

Cambio Social para el Desarrollo Sostenible

Módulo 4: Comunicación

Carlos Anaya García

MÓDULO 4

Comunicación

Carlos Anaya García

© Pontificia Universidad Javeriana - Cali, WWF Colombia, y
Colectivo Interétnico.

ISBN:978-958-97801-9-0

Coordinación editorial: Taller de Comunicaciones WWF Colombia

Fotografías: WWF Colombia – El Bando Creativo

Diseño Gráfico: El Bando Creativo



**Colectivo
Interétnico**

El Proceso de Fortalecimiento de Capacidades: "Cambio Social para el
Desarrollo Sostenible", se adelanta con recursos de WWF Reino Unido.

La publicación de este Módulo es posible gracias al apoyo de
WWF Reino Unido y de WWF Holanda.

Primera edición, diciembre de 2007
Santiago de Cali, Colombia

Presentación general

WWF Colombia, la Pontificia Universidad Javeriana - Cali y el Colectivo Interétnico, con el apoyo del Centro de Investigación y Educación Popular (Cinep) han integrado sus competencias y capacidades en el Proceso de Fortalecimiento de Capacidades: Cambio Social para el Desarrollo Sostenible. Este Proceso pretende fortalecer las capacidades de individuos y organizaciones en el ejercicio de una cultura de democracia, autogestión y desarrollo propio. Se busca incidir en la toma de decisiones relacionadas con la conservación y manejo responsable de los bienes de uso público y, además, generar las condiciones para garantizar mayores niveles de bienestar colectivo.

El proceso de formación recoge la experiencia de distintos programas, estudios e iniciativas que WWF ha llevado a cabo en coordinación con organizaciones e instituciones socias, así como las experiencias de la Pontificia Universidad Javeriana - Cali, El Colectivo Interétnico y el CINEP.

El Proceso empezó a tomar cuerpo en diciembre de 2005, cuando se presentó y fue retroalimentada una primera propuesta. A partir de ese momento, se han complementado los saberes para la estructuración del programa académico con contenidos y metodologías que respondan a las necesidades y desafíos de la gestión ambiental, con criterios de sostenibilidad, lo cual es uno de los grandes y más comunes retos de las organizaciones en el país.

El Proceso, consolidado mediante un sistema modular con enfoque integral e interdisciplinario, se llevará a cabo en dos encuentros de 15 días, que se complementarán con jornadas de trabajo en campo para acompañar y apoyar a cada uno de los participantes en el desarrollo de un proyecto que cada organización inscribe en el proceso. Los Módulos son:

1. Análisis Socio - Político
2. Valores, liderazgo y organización comunitaria
3. Medio ambiente y escenarios de conservación
4. Comunicaciones
5. Educación, identidad y pensamiento propio
6. Economía, sociedad y cultura
7. Legislación ambiental
8. Planificación y gestión para el desarrollo sostenible
9. Negociación y manejo de conflictos ambientales
10. Métodos y técnicas para capacitadores.

Los contenidos de cada módulo fueron preparados con el fin de generar apropiación de conceptos, metodologías y herramientas para el emprendimiento de acciones colectivas, la afirmación de valores y actitudes que cualifiquen la capacidad de los individuos y las organizaciones participantes.

Esta propuesta –soportada en herramientas didácticas como el taller, el aprendizaje colectivo, método de casos, aprendizaje basado en problemas, el intercambio de experiencias y el juego de roles– será concretada a través del desarrollo del proyecto que cada participante vinculó al proceso formativo.

Detrás del conjunto del Proceso, así como de cada módulo, hay un equipo de profesionales y expertos, cuya experiencia evidencia el compromiso por la construcción de relaciones armoniosas con la naturaleza y de condiciones que propicien un cambio social real y efectivo.

Contenido

Presentación.....	6
Introducción	8
Objetivos del módulo de comunicación	9
Justificación y contextualización	10
Fundamentación conceptual	11
Propuesta pedagógica y metodológica	19
Plan de trabajo:.....	23
Bibliografía	25
Capítulo 1: La comunicación y sus conceptos	27
Fundamentación	28
Tema 1: La teoría de la comunicación como disciplina científica.....	28
Tema 2: Elementos básicos para la comunicación	30
Lecturas complementarias Capítulo 1	36
Capítulo 2: El plan de comunicaciones	37
Fundamentación	38
Tema 1: Comunicación, tecnología y transformaciones culturales, Los giros de lo público	38
Tema 2: El plan de comunicación, integrador de la visibilidad organizacional	39
Anexos	46
Lecturas complementarias Capítulo 2	54
Capítulo 3: Socialización de planes de comunicación	55



*Si tú cambias con cada experiencia ¿qué haces?,
le preguntó en una ocasión al maestro Muto uno de sus discípulos.
¿Qué es lo que en ti permanece invariable?
La manera de cambiar constantemente, respondió el maestro.
Michael Ende*

Presentación

WWF Colombia tiene entre sus prioridades la inversión en procesos de fortalecimiento de las organizaciones que trabajan por la conservación y el desarrollo sostenible, pues con ello se aseguran medios de vida basados en el uso sostenible de los recursos naturales y en la conservación de la biodiversidad.

En este sentido WWF crea el Proceso de Fortalecimiento de Capacidades: Cambio Social para el Desarrollo Sostenible cuyo objetivo es fortalecer las capacidades de las organizaciones, para que en el ejercicio de una cultura de democracia, autogestión y desarrollo propio, incidan en la toma de decisiones relacionadas con la conservación y manejo responsable de los bienes de uso público y creen las condiciones para garantizar mayores niveles de bienestar colectivo.

El Proceso Cambio Social para el Desarrollo Sostenible se propone alcanzar los siguientes objetivos:

- Afirmar valores y actitudes que propicien el respeto de la vida en todas sus formas, inspiren la toma de decisiones relacionadas con la conservación y manejo responsable de los bienes de uso público y fundamenten la lucha por crear las condiciones para garantizar mayores niveles de bienestar colectivo.
- Apropiar conceptos, metodologías y herramientas que permitan emprender acciones colectivas para promover, desarrollar y consolidar procesos de participación ciudadana, construcción de tejido social, afirmación de la identidad cultural y respeto por la diversidad, defensa, gobernabilidad y sostenibilidad de los territorios.
- Crear escenarios de aprendizaje que permitan diseñar, desarrollar e implementar proyectos concretos que contribuyan en los procesos de cambio social que impacten en la defensa y conservación de la naturaleza.
- Propiciar escenarios de intercambio y articulación de las organizaciones para fortalecer, afianzar y ampliar las diversas experiencias exitosas que se desarrollan en las ecorregiones.



Introducción

Este módulo de Comunicación es una herramienta para la formación a través del cual se establece una relación pedagógica con los participantes de la Escuela, en busca de identificar y comprender los usos y potencialidades de las distintas modalidades de la comunicación más convenientes para el trabajo que realizan sus organizaciones en el campo de la conservación y el desarrollo sostenible.

Para la concepción e implementación de este módulo es de especial interés considerar la comunicación desde tres puntos de vista: como una acción educativa capaz de transformar actitudes a través del acceso a nueva información; como una acción que genera visibilidad y relacionamiento político a los actores comunitarios y como una acción estratégica que se planifica en beneficio de los procesos sociales y ambientales que la Escuela busca potenciar.

El enfoque pedagógico se fundamenta en el diálogo de saberes, en la valoración de las experiencias previas de los participantes, en el diagnóstico participativo de necesidades y potencialidades de comunicación de las organizaciones y sus contextos y, en el diseño de acciones de comunicación acordes a las experiencias de trabajo de cada organización.

Este módulo va dirigido inicialmente a líderes de organizaciones sociales con capacidad de promoción de procesos en comunidades y al interior de sus organizaciones y, en general, está dirigido a organizaciones, entidades públicas o privadas cuya misión esté orientada a la conservación y el desarrollo sostenible.



Objetivos

- Analizar aspectos conceptuales y prácticos para apropiarse de la comunicación como una herramienta de apoyo a los proyectos de conservación y desarrollo sostenible.
- Facilitar el diseño de planes de comunicación acordes a los contextos de trabajo de las organizaciones y comunidades.



Justificación y contextualización

La comunicación es un componente clave para fortalecer y potenciar el trabajo de las organizaciones sociales que propenden por la conservación y la sostenibilidad ambiental. En este sentido, la comunicación está enfocada hacia los problemas a los cuales responden los proyectos de las organizaciones participantes en la Escuela. Entre estos problemas están las presiones y amenazas ambientales identificadas en las regiones así como los conflictos sociales, políticos y económicos que viven las comunidades.

El **Proceso Cambio Social para el Desarrollo Sostenible** ha identificado varias tensiones que también son tenidas en cuenta para el desarrollo de este módulo. Tensiones tales como la necesidad de inclusión de poblaciones históricamente marginalizadas, la necesidad de fortalecer la institucionalidad, profundizar la participación en el desarrollo de políticas públicas y la ampliación de la gobernabilidad de las organizaciones.

Los nuevos actores y estilos de actuación en la reconstrucción del tejido social, así como los avances en la tecnología y las transformaciones culturales, son algunas de las tensiones que enmarcan esta propuesta conceptual y metodológica.

Respecto al contexto, el módulo trabaja a partir de las experiencias que desarrollan las organizaciones frente a la problemática ambiental, social, política y económica tanto local como regional, teniendo en cuenta que dichas problemáticas obedecen a dinámicas del contexto global.



Fundamentación conceptual

Eso que ves, ¿cómo lo expresarás con palabras? El mundo nos entra por los ojos pero no adquiere sentido hasta que desciende a nuestra boca.

Paul Auster

El Proceso de la comunicación

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, que significa común. La comunicación se concibe como la acción de comunicar que a su vez proviene del latín, *comunicare*. Es por eso que al comunicarnos establecemos algo en común con alguien o con un grupo de personas, bien sea de manera directa o personal, o también a través de las tecnologías de comunicación e información. En general la comunicación es el hecho de estar en contacto unas personas con otras.

Cuando se habla de comunicación social masiva se alude a aquella comunicación que se realiza a través los medios masivos (radio, prensa, televisión, Internet) que fomentan en las personas una mayor presencia de los acontecimientos en el mundo, bien sea que para las personas ese mundo sea un referente cercano como su territorio, ciudad, región o un referente lejano como otro país, otro continente.

En el proceso de comunicación, tanto frente a frente como a través de los medios, se requieren los siguientes elementos:

- Emisor: Puede ser un individuo que habla, escribe o dibuja; o una organización de comunicación, por ejemplo un periódico, un canal de televisión, una cadena radial.
- El mensaje: es el producto del comunicador que se expresa en forma de códigos en forma escrita, verbal, gestual o con imágenes. Así el mensaje puede presentarse en forma de impresos en papel, ondas de sonido en el aire, gestos o todo tipo de señales capaces de ser interpretadas significativamente.



