràfiques, informes i estudis de cas, que seran utilitzats durant les sessions.5) Convidar experts en els temes que s'han de tractar (professionals de salut pública, planificadors del PLS, acadèmics, etc.), assegurant que tinguin habilitats comunicatives.6) Escollir un espai adequat i amb els recursos necessaris.7) Difondre la sessió a través dels canals de comunicació més adients (xarxes socials, correu electrònic, cartells, tríptics, etc.), tant propis com aliens, i contemplar la necessitat d'inscripció prèvia. En aquest cas, tenir en compte la creació de formularis o altres fórmules per realitzar la inscripció.8) Recollir l'opinió de les persones assistents al final de l'esdeveniment per avaluar-ne l'eficàcia i encoratjar-los a aplicar el que han après i a convertir-se en prescriptors actius del PLS.9) Documentar les sessions i compartir els resultats, les conclusions i els materials utilitzats amb una audiència més àmplia a través dels canals més adients.

Exemples

- **Sessió general de presentació del PLS i de les accions incloses.** A càrrec de representants polítics i tècnics de l'Ajuntament, amb competències en salut pública, així com d'altres persones que han format part del grup motor del PLS.
- **Sessió de presentació de les accions de salut incloses al PLS.** Amb la presència de professionals de la salut, especialistes en salut física i mental, persones cuidadores i personal vinculat a la investigació, entre d'altres, per informar sobre les accions previstes i facilitar dades.
- **Presentació de les accions d'habitatge del PLS.** Convidar professionals de l'urbanisme, l'arquitectura i d'empreses de la construcció per exposar com el disseny i la planificació urbana i d'habitatge pot afectar a la salut pública.
- **Presentació de les accions sobre l'entorn incloses en el PLS.** Convidar experts en medi ambient, professionals de la planificació i la mobilitat urbanes, o especialistes en salut pública, per explicar l'impacte de l'entorn en la salut i el benestar de les persones.
- **Presentació de les accions d'esport i activitat física del PLS.** Convidar experts en ciències de l'activitat física i l'esport, medicina esportiva i professionals de l'esport, entre d'altres, per promoure l'activitat física com a part del PLS i parlar sobre els beneficis que té en la salut mental i física, tant individual com col·lectiva.

Aquests exemples no tenen caràcter limitatiu. Es poden organitzar sessions relacionades amb altres temes que es recullen al PLS.

Aparició als mitjans de comunicació	
Descripció	<p>Els mitjans de comunicació (premsa, mitjans digitals, ràdio i televisió) actuen tant com a públics com a canals d'informació.</p> <p>Permeten fer arribar continguts informatius a una audiència massiva, contribueixen a augmentar la credibilitat del missatge i poden influir en l'opinió pública, cosa que pot afavorir que les persones prenguin decisions informades, modifiquin hàbits o formin una opinió sobre una determinada qüestió.</p> <p>És important tenir en compte que l'únic criteri que serveix perquè els mitjans de comunicació es facin ressò d'una determinada informació és el seu interès públic.</p> <p>Cada mitjà de comunicació té les seves particularitats, que condicionen la manera com presenten els continguts.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Els mitjans de comunicació permeten arribar a una audiència més gran de la que es podria arribar a través de canals propis. • Són una eina efectiva per educar la ciutadania sobre la salut, difondre informació clau i ajudar a interpretar-la, així com combatre la desinformació. • Els continguts publicats als mitjans poden influir en l'agenda pública i determinar decisions polítiques.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identificar els temes relacionats amb el PLS que puguin tenir interès informatiu: aprovació del pla, diagnòstic de les necessitats de salut del municipi, celebració d'activitats relacionades amb el pla, presentació i execució d'accions rellevants que s'hi contenen, etc. 2) Escollir el mitjà o mitjans de comunicació, tant d'abast local com comarcal o nacional, que puguin estar interessats en el contingut. 3) Escollir el format més adient per fer arribar la informació als periodistes dels mitjans: nota de premsa, comunicat, roda de premsa, dossier de premsa, article, publireportatge, infografia, etc. 4) Contactar directament amb els redactors que cobreixen temes de salut i polítiques locals que siguin especialment sensibles. 5) Proposar entrevistes amb persones que hagin participat en el procés d'elaboració del PLS o que tinguin un paper important en alguna de les accions que s'hi contenen. 6) Contemplar la presència dels mitjans de comunicació en els esdeveniments emmarcats en el PLS. 7) Promoure a través de les xarxes socials les aparicions en premsa i les notícies que publiqui l'Ajuntament relacionades amb el PLS. 8) Recollir indicadors d'activitat dels impactes assolits als mitjans de comunicació.

Exemples

- **Nota de premsa:** notícia escrita que una organització (ajuntament, entitat, etc.) adreça als mitjans de comunicació amb el propòsit que se'n facin ressò a través d'una notícia o bé d'un altre format informatiu. Respon als mateixos criteris de qualitat informativa que s'apliquen a les notícies que elabora un mitjà. És l'instrument idoni per donar a conèixer informacions rellevants relacionades amb el PLS.

Característiques:

- **Titular** informatiu, que destaca un fet amb interès públic: l'aprovació del PLS («[nom del municipi] aprova el seu Pla Local de Salut, que permetrà millorar el benestar de la ciutadania»), les necessitats i demandes de salut («Un de cada tres [gentilici del municipi] percep la seva salut com a regular o dolenta»), les accions que s'hi duen a terme («Les escoles de [nom del municipi] repartiran dues peces de fruita al dia als infants») o els actes relacionats amb el PLS («La salut, present a la festa major de [nom del municipi]»).
- **Subtítol** o subtítols, per complementar el titular amb missatges secundaris.
- **Contingut** que dona resposta a les preguntes què ha passat, qui n'és la persona o persones protagonistes, quan ha passat, on i per què. Si escau, es respondrà com ha succeït.
- **Estructura.** És útil organitzar el text seguint una estructura de piràmide invertida, amb la informació més rellevant al principi i la més accessòria al final. El primer paràgraf (entradeta o lead) conté la informació més destacada.
- **Redacció:** frases curtes i clares, a ser possible, redactades amb una estructura de subjecte + verb + complements, amb pocs adjectius i adverbis i frases en temps actiu.

