

MANUAL DE COMUNICACIÓN

Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón

MANUAL DE COMUNICACIÓN

Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón

Elaborado por:
Rommy España Salvador

Este manual ha sido diseñado para el Proyecto de Sistematización de los Procesos Comunicacionales del GAD de Nayón.

Primera edición

Quito - Ecuador
2017



Fotografías de Rommy España



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
Objetivos del manual	2
CAPÍTULO 1: NAYÓN COMO UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN	3
1.1 ¿Qué es un sistema?	4
1.2 ¿Por qué Nayón como un sistema?	5
1.3 El GAD de Nayón como un sistema abierto	9
1.4 El GAD de Nayón como un subsistema	10
1.4.1 Representación gráfica del sistema Nayón	11
1.5 Nayón como un sistema cultural	12
CAPÍTULO 2: COMUNICACIÓN	13
2.1 Comunicación Organizacional	14
2.2 Importancia de la Gestión y Planificación de la Comunicación	14
2.3 Estrategias de comunicación	15
2.3.1 Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social	16
CAPÍTULO 3: COMUNICACIÓN INTERNA	18
3.1 Importancia de la comunicación interna	19
3.2 Misión y visión	19
3.3 Funciones de los miembros del GAD de Nayón	20
3.4 Cómo planificar la comunicación interna	21
3.5 Canales de comunicación interna	22

CAPÍTULO 4: COMUNICACIÓN CORPORATIVA	23
4.1 Identidad	24
4.2 Identidad institucional	24
4.3 Atributos	25
4.4 Imagen	25
4.5 Identidad visual	26
CAPÍTULO 5: COMUNICACIÓN EXTERNA	27
5.1 Importancia de la comunicación externa	28
5.2 Grupos de interés	28
5.3 Canales de comunicación externa	31
5.3.1 Boletín o nota de prensa	35
CAPÍTULO 6: VOCEROS ESTRATÉGICOS	39
CAPÍTULO 7: EVENTOS Y ACTIVIDADES CULTURALES	43
GLOSARIO	47
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Esta es la primera edición del Manual de Comunicación del GAD de Nayón para guiar a los miembros en la Gestión de esta disciplina.

Este producto ha sido diseñado luego de seis meses de investigación para conocer cómo funciona la comunicación entre el Gobierno de Nayón y la población. Durante este tiempo, se definieron de manera participativa los atributos de la parroquia de Nayón con los cuales en la presente guía se plantea un sistema de comunicación y estrategias que rescatan la cultura y prácticas de comunicación pertenecientes a la comunidad.

De modo que, el presente manual tiene como resultado la combinación de dos enfoques teóricos que son la Comunicación Organizacional (Gestión y planificación de la Comunicación) y la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.

Desde la perspectiva de la Comunicación Organizacional se expone cómo deben ser los procesos de comunicación, tanto internos como externos, entre una organización pública como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón con sus distintos públicos.

En cambio, a partir de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social se busca incorporar los procesos de comunicación propios de la Parroquia. Estos procesos han sido tomados en cuenta como un factor clave para una mejor relación entre esta institución y los habitantes de Nayón. A su vez, busca impulsar el desarrollo de la Parroquia, pero sin dejar atrás su identidad cultural.

Este manual se caracteriza porque no solo indica cómo informar, sino también cómo involucrar a la gente y a los destinatarios en los proyectos y actividades de esta institución.

Enfoques de este manual:

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

- Informar
- Rendir cuentas
- Crear visibilidad
- Establecer Relaciones Públicas

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL

- Facilitar acceso a la información
- Involucrar y participar
- Empoderar
- Compartir y aprender

Esta guía ha sido construida como una posible solución a los problemas detectados en el diagnóstico de comunicación del Proyecto de Sistematización de los procesos comunicacionales del GAD de Nayón.

En la actualidad, las sociedades están llenas de organizaciones, tomando en cuenta que las mismas sociedades funcionan como tal. La característica principal de estas organizaciones es que tienen diferentes formas de comunicarse o de intercambiar información; tal como Gumucio Dragon (2004) dice, *los procesos de comunicación, en su versión más humana que es el diálogo, o en sus proyecciones organizativas y mediáticas, son un instrumento de apoyo a las transformaciones en las que el hombre es el centro.*

La comunicación es un proceso de interacción social y es primordial para el desarrollo de las sociedades y de las organizaciones. Para ello, existe un área especializada que se denomina 'Gestión de la Comunicación Organizacional'; rama que se encarga de realizar acciones, procedimientos y definir estrategias para alcanzar objetivos comunicacionales los cuales deben estar ligados a los objetivos corporativos.

