

Comunicación

Capacitación de organizaciones de base



Presidente de la Nación > Dr. Néstor Carlos Kirchner

Presidenta honoraria del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales > Dra. Alicia Margarita Kirchner

Secretario Ejecutivo del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales > C.P.N. Carlos Daniel Castagneto

Coordinadora técnica del Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Sociales > Dra. Matilde Morales

Responsable del Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad > Prof. Elizabeth Iñiguez

La presente publicación se realiza sobre la base del Paquete Audiovisual Didáctico elaborado por el **CENOC** en 1999. Los autores y las autoras de los contenidos teóricos de aquella primera edición fueron:

Entidades Autoras de Contenidos Teóricos:

N° 1 • Organización > SEAP > Gabriela Rotonda

N° 2 • Planificación > SEHAS > Lic. G. Maiztegui, Lic. J. Scabuzo, Lic. A. Vieytes

N° 3 • Comunicación > CECOPAL > Lic. Judith Gerbaldo

N° 4 • Administración > SERVIPROH > Lic. Eduardo Ortega

N° 5 • Gestión > MUTUAL MUGICA > Lic. Mónica Brizuela

Coordinación de Contenidos > Fundación IDEAS > Lic. Patricia Acevedo

Diseño y Producción de Tecnología Educativa (PAD) y Coordinación pedagógica > Lic. Elizabeth Vidal > Lic. Elisa Cragnolino > UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Redactores > Lic. María Inés Loyola > Lic. Roberto Von Sprecher

Esta segunda edición ha sido realizada por > **INCLUIR Asociación Civil**



Los responsables de la misma han sido:

Adecuación de contenidos y validación de materiales

> Lic. Betina Presman

Coordinación pedagógica

> Dra. Ana Inés Heras

Diseño de comunicación educativa y coordinación editorial

> Com. Soc. David Burin

Diseño y diagramación de tapas e interiores

> Dis. Gráfica Luciana Morteo

Ilustraciones

> Gustavo Damiani

Argentina, abril 2007

Comunicación



Capacitación organizaciones de base



CUADERNO DE TRABAJO **IV**

Presentación

Estos cuadernos de trabajo integran el Paquete Audiovisual Didáctico destinado a los miembros de las Organizaciones de Base y grupos comunitarios.

El objetivo de éste material es desarrollar las capacidades y habilidades relativas a la gestión institucional, para que las Organizaciones Comunitarias puedan mejorar su funcionamiento y cumplir sus objetivos.

Esperamos que esta propuesta sea de utilidad para todas aquellas personas que creen en la Organización social y en la Participación comunitaria como herramientas imprescindibles para encontrar alternativas de solución a los problemas y necesidades de nuestras comunidades.

CENOC

COMUNICACIÓN N° 4

¿Qué temas vamos a ver en este cuaderno de trabajo?

¿Para que les puede servir?

En este cuadernillo vamos a ver de qué maneras la comunicación y la información pueden generar problemas en nuestras organizaciones o pueden ayudarnos a lograr sus objetivos, cómo podemos aprovechar y por qué son importantes.

Los dirigentes de una organización llaman a una asamblea barrial para tratar el tema de la contaminación que produce una nueva fábrica que se instaló en la zona... pero no viene nadie. Reciben un subsidio para implementar un proyecto que ponen en marcha de forma honesta... pero no rinden cuentas a los vecinos y comienza a correr el rumor de que parte del dinero se lo quedaron entre tres o cuatro... Mandan un representante a las reuniones de una red de organizaciones barriales pero no tiene ningún mandato y luego tampoco el delegado comparte lo que se trató en las reuniones adonde fue. Finalmente llaman a los medios para denunciar la contaminación pero no designan un vocero y cuando vienen los móviles de la TV nadie quiere poner la cara y hablar...

En este cuadernillo nos ocuparemos de tres cosas importantes para una buena comunicación, tanto dentro de la organización como desde la organización hacia fuera:

1. Comunicación e información

- Comunicación, información y poder.
- Dirección de la comunicación.

2. Estrategias de Comunicación

- Proyectos y planes.

3. Con quiénes nos vamos a comunicar:

- Comunicación interna, con los integrantes de la organización.
- Comunicación con otras organizaciones e instituciones.
- Comunicación dirigida a la opinión pública:
- Relación con los medios de comunicación masiva.
- Planes de comunicación para lograr visibilidad pública.

Empecemos repasando lo trabajado en los tres primeros cuadernos.

En esos cuadernos tomamos el ejemplo de los vecinos de un Barrio y vimos cómo estos se organizaron.

Tenían **necesidades e intereses en común** y se dieron cuenta de que, para **alcanzar objetivos compartidos**, era mejor **trabajar juntos**.

Poco a poco fueron teniendo más claro **quiénes eran y qué era lo que pasaba en el contexto** de su organización.