Quan es tracta d'un posicionament sobre un tema que afecta l'organització rep el nom de **comunicat de premsa** i, a diferència de la nota de premsa, té un enfocament subjectiu.

- **Roda de premsa:** sessió per donar explicacions sobre alguna qüestió que té una elevada dimensió mediàtica. Sempre inclou un torn de preguntes dels periodistes. En el cas de la comunicació del PLS, resulta útil per presentar-lo als mitjans després de l'aprovació i per retre comptes.

Característiques:

- **Convocatòria:** s'envia normalment entre una setmana i tres dies abans, amb un recordatori el dia anterior. Ha d'incloure un titular atractiu i informació clara sobre què es presentarà, quan, on i qui hi intervindrà.
- **Posada en escena:** s'han d'escollir els portaveus que donaran explicacions. Convé escollir un espai adient on càpiguen tots els assistents i que s'adapti als requeriments dels mitjans que hi puguin assistir (espai per col·locar càmeres de televisió, entrada per connectar el so, etc.).

- **Informació de suport:** normalment es reparteix informació de suport: una nota de premsa on es recull la informació que es presenta, un dossier de premsa amb informació en detall, etc. És convenient enviar aquesta informació en format electrònic després de la celebració de la roda de premsa a tots els mitjans, tant els que hi han assistit com els que no.
- **Impacte:** després de la roda de premsa, cal quantificar els mitjans que hi han estat presents i el nombre de notícies generades.
- **Entrevistes:** oferir entrevistes exclusives amb els líders del projecte o experts locals a periodistes clau.
- **Articles d'opinió:** redactar i enviar articles d'opinió sobre temes relacionats amb el PLS als diaris i revistes.
- **Col·laboracions amb influenciadors:** associar-se amb influenciadors locals o comarcals en xarxes socials per a difondre els missatges del PLS.
- **Reportatges especials:** proporcionar accés exclusiu als mitjans per a la realització de reportatges detallats sobre els impactes del PLS.
- **Patrocini o anuncis publicitaris:** utilitzar espais publicitaris en televisió, ràdio o premsa per promoure el PLS.
- **Esdeveniments públics:** aprofitar esdeveniments públics o similars per atreure l'atenció mediàtica i parlar del PLS.
- **Seminaris web o taula rodones:** organitzar discussions en línia amb experts que puguin ser transmeses en directe i captar l'interès dels mitjans.

Continguts digitals per a plataformes web i xarxes socials	
Descripció	Són informacions, articles, vídeos, infografies i altres formats multimèdia publicats en llocs web i xarxes socials. Aquests continguts faciliten una comunicació eficaç, interactiva i actualitzada amb una audiència àmplia. Són essencials per mantenir informada la comunitat, difondre serveis i iniciatives i fomentar la participació activa dels usuaris.
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Les plataformes web i les xarxes socials permeten arribar ràpidament a una audiència àmplia, superant les limitacions geogràfiques i connectant amb persones interessades en la salut pública d'arreu. Alhora, faciliten la segmentació de l'audiència. • Afavoreixen la interacció amb el públic mitjançant comentaris, enquestes i comparticions, fet que potencia el compromís dels usuaris i fomenta un diàleg que pot millorar la percepció i l'eficàcia dels missatges. • Els continguts digitals permeten l'ús d'eines analítiques avançades per mesurar la recepció, l'abast i l'impacte dels missatges, proporcionant dades valuoses per ajustar les estratègies i millorar-les contínuament.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Determinar què es vol aconseguir amb els continguts digitals, com ara educar la comunitat, promoure serveis o informar sobre l'estat del PLS. 2) Analitzar qui són els receptors dels missatges per adaptar el contingut a les seves necessitats i preferències. 3) Crear un calendari editorial que detalli quan i què es publicarà en cada plataforma, garantint una periodicitat fixa i una coherència en les actualitzacions. 4) Elaborar continguts, en diversos formats, tenint en compte que estiguin optimitzats per a motors de cerca (SEO). 5) Comprovar periòdicament els continguts publicats al web i les xarxes socials per actualitzar la informació obsoleta i assegurar-ne la precisió. 6) Utilitzar eines analítiques per rastrejar el trànsit web, el compromís i la recepció dels continguts i utilitzar aquesta informació per millorar les futures publicacions. 7) Publicar regularment actualitzacions sobre l'evolució i els resultats del PLS per mantenir informada la comunitat i promoure la transparència.

Exemples

- **Articles de blog.** Publicacions periòdiques que expliquin els objectius, els avenços i els èxits del PLS, així com consells de salut i benestar per a la comunitat.
- **Infografies.** Imatges informatives que sintetitzin dades rellevants sobre la salut pública, estadístiques locals i impactes positius del PLS de manera visualment atractiva.
- **Vídeos informatius.** Clips curts amb testimonis de professionals, ciutadania i responsables del PLS, on expliquin els beneficis i les activitats del pla.
- **Notícies i actualitzacions.** Secció de notícies al web del municipi amb actualitzacions constants sobre les activitats, esdeveniments i novetats relacionades amb el PLS.
- **Seminaris web.** Sessions en línia en directe amb experts en salut pública per discutir temes específics del PLS, seguides d'una sessió de preguntes i respostes.
- **Guies i documents PDF.** Guies detallades sobre temes de salut específics, polítiques del PLS i recursos disponibles per a la ciutadania, descarregables des del web.
- **Posts a xarxes socials.** Publicacions regulars a Facebook, X, Instagram, etc., que incloguin enllaços a articles, esdeveniments i recursos, així com campanyes interactives per augmentar el compromís.
- **Notícies per correu electrònic.** Butlletins digitals enviats periòdicament als subscriptors amb informació actualitzada, consells de salut i activitats del PLS.