El objetivo de este manual de comunicación es guiar y socializar a los miembros del Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón sobre los procesos adecuados para comunicarse con sus distintos públicos, a través de los medios más pertinentes. Es un instrumento que facilita la gestión de la comunicación y determina pautas para la realización de distintas actividades en conjunto con la población.

Este material es una guía permanente para que quienes están en constante relación con la población nayonense apliquen estrategias que tienen su base en la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social. Así se busca propiciar el diálogo con la comunidad, fortalecer los canales de comunicación propios, amplificar las voces y reafirmar la cultura local.

Este manual pretende incentivar el sentido de pertenencia y la participación ciudadana para la construcción de una mejor parroquia.

Objetivos del manual:

1. Establecer y formalizar políticas de comunicación e imagen institucional.
2. Consolidar y comunicar la identidad renovada de Nayón.
3. Determinar canales de comunicación formales con la comunidad.
4. Estimular la participación con la comunidad mediante estrategias de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.

NAYÓN COMO UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 1

NAYÓN COMO UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN

¿Qué es un sistema?

Un sistema es un conjunto de elementos que se relacionan entre sí y con el medio circundante o, de forma concisa, es un complejo de elementos interactuantes. Esta definición parte de la Teoría Sistémica de la Comunicación¹, la cual plantea que toda organización puede ser vista como un sistema que intercambia información entre sus partes y con el medio exterior.

“Conjunto de elementos que se relacionan entre ellos y con el medio” (Bertalanffy, 1979, p.146)

Las organizaciones como un sistema

La organización, como sistema, tiene flujos de información, de materiales y de energía procedentes de su entorno (inputs), y que una vez transformados salen en forma de bienes y servicios (outputs). Se produce un continuo feedback o sistema de retroalimentación. La sensibilidad de un sistema abierto implica que éste cambia con el tiempo y en función de los cambios externos. Así, las empresas e instituciones por su propia naturaleza son sistemas abiertos, que intercambian toda clase de recursos con su ambiente. (Gómez, 2007, p. 74)

Proceso del sistema



Figura 1. Proceso de un sistema

¹ Enfoque originado en la Teoría de los Sistemas, formulada en 1969 por el biólogo y matemático Ludwig Von Bertalanffy. Se conceptualiza el término 'sistema' y se proponen principios generales para las entidades organizadas.

CONCEPTOS

IN PUT: información entrante.

OUT PUT: información saliente.

FEEDBACK: retroalimentación - método de control de sistemas en el cual los resultados obtenidos de una actividad son reintroducidos nuevamente en el sistema con el fin de controlar y optimizar su comportamiento.

Generalidades de la Teoría de los Sistemas aplicada a las organizaciones.

1. Las organizaciones están compuestas por partes interdependientes.
2. Las organizaciones necesitan intercambiar información, productos y energía con su entorno para poder crecer y desarrollarse.
3. Mantienen un equilibrio con su entorno a través de la retroalimentación.
4. Los objetivos que persiguen las organizaciones se pueden obtener a través de diferentes planteamientos y distintos procesos.

¿Por qué Nayón como un sistema?

La parroquia de Nayón es un sistema porque cumple con varias características que lo conforman como tal. En primer lugar, está formada por varios elementos que son las suborganizaciones que existen dentro de la Parroquia.

Existen diferentes tipos de suborganizaciones, según el ámbito al que pertenecen; por ejemplo:

1. SUBORGANIZACIÓN POLÍTICA – ADMINISTRATIVA: BARRIOS

En la parroquia existen 11 barrios que son: Barrio Central, San Joaquín Oriental, San Joaquín Occidental, Las Palmas, Tiwintza, El Movimiento, La Unión, San Pedro del Valle, Inchapicho y San Francisco de Tanda.