Se **plantearon objetivos...**

Y **se relacionaron con otras organizaciones, instituciones y personas.**

Haciendo camino se dieron cuenta de que **tenían fortalezas**, pero también **descubrieron sus puntos débiles.**

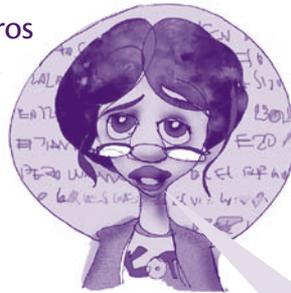
Los miembros de la Organización del Barrio Nuevo Sol planificaron sus acciones de modo estratégico:

- ▶ imaginaron el futuro que deseaban...
- ▶ y eligieron caminos para poder alcanzarlo, paso a paso.



Tuvieron en cuenta no sólo lo que pasaba dentro de la organización sino también lo que ocurría a su alrededor, considerando las oportunidades y los obstáculos que ese escenario les ofrecía...

Para tener las cuentas claras nuestros amigos aprendieron a **hacer presupuestos** para saber cuánto iban a necesitar para cada actividad o proyecto, qué costos tendrían, para ver luego la forma de obtener dichos recursos.



Y cuando fueron consiguiendo esos recursos aprendieron a **registrar todos los pagos y cobros** o ingresos el mismo día que los iban concretando. Fueron anotando todos los movimientos de dinero, pero **también los aportes o los préstamos de cosas o de servicios** según el valor en dinero que tuvieran.

Exigen y guardan los comprobantes de cada operación: facturas, recibos, cheques, boletas de depósito, etc. **hacen informes** para que todos sepan cómo se gasta el dinero.



UNA VEZ QUE NOS ORGANIZAMOS Y PLANIFICAMOS LO QUE QUERIAMOS HACER, NOS DIMOS CUENTA DE LA IMPORTANCIA QUE TENIA ADMINISTRAR BIEN.

La Comunicación y las Organizaciones Comunitarias

Para poder relacionarse y trabajar juntos, la gente del barrio se ha comunicado.

Para todas las actividades que hemos visto:

- ▶ armar la organización,
- ▶ planificar de modo estratégico,
- ▶ administrar,

la gente necesita comunicarse.



La relación entre las personas sería imposible sin comunicación.



A TRAVÉS DE LA COMUNICACIÓN
COMPARTIMOS, PONEMOS EN COMÚN
Y PODEMOS CONSTRUIR JUNTOS.

Además de comunicarse entre ellos, los miembros de la organización se relacionaron **y comunicaron** con otros actores sociales, tanto del contexto comunitario inmediato (del mismo barrio), como del contexto social general.

Y SI NO, MIRÁ: NOS COMUNICAMOS CON LAS INSTITUCIONES DE SALUD, CON LOS MÉDICOS, CUANDO QUISIMOS PONER LA POSTA DE SALUD. Y TAMBIÉN CON LA IGLESIA, CON ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE OTROS BARRIOS, CON LA MUNICIPALIDAD...



Además de esta comunicación con otras organizaciones sociales o del estado, los vecinos de Nuevo Sol podrían relacionarse también con los Medios Masivos de Comunicación: con la radio, con la televisión, con los diarios.

En algunos casos esta comunicación con los medios puede ser clave para que los problemas del Barrio sean conocidos por el resto de la sociedad.



La relación de las Organizaciones Comunitarias con los Medios será uno de los temas Principales de este Cuaderno de Trabajo.

La comunicación entre los integrantes de la organización, con otras organizaciones comunitarias, con instituciones de otras regiones o de nivel nacional y hacia la opinión pública, son distintos Niveles de Comunicación en los que pueden y deberían actuar los miembros de la Organización.



Para conocer dichos Niveles necesitamos tener un Diagnóstico de Situación.

Sigamos el caso del principio, en el que los dirigentes de la Organización invitan a una reunión a la que no va nadie.

LA VERDAD ES QUE NO TENÍAMOS UN BUEN DIAGNÓSTICO DEL BARRIO Y NO TENÍAMOS IDEA SOBRE CÓMO CONVOCAR A LOS VECINOS, QUÉ ACCIONES, QUÉ ARGUMENTOS Y QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENÍA USAR PARA QUE LA GENTE SE ACERQUE.



Un buen Diagnóstico del contexto comunitario inmediato nos permitirá planear mejor nuestras acciones, conociendo las posibilidades de participación de los vecinos y qué cosas los motivan para juntarse, “cómo se informan, quiénes son los líderes de opinión del barrio a quienes tenemos que interesar para que difundan nuestras propuestas, cómo es que circulan los rumores, qué esquinas o lugares son los más concurridos para repartir allí volantes o folletos, o para poner afiches, que actividades reúnen gente todos los días (la entrada de la escuela, la sala de espera de la salita, etc.)”

► **Actividad 1**

Piensen en el contexto comunitario inmediato de la Organización Comunitaria a la cual ustedes pertenecen. Respondan las siguientes preguntas y reflexionen hasta dónde lo conocen:

¿Nos comunicamos con nuestros vecinos?

¿Cómo es esa comunicación?

¿Qué medios utilizamos para comunicarnos con ellos?

¿Qué hemos hecho para comunicarnos mejor entre nosotros?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Háganse las mismas preguntas respecto a la comunicación con otras Organizaciones e Instituciones.