Plataforma web de retiment de comptes	
Descripció	<p>Eina digital que garanteix transparència i responsabilitat en la implementació del PLS. Aquesta plataforma proporciona informació detallada sobre el grau d'execució del pla, incloent-hi els objectius assolits, les activitats realitzades i els resultats obtinguts.</p> <p>Permet conèixer l'estat actual del pla, revisar els progressos i accedir a dades actualitzades i a informes periòdics per fomentar la transparència i la qualitat de la informació pública.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Transparència. Facilita l'accés a informació detallada sobre l'execució del PLS, fomentant la confiança de la ciutadania en les accions del municipi. • Responsabilitat. Permet als responsables del PLS retre comptes sobre els progressos, els resultats i l'ús dels recursos, garantint-ne una gestió més responsable i eficient. • Participació ciutadana. Facilita la participació de la ciutadania a través del coneixement del pla i de la manera com s'executa. • Accés a informació actualitzada. Ofereix dades en temps real sobre els diversos aspectes del PLS, fet que facilita la presa de decisions informades tant per als responsables polítics com per a la ciutadania. • Eficiència comunicativa. Centralitza la informació en un únic lloc, fent-la accessible de manera clara i ordenada a totes les persones interessades, i reduint la necessitat de consultes i sol·licituds d'informació addicionals.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establir els objectius clau que la plataforma ha de complir, com ara proporcionar informació transparent sobre l'estat d'execució del PLS, facilitar l'accés a dades actualitzades i fomentar la participació ciutadana. 2) Determinar quins tipus d'informació s'han d'incloure, com els objectius estratègics, les accions previstes, els responsables de tasques, els indicadors de progrés i els resultats obtinguts. 3) Assignar responsables per a cada acció i objectiu del PLS, ja sigui per decret d'alcaldia o altres sistemes formals, assegurant que cada persona sap què ha d'executar i quan. 4) Escollir una plataforma web fàcil d'usar que permeti la integració de les diverses funcionalitats necessàries, com ara actualització de continguts, seguiment de progrés i interacció. 5) Organitzar els continguts de manera lògica i accessible, creant seccions clares per a l'estat d'execució, objectius estratègics, accions específiques, indicadors de progrés i comentaris de la comunitat. 6) Crear un disseny visual atractiu i intuïtiu que faciliti la navegació dels usuaris, assegurant que la informació important sigui fàcilment accessible i comprensible. 7) Anunciar el llançament de la plataforma a través de canals de comunicació oficials, incloent-hi xarxes socials, butlletins informatius i mitjans de comunicació locals.

Exemples

- **Model de plataforma web interactiva.** Aquesta plataforma permet als usuaris explorar de manera interactiva el grau d'execució i el compliment del PLS a través de gràfics, mapes i taules dinàmiques.
 - Quadres de comandament interactius que mostren dades en temps real.
 - Mapes geoespacionals que indiquen l'estat dels projectes per zones.
 - Taules dinàmiques amb filtres personalitzables per aprofundir en dades específiques.
 - Espai per a comentaris dels usuaris.
- **Model de plataforma web informativa.** Aquesta plataforma se centra en proporcionar informació detallada i estructurada sobre l'execució del PLS, incloent informes periòdics i documents descarregables.
 - Pàgines dedicades a cada objectiu del PLS amb descripcions detallades.
 - Informes trimestrals i anuals descarregables en format PDF.
 - Seccions de preguntes freqüents per aclarir dubtes comuns.
 - Notificacions i actualitzacions per correu electrònic per mantenir informades les persones usuàries.
- **Model de plataforma web participativa.** Aquesta plataforma combina la informació sobre el grau d'execució del PLS amb funcionalitats de participació ciutadana, permetent als usuaris aportar idees i votar sobre projectes.
 - Espais per a la presentació de projectes comunitaris relacionats amb el PLS.
 - Sistemes de votació i prioritització de projectes per part dels usuaris.
 - Fòrums de discussió i grups de treball virtuals per col·laborar en iniciatives.
 - Calendari d'esdeveniments i sessions informatives en directe per fomentar la participació activa.