- El medio o canal: es el vehículo, soporte o instrumento de la comunicación a través del cual se envía o viaja el mensaje. Hay canales que permiten dirigirse a grandes masas: radio, televisión, prensa.
- El receptor: puede ser un individuo o un grupo de personas. Así, la persona que escucha una grabación de audio, lee un libro, o ve un noticiero, constituye el destinatario de un mensaje. Igualmente lo son los televidentes, los navegantes de la Internet, los lectores de una revista o periódico, el público que asiste a una conferencia.
- La retroalimentación: es el componente que busca asegurar la eficacia del proceso comunicativo de forma bidireccional, es decir verificar la forma en que el destino recibe el mensaje y su apropiación. Juega un papel muy importante en la comunicación porque permite al emisor conocer como se están interpretando sus mensajes verbales, escritos, gestuales, gráficos, musicales. Hacen parte del proceso de retroalimentación los aplausos, sonrisas, bostezos, inclinaciones de cabeza; igualmente cartas, llamadas, mensajes a través de fax o correo electrónico.

La Escuela Clásica de la Comunicación

Dentro del campo de estudios de la comunicación una de las teorías se centró en los efectos que tienen los mensajes sobre las personas¹. Los trabajos de Lasswell desembocarían en la famosa fórmula de quién dice qué, por qué canal, a quién y con qué efecto. Para esta escuela las funciones que debe cumplir el periodismo son tres:

1. En 1933 se crea la primera escuela de comunicación, pero ya en 1930 se empieza a esquematizar su estudio en el área de comunicación, junto a dos grandes pensadores: Harold Laswell y Marshall Mac Luhan. A partir de la crisis económica junto a la caída de la bolsa de valores el estado adquiere el poder fiscalizador con una visión paternalista, pero para que la opinión pública acepte esta posición la mejor forma de llegar a ellos era interviniendo a través de los mensajes que se lanzaba en los grandes medios de comunicación masiva, de esta forma se empieza a investigar en esta área. Al estado le interesaba conocer los efectos que los medios tenían cuando lanzaban imágenes que debían influir en todos los grupos sociales. Aquí surge el concepto de Ciencias de la Comunicación Social, donde la comunicación es vertical y solo importan los efectos que causa midiendo los mismos a través de un proceso de cuantificación.



- Informar: Entendido como la difusión de noticias útiles para el modelo social vigente.
- Educar: Para transmitir las normas de comportamiento a través de la socialización que implica la adaptación de un individuo a las pautas de la sociedad y la transmisión cultural que es intergeneracional y posibilita la reproducción del sistema.
- Entretener: Entre mayor o menor distracción de acuerdo a la coyuntura, su objetivo es la distracción comercial.



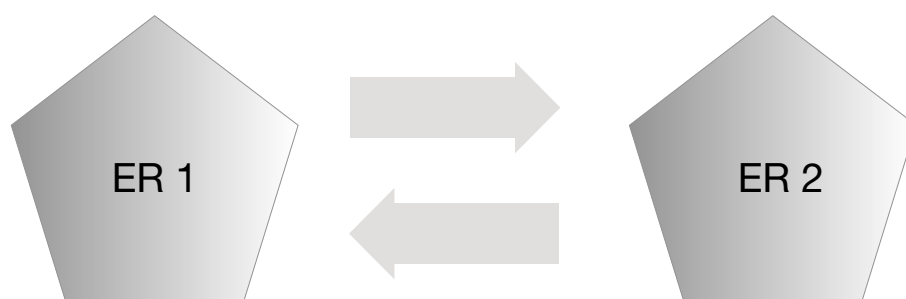
La comunicación que se da mediante los medios masivos de comunicación no es cara a cara como en la comunicación interpersonal, se hace para las masas, es indirecta, transmitida a través del espacio y del tiempo. Aquí el emisor y el receptor están unidos por un medio tecnológico: televisión, radio, imprenta, periódico, fax.

A este modelo de comunicación masiva tradicional, es decir, aquella que hace énfasis en la difusión y en los efectos de la información, se le critica el hecho de que privilegia una forma de relación vertical y unidireccional entre el emisor y el receptor, veamos:

La Teoría Crítica de la Comunicación

En 1940 se desarrolla la teoría crítica² que analiza los roles de los medios de comunicación, su influencia y sus funciones. Esta escuela es opuesta a la clásica porque busca la retroalimentación, los receptores deben ser capaces de razonar, de insertar un con-

2. La Escuela de Frankfurt, en Alemania, con sus principales teóricos Horkheimer M. quien plantea la autonomía del individuo, es decir que el receptor debe ser capaz de decodificar el mensaje. Teodoro Adorno y Marcuse quienes dicen: los medios de comunicación son agentes de control social que tienden a homogeneizar la opinión pública.



cepto nuevo de cultura, el medio de comunicación debe ser integrador, generador de relacionamiento social entre los actores de una sociedad y donde la interacción se demuestre en la práctica.

Tanto el emisor como el receptor tienen la capacidad de discernir y actuar críticamente, entonces existe una interacción, una práctica que lleva a un desarrollo social, político y cultural de la sociedad, el receptor deja de ser avasallado por los mensajes que se emiten, convirtiéndose en un emisor activo.

En esta concepción, queda revaluada la diferenciación entre emisor y receptores, para dar paso a una nueva definición: emirec, esto es, un emisor/receptor dotado y facultado para ambas funciones.³

Según Kaplún, desde esta nueva perspectiva todos los seres, grupos, comunidades y sectores de la sociedad tienen derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisores y receptores. El modelo comunicacional sustentado podría, pues, ser expresado por dos "emirecs" (ER) intercambiando mensajes.⁴ Veamos este esquema:

Comunicaciones para el desarrollo

Establecer un vínculo entre la comunicación con los modelos de desarrollo ha dado lugar a un replanteamiento de los retos teóricos y prácticos de la comunicación como campo de acción y como instrumento para la promoción y profundización de la democracia.

3. Kaplun, Mario. Hacia nuevas estrategias de comunicación en la Educación de Adultos. OREALC. Santiago de Chile. 1983.

4. Ibidem.

Para algunos teóricos, “analizar las relaciones entre comunicación y desarrollo supone combinar tres puntos de partida: la realidad presente, el futuro posible y la memoria acumulada. Combinación compleja cuya aplicación práctica nos muestra que el desarrollo está en deuda con la sociedad; la comunicación está en deuda con el desarrollo; y la teoría está en deuda con las experiencias”.⁵

De ahí que se afirme que toda comunicación debe estar intencionalmente dirigida y sistemáticamente planificada a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos, con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público y la democracia. La comunicación relacionada al desarrollo es medio y fin, aspecto y estrategia global, y está comprometida con modelos y proyectos, macro o micro sociales, y con los procedimientos que se implementan para plasmarlos.”⁶

Tipologías de Comunicación y Desarrollo⁷

Luís Ramiro Beltrán clasifica las experiencias de comunicación y desarrollo en:

Comunicación de desarrollo

Noción de que los medios masivos de comunicación tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico (Beltrán, 1995: 1), en el contexto de la modernización o conjunto de transformaciones que produce el desarrollo industrial, y a los cuales los países subdesarrollados tendrían que acceder superando linealmente sucesivas fases para salir de su estado tradicional o arcaico, mediante su asimilación o adaptación a un orden de crecimiento económico e integración nacional, moderno.

⁵ Tomado de la página web de la Revista Razón y Palabra No. 18, año 2000.

⁶ Ibidem

⁷ Ibidem



Comunicación de Apoyo al Desarrollo

Noción de que la comunicación planificada y organizada –sea o no masiva– es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y proyectos específicos que buscan el desarrollo (Beltrán, 1995: 1), en campos tan diversos como la salud, la educación, el medio ambiente, la producción, la organización social, las situaciones de desastre, etc.

Comunicación Alternativa para el Desarrollo Democrático

Noción de que, al expandir y equilibrar el acceso y la participación de la gente en el proceso de comunicación, tanto a niveles de medios masivos como a los interpersonales de base, el desarrollo debe asegurar, además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad para todos, y el gobierno de la mayoría (Beltrán, 1995: 1).

Se acuna en una explicación de las causas del subdesarrollo en relaciones estructurales de dependencia por la polarización entre países y sujetos ricos y pobres.

La comunicación alternativa sería el nuevo modo en que se traduciría la comunicación para el desarrollo (Benavides, et. al., 1998: 131). Enfoque crítico, de concepción impugnadora y movilizadora, con sentido concientizador y basado en rupturas con toda expresión oficial.

Enfoques de comunicación participativa

Los dos enfoques de comunicación e información más usados por entidades y organizaciones que trabajan en el campo del desarrollo son: la Comunicación Participativa (CP) y la Información, Educación y Comunicación (IEC).

El primer enfoque está relacionado con el uso de la comunicación para involucrar a las poblaciones locales en procesos de toma de decisiones. El segundo enfoque propone un uso integrado de métodos de información, educación y capacitación para apoyar el desarrollo sostenible.



La Comunicación Participativa

La comunicación participativa se ha definido como un proceso social para lograr el entendimiento común entre todos los participantes de una iniciativa de desarrollo que crea las bases para una acción concertada. También se considera la comunicación participativa como una herramienta para apoyar el empoderamiento a nivel personal y comunitario, lo que implica intercambiar y compartir conocimientos y experiencias sin pretender saber qué es lo mejor para los otros.

Para lograr la participación se desarrollan una serie de técnicas, instrumentos, metodologías que incluyen el diagnóstico de la investigación, la planificación y la evaluación participativa. Desde esta perspectiva la participación de la gente se considera como un elemento central del proceso de desarrollo.

La comunicación participativa no es simplemente un modelo pensado para que de manera colectiva se puedan definir y transmitir mensajes. Es un enfoque integral que quiere lograr un flujo de información en doble vía entre todos los actores sociales. De otra parte, la comunicación participativa proporciona las herramientas para priorizar las necesidades, oportunidades, problemas y soluciones para que la planificación sea más eficaz, tomando en cuenta los recursos disponibles y los insumos de todos los que están involucrados.

En esta perspectiva, "hay plena participación en la comunicación cuando ambos interlocutores tienen la misma oportunidad de generar sus propios mensajes. Un sistema de comunicación puede ser considerado participativo si provee mecanismos y canales que permitan a los grupos de base determinar con independencia los contenidos temáticos del programa y emitir mensajes autónomos, surgidos de ellos mismos y no escogidos por los promotores; es participativa si hace posible que los sectores populares hablen de lo que ellos mismos quieren hablar.⁸

8. Kaplun, Mario 1983. Hacia nuevas estrategias de comunicación en la Educación de Adultos. OREALC. Santiago de Chile.



En proyectos y programas ambientales, la comunicación participativa busca facilitar el diálogo entre todos los actores, estimular la exploración conjunta de estrategias efectivas y fortalecer medidas que contribuyan a la conservación y al manejo de los recursos naturales, así mismo elevar los niveles de participación en la toma de decisiones.

Información, Educación y Comunicación (IEC)

La IEC se define como una estrategia que emplea un conjunto de medios (masivos, tradicionales, institucionales, interpersonales) para alcanzar objetivos de desarrollo propuestos.