.....

.....

.....

.....

.....

Comunicación e Información

MMM... ENTONCES LA INFORMACIÓN ES CLAVE PARA LAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS.



SI, ES CIERTO. PERO... ¡OJO! ¡INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN NO SON LO MISMO!



COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN SON DOS CARAS DE UNA MISMA MONEDA PERO NO SON LO MISMO.



La Información son los datos que damos a otros sin esperar respuesta o que recibimos de otros sin poder responderle. Por ejemplo, cuando escuchamos el noticiero en la radio o la televisión o leemos el diario.

La comunicación en cambio es cuando intercambiamos ideas o información.

Pero no siempre hay interés en informar o comunicar.

También se puede ocultar la información en lugar de compartirla.

Tratar de comunicarse con los demás, solamente informar, o lo que es peor ocultar información, son alternativas que tienen que ver con la manera en que se ejerce el poder. En las próximas páginas vamos a hablar más del poder que da la información.



CLARO... SIEMPRE HAY ALGÚN PICARO QUE OCULTA INFORMACIÓN, QUE NO LA COMUNICA, PORQUE LE CONVIENE SER EL ÚNICO ENTERADO.

ME VOY DANDO CUENTA...
POR QUÉ LA INFORMACIÓN
DA TANTO PODER.



Comunicación, Información y Poder

Supongamos que alguien, en una Organización, oculta información.

Esconder la información permite concentrar el poder. El que acapara el conocimiento tiene los datos que se necesitan para que la Organización pueda funcionar eficazmente y se hace imprescindible.

La información es básica para planificar, para tomar decisiones, para conseguir recursos, para evaluar tanto las acciones que se hacen como a las personas que las llevan adelante.

Veamos ejemplos

- Conocer nuevos Programas del gobierno donde se pueden presentar proyectos, saber qué consejal o funcionario tiene fondos disponibles,
- saber la opinión de los vecinos acerca de lo que hace nuestra Organización y acerca de la actuación de los distintos integrantes,
- saber qué trámites y planillas hay que llenar y cómo se hace,
- saber quiénes son los propietarios de la tierra, o qué hay que hacer para legalizar los títulos de propiedad de los vecinos,
- conocer periodistas para difundir lo que se hace o denunciar,
- tener datos de otras organizaciones que pueden aportar recursos o profesionales para proyectos...

Todas estas informaciones dan poder.



El conocimiento que da la información nos coloca en posición de opinar, participar, criticar y decidir.

Cuando esta información se comunica y se comparte, está disponible para todos y no se oculta, hay más integrantes que tienen ese poder. El poder se reparte entre más personas, y **aumenta la democracia en la Organización.**

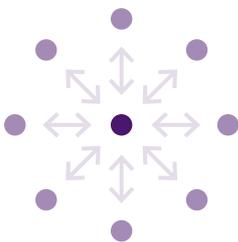
Que la información sea acaparada por unos pocos o se comparta depende de cómo circule la información en la Organización, en diferentes direcciones. Un diagrama sencillo para mostrar situaciones opuestas es el siguiente:

Comunicación horizontal
Todos comparten la información

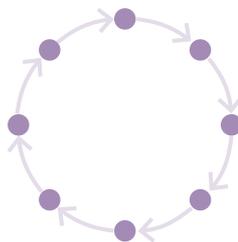
Comunicación vertical
Los dirigentes “bajan línea” y sólo comparten la información que quieren



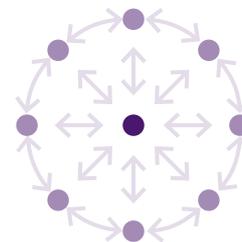
Otros diagramas posibles acerca de cómo circula la información son los siguientes:



1. El dirigente da y recibe información de los otros miembros, pero entre ellos no se comunican.



2. Hay una cadena de información, cada integrante se comunica solamente con otro (Ejemplo: oficinistas que reciben, procesan y derivan Expedientes pero nadie entiende para qué).



3. Todos se comunican con todos.

Para que una Organización funcione bien hay que evitar que sea sólo uno quien hable y que los otros se limiten a escuchar.

