

## Ficha de envío de propostas ao Viveiro de propostas normalizadoras da CTNL

<b>Proposta de nome para o proxecto</b>	<b>Visibilización do uso do galego nos medios de comunicación</b> [Cómpre buscarlle un nome máis atractivo ao proxecto]
<b>Datos da persoa que fai a proposta</b>	Nome e apelidos: <b>CTNL</b> Enderezo-e: <a href="mailto:presidencia@ctnl.org">presidencia@ctnl.org</a> Teléfono: 629 571 950
<b>Breve descrición do proxecto</b>	<p>Acción na procura da visibilización do uso do galego nos medios de comunicación, procurando a participación e compromiso de persoas de todos os ámbitos que saian habitualmente en prensa (do deporte, da política, da empresa, da cultura, etc.) e que pidan que o galego se visibilice nos medios galegos, cando menos utilizando esa lingua nas súas declaracións, entrevistas, etc.</p> <p>Ao mesmo tempo, procura do compromiso dos diversos medios para visibilizar o galego na información relativa ás persoas, entidades e asociacións que o usen nos comunicados e notas de prensa que envíen, nas declaracións que fagan, nas entrevistas, etc.</p>
<b>Obxectivos da iniciativa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Visibilizar o uso do galego nos medios de comunicación</li><li>– Procurar que os medios de comunicación visibilicen o uso do galego empregándoo, cando menos, para reflectir as declaracións feitas nesta lingua, para informar dos actos desenvolvidos en galego, para crear información a partir de notas de prensa enviadas en galego, etc.</li><li>– Facerlles ver a persoas que teñen presenza na información dos medios de comunicación a importancia de interviren en galego e de solicitar que eses medios visibilicen ese uso lingüístico.</li><li>– Amosar socialmente que hai moitas máis persoas, entidades, etc., que comunican en galego, das que a imaxe lingüística dos medios transmiten</li></ul>
<b>Explicación de en que consistiría a acción</b>	<p>A proposta podería consistir en:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– Faríase un texto modelo de declaración, no que as persoas ou entidades que o asinasen lles solicitasen aos medios que visibilizasen o seu uso do galego nas informacións, nas súas declaracións, entrevistas, etc. Podería haber dous modelos de declaración, un para persoas e outro para entidades.</li><li>– Esa declaración serviría para ser remitida aos medios de comunicación por cada unha das persoas ou entidades que a asinan e tamén entregada aos medios nas primeiras conferencias de prensa que esas persoas ou entidades fixesen despois da presentación da campaña. Cada persoa ou entidade enviaríallela ou entregaríallela aos medios e xornalistas do seu ámbito, xeográfico ou sectorial.</li><li>– Un grupo de xente plural e de diversos ámbitos que teña aparicións frecuentes nos medios de comunicación a nivel galego</li></ul>