Con el término información se entiende no sólo la recolección de datos y su relativa transmisión a la audiencia, si no la identificación y el uso de sistemas informativos, dentro de las organizaciones o comunidades, o entre varias entidades. Cuando se trabaja en el manejo de sistemas informativos el primer reto es decidir cómo recolectar y organizar los datos necesarios para que puedan ser comprendidos y utilizados de manera adecuada: esto involucra la decisión de qué canal usar para garantizar que esos datos sean transmitidos y recibidos por todos los que los requieren: lograr que la información se difunda ampliamente no es una condición suficiente para asegurar que sea útil en la toma de decisiones. Se requiere que esta sea accesible, es decir, procesada en un lenguaje sencillo y que provenga de una fuente que le inspire credibilidad a la población.

La IEC tiene también una connotación participativa, especialmente cuando se vale de la comunicación de manera sistemática y organizada para compartir informaciones y conocimientos entre todos los actores. Este enfoque es valioso para el apoyo de actividades de conservación y de manejo de recursos naturales y del medio ambiente, y permite movilizar las partes involucradas con el fin de apoyar acciones concertadas.

La comunicación sirve no sólo para identificar los sistemas de información, apoyar la transmisión de mensajes y facilitar los procesos de educación y capacitación, sino que es benéfica para detectar necesidades, conocer problemas, encontrar soluciones y planificar estrategias para el desarrollo sostenible.



En los últimos años se ha dado mucha importancia a la relación educación – Comunicación. Educación, hoy, es construcción de significados que tienen como base la comunicación; entendida como el conjunto de recursos personales, psicológicos y pedagógicos que un educador utiliza o puede utilizar en su relación con el estudiante para establecer una buena comunicación cargada de sensibilidad y afectividad para ayudarlo en su crecimiento personal. La educación permite que los participantes adquieran conocimientos técnicos y profesionales para desarrollar o fortalecer habilidades específicas.

La educación en relación con el uso de métodos y técnicas de comunicación tiene que estar basada en el diálogo entre todos los participantes, características de una relación pedagógica donde no hay instructores ni alumnos, sino actores que comparten experiencias, máxime cuando el contexto social, ambiental y cultural de cada una de las organizaciones participantes en la Escuela está caracterizado por la heterogeneidad que pone a las comunicaciones frente al problema de racionalidades diversas, disímiles y, a veces, contradictorias.

La Comunicación estratégica

Desde esta perspectiva la comunicación no dice tanto cómo pensar, sino sobre qué pensar, es decir convierte ciertos temas en asuntos de interés público. La comunicación permite que la información sea un producto para usar, para tomar decisiones, para movilizar acciones, para motivar, reforzar o desestimular conductas individuales y sociales.

Dentro de este campo los procesos de comunicación de una organización requieren del diseño de un plan coordinado sobre las actividades a elaborar y cuya relación da coherencia a todas y cada una de las acciones. El plan de comunicación resalta el beneficio de incorporar en su concepción y aplicación a los actores de una organización.

Existen diversas concepciones acerca de un plan de comunicación, que generalmente recaen en las siguientes definiciones:



- Es la manera de estructurar la fluidez de la información, así como la planeación de los medios y los canales que se utilizarán para tal efecto.
- Es una manera de fortalecer la calidad de las relaciones internas y externas de una organización.
- Es el intento de concebir el futuro a corto, mediano y largo plazo de la comunicación de una organización.
- Es un instrumento de planeación estratégica que busca hacer partícipes a los miembros de una organización en su misión y fortalecer el diálogo con los públicos externos para conseguir el desarrollo de los objetivos institucionales y para facilitar su redefinición futura.



Propuesta pedagógica y metodológica

El propósito central del currículo modular es lograr una independencia del participante, con un carácter interdisciplinario, mediante la integración de la docencia con la investigación y la extensión. Como resultado de lo anterior se debe llegar a la definición de las funciones reales del participante, funciones a cumplir para contribuir a la solución de los problemas en su propio ámbito científico, cultural, social, ambiental.

La estructuración de un plan de estudios en módulo se hace mediante la integración de diferentes disciplinas a un objeto de estudio, llamado usualmente "objeto de transformación" que se selecciona a partir de la identificación de un problema. Un módulo se puede definir como aquella información que los participantes de la Escuela procesan, aprenden y aplican sobre una temática de relevancia.⁹

Estrategia Pedagógica

Se trata de propiciar un ambiente que posibilite la comunicación, que estimule la curiosidad, la capacidad creadora y el diálogo, y donde se permita la expresión libre de las ideas, intereses, necesidades y estados de ánimo de todos y sin excepción.

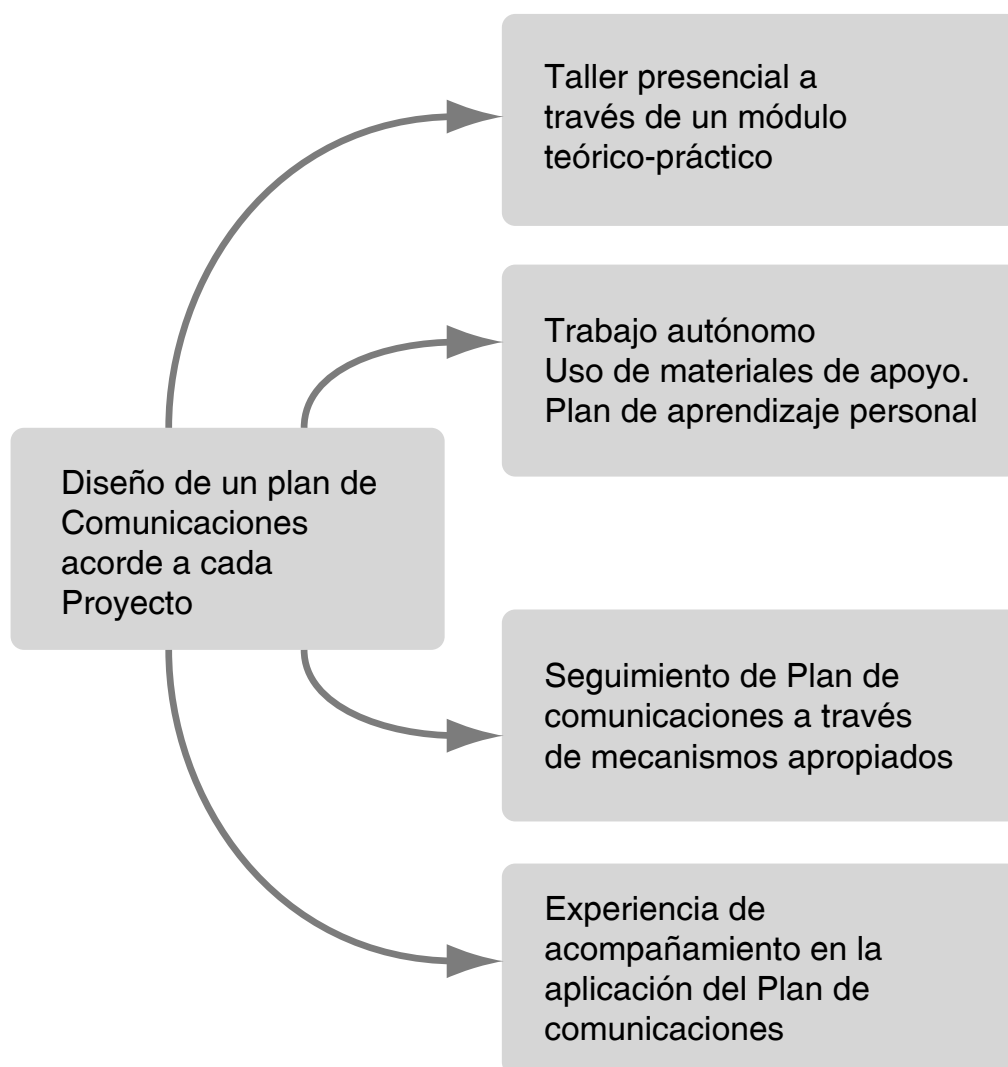
Se trata de una concepción activa que involucra al ser humano, cuyas acciones pedagógicas le permiten a quienes aprenden, reflexionar sobre su propia acción y sobre las de otros, en relación con sus contextos sociales, ambientales, culturales.

El ambiente debe trascender entonces la noción simplista de espacio físico como contorno natural y abrirse a las diversas relaciones humanas que aportan sentido a su existencia. Desde esta perspectiva se trata de un espacio de construcción significativa de la cultura y la comunicación.

9. Diseño de planes y programas de estudio. Revista Pedagógica Universitaria Vol. 9 Universidad de La Habana. 2004.



Diagrama de la Propuesta Pedagógica



Ambientes de aprendizaje

Los ambientes de aprendizaje no se circunscriben a la educación formal, ni tampoco a una modalidad educativa particular. Se trata de aquellos espacios en donde se crean las condiciones para que el individuo apropie nuevos conocimientos y experiencias que le generen procesos de análisis, reflexión y apropiación.

Las actividades de aprendizaje propician prácticas individuales y ejercicios colectivos mediante tareas puntuales orientadas a proporcionar al estudiante una serie de técnicas y contribuir a desarrollar unas estrategias que le permitan utilizar óptimamente la investigación y sus capacidades de estudio.

Los ambientes de aprendizaje no se dan de manera automática ni son resultado de la sola presencia de las tecnologías. Por ello, cuando estos involucran los planes de comunicación estratégica, su diseño pedagógico exige tomar en cuenta la necesidad de modificar actitudes, ideas y mecanismos tradicionales de participantes, así como una forma transversal de relacionarse con los distintos saberes y una actitud abierta para expresar y comunicarse.

Competencias y capacidades para la acción

Teniendo en cuenta que el resultado esperado de este módulo es el diseño de un plan de comunicaciones que contribuya al logro de los objetivos de cada uno de los proyectos de las organizaciones participantes, el proceso mediante el cual se diseña este plan es la estrategia educativa para fortalecer y desarrollar las competencias comunicativas entre los participantes, derivadas de las tres competencias básicas del aprendizaje significativo: interpretar, argumentar, proponer.

En este sentido las competencias comunicativas a fortalecer son:

- Comprender y valorar los usos de la información y la comunicación
- Registrar y procesar información
- Describir un entorno y establecer relaciones
- Relatar hechos significativos
- Mediar contenidos complejos a lenguajes sencillos y accequibles



- Identificar y gestionar oportunidades favorables para el uso de las comunicaciones

Relaciones transversales con otros módulos

A través del desarrollo del módulo de comunicaciones se fortalecerán actitudes y habilidades relacionadas con los demás módulos de la Escuela, tales como: el trabajo en equipo, la escucha activa, la coordinación de procesos de planeación, la identificación y la promoción de liderazgos.

Técnicas de Trabajo para el aprendizaje

El estudio del presente módulo se llevará a cabo a través de diferentes dinámicas, ejercicio y técnicas de trabajo tanto individual como colectivas, basadas en el aprendizaje colaborativo y el aprendizaje significativo en los cuales se fomenta el trabajo en pequeños grupos, se comparten experiencias, reflexiones, se hace énfasis en el consenso, negociación y desarrollo de habilidades sociales y de equipo. El aprendizaje significativo concilia la enseñanza expositiva y la enseñanza por descubrimiento, favoreciendo una actitud participativa por parte de los estudiantes.