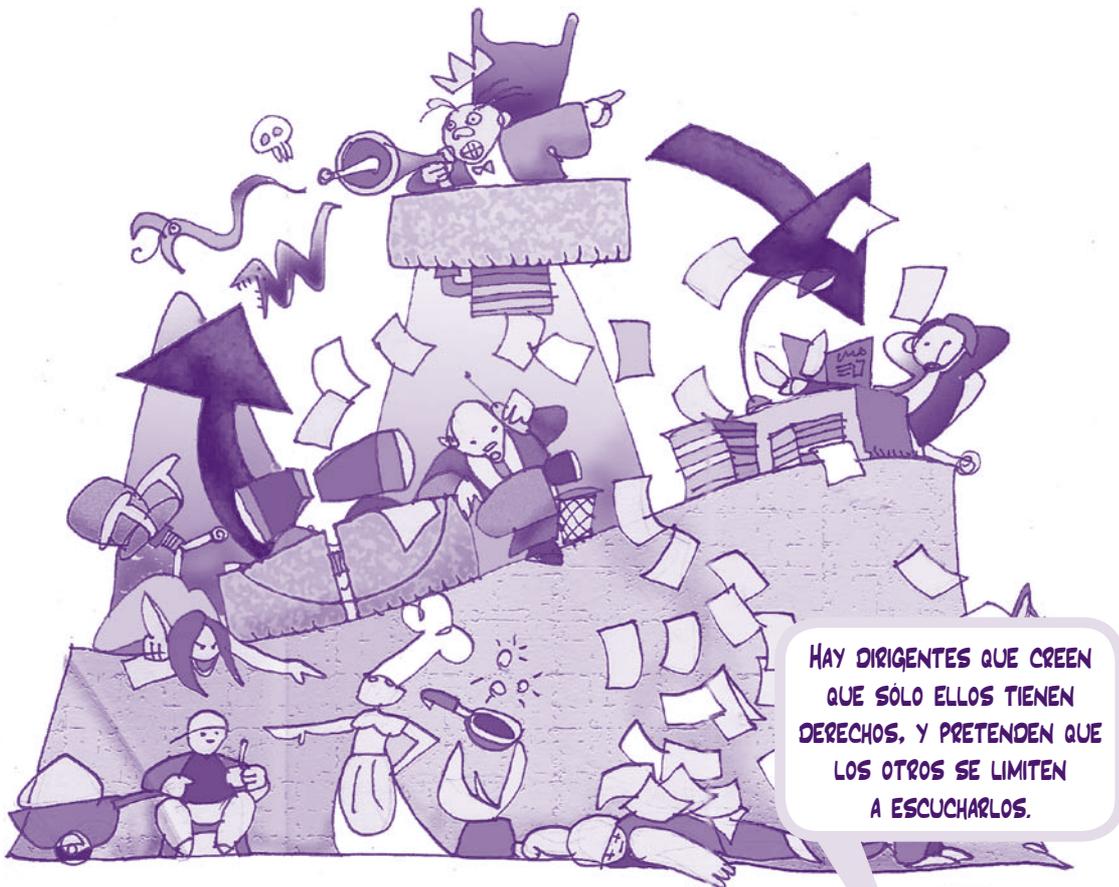


O que los integrantes llenen papeles o tengan solo una parte de la información sin entender para qué hacen eso.



Es necesario que en nuestras organizaciones exista una comunicación horizontal, que todos se comuniquen con todos.

Se trata de un intercambio de ida y vuelta permanente. Todos los miembros de la organización comparten la producción y comunicación de información.



Los dirigentes de las Organizaciones Comunitarias tienen la obligación de promover una comunicación horizontal: que todos expresen sus puntos de vista, lograr que los otros los escuchen. Así se promueve la democracia y la igualdad.



► **Actividad 2**

Respondan a las siguientes preguntas:

¿Quién o quiénes manejan la comunicación y la información en su organización? ¿Cómo se maneja la información? ¿Cómo es la comunicación? ¿Horizontal? ¿Vertical?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Discutan y reflexionen sobre las respuestas y pregúntense:

¿La forma en que es manejada la comunicación y la información: favorece o entorpece el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los objetivos de su Organización Comunitaria?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Estrategias y Planes de Comunicación

Con lo que aprendieron, seguro que ya se dieron cuenta qué problemas y qué logros tienen en la comunicación hacia dentro de la organización, con otras organizaciones e instituciones y con la opinión pública o la sociedad en general.

Partiendo de ese diagnóstico podemos preparar una Estrategia y un Plan de Comunicación.

Primero nos preguntaremos:

¿QUÉ QUEREMOS QUE SE CONOZCA DE NUESTRA ORGANIZACIÓN?
¿CÓMO QUEREMOS QUE SEA VISTA?
¿QUÉ MENSAJES QUEREMOS TRANSMITIR?
¿A QUIÉNES VAMOS A DIRIGIR NUESTROS MENSAJES?



¿QUÉ MEDIOS VAMOS A USAR PARA LOGRAR QUE NUESTRO MENSAJE LLEGUE EFECTIVAMENTE A QUIENES QUEREMOS?

Para elaborar esta plan de comunicación es útil repasar lo que aprendimos en el Cuaderno de Trabajo N° 2 sobre Planificación Estratégica. Allí vimos que para armar un Plan (en este caso un Plan de Comunicación) necesitábamos tener claro:

Plan de Comunicación:

- ▶ Objetivos generales y específicos.
- ▶ Público o destinatarios (a quién nos dirigimos).
- ▶ Diagnóstico (qué pasa hoy, qué queremos cambiar).



Y un Plan de Trabajo:

- ▶ Fijar las **ACTIVIDADES** que se realizarán.
- ▶ Definir quiénes van a ser los **RESPONSABLES** de realizar cada tarea.
- ▶ Calcular el **PRESUPUESTO** necesario detallando los recursos necesarios, su costo y dónde pensamos que podríamos conseguirlos.
- ▶ Armar el **CRONOGRAMA**: cómo y cuándo se van a hacer las actividades.