Comunicació directa per part dels professionals	
Descripció	<p>Implica la interacció personal i presencial a les oficines municipals, on els professionals municipals poden proporcionar informació detallada, respondre preguntes i distribuir materials informatius sobre el PLS.</p> <p>Aquesta forma de comunicació fomenta la confiança, la transparència i el compromís ciutadà, i afavoreix una comprensió més profunda i immediata del pla.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Personalització de la informació. Permet proporcionar informació adaptada a les necessitats específiques de cada persona, assegurant que entenguin com els afecta el PLS. • Confiança i transparència. La interacció cara a cara ajuda a establir una relació de confiança entre la ciutadania i l'equip de professionals municipals i augmenta la percepció de transparència i responsabilitat. • Major compromís. L'atenció personalitzada i la interacció directa poden incrementar el compromís de la ciutadania amb les iniciatives del PLS i fomentar-ne la participació. • Distribució de materials informatius. A les oficines d'atenció a la ciutadania es poden distribuir fulletons, guies i altres materials informatius que les persones poden emportar-se i consultar més tard. • Sensibilització i educació. Ofereix l'oportunitat de conscienciar sobre temes transversals i d'augmentar el coneixement de les polítiques de salut del municipi entre la ciutadania.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Garantir que tots els professionals de l'ajuntament coneguin els objectius, les accions i els beneficis del PLS per comunicar-los de manera clara i eficaç. 2) Elaborar fulletons, guies i altres materials visuals que expliquin els diversos aspectes del PLS, incloent-hi l'habitatge, l'ocupació, l'esport, els serveis socials, la salut pública o el medi ambient, entre altres. 3) Identificar oportunitats de contacte directe, com l'empadronament de persones novingudes, per introduir el PLS i oferir informació útil i personalitzada. 4) Col·locar punts d'informació sobre el PLS en les oficines municipals, biblioteques, centres comunitaris i altres espais públics freqüentats per la ciutadania. 5) Desenvolupar manuals o pautes de conversa per ajudar els professionals a comunicar de manera efectiva els aspectes clau del PLS durant les interaccions amb la ciutadania.

Exemples

- **En el moment d'atendre una sol·licitud d'empadronament.** Proporcionar un paquet de benvinguda amb informació sobre el PLS, explicant els serveis disponibles i els beneficis en salut pública, habitatge, ocupació, esport, serveis socials o medi ambient, entre altres.
- **Quan es presenta una sol·licitud als serveis socials.** Professionals de serveis socials poden explicar com el PLS ofereix suport addicional i recursos, a través de la distribució de fulletons sobre programes d'ajuda, serveis de salut mental i altres iniciatives rellevants.
- **Quan es rep una sol·licitud per demanar feina.** Informar sobre les iniciatives del PLS relacionades amb la formació professional, els programes de reinserció laboral i el suport a emprenedors, mitjançant materials informatius i orientació específica.
- **En el moment d'inscriure's a un gimnàs municipal o a un equipament esportiu.** Els professionals del gimnàs poden explicar els beneficis de les accions relacionades amb l'activitat física o amb l'alimentació saludable que s'inclouen al PLS, mitjançant la difusió de materials, l'organització d'esdeveniments esportius i la recomanació de consells de salut.
- **Quan es rep una sol·licitud de llicència d'obres.** Els professionals de l'Ajuntament poden informar sobre com el PLS integra criteris de salut i sostenibilitat en les polítiques d'urbanisme i construcció, amb la distribució de guies sobre edificació saludable i espais verds.
- **Durant el desenvolupament d'esdeveniments comunitaris.** Instal·lar estands informatius sobre el PLS amb professionals disponibles per respondre preguntes i proporcionar fullets i materials visuals.
- **Quan se sol·licita el préstec d'un document a la biblioteca.** Els professionals de la biblioteca poden distribuir materials informatius sobre el PLS i organitzar xerrades informatives sobre salut pública i altres temes relacionats amb el pla i informar sobre la importància de la cultura per la salut mental i física.

Elaboració d'enquestes i qüestionaris	
Descripció	<p>És una eina de recollida de dades que permet conèixer fins a quin punt la població està informada sobre els objectius, les accions i els beneficis del PLS.</p> <p>Les enquestes recullen opinions, percepcions i suggeriments de la ciutadania per millorar la comunicació i la implementació del pla.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Mesura del coneixement. Permet avaluar el grau d'informació de la ciutadania sobre el PLS, identificant àrees on la informació pot ser insuficient o mal entesa. • Interacció. Ofereix una plataforma perquè la ciutadania expressi les seves opinions, preocupacions i suggeriments, proporcionant una realimentació valuosa per a futures millores. • Millora de la comunicació. Les dades recollides ajuden a identificar quins canals de comunicació són més efectius i quins necessiten ajustos, amb la qual cosa es pot millorar la difusió d'informació sobre el PLS. • Dades per a la presa de decisions. Proporciona informació basada en dades que pot ser utilitzada pels responsables del PLS per prendre decisions informades i ajustar les estratègies segons les necessitats de la ciutadania.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establir clarament què es vol aconseguir amb l'enquesta, com ara mesurar el grau de coneixement de la ciutadania sobre el PLS, identificar àrees de millora en la comunicació o obtenir resposta sobre iniciatives específiques. 2) Determinar a qui es vol enquestar, com ara persones usuàries de serveis municipals, assistents a esdeveniments comunitaris o usuaris de serveis de salut pública. 3) Redactar preguntes clares i concises que responguin als objectius de l'enquesta. Incloure qüestions sobre el nivell de coneixement del PLS, la utilitat percebuda de les iniciatives i les fonts d'informació més utilitzades per obtenir dades sobre el pla. 4) Decidir el format de l'enquesta: digital, en paper, telefònica o presencial. Assegurar que el format triat sigui accessible per a tots els destinataris. 5) Fer una prova inicial de l'enquesta amb un grup reduït de persones per detectar possibles problemes i garantir que les preguntes siguin clares i fàcils d'entendre. Aplicar els ajustos necessaris. 6) Recopilar les respostes de l'enquesta i utilitzar eines d'anàlisi de dades per identificar tendències i percepcions sobre el coneixement i percepció del PLS entre la ciutadania. 7) Redactar un informe de resultats, destacant els punts forts i les àrees de millora en la comunicació del PLS. 8) Comunicar els resultats a la ciutadania, destacant les accions que es prendran en resposta al <i>feedback</i> rebut. 9) Utilitzar els resultats de l'enquesta per ajustar les estratègies de comunicació i implementació del PLS, assegurant que les necessitats i preocupacions de la ciutadania són abordades.