Recursos y dinámicas de comunicación

Autobiografías

La razón principal para el uso de las historias de vida en los procesos de formación en todos los campos del saber, es que los seres humanos somos organismos narradores de historias, organismos que individual y socialmente vivimos vidas relatadas.

Elaboración de mapas

El nombre de mapa se puede dar en forma genérica a los cuadros de relaciones, a los esquemas en los que diagramamos el lugar que ocupan ciertos fenómenos en relación con otros.



Presentaciones de proyectos

Aplicaciones creativas de fotografías, textos y símbolos para la elaboración de presentaciones de los contenidos de cada uno de los proyectos.

Foto relatos

Es la combinación del texto escrito y la imagen, y se usa para construir una historia acerca de hechos ocurridos en un periodo de tiempo y que se consideran significativos.

Plan de comunicaciones

Se trata de formular los contenidos básicos de un plan de comunicaciones, teniendo en cuenta el contexto y las búsquedas de cada uno de los proyectos. Estos contenidos son: definición de comunicación, descripción de la situación, resultados esperados, audiencias, herramientas y productos, modalidades de la comunicación, cronograma, presupuesto.

Presentación de casos y participación de conferencistas

Es el acercamiento a experiencias de comunicación en curso que permitan conocer y analizar algunos usos de la comunicación. Y además la participación de dos invitados que a través de exposiciones magistrales permitan ilustrar un panorama conceptual sobre los usos de la comunicación en dinámicas de desarrollo local y afianzamiento cultural.



Plan de trabajo

Los momentos están correlacionados entre sí de tal manera que los participantes pueden volver a cada paso si fuese necesario. En cada momento se aborda un mapa de conceptos complementado con ejercicios prácticos, trabajos individuales y colectivos. Estos momentos son:

Primer momento

Presentación de la propuesta metodológica, plan de trabajo, objetivos, plan de aprendizaje personal, seguimiento y acompañamiento.

Segundo momento

Concepciones y vivencias de la comunicación; maneras de abordar y formas de concebir las comunicaciones en cada organización o en cada comunidad.

Tercer momento

Presentación e intercambio de experiencias de comunicación. Estudio de casos.

Cuarto momento

Las estrategias y los planes de comunicaciones: ejemplos de estrategias y planes. Diseño, ejecución y evaluación de planes.

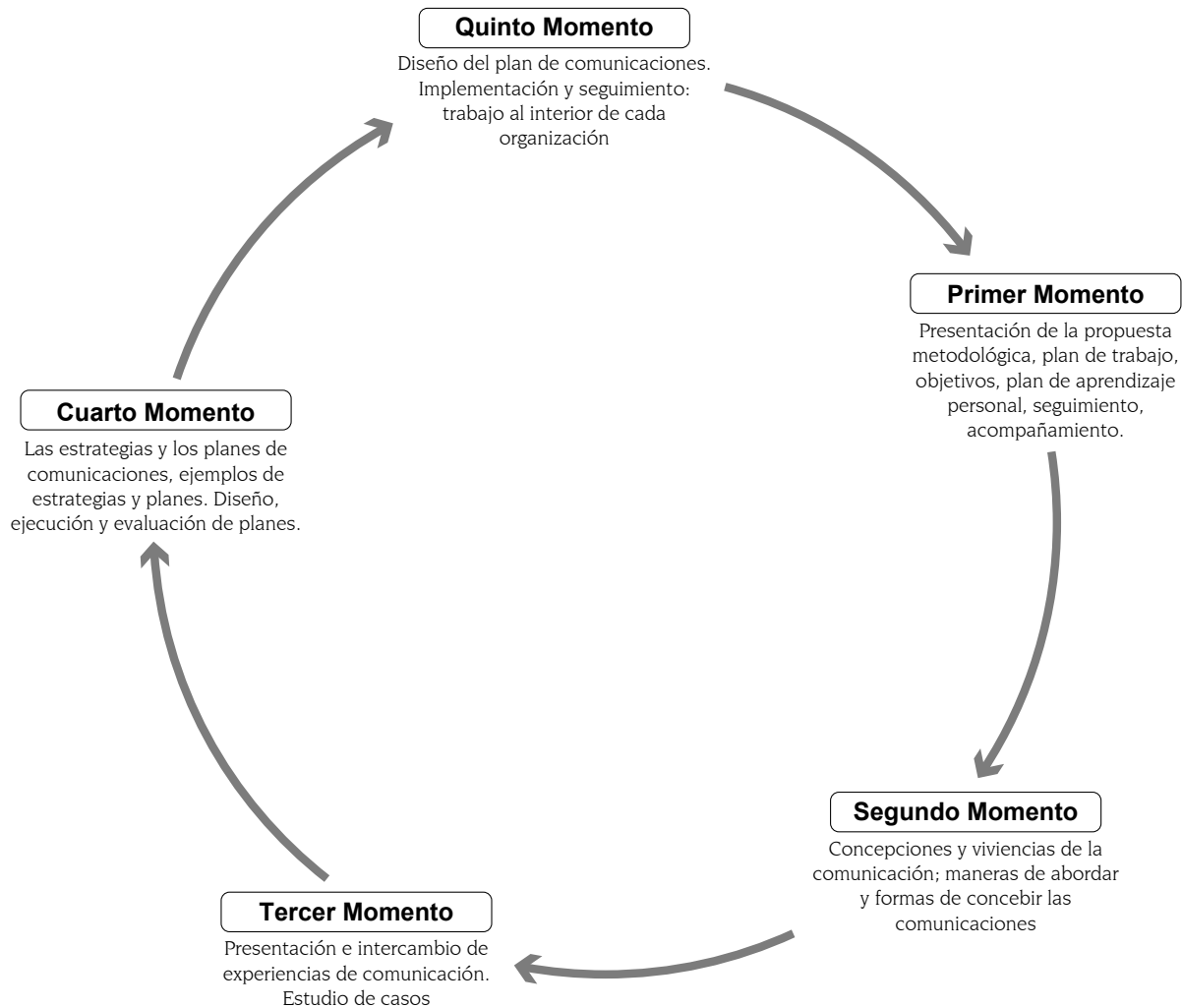
Quinto momento

Diseño del plan de comunicaciones.

Implementación y seguimiento: trabajo al interior de cada organización o comunidad.

En el siguiente esquema se representan los cinco momentos de trabajo planteados para el desarrollo de este módulo.

Momentos del plan de trabajo



Bibliografía

ÁLVAREZ Alejandro, PORRAS, Edith. MEJIA Marco Raúl y otros. Caja de herramientas. Expedición Pedagógica Nacional – Universidad Pedagógica Nacional. 2000.

ANAYA, Carlos. Estrategia de comunicaciones. Proyecto Conservación y Desarrollo sostenible en la ecorregión biogeográfica del Chocó – WWF Colombia – Unión Europea. 2004.

CASTIBLANCO, Ana María. GARZON, Pablo. ROMÁN Celso. Audiovisual y ambientes de aprendizaje. Módulo 1. Programa Nacional de Formación de docentes en medios audiovisuales – Convenio MEN – Universidad Nacional, Bogotá 2005.

HANS Jhonson. Guía profesional: La gestión de la comunicación – Ediciones Ciencias sociales. Madrid 1991.

KAPLUN, Mario. Hacia nuevas estrategias de comunicación en la Educación de Adultos. OREALC. Santiago de Chile. 1983.

MARTIN BARBERO, Jesús. Retos Culturales de la comunicación a la Educación. En Comunicación, Educación y Cultura. Relaciones, aproximaciones y nuevos retos. Cátedra UNESCO de comunicación social. Pontificia Universidad Javeriana. 1ª edición, Bogotá 1999.

MEFÁLOPULOS Paolo, BARROS Beatriz. Introducción a la Comunicación participativa para el desarrollo sostenible. Proyecto Desarrollo sostenible de la Sierra Nevada de Santa Marta, Colombia 2002.



Capítulo 1

La comunicación y sus conceptos



Fundamentación

Tema 1: La teoría de la comunicación como disciplina científica¹⁰

La teoría de la comunicación estudia los procesos de comunicación y se ocupa del estudio de las interacciones entre los seres vivos, que se llevan a cabo intercambiando información. Aunque existe desde que los seres vivos se comunican, su estudio como teoría científica es muy reciente: siglo XX.

Tradicionalmente el estudio de la comunicación se ha hecho desde otros campos, como la filosofía o la lingüística, y siempre desde el punto de vista de estas disciplinas. Esto ha retrasado el estudio de la comunicación independientemente. La razón de este retraso estriba en que la comunicación no es fácil de definir, porque tiene un objeto de estudio heterogéneo, es decir, que en la comunicación actúan objetos de diferente naturaleza.

Han habido elementos que han actuado como catalizadores a la hora de desarrollar esta materia: la aparición de los medios audiovisuales, ya que se toma conciencia de los efectos de los elementos audiovisuales en la sociedad. Esto impulsa la elaboración de esta disciplina. También la publicidad ha tenido mucho peso en el estudio de los procesos de comunicación. Se toma conciencia de que los procesos de comunicación de masas son determinantes en la sociedad actual. Últimamente los medios han tomado una gran importancia. El lenguaje articulado es un código propio del hombre, pero hay muchísimos más, como el braille, el icónico, el gestual.

Las nuevas tecnologías han creado también códigos nuevos. El ser humano maneja muchas tecnologías. En el pasado, el ser humano utilizaba troncos, piedras, etcétera, para hacer perdurar sus mensajes. Utilizamos muchos soportes (gestos) en nuestros mensajes. Además, no sólo oímos o vemos un mensaje, sino que además le otorgamos una imagen gracias a nuestra capacidad de conocer.

La comunicación es algo heterogéneo y difícil de explicar y abarcar, debido a los distintos significados que tradicionalmente han sido estudiados desde otras disciplinas. La teoría de la comunicación comparte su objeto de estudio con estas disciplinas. Veamos algunos ejemplos:

¹⁰ <http://www.segegob.cl/secc/cultura/Rev24/tensiones.htm>



- La física, estudia la transmisión de las señales por medio de los movimientos de las ondas, pero la teoría de la comunicación lo hace sólo desde el punto de vista de los soportes de la comunicación.
- La biología, estudia los órganos biológicos que nos permiten transcribir y transmitir mensajes. A la teoría de la comunicación le interesan sólo en la medida en que nos sirven para la codificación y decodificación de mensajes.
- La psicología, se interesa en aquellos procesos mentales que nos sirven para interpretar los mensajes.
- La sociología, estudia el funcionamiento y las pautas que rigen en los sistemas humanos, referido solamente a las que pautan las interacciones comunicativas.

La comunicación ha sido estudiada desde diferentes enfoques: como un comportamiento abierto a fines biológicos o instrumentales, pero por otra parte como un comportamiento ligado a fines sociales o culturales.