La comunicación se ha ido convirtiendo en un tema y una actividad cada vez más importante para las Organizaciones Comunitarias. Cuando las mismas crecen y el trabajo aumenta puede ser conveniente tener un asociado encargado de las cuestiones de comunicación o un Área dedicada a la misma.

Cuando preparamos Programas y Planes tenemos que tener en cuenta que, para la Organización, existen distintos Ámbitos de la comunicación y la información y lógicamente los Proyectos y Planes variarán según de que ámbito se trate.

Ámbitos de la Comunicación y la Información

- ▶ **Comunicación Interna**
- ▶ **Comunicación con otras organizaciones**
- ▶ **Comunicación Externa**

Comunicación Interna

Es la que se produce al interior de la organización, entre todos sus miembros, sean dirigentes o no.

Se pueden usar distintos medios para comunicarse con los miembros de la Organización y con los vecinos para que todos participen...

Medios:

- ▶ Volantes,
- ▶ Boletines informativos periódicos escritos,
- ▶ Afiches en los lugares por donde pasan los vecinos,
- ▶ Avisos o un programa en la radio comunitaria,
- ▶ Un periódico mural con las noticias importantes,
- ▶ Invitaciones impresas,
- ▶ Invitar personalmente, casa por casa, explicando los motivos de una reunión,
- ▶ Avisos en la propaladora local,
- ▶ Reuniones informativas,
- ▶ Títeres, teatro, etc.



Las Asambleas, las reuniones, son el medio más usado para comunicarse. Para compartir la información y para que todos den sus opiniones.

Vemos que hay distintos tipos de medios a través de los cuales se comunica la gente en la comunidad.

Algunos de estos medios son **formales**: Son los que han sido previstos y que incluso pueden estar reglamentados, como las Asambleas por los estatutos.

Pueden ser las reuniones semanales, los informes económicos, etc.

Otros son medios **informales**: Se trata de encuentros no previstos. No están establecidos formalmente, pero de todos modos la gente se encuentra en la calle, en el almacén del barrio, y conversa.



LOS CANALES INFORMALES SON MUY IMPORTANTES PORQUE PUEDEN HACER CORRER LAS NOTICIAS QUE QUEREMOS DIFUNDIR. PERO TAMBIÉN LAS NOTICIAS PUEDEN SER ALTERADAS, DESVIRTUADAS, Y CONVERTIRSE EN RUMORES.



► **Actividad 3**

Piensen en la comunicación que se produce en el ámbito interno de su organización: ¿Cuáles son los espacios y medios de comunicación que utilizan?

¿Existen mecanismos formales de comunicación?

¿Existen mecanismos informales?

¿Cuáles son? ¿Cómo funcionan?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Traten de imaginar qué otros medios de comunicación podrían usar y cómo los usarían.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Comunicación con otras organizaciones e instituciones

La comunicación con otras organizaciones e instituciones es la que se produce con Organizaciones que tienen similares características y objetivos, como las Organizaciones Comunitarias de diferentes barrios. También con instituciones y organizaciones con las que podemos complementar actividades o servicios. Sería el caso de una organización barrial con una congregación religiosa, o con el Estado a través del Secretario de algún área del Municipio o del gobierno provincial (Desarrollo Social, Producción, Salud o Deportes, por ejemplo).

TAMBIÉN PODEMOS TRATAR DE FORMAR UNA RED CON OTRAS ORGANIZACIONES QUE TENGAN LOS MISMOS OBJETIVOS Y FORMAS DE TRABAJAR QUE NOSOTROS.



SI... PODEMOS AHORRAR TIEMPO, ESFUERZOS Y RECURSOS. SOBRE TODO PORQUE SOMOS UNA ORGANIZACIÓN NUEVA. PODEMOS APRENDER DE LOS QUE TIENEN MÁS EXPERIENCIA Y COMPARTIR INFORMACIÓN, FORMAS DE TRABAJO O RECURSOS...



OJO! SER PARTE DE UNA RED SIRVE PARA CONSEGUIR COSAS PERO TAMBIÉN HAY QUE PONER... TIEMPO PARA SOSTENER NUEVAS RELACIONES, IR A REUNIONES, CURSOS, EVENTOS, Y APORTAR TAMBIÉN NOSOTROS LO QUE OTROS NECESITEN.

