

Proposta de nome para o proxecto	Campaña xeral de visibilización a prol do galego Eu ♥ galego [nome por determinar]
Proposta presentada na xuntanza do	30/5/12
Datos da persoa que fai a proposta	Nel Vidal Barral
Breve descrición	Campaña xeral de visibilización do apoio de persoas ao proceso de normalización lingüística, visibilizando ese apoio a través dunha foto nun photocall que percorra diferentes lugares e difundida na rede.
Obxectivos	<ul style="list-style-type: none"> - Visibilizar o apoio ao proceso de normalización lingüística de persoas, tanto anónimas como coñecidas. - Favorecer que persoas de todo tipo se posicionen a prol da normalización lingüística. - Provocar unha mínima reflexión en persoas de todo tipo sobre a necesidade de fomento do galego en distintos ámbitos. - Achegar tanto a rúas e prazas como á rede e aos medios mensaxes favorábeis a prol da normalización lingüística en todos os ámbitos, e facéndoas visíbeis a través de persoas concretas.
Explicación da acción	<ul style="list-style-type: none"> - Facer unha especie de photocall ou de portada de revista xigante na que se lle faría unha foto a cada persoa que quixese participar. - Á parte dun lema ou mensaxe xeral moi simple e directa do estilo “A prol do galego”, “A favor do galego” ou “Eu quero galego”, crearíanse uns cantos bocadillos con frases ou lemas específicos para distintos ámbitos ou sectores, e con distintos tons (uns máis formais e outros máis informais) e cada persoa elixiría un deses bocadillos para a súa foto, do estilo, por exemplo “Eu quero que haxa un maior uso do galego nos medios”, “A min gustaríame que nas radios e teles houbera maior presenza da música en galego” ou “A min molaríame que nos pubs pinchasen máis música en galego”. - Cada unha desas fotos subiríase ao web da campaña, a poder ser xa no momento. - A campaña podería ir acompañada dunha especie de manifesto, ou listaxe de ideas que se apoian, e que poderían ser cada unha das frases dos bocadillos do photocall. O ideal é que fosen sobre 20 ou 30 frases, para que houbera variedade. - O photocall percorrería rúas e prazas das vilas e cidades que quixesen colaborar. Tamén eventos especiais como, por exemplo, Culturgal ou outras feiras, facultades, etc. - Para iniciar a campaña poderíase contar coa foto e apoio inicial dunhas 8 ou 10 persoas coñecidas e anónimas de diversos ámbitos.

A quen vai dirixida a acción?	- A todo tipo de persoas a nivel individual, tanto anónimas como coñecidas.
Quen se propón que a promova?	Propónse que esta acción sexa promovida pola CTNL, mais que fose financiada co apoio das entidades que quixesen colaborar “alugando” a actividade, e xestionada coa colaboración e a través dunha empresa.
Necesidades materiais	<ul style="list-style-type: none"> - Photocall dunhas dimensións de 3 m de ancho x 2,5 de alto, máis ou menos. - Bocadillos (20 ou 30) de cartón pluma ou pvc que se puidesen pegar con esparto ou algo así ao photocall. - Cámara de fotos. - Ordenador portátil con conexión á rede sen fíos para poder subir as fotos no momento [ou iPad, co que xa se tiraría e subiría a foto]. - Web da campaña. - Material informativo da campaña. - Material publicitario e de agasallo para as persoas que participen (chapas, adhesivos, bolis ou algo así). - Equipo de música para atraer máis á xente a achegarse e crear máis ambiente.
Necesidades humanas	<ul style="list-style-type: none"> - Para cada estancia en cada sitio farían falta, como mínimo, dúas persoas, para montar e desmontar, e para captar xente, irlle explicando, etc., e sacar fotos eilas subindo. - *Para aforrar custos, nalgúns casos unha das persoas podería ser o/a técnico/a de normalización lingüística de cada sitio, de ser o caso.
Proposta de xestión do proxecto	<ul style="list-style-type: none"> - A CTNL podería financiar nun principio os recursos básicos iniciais para a posta en marcha do proxecto: photocall, web e deseño. - Ofreceríase o proxecto aos SNL e outras entidades e estableceríase unha tarifa por xornada ou media xornada coa que se financiase: o persoal, os desprazamentos, o merchandising, etc. - O ideal é que a xestión do proxecto non a levase directamente a CTNL, senón unha empresa, colectivo ou persoas intermediarias. - Quen “ofrecería” o proxecto podería ser a CTNL, mais da xestión económica, de persoas, etc., encargaríase esa entidade/empresa intermediaria. - Coa posta en marcha do proxecto, ou xa previamente, habería que ter unha serie de entidades comprometidas a participar/colaborar e, polo tanto, unha serie de sitios por onde pasaría, aínda que se puidesen ir sumando outros. - As entidades que colaborasen ou “contratasen” o proxecto converteríanse en entidades colaboradoras e así figurará no web.
Prazos previstos	<ul style="list-style-type: none"> - Unha vez iniciada, a campaña pode estar activa durante uns 9 meses ou un ano enteiro. - Cómpre aproveitar o período de verán para exteriores e o de inverno para actos en recintos interiores. - Pode procurar poñerse activa xa para este verán ou comezada nunha feira de importancia como pode ser o Culturgal, en decembro.

Outras observacións

- O ideal é que a campaña, o material da campaña (photocall, chapas, etc.), se faga sen logos, só co lema e imaxe xeral, pois o que se vende e quere transmitir é a idea, non promocionar entidades. Deste xeito non habería logos no photocall, nas chapas, bolis, etc., aínda que si puidese habelos, por exemplo, no web e nos folletos, para saber quen a promove e organiza e quen está detrás, mais non por “publicitar” entidades).
- É importante que as frases ou lemas sexan claros no que din, no que piden, mais que sexan asumíbeis por moita xente e entidades, para que a campaña sexa o máis plural posíbel en canto ás persoas participantes. Por exemplo: “Eu quero máis galego nos medios” é posíbel que sexa unha frase asumida pola gran maioría da poboación.