La comunicación se nos presenta como algo complejo donde confluyen tanto aspectos biológicos y naturales como sociales y culturales. La comunicación se ha abordado generalmente desde sólo uno de estos dos enfoques, excluyendo al otro (enfoque filosófico y enfoque biológico).

Desde el enfoque filosófico se ha abordado la comunicación partiendo de las diferencias entre actores animales y actores humanos, olvidando su origen común. Desde el enfoque biológico se estudia los actores teniendo en cuenta los rasgos comunes y olvidando los cambios que el medio cultural ha producido en el hombre.

La capacidad para comunicarse es heredada de la evolución. En la evolución propiamente humana hay diversos factores de cambio que van a hacer que el ser humano sea distinto a otras especies animales: la sociedad ha hecho que en el ser humano la comunicación llegue a ser un fin en sí mismo; en los animales la comunicación responde a fines biológicos. Nosotros comunicamos por el simple hecho del intercambio, el juego, la imaginación, el recuerdo, el humor, el intercambio de conocimiento, la educación.

En la cultura entran usos, hábitos, costumbres, creencias, artes, ciencia, todo lo que no es estrictamente biológico. Los soportes que utiliza la raza humana para crear expresiones, son muchos más de los que se utilizan en la comunicación animal. El hombre ha sido capaz de crear soportes, objetos, de manera artificial para crear comunicación. Ha sido capaz de extender la capacidad de sus órganos biológicos (incluso tecnológicamente) y de traducir



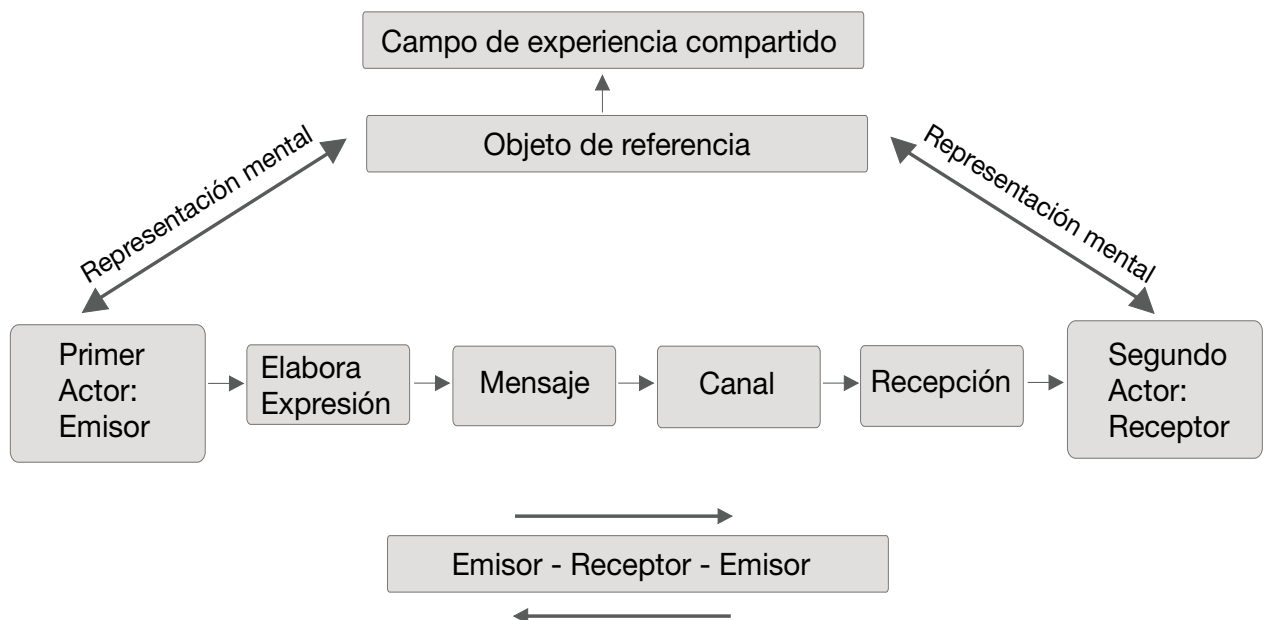
una señal en otro tipo de señal para llegar más lejos, como por ejemplo la radio. Las operaciones cognitivas del hombre son de un orden lógico, superior y más complejo y sofisticado que las de los animales. El hombre es capaz de representarse abstracciones.

El progreso humano esta marcado por la sociedad y la cultura. Básicamente, la capacidad para comunicar existe en todo ser vivo, animal u hombre, lo que no quiere decir que la comunicación sea igual, hay un salto cualitativo.

Tema 2: Elementos básicos para la comunicación

Para que se de un proceso comunicativo deben existir los siguientes elementos básicos:

- Actores: Son aquellos que intervienen en el proceso comunicativo, deben estar presentes y activos al menos dos para que pueda hablarse de un verdadero intercambio comunicativo.
- Instrumentos: Bien sea órganos biológicos (boca, oídos) o aparatos tecnológicos (televisor, teléfono, Internet) que permitan emitir y recibir las expresiones.
- Expresiones: Son las ideas, planteamientos, emociones, argumentos que un actor comunica a otro actor.
- Representaciones: Cuando recibimos una expresión se activa en nuestro pensamiento una imagen mental vinculada a una expresión. La suma del trabajo expresivo y el trabajo perceptivo da lugar al trabajo comunicativo.



Comunicación:

Es el intercambio de información entre dos o más seres vivos.

Intercambio:

Nos remite a una forma específica de comportamiento entre los seres vivos. No es cualquier forma de comportamiento, sino que es una interacción, es decir una acción compartida. Por esto la comunicación requiere al menos la presencia de dos sujetos. Un ser no puede llegar a la comunicación de una forma autónoma, de forma individual.

Seres vivos:

Son los actores de la comunicación. Actor es aquel que realiza una acción. En el proceso de la comunicación existen dos roles que se intercambian: el emisor, aquel que envía una información, un mensaje y el receptor, que es aquel que recibe ese mensaje para interpretarlo. Los dos tipos de actores se diferencian, a nivel de la función que cumplen y a nivel de la posición que ocupan en el proceso de comunicación. Es por esto que se habla del emisor – receptor cuando ejercemos el diálogo, una de las modalidades de la comunicación.

Requisitos para ser actor:

Deben estar dotados de, al menos, algún órgano biológico que les permita expresar y percibir algo. Deben ser capaces de procesar cognitivamente la información. Comunicar no es simplemente transmitir información, sino que es necesario que se de un proceso cognitivo.

Información:

Nos remite al término datos. En la comunicación se intercambian datos (conjuntos de símbolos) a propósito de algo. Este conjunto de signos nos permite expresar algo. Expresamos algo sirviéndonos de un conjunto de signos que nos remiten a un código determinado, y nos permiten expresar algo.

Objeto de referencia:

Es aquello a propósito de lo cual comunicamos. En la comunicación siempre nos referimos a algo, y ese algo es el objeto de referencia. Todo puede ser objeto de referencia, para este no existen límites (cosas, personas, etcétera). No es necesario que tenga consistencia física. Todo lo que pueda ser pensado puede ser expresado y comunicado. El objeto de referencia no tiene porqué ser real, ya que lo que hace que algo sea objeto de referencia no es



su naturaleza, sino su condición de ser nombrado en un proceso de comunicación. Es aquello que resulta evocado en la comunicación, pero que no es afectado materialmente. El plano de la comunicación no es el plano de la realidad.

Representación mental:

Alude a la capacidad del ser humano de reflexionar sobre su experiencia, sobre sí mismo, sobre su entorno y sobre los conceptos para generar conocimiento. De ahí que todo encuentro comunicativo actualiza, confronta o reafirma la información con la cual construimos nuestro conocimiento.

Campo compartido de experiencia:

Este componente alude a la existencia de intereses comunes, de afinidades y de sentidos compartidos, bien sea de dos personas, de una comunidad o de una organización. Por ejemplo: La comunidad médica comparte un interés por la información científica que hable de nuevos avances de la ciencia para el tratamiento y prevención de enfermedades, o las organizaciones ambientales interesadas en nuevos conceptos y experiencias de conservación o de manejo territorial. Considerar este componente al momento de construir un mensaje es importante pues orienta la manera de ser más eficaces en la comunicación.



Ejercicio práctico No. 1

Apropiación de los conceptos de fundamentación

De acuerdo al texto anterior, en el que se han expuesto los principales conceptos acerca de la comunicación y se han descrito los elementos que intervienen en todo proceso comunicativo, identifique en cada una de las siguientes situaciones descritas a continuación **el receptor, el emisor y el objeto de referencia**.

Situación	Emisor	Receptor	Objeto de referencia
Esteban, un niño de 5 años le pide a su papá que le lea un cuento para quedarse dormido. Su papá escoge un cuento con ilustraciones y se lo lee, haciendo pausas para conversar sobre la historia y los dibujos. Una vez terminada la historia el niño no se ha dormido, y pide que sea él quien lea el cuento, así que repite la historia para su papá.			
Una vez Esteban se ha quedado dormido, su papá decide ir a ver el noticiero. Terminada la sección internacional la presentadora muestra la encuesta del día y pide a los televidentes que opinen llamando por teléfono o usando la Internet. ¿Están de acuerdo con la privatización de un sector de las empresas públicas de energía en el país? El papá de Esteban apaga el televisor, sin responder a la invitación de la presentadora.			
La mamá de Esteban está viendo una película, el papá la interrumpe para contarle los progresos del niño al narrar un cuento usando las ilustraciones y sus recuerdos, además le comenta de las noticias que acaba de ver en la tele. La mamá le comenta algo de la película que está viendo y continúa viendo su película.			



Ejercicio práctico No. 2

Capacidades para la acción – Análisis textual

"El lenguaje, entendido como un proceso de comunicación significativa, es quizá la competencia más importante en el ser humano: es la herramienta que nos permite comunicarnos con los demás, expresar vivencias, pensamientos, deseos y sentimientos; aprender y relacionarnos con el mundo. El lenguaje nos ayuda a desenvolvernó como personas y como miembros reflexivos de la sociedad. La lectura como actividad individual o colectiva contribuye a desarrollar las cuatro competencias básicas del lenguaje: leer, escribir, hablar y escuchar"¹¹.

Lee con atención el siguiente poema y marca la respuesta con una X volviendo la lectura cuantas veces lo necesites¹²:

La Pantera

Tras los fuertes barrotes la pantera
Repetirá el monótono camino
Que es (pero no lo sabe) su destino
De negra joya, aciaga y prisionera.
Son miles las que pasan y son miles
Las que vuelven, pero es una y es eterna
La pantera fatal que en su caverna
Traza la recta de un eterno Aquiles
Traza en el sueño que ha soñado el griego.
No sabe que hay praderas y montañas
De ciervos cuyas trémulas entrañas
Deleitarán su apetito ciego
En vano es vario el orbe. La jornada
Que cumple cada cual ya fue fijada.

Jorge Luis Borges.