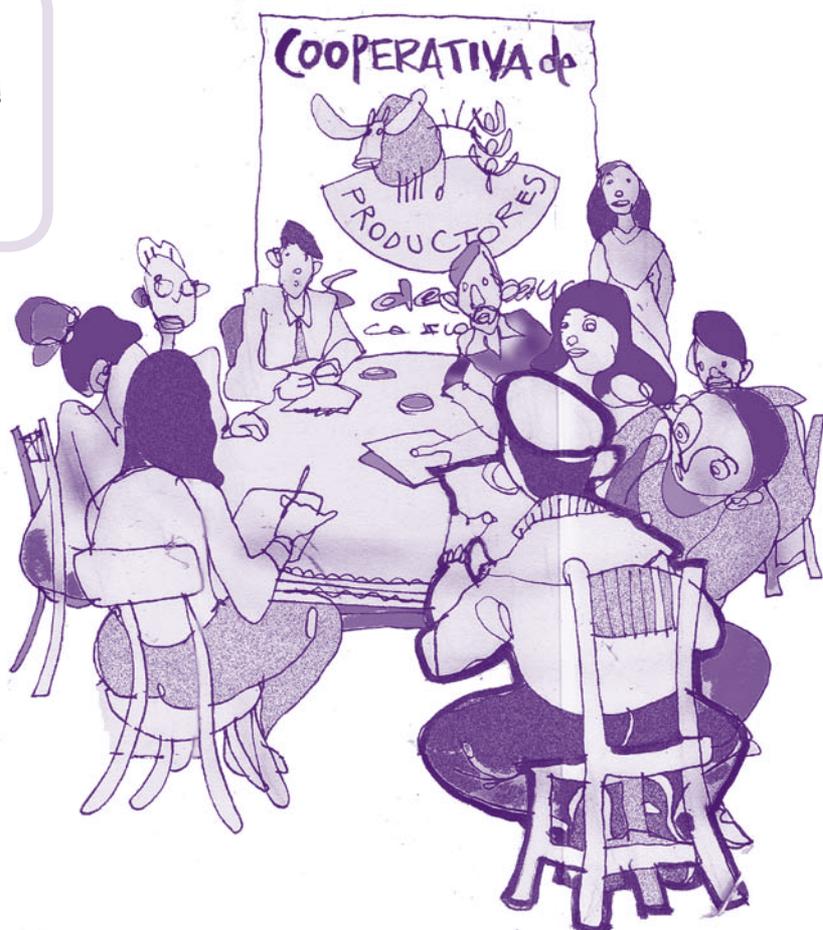


El CENOC está preparando una serie de materiales educativos para apoyar la conformación de redes de organizaciones territoriales. Estos materiales estarán disponibles a mediados de 2007.

La comunicación entre organizaciones e instituciones permite romper el aislamiento, da más fuerza a las acciones que podamos realizar. Podemos planear estrategias de mayor impacto y tener más posibilidades de ser escuchados.



¡ES COMO CUANDO
VIMOS LA FORMACIÓN
DE UNA ORGANIZACIÓN!
AHORA SE TRATA DE
UNA ORGANIZACIÓN DE
ORGANIZACIONES...



Comunicación Externa

La Comunicación Externa es la que se dirige hacia afuera de la Organización. Puede ser a los usuarios de los servicios de una Organización Comunitaria, o hacia la sociedad en su conjunto.

Para lograr este tipo de comunicación son importantes los medios de comunicación social, también conocidos como medios masivos de comunicación. Los mensajes en la radio, la televisión o los diarios hacen conocer nuestros problemas y nuestros logros al resto de la población.

Aparecer en los medios ayuda a que nuestra organización sea reconocida públicamente. Se dice que hay que lograr que tenga “visibilidad pública”.



CLARO... ANTES DE IR A LOS MEDIOS, SON POCOS LOS QUE ESTÁN ENTERADOS DE LOS PROBLEMAS DEL BARRIO. PERO CUANDO SALEN EN LA TV O EN LA RADIO, LOS VEN TODOS...



¿CÓMO HACEMOS PARA QUE NUESTROS PROBLEMAS Y DEMANDAS TENGAN VISIBILIDAD PÚBLICA, PARA QUE LOS MEDIOS MASIVOS LOS HAGAN CONOCER?



Eso es lograr “visibilidad pública”. Pero no es fácil.

No hay que salir en los medios porque sí y por cualquier cosa, o salir como sea. Debemos preparar **Estrategias y planes para llegar a los medios y a la opinión pública.** Debemos tener un plan, para lograr llegar a los medios y a la opinión pública en la mejor forma posible.

¿QUÉ TENEMOS QUE TENER EN CUENTA EN UN PLAN DE COMUNICACIÓN?



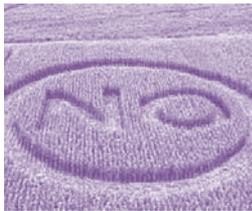
- ▶ Los objetivos que nos planteamos.
- ▶ A quién nos queremos dirigir y con qué mensaje.
- ▶ La imagen de la organización que queremos transmitir.
- ▶ La vinculación con los periodistas .
- ▶ Una evaluación de lo actuado y de los resultados.

¡Y cuidado, que no sólo es cuestión de visibilidad pública! El aparecer en los medios no tiene mucho sentido si no logramos que eso sirva para que nuestros reclamos sean considerados legítimos.

Entonces en nuestras acciones también debemos tener en cuenta:

- ▶ Que hay que convocar a los medios con contactos directos y con llamadas previas.
- ▶ Que hay que enviarles notas de prensa o gacetillas, en las que se indiquen claramente el lugar y la hora de las actividades que pretendemos que difundan, sin olvidar de incluir el motivo y la importancia de las mismas.

