

FMBiB 2025. I TU COM TE LA IMAGINES?

ACTA DE LA TAULA DE DEBAT 4. LA IMATGE

Dissabte, 11 d'octubre de 2014

Escola Municipal del treball

Participants: Ramon Forns (relator), Raquel Castro, Guillem Ulldemolins, Laura Ulldemolins i Juamma Gómez

1. RELACIONS EXTERNES

Hauríem de....

AMB ELS VEÏNS

- Cal fer pedagogia, explicar les mesures que es prenen per millorar la festa i la convivència. Reconvertir la sensació de "molèstia".
- No tenim clar com s'està fent ara, si realment es fa alguna comunicació amb els veïns sobre tot això, si s'expliquen les mesures, si hi ha reunions.
- Crear un punt de trobada/reunió amb associacions de veïns, informant de quines coses passaran durant la festa, a quins espais, etc. També què s'ha fet i poder rebre i escoltar propostes.
- Fer crida a la participació activa, decorant els balcons, amb votació participativa (pública) a través de Xarxes Socials (apuntem que estaria bé que a la gent li sortís de dins, no només per incentius tipus concurs).
- Apuntem doncs el diàleg i la informació com a mesura per calmar protestes i entendre millor el que passa i perquè passa.

AMB ELS COMERÇOS

- Potenciar la decoració dels aparadors, estem de festa!
- Animar activitats privades durant la setmana (hi ha divisió d'opinions sobre això).
- Cartelleria i programes de mà més present als establiments.
- Dinamització de comerç per la FM, beneficiant també als usuaris de la festa: proposta de menús a preu unificat en bars i restaurants, (s'exposa l'exemple de la OpenNight i com aquest mètode podria ajudar a que els negocis vegin els beneficis de la festa, també que col·laborin més).
- Cal canviar el xip dels comerços de "aprofitar-se de la marca blanc/blau" volent lo bo però no lo dolent: es té la sensació que no volen col·laborar econòmicament o amb facilitats amb la festa perquè "no els aporta res" i hauria de ser simplement perquè és la festa i ja està.
- A nivell de tractament, accions o campanyes que es facin, apuntem la necessitat de

diferenciar els gastronòmics (bars i restaurants) de la resta de comerços. Segurament les accions a fer són diferents.

AMB LA COMUNICACIÓ AMB ELS CIUTADANS

- Notem que hi ha dues festes o realitats, la de les colles, i les que ho viuen de lluny (o va a la fira). Cal vetllar per acostar a la població el model de festa de "les colles". Creiem que gran part és per desconeixement o per falta d'informació, i caldria fer comunicació activa per explicar com és la festa de Granollers i com viure-la.
- Trobem que el cartell de la festa no explica aquest model, proposem afegir-hi algun eslògan o "crida a l'acció", que motivi a la gent a participar-hi.
- També pel que fa a la imatge, no tenim clara quina finalitat té el cartell, si transmet algun missatge, i per tant potser caldria acotar l'encàrrec perquè transmeti l'essència.
- També sobre la imatge, cal que la gent se'l pugui fer seu, el visqui i el senti. Si la gent el fa servir, li agrada, és el millor canal per arribar a més gent.
- Qui fa la festa? perquè? s'ha de transmetre (aprofitant tots els suports de la imatge) que la festa la fa la gent, que es fa la festa participant.
- Díptic *Qui fa la festa? apunta-t'hi*.

AMB ALTRES FESTES MAJORS QUE TENEN EL JOC, ELS COLORS COM A ELEMENT SINGULAR I EIX DE LA SEQÜÈNCIA RITUAL

- Creiem que seria molt profitós crear un punt de trobada entre altres festes, per compartir experiències i recursos.
- Es podria treballar comunicació conjunta o creuada sobre les diferents festes del Vallès oriental, per animar a conèixer-les.

AMB ALTRES FESTES MAJORS SIGNIFICATIVES DEL PAÍS

- S'apunta que caldria posar la FM de Granollers "al mapa", donar-li prestigi i reconeixement.
- Plantegem el dubte de si és un risc o no tenir més gent, promocionar perquè vingui encara més gent?
- Com encaixa la festa major de Granollers en el cercle festiu de Catalunya? la gent ve per un concert concret o pel model de festa? quin volem que sigui aquest reclam?