1. La pantera a la que se refiere está:
 - a. En una jaula
 - b. En un sueño
 - c. Entre praderas y montañas
2. La pantera del poema de Borges:
 - a. No sabe que su destino es ser una prisionera
 - b. Quiere huir como lo han hecho miles de panteras
 - c. Está muy triste por estar presa

¹¹. Mil maneras de leer, Ministerio de Educación Nacional, Centro Regional para el fomento al libro en América Latina y el Caribe CERLAC, Bogotá 2005

¹². Ibidem



3. Según el poema:
 - a. Es cruel encerrar a los animales
 - b. Aunque el mundo sea muy grande todos tenemos un camino ya fijado
 - c. Todos estamos presos como la pantera
4. El tema central del poema es:
 - a. El maltrato de los animales
 - b. El destino
 - c. La belleza de las panteras

Ejercicio práctico No. 3

Capacidades para la acción- Producción textual

El narrador peruano Julio Ramón Ribeyro (1975) refiriéndose a la comunicación escrita sostiene que “escribir, más que transmitir un conocimiento, es acceder a ese conocimiento. El acto de escribir nos permite aprehender una realidad que hasta el momento se nos presentaba en forma incompleta, velada, fugitiva o caótica. Muchas cosas, afirma Ribeyro, las comprendemos sólo cuando las escribimos” ¹³

Normalmente para escribir una carta, un ensayo, un cuento, un poema, un informe, un resumen, un aviso publicitario, una crónica, se deben seguir una serie de pasos preparatorios para lograr un producto final: un texto con sentido.¹⁴

A partir de la proyección de un video que muestra el ciclo del agua: nacimiento, usos y degradación, se les pide a los participantes que elaboren un relato en la clave que deseen (texto explicativo, texto poético, cuento). Una vez los relatos estén terminados se leen en plenaria.

Ejercicio práctico No. 4

Capacidades para la acción – Auto aprendizaje, Producción Textual

Este ejercicio busca reforzar la producción textual, está basado en la autobiografía entendida como el relato que una persona hace de su propia vida. Puede ser su historia de vida total, contada desde el momento en que se está construyendo su historia de vida, hasta el recuerdo más antiguo del sujeto o puede ser una historia temática, donde se solicita a la persona que construya un determinado tema a lo largo de su vida.

Cada participante realiza su autobiografía, combinando el texto escrito con la fotografía y el dibujo.

¹³. KAPLÚN Mario. Procesos educativos y canales de comunicación, 1983. OREALC. Santiago de Chile.

¹⁴. VELASCO ESCOBAR, Harold H. Escribir: un proceso intencionado. Programa de Mejoramiento en lengua materna: desarrollo de la lectura y la escritura. Gobernación del Valle del Cauca, Universidad del Valle, Cali 2005.



Lecturas complementarias

Capítulo 1

Escribir: un proceso intencionado. Serie: Construir cultura escrita en la escuela – Cartilla 8. Programa de mejoramiento docente en lengua materna. Gobernación del Valle, Universidad del Valle, Cali 2005.

Como se escribe un cuento – Taller de guión de Gabriel García Márquez, Editorial Voluntad 1995.

Manual de estilo, Periódico El País – Jorge Mena, Cali 2000.

Caracas sin agua. Obra periodística 3 de Europa y América. Gabriel García Márquez. Editorial Norma, Bogotá 1997.

Aguas arriba, entre la coca y el oro. Alfredo Molano, Editorial Nomos, Bogotá 2005.



Capítulo 2

El plan de comunicaciones



Fundamentación

Tema 1: Comunicación, tecnología y transformaciones culturales, los giros de lo público¹⁵

Un eje de los cambios en que se ubica la experiencia de las organizaciones sociales pasa por la intersección entre tecnología, cultura y comunicación. La tecnología que modifica desde las prácticas cotidianas hasta las relaciones globales, la comunicación que produce y circula significaciones y la cultura que afirma identidades, mundos simbólicos, memoria.

La opinión pública muchas veces se reduce al simulacro con unos medios de comunicación que enfatizan el presente continuo sin memoria y sin contexto, también hace imposible o, por lo menos, muy difícil construir proyectos de futuro. Podemos afirmar que las nuevas tecnologías están reconfigurando los modos de estar juntos.

Lo que los nuevos movimientos sociales y las minorías demandan no es tanto ser **representados** sino ser **reconocidos**: hacerse visibles socialmente en su diferencia. Así el papel de los medios en la creación de lo público pasa por la visibilidad de actores y temas pero sobre todo por la circulación de puntos de vista, por la articulación de la libertad de información con los otros derechos fundamentales, por la ampliación de las fuentes y el ingreso de la ciudadanía a la producción de la información. El paso de consumidores a ciudadanos dibuja concretamente las exigencias públicas de los medios.

Ejercicio práctico No. 5

Trabajo individual.

Elaboren un mapa en donde representen en forma gráfica cuáles son las organizaciones con las cuales ustedes establecen relaciones en su región. ¿Con qué otros actores interactúan? ¿Qué tipo de relaciones establecen? ¿Cuáles de ellas generan reconocimiento y potencia el trabajo que ustedes realizan? ¿A través de qué dinámicas se mantienen o transforman estas relaciones?

¹⁵. REY Germán. Naufragio en una nebulosa. 5º Encuentro del Tercer Sector. Cartagena, 2000.



Tema 2: El plan de comunicación, integrador de la visibilidad organizacional¹⁶

Todo objetivo comunicacional requiere del desarrollo de una estrategia coordinada sobre todas las actividades a elaborar y cuya relación da coherencia a todas estas acciones. El plan de comunicación distingue el beneficio de incorporar todos los elementos en tanto establece un método con todos los actores de la organización para la cual se elabora el plan.

Existen diversas concepciones acerca de un plan de comunicaciones que en general recaen en las siguientes definiciones:

- Es la manera de estructurar la fluidez de la información, así como la planeación de los medios y los canales que se utilizarán para cada efecto.
- Es la mejora de la calidad de las relaciones con el exterior y los miembros de la propia organización.
- Es el intento de esquematizar el futuro a corto y largo plazo de la comunicación de la organización.
- Es un instrumento de administración estratégica que permite implicar a las personas de la organización en misión de la misma y dialogar con públicos externos para conseguir el desarrollo de los objetivos institucionales y para facilitar su redefinición futura.

La mayor parte de los pasos del plan de comunicación conllevan una coordinación de cada una de sus partes, los pasos a seguir se delinean a continuación:

a. Descripción de la situación:

Es la introducción al plan de comunicación, por lo que se exponen sumariamente los factores más relevantes que pueden influir en el proceso de comunicación, interpretando la situación de la organización y su entorno.

b. Objetivos de comunicación:

Son los fines que se pretenden lograr con el plan de comunicación. Puede haber un objetivo único que englobe todo lo propuesto por el plan, pero lo más frecuente es que exista un objetivo general apoyado por otros objetivos específicos que cubren distintas áreas del trabajo que realiza la organización.

¹⁶. HANS Jhonson. La Gestión de la comunicación Guía Profesional. Ediciones Ciencias Sociales, México 2003.





c. Audiencias o públicos objetivo:

Son esos grupos de personas a los que nos estaremos dirigiendo con la comunicación, tras elaborar los objetivos es mucho más fácil definir a qué públicos se debe dirigir el plan de comunicación.

Uno de los públicos especiales son los medios de comunicación, por su cobertura, difusión, alcances y la legitimidad que poseen; ellos tienen sus propias audiencias, tienen una presencia periódica, trayectoria y son reconocidos como fuente legítima de información. Aunque no son el público objetivo final, sí actúan como públicos intermedios pues a través suyo se llega a otros públicos objetivos que leen, escuchan o ven los medios.

A veces la definición de los públicos es el primer ejercicio que se hace en el plan de comunicación, después de la fase de análisis de situación actual. Sabiendo con qué público se quiere comunicar se sabe de antemano el porqué y así se puede definir el objetivo de comunicación y las acciones correspondientes.

Si por ejemplo, una organización ha atravesado por una racha de problemas con una comunidad local, se sabe que los vecinos de esa localidad o sus líderes, conforman uno de los públicos de la organización. Es importante hacer una lista completa de todos los públicos a los que se dirigirá el plan de comunicación y con los

que se buscará alcanzar sus objetivos, factor que permite marcar prioridades en función de los recursos y la capacidad existente en la organización.

Cada objetivo de comunicación puede tener uno o varios grupos de público objetivo.

d. Acciones recomendadas o productos de comunicación

Son las actividades concretas que se llevarán a cabo según el plan de comunicaciones e incluye una descripción completa de cada actividad organizadas por orden de importancia o cronológicamente. Un buen ejemplo sería una estrategia de “llevar a cabo una campaña informativa”, la cual se puede realizar de varias maneras. Las actividades concretas para este tipo de estrategia serían: elaborar una carpeta de prensa con textos de acuerdo a contenidos concretos; preparar una lista de periodistas y medios de interés; realizar reportajes fotográficos sobre personas y lugares; organizar una rueda de prensa para dar a conocer un tema; redactar notas de prensa; establecer contactos personales con periodistas; y ofrecer entrevistas a determinados medios de acuerdo al tema de su interés.

e. Cronograma

Es el detalle de cada actividad según las fechas previstas para llevarse a cabo. Se debe reflejar esquemáticamente en una sola hoja que a simple vista dé un panorama completo del trabajo a realizar.

f. Presupuesto

Debe reflejar en detalle la estimación del costo de cada elemento del plan de comunicación. Se deben incluir las partidas por pequeñas que estas sean, por ejemplo: honorarios profesionales, costos de diseño, diagramación, impresión de piezas de comunicación, gastos administrativos, logísticos, etcétera.

Ejercicio práctico No. 6

*Exposición y análisis de Planes de Comunicación en proyectos de desarrollo sostenible: Plan de comunicaciones Conversatorio de acción ciudadana para el Manejo Integral de la Cuenca del Río Coello- Ibagué 2006-2007.*¹⁷

¹⁷ Anaya Carlos, Plan de Comunicaciones- Conversatorio de Acción Ciudadana Cuenca del río Coello, WWF Colombia, Ibagué 2006-2007.



1. Presentación

El Plan de comunicaciones del Conversatorio de Acción Ciudadana (CAC) Coello es el resultado de dos momentos de trabajo colectivo con las organizaciones vinculadas al proceso del Conversatorio de Acción que busca generar los acuerdos necesarios para la protección y el manejo integral de la cuenca del río Coello.

Este plan de comunicaciones, formulado de manera participativa, busca ser una herramienta de apoyo a los objetivos de este Conversatorio, y está concebido como una ruta que permite usar las comunicaciones de manera permanente. Para su implementación y seguimiento es necesario el aporte y compromiso de las organizaciones y líderes que impulsan este proceso.