- Realizar acciones llamativas pero simpáticas y en lo posible novedosas, que no molesten a aquellos que queremos que nos apoyen.



PODEMOS USAR AFICHES, PANCARTAS, CARTELES LLAMATIVOS, CANTOS Y EXPRESIONES PEGADIZAS.

Es importante pensar formas de comunicar que resulten atractivas para los medios y para el público de los mismos.

Antes de que aparezcan los periodistas debemos saber quiénes de los que integran la organización son los que van a hablar frente a las cámaras. Nuestros representantes tienen que animarse a aparecer, no tener vergüenza ni ponerse nerviosos, deben estar preparados para las preguntas, hablar claro y tener información escrita, o fotos, para darle a los periodistas.



ALGUNAS MEDIDAS PUEDEN RESULTAR LLAMATIVAS PERO GENERAN TANTOS INCONVENIENTES QUE PROVOCAN RECHAZO EN EL RESTO DE LA COMUNIDAD.





• Repaso •

Les proponemos repasar ahora las cuestiones más importantes de este Cuaderno de Trabajo.

Todas las actividades de una organización: desde su formación, la planificación estratégica o la administración, son actos de comunicación.

Comunicación e información no son lo mismo.

La información son datos que se dan a otro, sin esperar respuesta.

Para que haya comunicación tiene que haber intercambio.

Se necesita información para planificar, para conseguir recursos, para tomar decisiones, para evaluar acciones de la organización y a las personas que las ejecutan.

La información da poder.

Y si está disponible para todos y no se oculta, se está distribuyendo el poder entre todos los miembros. **Se fortalece la democracia** en la Organización.





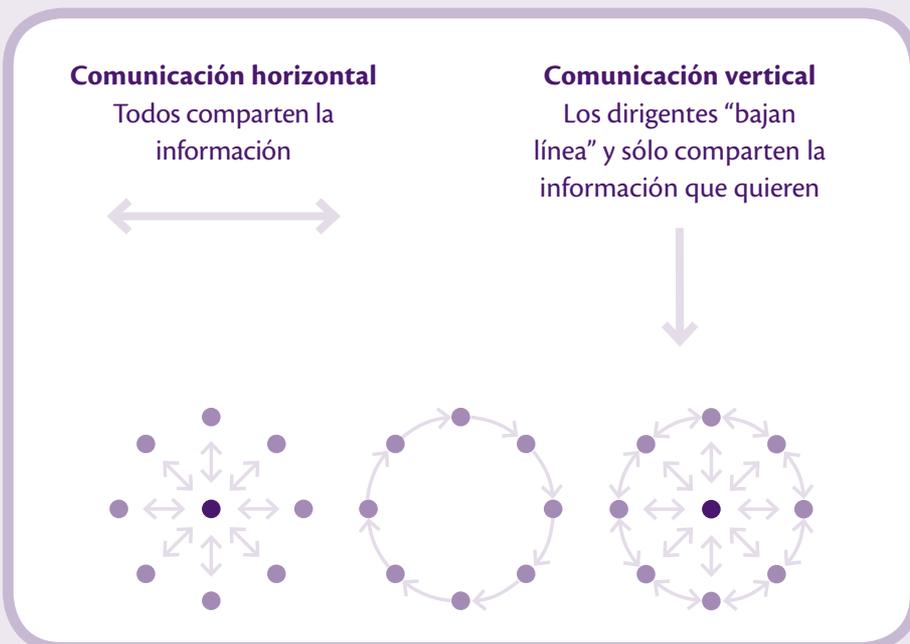
Que la información sea acaparada por unos pocos o se comparta tiene que ver con la forma en que circula:

Comunicación Horizontal.

Comunicación horizontal: tiene un sentido democrático y promueve la participación.

Comunicación Vertical.

Es autoritaria y atenta contra la participación.

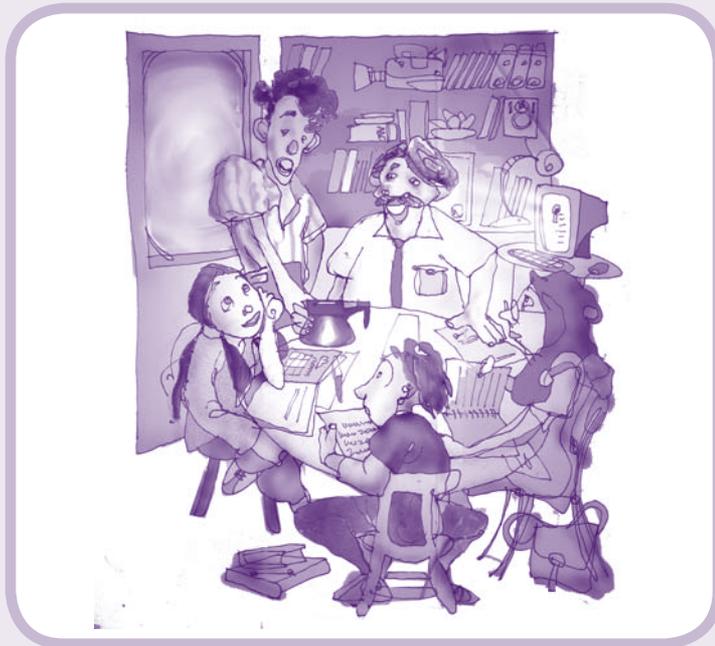


Existen distintos Ámbitos de Comunicación de los que participan los miembros de la Organización (dentro de la organización, con otras organizaciones y con el estado, hacia la sociedad en general). Para conocerlos necesitamos tener un Diagnóstico de Situación.