Cada uno de estos barrios cuenta con un Presidente, quien se manifiesta como la voz de los habitantes, se encarga de convocar a reuniones y organizarlos para distintas situaciones, como para las fiestas de la parroquiales. El Gobierno de Nayón debe comunicarse con estos barrios a través de reuniones con los presidentes o en asambleas generales.

SUBSISTEMA BARRIOS



Figura 2. Subsistema barrios

2. SEGÚN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA - PRODUCTIVA:

En el Sistema Nayón existen otras suborganizaciones que se caracterizan por la actividad productiva que desempeñan. Son de gran influencia para el desarrollo económico de la Parroquia.

2.1 Asociación de Productores de plantas ornamentales de Nayón:

Este grupo está encargado de promover la unidad de los productores y comerciantes. Su propósito es impulsar el crecimiento de cada socio y de la Parroquia en general. Las capacitaciones que se ofrecen para este grupo deben ser para mostrar apoyo, entablar relaciones positivas y que estos productores reconozcan y se identifiquen con el GAD de Nayón.

2.2 Asociación de transportistas:

Las cooperativas de transporte son de gran importancia y utilidad para los habitantes. Por tal motivo, existen varias cooperativas de camionetas, busetas y taxis. Estas cooperativas son: Compañía de Transportes Camionetas 29 de Junio, Cooperativa de Transportes en Camionetas 26 de Julio, Cooperativa de Taxis Nayón.

El GAD debe mantener alianzas con estas organizaciones ya que los choferes son voceros y comunicadores dentro Nayón.¹

2.3 Asociación de establecimientos gastronómicos de Nayón:

Esta suborganización está conformada por los propietarios de restaurantes y trabajan por ofrecer un servicio que sea reconocido por los visitantes y turistas. Este grupo necesita trabajar con el GAD ya que se les puede ayudar a través de la construcción de políticas de fomento gastronómico de Nayón, el trabajo en conjunto traerá beneficios a ambos.

3. SUBORGANIZACIONES DE PODER:

Desde los inicios del ser humano, en toda organización existen jerarquías que simbolizan el poder de algo o de alguien, este poder puede ser marcado por naturaleza, por democracia o por instinto. Así pues, las entidades de mayor poder son el GAD de Nayón, al ser la máxima autoridad representa el poder ejecutivo; y la Iglesia que tiene poder al ser la institución social que representa las creencias religiosas de la comunidad.

¹ Esta es una descripción breve del tipo de relación que debe existir entre el GAD y las distintas organizaciones económicas – productivas.

² Ver sobre voceros estratégicos en la página 40.

SOBRE DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE NAYÓN

Anteriormente, el Gobierno de Nayón recibía el nombre de Junta Parroquial, organización que fue fundada en 1935 cuando Nayón se convirtió en Parroquia Rural del Cantón Quito; sin embargo, esta institución fue reconocida legalmente bajo el Régimen Municipal del 15 de octubre de 1971. A partir de este momento, se reconoce a estas organizaciones como organismos administrativos rurales que se convierten en nexo entre la población y las instituciones administrativas. Con el Gobierno de Rafael Correa, mediante la nueva Constitución, la Junta Parroquial cambió su nombre y razón social a Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de Nayón. Dicho cambio está basado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización y, sus funciones van de acuerdo al artículo 64.

Se entiende por Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) a las “instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana.” (“Actívate Ecuador,” 2014)

Al ser Nayón una parroquia rural se trata de un Gobierno Autónomo Descentralizado Rural, que según el artículo 63 del COOTAD es: persona jurídica de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por los órganos previstos en este Código para el ejercicio de las competencias que les corresponden.



Fotografías de Rommy España

3.2 Iglesia:

Es el principal centro religioso de la Parroquia. El primer templo fue construido a inicios de la época republicana donde actualmente está ubicado el Gobierno Parroquial; fue una construcción humilde a base de adobe y techo de paja.

El actual templo fue levantado bajo la responsabilidad del Padre Pedro Bruning, arquitecto oficial de la Curia Ecuatoriana. La primera piedra se colocó en marzo de 1922 y a partir de grandes mingas se inició la construcción del templo. Finalmente, fue inaugurada el 20 de enero de 1931 con una solemne ceremonia por el Arzobispo de Quito, Manuel María Pólit Lasso.