2. Componentes del plan

a. Situación actual del proceso:

Aquí están consignados algunos aspectos que caracterizan el actual momento que vive el proceso del Conversatorio, es clave considerar que estos aspectos son cambiantes y es necesario actualizarlos al ritmo de las necesidades y acontecimientos propios al proceso para de esta manera recrear las acciones de comunicación del plan. Estos aspectos son:

- Hay poco tiempo para la realización del evento de negociación
- Poco conocimiento del proceso en las comunidades
- Falta mayor compromiso de la gente que viene participando en el proceso
- Hay que mejorar el conocimiento de herramientas jurídicas
- Es necesario el mejoramiento de las comunicaciones con las instituciones y organizaciones relacionadas con este proceso.

b. Resultados esperados:

Son los efectos que se quieren lograr con la puesta en marcha del plan, aquí están aquellos deseados:

- Que las comunidades conozcan este proceso y se involucren
- Que circule información del conversatorio y temas de la comunidad para buscarle solución a sus necesidades
- Que las instituciones conozcan y se involucren en el Conversatorio
- Mejorar las relaciones entre instituciones y comunidad.

c. Recursos de comunicación existentes:

La palabra recursos se debe entender en un sentido amplio, pues significa recursos financieros, técnicos, información disponible, relaciones con periodistas y medios de comunicación, fotografías,



documentos, estudios, en fin, todo aquello que brinde una oportunidad concreta para hacer realidad el plan. El inventario de recursos dice que este proceso cuenta por ahora con:

- Derechos de petición, Estudios de la cuenca realizados por Cortolima, Información recogida en las comunidades, Estudios sobre indicadores de pobreza, Planes de ordenamiento territorial, Plan trienal de Cortolima, Conocimiento acerca de las funciones y obligaciones públicas, Planes de desarrollo municipal y departamental, Contacto con un columnista de opinión que trabaja para un medio local.

d. Audiencias:

Son aquellas personas, organizaciones, entidades públicas y privadas, que se consideran importantes por lo que pueden hacer (tomar decisiones, generar opinión pública, constituir grupos de presión, replicar mensajes, etcétera), para entregarles información sobre este proceso. Las audiencias se deben considerar como aliados estratégicos para el alcance de los objetivos trazados en el Conversatorio. Hasta ahora se han considerado las siguientes:

- Comunidades, Alcaldías, Umatas, Cortolima, Sena, Gobernación del Tolima, Juntas de acción comunal, Instituciones educativas, grupos juveniles, Universidades, medios de comunicación local

e. Acciones y Productos:

Son aquellas piezas de comunicación que se van a diseñar y difundir entre las audiencias que se han identificado anteriormente. Es necesario entender que los productos aquí identificados se van a hacer gradualmente, de acuerdo a las necesidades y los recursos disponibles. Estos son los productos que se proponen para realizar en una primera fase del plan de comunicaciones.

Producto	Características
Video	Es un retrato ágil y preciso del proceso, que sirve para mostrar la experiencia a diversas personas y organizaciones, también se puede usar para hacer actividades educativas con grupos de interés. La idea es realizarlo a partir del evento de negociación.
Afiche	Es una pieza de carácter informativo, que divulga un hecho. Para el Conversatorio ya existe una propuesta gráfica que anuncia la realización del evento de negociación.

Producto	Características
Boletín Informativo	Combina la información, fotografías, artículos que invitan a la reflexión. Se puede combinar haciendo una versión física (papel) y a la vez difundirlo vía Internet. El boletín lleva el símbolo y eslogan que identifica el Conversatorio.
Boletines de prensa	Es información corta y precisa, que se entrega a medios de comunicación en busca de llamar su atención; se van a redactar y distribuir los días previos a la realización del evento y los días posteriores al evento.
Diálogos con las comunidades	Son actividades de tipo educativo, que se apoyan en la utilización de las demás piezas de comunicación: video, boletín informativo.
Cartillas	Es una pieza didáctica que apoya las actividades educativas. Esta propuesta surge del interés por producir un material sobre la experiencia de los juegos económicos.

f. Cronograma:

Este cronograma está pensado para los productos de los 5 primeros meses del proceso y señala las piezas a diseñar en este tiempo. Luego es necesario ajustarlo.

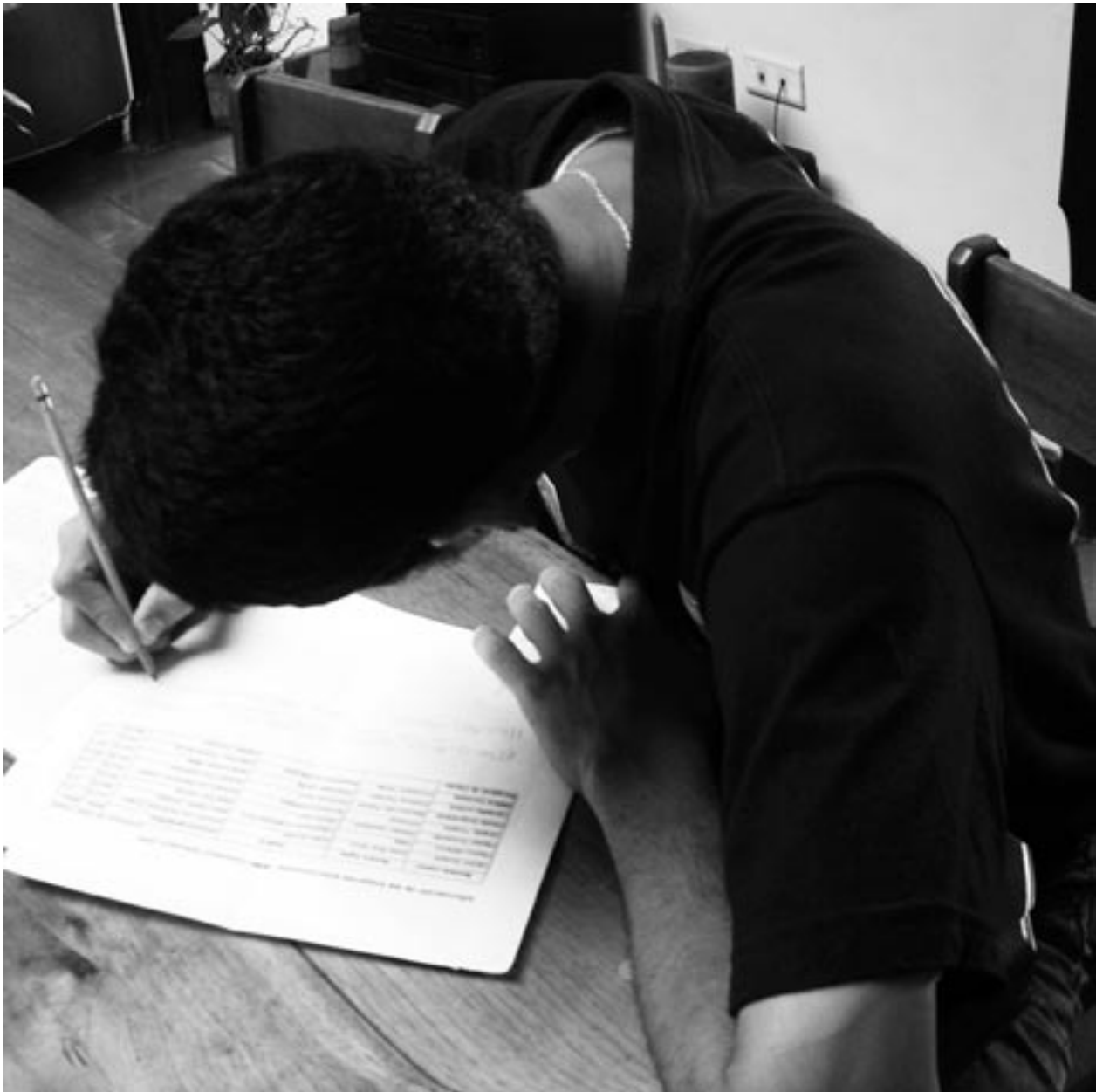
Septiembre	Octubre	Noviembre	Enero	Febrero
Boletín informativo Afiche	Difusión del boletín	Video Boletines de prensa Boletín informativo Cartilla	Difusión del video. Diálogos con la comunidad	Boletín informativo Diálogos con la comunidad

g. Presupuesto:

Está por definir, es necesario identificar cuánto es el recurso financiero disponible para tomar las decisiones en torno a qué productos realizar.

h. Recomendaciones para la implementación del plan

- Definir una organización responsable para recoger toda la información disponible sobre el Conversatorio.



- Crear una base de datos de las audiencias identificadas: Organización, persona contacto, datos completos de ubicación (teléfono, dirección, correo electrónico).
- Una vez definida la base presupuestal, identificar los responsables de la producción de los productos de comunicación, estos responsables definen mecanismos de coordinación y tareas específicas, por ejemplo: entrega de información, quién escribe contenidos del boletín informativo, quién redacta boletines de prensa y modos de distribución.
- Otras recomendaciones que puedan ustedes identificar.



Anexos

La siguiente información son los contenidos elaborados durante el taller realizado el pasado 28 de agosto en Ibagué. Agradecemos la disposición de los participantes de este grupo y lo que está escrito es una muestra de su creatividad y capacidad para asumir las tareas de la comunicación en este valioso proceso. Muchas gracias.

Boletín informativo

Este grupo definió tres ejes temáticos para el boletín, que son la problemática del río Coello, el conversatorio como mecanismo para gestionar propuestas y alternativas a la problemática, y lo cultural entendido como las prácticas, imaginarios, tradiciones propias del territorio y asociadas al río. Así mismo definió que el boletín debe ser entretenido, dinámico y didáctico.

Contenidos

Los problemas de Coello

De acuerdo al conocimiento de los participantes en el proceso del Conversatorio de acción ciudadana, la problemática que afecta la cuenca del río Coello es compleja y obedece a varias causas, de las cuales se mencionan: "La contaminación en el río Coello se está produciendo desde la parte alta hasta la parte baja, nosotros que somos de la parte baja, estamos recibiendo el efecto más grande de la contaminación, nos hemos dado cuenta de esto, pues en los tanques que utilizamos para almacenar el agua se nota la afectación producto de la acción de aquellas personas que sacan material del río, del vertimiento de insumos y tóxicos a las aguas del río por parte de las arroceras. Cuando llega el verano a uno le da miedo irse a bañar, porque el agua huele a todo menos a bueno. Las aguas negras del Chicoral y de ahí para abajo usted anda y no aguanta el tufo del agua".

El Conversatorio

Es un mecanismo de participación donde las comunidades exponen sus problemáticas a personas invitadas del gobierno y del sector privado que estén relacionadas con los temas. La diferencia del Conversatorio con los Consejos comunales de gobierno, es que en este mecanismo se debe elaborar un acta y se hace firmar de las personas comprometidas para después hacerle seguimiento a los acuerdos. El Conversatorio de acción ciudadana de la Cuenca del río Coello se realizará en el mes de noviembre, en la finca Santa Fe de los Guaduales.



