Pau Canaleta

Director del Centre d'Anàlisi i Informació Internacional (CCAII). Nascut a Figueres el 1976, és llicenciat en història i té un màster en màrqueting i comunicació política. Pau Canaleta viu amb passió i al mateix temps preocupació la situació que viuen Figueres i l'Alt Empordà per tal d'intentar recuperar el temps perdut i fer valer les seves potencialitats.

«Figueres viu en una dolça decadència i no sap cap on va»



Dídac Moreno
FIGUERES

ROGER LLUNA



Canaleta considera que els ajuntaments no aprofiten tots els canals de comunicació que tenen al seu abast.

En quina situació està Figueres i, en general, la comarca de l'Alt Empordà pel que fa a la promoció i al foment de marques pròpies?

En aquest sentit, properament farem una taula rodona amb alcaldes de la comarca per parlar sobre la marca Empordà. D'altra banda, pel que fa als municipis, la majoria de consistoris de la comarca només copien el que ja funciona i hi ha molt poques novetats. No es pensa en la potencialitat de cada població i això és un greu contratemps amb vista al futur.

Quines potencialitats s'estan desaprofitant?

La comarca està ben posicionada, però també hi ha el risc de fer un pas enrere amb el tema dels parcs eòlics. L'Empordà és paisatge. Si et carregues el paisatge, et carregues la marca Empordà. Pel que fa a Figueres, una ciutat que està vivint en una dolça decadència, el problema és que el municipi no sap cap on va. Fa falta un relat de ciutat que ens ajudi a articular un discurs que faci comprensible a l'exterior què som, d'on venim i cap on anem.

Aquesta manca de lideratge i projecte és imputable als polítics?

No. Ens enganyaríem si penséssim que es tracta només d'un problema polític. Es tracta d'un problema social, perquè a la ciutat no tenim líders socials, falta una societat civil potent que lideri i que ajudi els polítics. Tots plegats hauríem de fer més autocrítica.

Com es pot esperonar la societat?

Simplement es tractaria de marcar un full de ruta i marcar el camí i l'objectiu final. Si hi hagués una directriu clara de quina Figueres volem, en tots els àmbits, la gent s'hi sumaria i s'avançaria notablement.

Obama és el màxim exemple d'aquest lideratge?

És una situació relativament similar a Figueres, perquè els Estats Units estaven i estan en una decadència provocada per diversos aspectes i Obama, simplement, marca cap on cal anar per sortir d'aquesta situació difícil. Esperança, futur i objectius. Sarkozy seria un altre exemple clar de lideratge.

Zapatero en seria un altre exemple?

És diferent. José Luis Rodríguez Zapatero entén el llenguatge comunicatiu, però quan cal engegar un projecte de país li falta contingut. Les seves armes, les sap jugar molt bé i és un gran estrateg comunicatiu. També és molt bo a l'hora d'utilitzar els mitjans de comunicació.

L'Ajuntament de Figueres comunica bé?

Les mancances de Figueres les pateixen molts consistoris, perquè la importància de la comunicació és cabdal. Els ajuntaments que en són conscients en treuen molt bons resultats. A la societat actual cada vegada és més complicada la comunicació directa, és molt important saber transmetre i fer arribar el missatge als ciutadans. Això passa per utilitzar tots els canals. Un exemple seria Girona.

«No es pensa en la potencialitat de cada municipi i això és un greu contratemps»

«L'Empordà és paisatge. Si et carregues el paisatge, també et carregues la marca Empordà»

«Per a molts ajuntaments, la comunicació només és premsa i és per això que hi ha mancances»

EN CURT



CCAII

1 Com va néixer el projecte del Centre d'Anàlisi i Informació Internacional?

R: La iniciativa es va posar en marxa l'octubre del 2002 i, set anys després, la valoració que en podem fer és positiva. Hi ha molta feina i l'atractiu del projecte segueix essent important.

FIGUERES TRIBUNA OBERTA

2 Per què decideixen posar en marxa un cicle de sopars -col·loquis ?

R: Aquesta iniciativa va estar liderada per l'Ajuntament de Figueres. Des del consistori es van posar en contacte amb nosaltres per tal de conèixer si ho volíem coordinar i vam acceptar. És un punt de trobada de la societat civil empordanesa per parlar sobre les coses que estan passant al món, sobretot, pel que fa al sector econòmic.

MARCA CIUTAT

3 El congrés Marca Ciutat ja està consolidat?

R: L'edició de l'any passat que vam fer a Figueres va anar molt bé i, enguany, l'hem traslladat a Roses. Analitzem les noves tendències per promocionar les ciutats i crear una marca.

«Si hi hagués un full de ruta que marqués quina Figueres volem, la gent s'hi sumaria»

«Zapatero entén el llenguatge comunicatiu però quan cal engegar un projecte li falta contingut»

«Cada vegada és més complicada la comunicació directa i, per això, cal saber transmetre»

Per què els alcaldes no consideren prioritària l'àrea de Comunicació?

No la consideren prioritària perquè, per a ells, comunicació és només premsa i això és un greu error que s'acaba pagant. Comunicació és molt més i, per exemple, és molt important utilitzar les pàgines web dels consistoris i de la ciutat com fan municipis com Terrassa o, sense anar més lluny, Roses i Castelló d'Empúries. Les teves instal·lacions municipals també són clau. Si tens uns equipaments endreçats, nets, amb una atenció amable, la imatge del govern en surt reforçada perquè tens un ciutadà encantat. També es poden utilitzar butlletins... la quantitat de canals que hi ha és molt important i, habitualment, es desaprofiten o ni s'utilitzen.

Empordà. 06/05/09