El poder religioso es de tal influencia en la parroquia que el 19 de diciembre de 1955, el Cardenal Carlos María de la Torre fundó la Parroquia Eclesiástica de Santa Ana de Nayón. Esta fecha se celebra hasta hoy en día y es una de las fiestas más importantes.

La Iglesia de Nayón es una institución social de carácter religioso que ofrece la satisfacción de la necesidad de los habitantes de “creer en algo” y a su vez es una organismo de control y que establece comportamientos. A través de esta organización, se puede observar que la religión católica ha insidido en la formación y en el significado de la identidad cultural de Nayón. Esto se evidencia en que todas las fiestas parroquiales están ligadas a la religión y tienen el total apoyo del párroco.

4. OTRAS SUBORGANIZACIONES:

4.1 Centros educativos:

Establecer un plan de trabajo con los centros educativos ya que la educación es uno de los aspectos por los cuales trabaja el GAD de Nayón.

- Escuela Fiscal Mixta Costa Rica: es la escuela tradicional de la parroquia, la mayoría de personas adultas asistió a ella.
- Colegio Once de febrero: recibe a niños y jóvenes de la Parroquia.

4.2 Sub centro de Salud Nayón.

Esta organización ofrece a la comunidad los servicios de medicina general. El GAD de Nayón debe encargarse de promocionar y difundir los servicios que ofrece este centro y trabajar en campañas de salud. Esta es una de las responsabilidades del GAD en su afán por velar el bienestar de los habitantes.

4.3 Liga Deportiva parroquial Nayón

Es una de las instituciones más antiguas y se estima que tiene 2000 deportistas. Para sus actividades posee el estadio de Nayón, canchas de básquet y un coliseo. Está encargada de crear torneos y competencias. Trabajar en conjunto con esta suborganización responde al eje de educación, cultura y deportes del GAD.

Nayón como un Sistema Abierto

CONCEPTO

SISTEMA ABIERTO

Se entiende por sistemas abiertos a los “sistemas que se mantienen en continuo intercambio de materia con el medio circundante” (Bertalanffy, 2007, p.163)

Al ser Nayón una parroquia rural de Quito, se vincula continuamente con organizaciones externas como el Municipio de Quito, el Gobierno Central, Ministerios, empresas de servicios básicos, empresas que corresponden a agentes reguladores.

CARACTERÍSTICAS DE UN SISTEMA ABIERTO:

Nayón como un sistema abierto, posee las siguientes características:

1. Adaptabilidad

Capacidad de adaptarse a cambios

2. Retroalimentación

Intercambio de información

3. Entropía

Los sistemas se desgastan

4. Omeostasis

Todo sistema busca el equilibrio

5. Equifinalidad

Todo sistema puede modificarse para lograr sus objetivos

Un sistema no puede vivir aislado por lo que necesita de continua interacción. Nayón, al igual que sus subsistemas requieren relacionarse entre sí y, lo que le pasa a uno le afecta al otro. Esto se evidencia en los cambios que Nayón ha tenido recientemente, pues las transformaciones demográficas y de urbanismo en las últimas décadas; han ocasionado que el sistema Nayón se modifique y adopte nuevos comportamientos.