Publicació de continguts en xarxes socials	
Descripció	<p>Consisteix en utilitzar plataformes com Facebook, X, Instagram o LinkedIn, entre altres, per informar la ciutadania sobre els objectius, les accions i els avenços del PLS.</p> <p>Això implica crear i compartir continguts en format text, imatge i vídeo que expliquin de manera clara i atractiva els beneficis del pla, promovent la participació activa i la interacció amb la comunitat.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Ampli abast i accessibilitat. Les xarxes socials permeten arribar a una audiència àmplia i accedir a la informació sobre el PLS des de qualsevol lloc i moment. • Interactivitat. Fomenten la participació amb comentaris, m'agrada, comparticions i reaccions, augmentant el compromís amb el PLS. • Segmentació. Permeten enviar missatges a grups específics segons factors demogràfics com edat, interessos i ubicació. • Comunitat. Promouen la creació d'una comunitat en línia relacionada amb el PLS. • Monitorització i anàlisi. Ofereixen eines per monitoritzar i analitzar l'impacte i compromís de les publicacions.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Determinar clarament què es vol aconseguir amb les publicacions, com ara informar la ciutadania, fomentar la participació o destacar els avenços del PLS. 2) Escollir les xarxes més adients segons el tipus de contingut que es vol difondre (Facebook, X, Instagram, LinkedIn, etc.). 3) Elaborar un pla editorial que estableixi els tipus de continguts (articles, vídeos, infografies), els temes a tractar i la freqüència de publicació. 4) Redactar i dissenyar continguts atractius que expliquin de manera clara els objectius, les accions i els beneficis del PLS. 5) Utilitzar eines de programació de continguts per planificar i automatitzar les publicacions en les xarxes socials seleccionades. 6) Fomentar la interacció de la ciutadania, animant-la a comentar, compartir i reaccionar a les publicacions per ampliar el compromís de l'espectador i la difusió del missatge. Respondre les preguntes i comentaris de manera oportuna i adequada. 7) Incorporar imatges, vídeos, infografies i altres elements visuals per fer les publicacions més atractives i comprensibles. 8) Publicar testimonis i històries d'èxit relacionades amb el PLS per inspirar i motivar la ciutadania. 9) Analitzar les mètriques de les xarxes socials per avaluar quins tipus de continguts són més efectius.

Exemples

- **Infografies sobre objectius del PLS.** Una infografia visual que resumeixi els objectius principals del PLS, com la millora de la salut mental, la promoció de l'activitat física i la millora de l'accés als serveis de salut.
- **Vídeos de testimonis.** Clips curts de persones que han experimentat els beneficis del PLS, explicant com ha millorat la seva salut i benestar.
- **Missatges amb estadístiques i dades.** Publicacions amb dades i estadístiques sobre els avenços del PLS, com ara la reducció de l'obesitat o l'augment de la participació en programes de salut.
- **Anuncis d'esdeveniments comunitaris.** Informació sobre tallers, xerrades i esdeveniments comunitaris relacionats amb el PLS, incloent-hi dates, hores i llocs.
- **Consells de salut setmanals.** Publicacions amb consells de salut setmanals que siguin rellevants per als objectius del PLS, com ara recomanacions d'exercici, nutrició saludable o tècniques de gestió de l'estrès.
- **Imatges de projectes en marxa.** Fotos i actualitzacions sobre projectes del PLS en curs, com la construcció d'un nou parc, la renovació de centres de salut o la implementació de programes d'activitat física.
- **Campanyes de sensibilització.** Publicacions dissenyades per sensibilitzar sobre temes de salut inclosos en el PLS, com la lluita contra el tabaquisme, la importància de realitzar activitat física regular o de compartir l'espai públic.

Creació d'un programa d'ambaixadors	
Descripció	<p>És una iniciativa que selecciona i capacita membres de la comunitat per actuar com a representants i promotors del pla.</p> <p>Aquests ambaixadors actuen com a líders informals, difonent informació, fomentant la participació i recollint les percepcions de la ciutadania.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none">• Major abast. Els ambaixadors poden arribar a més segments de la comunitat que les campanyes de comunicació tradicionals.• Credibilitat i confiança. Els ambaixadors locals són sovint més fiables i creïbles per a la comunitat.• Motivació i compromís. Com a membres actius de la comunitat, els ambaixadors poden inspirar i motivar altres persones a participar.• Efecte multiplicador. Multipliquen els esforços de comunicació amb recursos limitats, ampliant l'impacte del PLS.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none">1) Definir què es vol aconseguir amb el programa, com ara augmentar la difusió del PLS, fomentar la participació comunitària i recollir retroalimentació sobre les accions implementades.2) Determinar les característiques desitjades dels ambaixadors, buscant diversitat en termes professionals, àrees d'influència (habitatge, ocupació, esport, serveis socials, salut pública, medi ambient, etc.) i comunitats representades.3) Seleccionar els ambaixadors a través d'una convocatòria pública o contactant directament amb líders d'opinió informals que estiguin compromesos i motivats.4) Preparar els ambaixadors a través de sessions de formació i documentació de suport.5) Assegurar que els ambaixadors tenen una via de contacte directa per resoldre dubtes, obtenir suport addicional i coordinar activitats. La creació d'un grup de treball en línia pot facilitar la comunicació entre ells.6) Reconèixer públicament la feina dels ambaixadors a través de xarxes socials, el web municipal i els esdeveniments públics per donar-los credibilitat i motivar-los.7) Programar reunions periòdiques amb els ambaixadors per fer seguiment dels progressos, compartir experiències i millorar contínuament les accions de difusió del PLS.