	<p>sería a imaxe inicial da campaña, e as persoas que inicialmente asinarían esa declaración e lla entregarían á prensa. Esas persoas deberían ser de ámbitos como o deporte, os movementos sociais, a empresa, a política, a cultura, a universidade, a xustiza, etc. A campaña comezaría cun acto de presentación coa participación dalgunhas destas persoas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Crearíase unha web para, por un lado, difundir a campaña, mais tamén que tería a funcionalidade de que calquera persoa ou entidade que quixese puidese sumarse á campaña, cubrindo un formulario a través do que crearía a súa declaración personalizada, que podería descargar en .pdf para enviarlle e entregarlle á prensa. Os nomes das persoas e entidades que se fosen sumando á campaña, irían xa tamén aparecendo no web canda as persoas iniciais.</li> <li>– Sería interesante que no web houbera unha pequena ficha de cada persoa que se suma, con foto, breve descrición de quen é, etc.</li> <li>– Procuraríase a colaboración con concellos, a través de SNL, ou con asociacións, para a organización de actos locais ou comarcais, nos que se efectivizase a sinatura de deportistas locais, adestradores/as, empresarios/as, responsables de asociacións, alcaldes-as e concelleiros/as, artistas, etc.</li> <li>– Transcorridas unhas semanas desde o inicio da campaña, manteríase tamén contacto cos medios de comunicación, procurando que estes tamén asinasen unha declaración comprometéndose a respectaren o solicitado nas declaracións das persoas e entidades. Difundiríanse os medios que as asuman.</li> <li>– Cómpre unha imaxe moderna, atractiva, coidada, etc., para a campaña, así como mecanismos de difusión planificados en redes sociais, web, medios, etc.</li> </ul>
<p><b>Destinatarios/as</b></p>	<p>Participantes na campaña:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Persoas de ámbitos diversos con aparicións en medios de comunicación, ben sexa a nivel galego, ben sexa a nivel local ou comarcal, como, por exemplo: deportistas; responsables de entidades varias, asociacións ou movementos sociais; políticos/as; músicas/os; actores e actrices; empresarios/as; etc.</li> <li>– Entidades públicas e privadas, tales como asociacións, concellos, empresas, etc.</li> </ul> <p>Destinatarios directos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Medios de comunicación</li> </ul> <p>Receptores en xeral:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Conxunto da sociedade galega</li> </ul>
<p><b>Quen se propón que a promova?</b></p>	<p>Proponse que a campaña sexa asumida e desenvolvida desde a CTNL, que se encargará dos contactos, custos, etc., mais a partir das ideas, planificación xeral, etc., deseñada no grupo de traballo creado no Viveiro e, unha vez comezada a campaña, cedéndolle o protagonismo ás persoas que nela participan, e non á asociación como tal.</p> <p>Buscaríanse apoios ou complicidades para a difusión da campaña por parte doutras entidades, como SNL, asociacións, as entidades que a asuman, etc.</p> <p>Tamén se procuraría a organización de accións locais, promovidas principalmente desde SNL, coa sinatura de deportistas locais,</p>

	<p>adestradores/as, empresarios/as, responsables de asociacións, alcaldes-as e concelleiros/as, artistas, etc.</p>
<b>Necesidades materiais</b>	<p>Para desenvolver esta campaña necesítase:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Deseño gráfico axeitado</li> <li>– Web coas funcionalidades necesarias</li> <li>– Materiais de difusión</li> </ul> <p>Calcúlanse, en xeral, uns custos duns 1.500 euros para estas accións propostas (aínda que a acción se podería desenvolver con menos custos se se pensa en deseños e web menos ambiciosos, ou por máis se se pensa, por exemplo, en publicidade na rede)</p>
<b>Necesidades humanas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ideación e planificación do proxecto: grupo de traballo do Viveiro e membros da directiva da CTNL</li> <li>– Deseño gráfico da campaña: persoa ou empresa</li> <li>– Desenvolvemento web coas funcionalidades necesarias: persoa ou empresa</li> </ul>
<b>Proposta de xestión do proxecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ideación, planificación, contactos, etc.: grupo de traballo do Viveiro</li> <li>– Organización, contactos e custos: CTNL</li> <li>– Deseño de imaxe, web, etc.: empresa</li> </ul>
<b>Prazos previstos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Ideación, planificación, etc.: xuño e xullo 2013</li> <li>– Contactos coas persoas iniciais para a campaña: xullo, agosto, setembro</li> <li>– Deseño, web, etc.: agosto, setembro</li> <li>– Presentación e inicio da campaña: outubro</li> <li>– Desenvolvemento da campaña e busca de novas persoas, entidades, etc., que se sumen e desenvolvemento de actos comarcais ou locais: último trimestre de 2013 e primeiro de 2014</li> <li>– Contacto cos medios de comunicación para que asuman as solicitudes da campaña: xaneiro e febreiro de 2013</li> <li>– Permanencia na rede: en principio, indefinida</li> </ul>
<b>Outras observacións</b>	<p>Poderíase marcar como obxectivo de participación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 30 persoas iniciais para comezar a campaña</li> <li>– 3.000 persoas no prazo de 4 ou 6 meses</li> </ul>