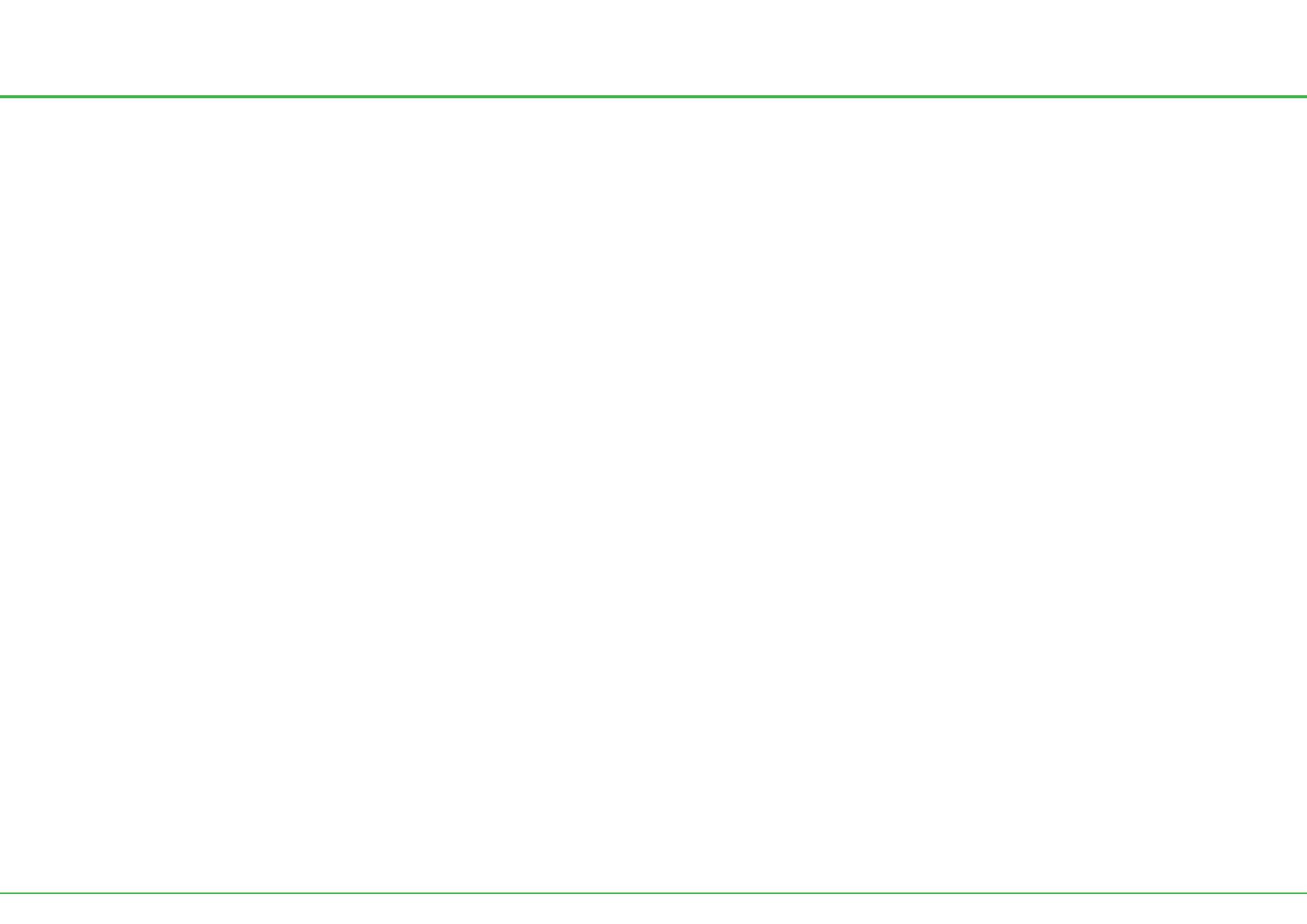
Debido a su cercanía a la ciudad de Quito, el sistema Nayón se ve influenciada por todos lo que sucede en la gran ciudad. Nayón ha debido aceptar dichos cambios y tomarlos como positivos ya que de todas formas permiten el crecimiento y progreso de la Parroquia.

El GAD de Nayón como un Subsistema

El GAD de Nayón, al ser la máxima autoridad en la Parroquia, es un subsistema de gran importancia en el sistema Nayón.

Desde una lectura comunicativa, las organizaciones mantienen su equilibrio a través de la *retroalimentación* con su entorno; para lo cual es primordial que el GAD de Nayón tenga sus flujos y procesos de comunicación definidos. De este modo, se facilitará el ingreso y salida de información. La información que recibe del resto de suborganizaciones del Sistema Nayón debe ser tratada y analizada para volver a realizar planes de acción.

A continuación, se expone la representación gráfica del Sistema de Comunicación Nayón (ver en la siguiente página):



Nayón como un Sistema Cultural

Para entender a las sociedades humanas, desde grupos pequeños como la familia hasta formaciones grandes como civilizaciones o naciones, se habla de **sistemas socioculturales**. Estos sistemas pertenecen a un universo creado por el ser humano que es la 'cultura'. (Bertalanffy, 2007, p. 206). Los sistemas socioculturales son históricos ya que cualquier símbolo o código tienen sus significados en el pasado de las comunidades (Rodríguez, Obregón y Vega, 2002, p.13).