Campanya de <i>crowdsourcing</i>	
Descripció	<p>És una iniciativa que recull idees, suggeriments i opinions de la ciutadania a través de plataformes digitals o d'esdeveniments comunitaris.</p> <p>Aquest procés col·laboratiu permet que la comunitat participi en el desenvolupament i la millora del PLS per tal que les accions realitzades reflecteixin les necessitats i preferències de la població.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Participació. Fomenta la implicació directa de la ciutadania en el PLS. • Diversitat de perspectives. Recull una àmplia varietat de punts de vista i idees. • Realimentació. Proporciona informació útil sobre les necessitats i les preferències de la comunitat. • Transparència. Afavoreix la transparència en el procés de presa de decisions. • Enfortiment de la comunitat. Reforça el sentiment de comunitat i col·laboració entre la ciutadania.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establir què es vol aconseguir amb la campanya, com ara recollir idees, suggeriments i <i>feedback</i> de la ciutadania sobre el PLS, fomentar la participació comunitària i promoure el compromís amb les iniciatives del pla. 2) Determinar quins aspectes del PLS poden beneficiar-se més de la contribució de la comunitat, com l'habitatge, l'ocupació, l'esport, els serveis socials, la salut pública o el medi ambient. 3) Escollir una plataforma de <i>crowdsourcing</i> que sigui accessible, fàcil d'utilitzar i que permeti la interacció i la col·laboració de la ciutadania. Podria ser una plataforma independent, una secció en el lloc web municipal o una o diverses plataformes de xarxes socials. 4) Difondre la campanya a través dels canals de comunicació més adients, utilitzant els formats més efectius en cada cas: vídeos, infografies, articles, guies de participació, etc. 5) Informar la ciutadania sobre les contribucions recollides i com seran utilitzades per millorar el PLS. Fer ús del web municipal, les xarxes socials i altres canals per compartir els resultats i agrair la participació. 6) Avaluar la campanya de <i>crowdsourcing</i>, analitzant els resultats, l'impacte i les àrees de millora. Utilitzar aquesta informació per planificar futures iniciatives de participació comunitària.

Exemples

- **Campanya «Idees per una salut millor».** Una iniciativa per recollir idees innovadores de la comunitat sobre com millorar la salut pública a través del PLS.
 - **Plataforma en línia.** Crear un portal web on la ciutadania pugui enviar les seves propostes i votar les idees d'altres persones.
 - **Tallers comunitaris.** Organitzar sessions en diferents barris on es discuteixin les idees proposades i es reculli *feedback* en directe.
 - **Promoció a xarxes socials.** Utilitzar etiquetes com #IdeesSalutMillor per fomentar la participació i difusió.
- **Campanya «Participa en la salut del teu barri».** Recollida de suggeriments específics per millorar la salut en diferents barris del municipi mitjançant la implicació de la comunitat local.
 - **Mòduls interactius.** Instal·lar punts de recollida de suggeriments en llocs clau com mercats, biblioteques i centres comunitaris.
 - **Enquestes digitals.** Distribuir enquestes en línia que permetin a la ciutadania identificar les necessitats i prioritats de salut del seu barri.
 - **Reunions de barri.** Convocar reunions amb els veïns per discutir les propostes i prioritzar les accions.
- **Campanya «Salut i sostenibilitat».** Recollida d'idees sobre com integrar pràctiques sostenibles en les iniciatives de salut pública del PLS.
 - **Concurs d'idees.** Llançar un concurs on la ciutadania pugui presentar projectes i solucions sostenibles que millorin la salut pública.
 - **Jornades de debat.** Organitzar jornades temàtiques sobre salut i sostenibilitat, amb la participació d'experts i membres de la comunitat.
 - **Plataforma de votació.** Permetre que la comunitat voti les idees més innovadores i viables a través d'una plataforma en línia.

Celebració de grups de discussió	
Descripció	<p>Un grup de discussió (<i>focus group</i>) és una reunió estructurada en què un conjunt de persones, coordinades per un dinamitzador o entrevistador, debaten i comparteixen opinions sobre un tema determinat.</p> <p>Aquestes discussions permeten obtenir resposta, fomentar la participació de la ciutadania i ajustar les polítiques i accions del PLS segons les necessitats de la comunitat.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none">• Recollida de la resposta de la ciutadania. Permeten obtenir opinions i suggeriments directament de la comunitat.• Participació activa. Afavoreixen una implicació més gran de la ciutadania en el desenvolupament i la implementació del PLS.• Diversitat de perspectives. Recullen una àmplia varietat d'experiències i punts de vista.• Cohesió comunitària. Fomenten el diàleg i la comprensió mútua entre diferents sectors de la comunitat.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none">1) Establir què es vol aconseguir amb els grups de discussió, com ara recollir respostes sobre accions específiques del PLS, identificar necessitats de la comunitat o generar idees per a noves iniciatives.2) Seleccionar una mostra diversa i representativa de la comunitat, incloent-hi membres de diferents àmbits afectats pel PLS.3) Decidir quins temes específics es debatran en cada sessió, assegurant que cobreixin les diferents àrees del PLS.4) Escollir la data i l'espai més idoni per celebrar la sessió.5) Designar un dinamitzador amb experiència, capaç de facilitar les discussions i garantir la participació de totes les persones assistents.6) Celebrar la sessió segons el calendari establert, seguint l'estructura planificada i assegurant una participació equilibrada.7) Prendre notes durant la sessió o enregistrar-la, sempre amb el permís de les persones participants.8) Analitzar la informació recollida per identificar tendències, necessitats i possibles solucions, i preparar un informe de resultats.9) Informar els participants i la ciutadania sobre els resultats.

Exemples

- **Grup de discussió sobre salut mental i benestar emocional.** Recollir idees i suggeriments per millorar els serveis de salut mental i benestar emocional disponibles a la comunitat.

