

Índex de continguts

Carles Porcel, facilitador de polítics i activistes.....	1
INTRODUCCIÓ.....	6
Aconseguir l'alcaldia.....	6
Art i ciència d'aconseguir resultats electorals.....	10
Què aprendràs en aquest llibre?.....	15
Com guanyar votants.....	15
La importància de la subjectivitat humana.....	15
La transcendència de la comunicació política.....	15
Enfocar en punts cecs.....	15
L'estratègia política, fonamental per avançar institucionalment.....	15
Fins ara ens han venut la moto. Aprenem a vendre la bici?.....	16
Com aconseguir votants?.....	18
Aprendre a escoltar els habitants del teu barri/poble.....	18
Pautes per a visibilitzar-se i relacionar-se amb el teu veïnat.....	19
Demandar el vot.....	21
Els tristos no guanyen eleccions.....	22
Mobilitzar a militants/activistes.....	23
Aconseguir fons per a fer les campanyes.....	24
Campanya permanent.....	25
El que es produeix en «terra», és convenient que es reflectisca en l'«aire».....	26
Xarxes d'internet i xarxes socials.....	27
L'estratègia, element clau en les eleccions.....	29
Un exemple d'estratègies en una candidata verda.....	33
Quan, com i per què atacar políticament.....	34
COMUNICACIÓ POLÍTICA.....	36
«Volen enfonsar el país».....	36
Paradisos fiscals. O vampirs fiscals?.....	37
Per què es descura el llenguatge?.....	37
No penses en un elefant.....	39
Discursos a la contra i a favor.....	40
Serà millor que ho relates.....	41
Com fer front als missatges de l'ultra/dreta.....	43
El llenguatge importa. I molt.....	46
Algunes pautes per a millorar el discurs.....	47
Com saps que el teu missatge arriba al teu públic?.....	52
No ho digues així. Dis-ho així.....	53
COMUNICACIÓ DE LA TRANSICIÓ ECOLÒGICA.....	56
Evitem d'una vegada l'allunyament. Acostem-nos!.....	58
Biodiversitat.....	58
<i>Sell the sizzle</i> . Ven el cel climàtic.....	61
Un futur completament renovable.....	63
Climate outreach.....	65
L'aire que respirem.....	66
Imatges climàtiques.....	68
Comunicar la incertesa climàtica.....	70
POLÍTICA I SUBJECTIVITAT.....	75
Exemples que em van descol·locar al principi.....	75
Endogàmia.....	76

Fenomen de l'impostor.....	76
Fenomen Dunning-Kruger.....	77
Superioritat moral de l'esquerra?.....	78
Es van cometre errors (però no per <i>mi</i>).....	80
Transició d'activista a polític progressista/verd.....	82
Punts cecs on posar llum i mirada.....	83
Ciències dures, ciències blanques.....	85
Descartes calculà malament.....	86
Interessos o valors?.....	88
Poc coneixement de com s'aconsegueixen votants.....	89
Mites.....	90
Primer mite. La veritat us farà lliures.....	90
Segon mite. Cada persona busca el seu propi interès.....	91
Tercer mite. Les campanyes polítiques són de màrqueting.....	93
Quart mite. El que els progressistes necessiten és accés als mitjans.....	94
Cinquè mite. La bona gestió es vota.....	95
Nous principis epistemològics per a una nova política.....	97
«El mapa no és el territori».....	97
Buits d'atenció i biaixos.....	100
Construïm els nostres models.....	102
ENTRENAR HABILITATS I ACTITUDS PER FER POLÍTICA EFECTIVA.....	106
No vull ser com Esperanza Aguirre.....	108
Vida política sostenible.....	109
Eixir de la zona de confort? O ampliar-la?.....	110
Deixem de parlar d'apoderament.....	113
Motivar-se per a les eleccions.....	116
Allunyament i acostament.....	117
El que es comunica afecta a l'audiència. I també a l'emissor.....	118
Distopies i utopies operatives.....	120
Microutopies de les que aprendre.....	122
Sense seguidatge, no hi ha lideratge.....	125
De peó a torre.....	127
Negociar.....	129
Millorar? O desenvolupar-se a fons?.....	131
Passar de sentir-se desbordat a organitzar-se diligentment.....	132
El gran escoltador.....	134
Moltes més possibilitats.....	134
Quins valors afegiria als partits, esquerrans, verds i progressistes?.....	136
1. Potenciar competències i tarannàs constructius.....	136
2. Ambició honesta.....	138
3. «Si no puc ballar, la teua revolució no m'interessa».....	141
Bibliografia.....	143
Annex. La història d'aquest llibre i el DBM®.....	144
EL DBM®.....	144