El Coello en coplas

*El río Coello nació
Pequeñito y muy bonito
Pero ahora está contaminado
Por más ríos y quebraditas.*

*Pasa por Cajamarca
Y ahí lo contaminan
A base de las arenas
Que la sacan con palitas*

*Van acabando el cauce
Y merman el caudal
Más abajo lo tomamos
contaminado de verdad*

*Luego pasa por Ibagué
Que lo está contaminando
Más abajo por Rovira
Sucio y desordenado.*

*Baja el caudal por Gualanday
Y luego pasa por El Espinal
Usocoello lo recoge todo
Dejando a los demás sin qué tomar.*

*Para eso necesitamos
Hacer un conversatorio
Donde hallemos soluciones
Para vivir contentos toditas las regiones.*

*Si hallamos soluciones
Agua limpia vamos a tomar
No se enfermarán los niños
Y de salud vamos a disfrutar.*

El cuento del lector

Es una sección para que los lectores puedan hacer parte activa del boletín, elaborando relatos que se basan en las imágenes consignadas en esta sección. Después se proyecta hacer un concurso con los relatos más originales y que contribuyan a promover la importancia ambiental, cultural y social de la cuenca del río Coello.



Imagen - símbolo y eslogan

Para la construcción del eslogan este grupo se basó en palabras que estuvieran asociadas a la cuenca del río Coello, éstas fueron: vida, trabajo, recreación, sustento, alimento, entre otras.

Relatos del agua

Fruto de un ejercicio de escritura libre, estos textos hacen parte de la información a usar en el proceso de elaboración de los boletines informativos.

Coplas

*Cuando el agua no faltaba
Todo el mundo se bañaba
Ahora que no hay agua
Estamos con las quijadas destempladas.

El agua es vida, salud y bienestar
Por eso a todo el mundo queremos invitar
A que siembre árboles en las vertientes
Para poder progresar.

Candelaria y Gloria*

Había una vez un río

Les contaré una historia, lo que pasó con el río. Vivía muy tranquilo arriba en el páramo, albergaba muchos peces, calmaba la sed de familias completas. Su rostro era como un espejo y su cuerpo de una esbeltez que las féminas envidiarían.

Un día un pescador se enamoró del río y quiso que lo acompañara a dar un paseo por la ciudad, y el río comenzó a viajar por otros mundos y conocer situaciones antes ignoradas por él.

Las familias sedientas aumentaban cada día y no sólo calmaban la sed, sino que se deshacían de sus porquerías creyendo que el río las desaparecía como por arte de magia. Los peces al ver esta situación se alejaron a buscar un nuevo río.

Cuando el río llegó a la anhelada ciudad se encontró con unos dragones que escupían excremento por sus bocas y su rostro de espejo quedó totalmente empañado. Pero lo increíble de todo era que las familias sedientas aumentaban y las porquerías también, con el agravante de que las familias se quedaron a vivir en sus curvas y destruyeron su esbeltez.

El pescador lloraba tristemente porque aquel tesoro que un día lo enamoró hoy era una cloaca que no le servía para nada. Ardió en disgusto el pescador y resolvió que salvaría su tesoro. Y empezó



el mismo recorrido del río pero aguas arriba, tratando de convencer a todas las familias que ya no causarían daño a su tesoro, que por el contrario se enamoraran de él y lo cuidaran como a su propio corazón. Algunos cambiaron de actitud y caminaron junto al pescador y cada vez era más grande la multitud. Cuando llegaron donde los dragones tuvieron que acudir a otras herramientas para vencer a estos monstruos, buscar ayuda era la solución, así que solicitaron una entrevista con el patrón de las familias sedientas, y fue así que se sentaron a conversar: la multitud defensora del río y el patrón de las familias, y ¿adivinen que pasó con el río?

Hoy, es un espejo que refleja la felicidad de todos los que van a calmar su sed, los peces regresaron sonrientes y, por supuesto, el pescador está sentado en una orilla, anzuelo en mano, su risa retumba en eco por las cuencas de los ríos colombianos.

Yolanda Rojas-APACRA

El agua y nuestra cuenca

Queremos recordar a una madre; su sentimiento cuando por primera vez le dicen que va a tener un hijo y ese hijo cómo se va formando dentro de ella, dentro de su útero empieza a formarse un ser. Así mismo la madre naturaleza siente a su hijo, el agua, cómo recorre sus entrañas y cuando nace y, tiene contacto con el exterior, comienza a vivir diversas experiencias: nace en el páramo y emprende un recorrido en el cual crece, tiene diversos contactos con el mundo.

El agua es vida, el agua es posibilidades, el agua es alimento, creación, somos agua y tenemos agua. Hacemos parte del mundo.

Liliana Mosquera – Ornella Blanco

Poema al agua

Ay agua maravillosa, tú eres nuestra fuente de vida

Sin ti no podríamos subsistir

Contigo podemos preparar nuestros alimentos, asearnos y beberte.

Tú eres lo más maravilloso que Dios ha hecho

Tú vas al cielo como vapor y formas figuras muy bonitas

Y ayudas a formar las tormentas

Y a pesar de que eres tan linda, a veces nos asustas

Porque crecen los ríos, pero luego brilla el sol y merma la creciente,

Y volvemos a sonreír y a verte transparente

Y los atardeceres son más lindos cuando las nubes se tornan rojas

Y cuando está lloviendo y el sol calienta, vemos el arco iris que se forma y nos va alegrando.

Isabel Perdomo – Aydé Forero

Lo que evoca y representa el agua

Recorrido por la finca Santa Fe de los Guaduales.

El agua evoca la fuente de la vida para la naturaleza, pues vemos en nuestro recorrido muchos vegetales, insectos, peces en el lago. Se utiliza en el cultivo del pasto, árboles frutales, plantas de jardín y para los animales domésticos. Es decir el agua representa la vida.

Esta agua que aquí vimos va a ser utilizada para la industria en otros lugares, por ejemplo en la agricultura, para cultivos como el arroz, maíz, sorgo, algodón, soya, tomate.

También se usa para la recreación y descanso, por ejemplo un buen baño o un rato de esparcimiento en una piscina.

Pedro Nel Ochoa – Rafael Prieto



El agua

El agua es algo esencial para la vida, todos los seres vivos necesitamos del agua, por tal motivo debemos cuidar sus nacimientos y cuencas, reforestando, impidiendo las talas y quemas, y controlar en los lechos de ríos y quebradas la explotación de material de arrastre.

El agua nos inspira tranquilidad, paz espiritual, deseo de interactuar con ella, beber, bañarnos, ella nos presta mucha ayuda para la economía, la industria, el transporte y la generación de energía.

Hacer frente común acerca de la legislación, ley de aguas, la cual tiende a privatizar este valioso recurso y dialogar con los entes que regulan la conservación para que haya claridad sobre el agua como bien público.

El agua embellece el paisaje, con su sonido alegra nuestra existencia, da la vida a los árboles que nos brindan su sombra acogedora.

Para nosotros como campesinos es nuestra fuente de subsistencia. El agua limpia nuestro cuerpo y refresca el espíritu.

Milciades Ramírez – Nicolás Bonilla

El agua

Hablar del agua en Colombia es una gran paradoja, nuestro país, ubicado entre los cinco países con mayor número de fuentes de agua, es también de los primeros en tener mayor inequidad en su acceso y uso por parte de los habitantes.

Más del 70% de la población está asentada en la zona andina, una región del país que posee menor disponibilidad del recurso, y que enfrenta día a día mayores conflictos asociados a su disposición y uso.

El agua considerada como bien común o bien público en otras partes del mundo, en Colombia está condenada a la privatización, en consecuencia de los graves problemas derivados del manejo inadecuado, por ejemplo, la interminable contaminación que sufren las fuentes hídricas por parte de los pobladores ribereños, ciudades e industrias, afectando a los habitantes de las partes bajas que la consumen. La destrucción de los bosques donde fluyen los nacimientos que surten las cuencas mayores trayendo como resultado la reducción de caudales.

La falta de prioridad para su uso, poniéndose por encima intereses económicos sobre la calidad de vida de las personas.

Todo esto y mucho más hacen que tomemos otra actitud frente a esta amenaza, que trabajemos por la defensa de la vida, la equidad, el buen uso del recurso por evitar que se convierta en un bien privado.

Johan Carmona





El agua

El agua, bien que Dios en su creación nos regaló como algo fundamental en la vida de los seres vivos, nos llama para que la conservemos como bien de todos, para que podamos seguir viviendo en esta creación diseñada por Dios, para que su creación sea feliz y pueda desarrollarse, progresar y alcanzar grandes logros científicos, económicos y culturales en la comunidad...

Coplas

*A todos los presentes los quiero saludar
Voy a decir estas coplas con mucha sinceridad
Para vivir contentos en una comunidad
Recordemos todos somos personas con dignidad
Para tener dignidad con una buena consigna
Reclamemos el derecho a una vivienda digna
La vivienda es necesaria para una familia unida
Después debemos pensar en conseguir la comida
Para poder conseguirla en lo alto y en lo bajo
Lo que debemos tener es derecho al trabajo
El trabajo dignifica en vejez y juventud
Es hora de recordar el derecho a la salud
Si nos falta la salud como un arbolito seco
Nos iremos marchitando e iremos directo al hueco
A otro derecho tenemos y está en la constitución
Es aquel que nos permite la libre asociación
Todos podemos unirnos en grupos para exigir
Un trabajo digno y sano del cual podamos vivir
Vimos algunos derechos de segunda generación
Vivienda, salud, trabajo y libre asociación
Concluyendo este tema de los derechos humanos
Empecemos a vivirlos y a trabajar como hermanos
El agua que tomamos no la podemos contaminar
Porque si lo seguimos haciendo ¿dónde vamos a parar?
Ya con esta me despido y hasta otra oportunidad
Hasta luego yo les digo a esta bella comunidad.*

Blanca Martínez

Ejercicio práctico No. 7

Capacidades para la acción, el diseño del plan de comunicación

Los participantes apoyados en sus experiencias previas, en los textos de fundamentación, en el análisis del caso abordado en esta unidad, iniciarán el diseño del plan de comunicación para el proyecto que ha sido inscrito en la Escuela.

En esta unidad se retoman los mecanismos de seguimiento y tutoría previamente definidos con los participantes.



Lecturas complementarias

Capítulo 2

Comunicación participativa para el desarrollo sostenible, Paolo Mefálopulos. Colombia 2002.

“Caja de herramientas”. Expedición Pedagógica Nacional – Cali 2000.

Estrategia de comunicaciones Proyecto Conservación y Desarrollo sostenible en la ecorregión biogeográfica del Chocó – WWF Colombia – Unión Europea, Cali 2004.

El Universo de las publicaciones, Carmen Ana Dereix, WWF Colombia, año 2000.

Paquete informativo, Plan de comunicaciones CAC Cuenca del río Coello, WWF Colombia, 2006-2007



Capítulo 3

Socialización de planes de comunicación



Ejercicio práctico No. 1

Socialización de los Planes de Comunicación: intercambio y retroalimentación

Se trata de un momento de aprendizaje colectivo en el que los participantes exponen sus trabajos (planes de comunicación) a través de un ambiente de trabajo colaborativo, de retroalimentación y fundamentación conceptual.

Ejercicio práctico No. 2

Talleres Temáticos

Este ejercicio es un complemento al diseño del plan de comunicación y busca acercamiento práctico de los participantes al diseño y elaboración de productos de comunicación.