Es comptarà amb professionals de la salut mental, treballadors socials, membres d'organitzacions de salut mental, educadors i persones amb experiència personal en problemes de salut mental.

Sessió de dues hores amb una presentació inicial sobre l'estat actual dels serveis de salut mental, seguida de grups petits de discussió i una sessió grupal, que permeti identificar:

- Necessitats no cobertes en els serveis de salut mental.
- Estratègies per reduir l'estigma associat amb els problemes de salut mental.
- Programes i recursos necessaris per a la prevenció i el tractament de la salut mental.

Resultats esperats: idees concretes per a nous programes de suport, iniciatives de sensibilització i recomanacions per millorar els serveis existents.

- **Grup de discussió sobre salut i sostenibilitat ambiental.** Desenvolupar accions concretes per promoure una vida més sostenible i saludable al municipi.

Es comptarà amb activistes ambientals, representants de la comunitat, professionals de la salut pública, urbanistes i estudiants.

Taller de tres hores amb una introducció sobre els objectius del PLS relacionats amb la sostenibilitat, seguit de grups de treball temàtics i una sessió plenària per compartir conclusions sobre:

- Impacte de l'entorn sobre la salut pública.
- Iniciatives per reduir la contaminació i fomentar espais verds.
- Programes per promoure hàbits sostenibles entre la ciutadania.

Resultats esperats: plans d'acció específics per a la creació d'espais verds, campanyes educatives sobre sostenibilitat i programes de reducció de residus.

- **Grup de discussió sobre esport i activitat física per millorar la salut.** Millorar l'accés i la participació en programes d'esport i activitat física per a tota la comunitat.

Es comptarà amb entrenadors esportius, membres de clubs esportius, professors d'educació física, professionals de la salut i membres de la comunitat interessats en l'activitat física.

Sessió de dues hores amb dinàmiques de *brainstorming*, grups de discussió segons les diferents edats i capacitats i una sessió final per prioritzar idees sobre:

- Barreres per a la participació en activitats físiques i esportives.
- Idees per a nous programes d'exercici adaptats a diferents grups d'edat i capacitats.
- Millores necessàries en les instal·lacions esportives municipals.

Resultats esperats: propostes concretes per noves activitats físiques, programes inclusius per a persones de totes les edats i condicions físiques, i recomanacions per millorar les infraestructures esportives.

Elaboració d'un pòdcast	
Descripció	<p>Es tracta d'una sèrie d'episodis d'àudio accessibles en línia, dissenyats per informar i educar la ciutadania sobre els objectius, les accions i els beneficis del PLS.</p> <p>Els pòdcasts poden incloure entrevistes amb experts, testimonis de la comunitat, discussions sobre temes de salut i actualitzacions sobre el progrés del pla.</p>
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilitat. Permet a la ciutadania accedir a la informació sobre el PLS en qualsevol moment i lloc. • Educació. Proporciona una plataforma per a l'educació continuada sobre temes de salut i benestar. • Promoció. Pot ser fàcilment compartit a través de xarxes socials i altres canals digitals, augmentant l'abast de la informació. • Actualització. Ofereix un mitjà per proporcionar actualitzacions regulars sobre els avenços i resultats del PLS.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Definir els objectius del pòdcast, com ara educar la ciutadania sobre el PLS, fomentar la participació o informar sobre els avenços i resultats del pla. 2) Determinar el públic objectiu i ajustar el contingut perquè sigui rellevant i interessant per a aquests grups. 3) Decidir els continguts i l'estructura (entrevistes, discussions, testimonis) i la durada òptima de cada episodi per mantenir l'interès de l'audiència. Per a programes informatius, és recomanable una durada d'entre deu i trenta minuts. Per a programes amb entrevistes o de reflexió, la durada podria ser més llarga. 4) Seleccionar les persones <i>participants</i>: representants municipals, membres de la comunitat i altres persones interessades. 5) Establir un calendari de producció, amb les dates de gravació, edició i publicació dels episodis. 6) Redactar el guió per a cada episodi, assegurant que el contingut sigui informatiu, accessible i atractiu per a l'audiència. 7) Utilitzar equipament d'alta qualitat per a la gravació d'àudio i assegurar-se que els episodis es graven en un ambient tranquil per evitar distraccions i soroll de fons. 8) Editar l'àudio amb un programari adequat, millorant la qualitat del so i afegint música o efectes sonors si cal. 9) Publicar els episodis en plataformes de podcasting populars com Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts i altres, i difondre'ls a través dels canals pertinents. És recomanable tenir enregistrats quatre o cinc capítols abans de publicar-los. 10) Monitoritzar les mètriques d'escolta i la resposta de l'audiència per avaluar l'eficàcia del pòdcast i fer-hi els ajustos necessaris.










Exemples

- **Pòdcast «Salut i benestar per a tothom».** Un programa mensual que aborda temes de salut i benestar, amb un enfocament en la inclusivitat i la diversitat de la comunitat.
 - **Episodis de 30 minuts.** Inclouen entrevistes amb experts en salut, testimonis de membres de la comunitat i consells pràctics per a un estil de vida saludable.
 - **Temes.** Salut mental, alimentació saludable, activitat física, prevenció de malalties i serveis de salut disponibles.
 - **Convidats.** Metges, infermeres, psicòlegs, dietistes i altres membres de la comunitat que han participat en programes del PLS.
- **Pòdcast «Veus del PLS».** Un programa quinzenal que dona veu a les persones que fan possible el PLS i als beneficiaris de les seves accions.
 - **Episodis de 20 minuts.** Cada episodi destaca una història personal o un projecte específic del PLS.
 - **Temes.** Històries d'èxit en habitatge, ocupació, esport, serveis socials, salut pública o medi ambient.
 - **Convidats.** Representants municipals, coordinadors de projectes del PLS i ciutadania que ha experimentat millores gràcies al pla.
- **Pòdcast «Salut en acció».** Un programa setmanal que se centra en la implementació de les accions del PLS i ofereix consells pràctics per a la salut diària.
 - **Episodis de 15-20 minuts.** Debats breus sobre les novetats del PLS, consells de salut i respostes a preguntes de la comunitat.
 - **Temes.** Iniciatives recents del PLS, consells de salut preventiva, programes d'exercici i activitats comunitàries.
 - **Convidats.** Coordinadors de programes, entrenadors de gimnàs, treballadors socials i professionals de la salut.