A partir del diagnóstico preparamos Estrategias y planes de comunicación incluyendo un Plan de Trabajo que consiste en:

- ▶ Fijar las ACTIVIDADES que se realizarán.
- ▶ Definir quiénes van a ser los RESPONSABLES de realizar cada tarea.
- ▶ Calcular el PRESUPUESTO necesario detallando los recursos necesarios, su costo y dónde pensamos que podríamos conseguirlos.
- ▶ Armar el CRONOGRAMA: cómo y cuándo se van a hacer las actividades.



Los Proyectos y Planes variarán según el ámbito.

Ámbitos:

- ▶ Comunicación Interna.
- ▶ Comunicación Ínter organizacional.
- ▶ Comunicación Externa.

La **Comunicación Interna** es la que se produce al interior de la organización, entre todos sus miembros, sean dirigentes o no.



La **comunicación entre organizaciones e instituciones** es la que se produce entre Organizaciones que tienen similares características y objetivos o la que ocurre entre instituciones y organizaciones que se complementan en actividades y/o servicios.

Permite romper el aislamiento, formar redes y elaborar estrategias conjuntas.

La **Comunicación Externa** es la que se dirige hacia afuera de la Organización, a los usuarios de los servicios de una Organización Comunitaria, o hacia la sociedad en su conjunto.



Para que nos reconozcan, para tener visibilidad pública, es importante elaborar un Plan y acciones de comunicación. Para eso hay que tener en cuenta:

- ▶ Los objetivos que nos planteamos.
- ▶ A quién nos queremos dirigir y con qué mensaje.
- ▶ La imagen de la organización que queremos transmitir.
- ▶ La vinculación con los periodistas.
- ▶ Una evaluación de lo actuado y de los resultados.

Este repaso les va a facilitar la realización de la Actividad Final...

► **Actividad 4**

Los invitamos a que piensen en su Organización y diseñen un plan de comunicación para la misma. Primero discutan con sus compañeros: ¿Qué quieren que se conozca de su Organización? ¿Por qué?

.....

.....

¿Qué imagen quieren transmitir de su Organización?

.....

.....

¿A quiénes van a dirigir los mensajes?

.....

.....

¿Qué medios van a usar para lograr transmitir esos mensajes?

.....

.....

Y, por supuesto, tengan en cuenta los elementos de todo Plan de Trabajo:

Actividades	Responsables	Recursos necesarios y costos	Cronograma
Actividad 1			
Actividad 2			
Actividad 3			
Actividad 4			

retiración
de contratapa



Esta cartilla que hoy tienen en sus manos forma parte del **Paquete Audiovisual Didáctico (PAD)** que fue desarrollado por el **CENOC (Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad)** y esta destinado a la capacitación en gestión de Organizaciones Comunitarias.

Su objetivo es fortalecer las capacidades de los integrantes de las organizaciones de la comunidad a través de la formación en gestión.

El **PAD** contiene cuatro materiales complementarios:

- un video en cinco capítulos, en donde se cuenta la historia de una organización comunitaria, de una duración total de dos horas.
- un video con cinco cartillas audiovisuales, donde se presenta información similar que en las cartillas impresas, para compañeros y líderes de organizaciones con dificultades de lecto-escritura y para reforzar la información presentada en las cartillas. Estos videos tienen dos horas y 16 minutos de duración total, a razón de entre 24 y 30 minutos por cartilla.
- cinco cuadernos de trabajo, incluyendo este.

- un afiche con instrucciones metodológicas en el reverso para el uso del Paquete Audiovisual Didáctico.

Se trata de ayudarlos y acompañarlos para que puedan cumplir con sus objetivos sociales, sostener la organización que integran o dirigen y puedan mejorar su desempeño.

Los temas que aborda el PAD son los siguientes:

- **Organización**
- **Planificación Estratégica**
- **Administración**
- **Comunicación**
- **Gestión**

Para su elaboración el **CENOC** solicitó la intervención de un grupo de organizaciones comunitarias con experiencia en gestión quienes brindaron los contenidos básicos. Luego un grupo de expertos en educación a distancia realizó una primera versión de estos materiales en 1999 para que pudieran ser utilizados por organizaciones de base. Para esta nueva versión 2007 la Asociación Civil Incluir ha revisado y actualizado el material gráfico rediseñando los materiales.

De esta manera, el **CENOC** continúa con una política que se propone fortalecer las Organizaciones recuperando, valorizando y haciendo circular conocimientos y herramientas producidas por el mismo sector.