Elaboració de tríptics, díptics i fulletons	
Descripció	Es tracta d'un material imprès que s'utilitza per proporcionar informació de manera concisa i visualment atractiva. Aquests formats són especialment útils per comunicar a la ciutadania, destacant els objectius, les accions i els beneficis del pla de manera accessible.
Avantatges	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilitat. Facilita l'accés a la informació per a tota la ciutadania, incloent-hi les persones que no utilitzen regularment plataformes digitals. • Portabilitat. Es poden distribuir fàcilment en diversos llocs, com centres comunitaris, hospitals, escoles i esdeveniments municipals. • Claredat. Permeten presentar la informació de manera estructurada i visualment atractiva, fent que els conceptes clau siguin fàcils d'entendre.
Pas a pas	<ol style="list-style-type: none"> 1) Establir què es vol comunicar a través dels tríptics, díptics o fulletons: informar sobre els objectius del PLS, descriure els serveis disponibles o promoure la participació comunitària. 2) Determinar el públic objectiu, tenint en compte les diferents àrees afectades pel PLS. 3) Redactar el text de manera clara i concisa, destacant els punts clau i assegurant-se que el llenguatge sigui inclusiu i accessible per a tota la ciutadania. 4) Crear un disseny atractiu que inclogui imatges, gràfics i icones per il·lustrar els punts clau. Cal garantir que el disseny segueixi la línia visual del PLS i sigui coherent amb altres materials de comunicació. 5) Decidir el format més adient (tríptic, díptic o fullet), en funció de la quantitat de contingut, el pressupost i la manera com es vol presentar la informació. 6) Escollir un servei d'impressió per produir els tríptics, díptics o fulletons, tenint en compte el nombre d'exemplars a produir. 7) Distribuir els materials en llocs estratègics com centres de salut, escoles, biblioteques, centres comunitaris i esdeveniments municipals. 8) Sol·licitar als destinataris la seva opinió sobre el material imprès i utilitzar les respostes per millorar futures edicions i altres materials de comunicació.
Exemples	<ul style="list-style-type: none"> • Tríptic. Proporciona una visió general del PLS, destacant els seus objectius principals, les àrees d'actuació i els beneficis per a la comunitat. <ul style="list-style-type: none"> - Portada: títol atractiu, logotip del municipi i del PLS, imatge representativa de la comunitat. - Interior (3 seccions): explicació de l'objectiu, les àrees d'actuació i els beneficis per a la comunitat. - Contraportada: informació de contacte, enllaços a recursos addicionals i espais de participació ciutadana. • Díptic. Detalla els serveis de salut disponibles gràcies al PLS, incloent programes específics i com accedir-hi. <ul style="list-style-type: none"> - Portada: títol clar, logotip del municipi i del PLS, imatge relacionada amb la salut. - Interior (2 seccions): llista de serveis de salut que ofereix el municipi i com accedir a cadascun d'ells. - Contraportada: informació de contacte i horaris d'atenció. • Fullet. Animen la ciutadania a participar activament en les iniciatives del PLS, oferint informació sobre com involucrar-se. <ul style="list-style-type: none"> - Portada: títol motivador, logotip del municipi i del PLS, imatge de membres de la comunitat participant en activitats. - Contraportada: raons per participar, com implicar-se, testimonis i informació de contacte, amb enllaços a formularis d'inscripció.

Estratègies i públics clau corresponents a cada acció de comunicació

Accions	Estratègies	Públics clau
Identitat visual	 Visual	Tots
Infografia	 Racional  Visual	Ciutadania Col·lectius específics
Vídeo	 Emocional  Racional  Narrativa  Visual  Híbrida	Ciutadania Col·lectius específics
Sessió informativa experts	 Racional  Participació	Agents locals Professionals de la salut Agents dels òrgans de participació Personal de l'Ajuntament
Aparició als mitjans	 Racional	Ciutadania
Continguts digitals	 Emocional  Racional  Narrativa  Visual  Híbrida	Ciutadania Agents locals Professionals de la salut Col·lectius específics
Web retiment de comptes	 Racional  Visual  Híbrida	Ciutadania Personal de l'Ajuntament
Comunicació directa	 Racional	Ciutadania Col·lectius específics
Enquestes i qüestionaris	 Participació	Ciutadania Col·lectius específics Professionals de la salut
Publicació a xarxes	 Emocional  Racional  Narrativa  Visual  Participació  Híbrida	Ciutadania

Accions	Estratègies	Públics clau
Programa d'ambaixadors	 Participació	Ciutadania Professionals de la salut Agents dels òrgans de participació
Campanya de <i>crowdsourcing</i>	 Participació	Ciutadania Col·lectius específics Professionals de la salut
Grups de discussió	 Participació	Ciutadania Col·lectius específics Professionals de la salut Personal de l'Ajuntament
Pòdcast	 Emocional  Racional  Narrativa  Híbrida	Ciutadania
Tríptics, díptics, fulletons	 Racional  Visual	Ciutadania Col·lectius específics Agents dels òrgans de participació