Fotografía de la página "Nayón noticias"

Un sistema socio cultural como Nayón está formado por símbolos compartidos entre este grupo humano, tal como la religión, el arte, la ciencia, leyes, moral, la forma de comunicarse entre ellos, valores y otros símbolos que son solamente parte de la cultura nayonense.

Para entender a Nayón como un sistema socio-cultural no se debe dejar de lado el pasado y las raíces de esta comunidad, ya que al entender este pasado se puede entender los cambios o transformaciones de Nayón para constituirse como es actualmente.

El GAD de Nayón debe entender cómo funciona el sistema socio-cultural Nayón para saber cuál es la forma adecuada de dirigirse a la población.

Se debe tomar en cuenta la cultura, sus costumbres, tradiciones y valores, para determinar cuáles son los medios y los mensajes adecuados para entablar un diálogo con los nayonenses.

Además, se debe identificar quienes son los actores sociales más importantes de la Parroquia, para trabajar en conjunto por la comunidad.



Fotografía de Rommy España

COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 2

COMUNICACIÓN

¿Qué es comunicación?

La comunicación es un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento, como la palabra, el gesto, la mirada y el espacio interindividual; es un proceso de interacción continua entre dos o más sujetos. Esta definición se aleja de la definición tradicional de comunicación, en donde se la describe únicamente como un proceso de transmisión de mensajes, es decir, un modelo lineal en donde el fin es el mensaje. Para la presente guía, se tomará como enfoque la primera definición de comunicación.

¿Qué es Comunicación Organizacional?

Para entender el término de comunicación organizacional, es primordial conocer lo que significa 'organización'.

ORGANIZACIÓN

Es una entidad social creada con la intención de lograr objetivos a través del capital y el talento humano, y de recursos tangibles e intangibles como información, equipos, material y dinero.

La 'Comunicación Organizacional' o 'Gestión de la Comunicación' se encarga de la interacción que existe entre la organización y las personas o grupos de personas denominadas 'públicos'. Esta interacción es un proceso de comunicación que requiere de una gestión profesional, que es de lo que se encarga la comunicación organizacional.

CONCEPTO

PÚBLICOS DE LA ORGANIZACIÓN

Son quienes dan sentido final a su existencia, ya que son ellos con quienes la empresa busca entrar en contacto comercial, público y societario.

Importancia de la Gestión y la Planificación de la comunicación

El modelo de comunicación indicado entre el GAD de Nayón y su población es el circular.

Este modelo se basa en la retroalimentación y consiste en que la comunicación sea bi-direccional, es decir que, los mensajes se envían pero también se espera respuesta y participación del receptor. Por lo general, la mayoría de instituciones públicas aplican un sistema de

comunicación informativo, en donde lo único que se hace es enviar mensajes sin importar la reacción del público y mucho menos su respuesta.

El GAD de Nayón, como institución pública, genera participación y conoce las expectativas de la población; así los habitantes de la parroquia se identifican y sientan el respaldo de esta organización.

Estrategias de Comunicación

ESTRATEGIA

Una estrategia de comunicación es el conjunto de acciones bien planificadas que responden a un objetivo a través del uso de métodos, técnicas y herramientas de comunicación.

El diseño de estrategias es un acto creativo que surge a partir de una mirada hacia el futuro, de un análisis de situación y de la construcción del panorama deseado. **Las estrategias son las acciones a realizar para alcanzar el escenario deseado.**

El escenario deseado en esta guía, es que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Nayón conozca cómo dirigirse hacia sus distintos públicos a través de la comunicación. También se busca entablar relaciones entre esta organización y los habitantes mediante el involucramiento de ellos.

Hablar de estrategias significa hablar de planificación, por lo cual antes de pensar en las estrategias de comunicación, primero se debe tener claro cuáles son los objetivos de un proyecto o de una actividad específica. **Los objetivos son la base de la estrategia.**

A lo largo de esta guía, se presentará una serie de estrategias de comunicación que abarcan varios segmentos como la comunicación interna y externa.

Estas estrategias -basadas en la Comunicación para el Desarrollo- buscan construir entornos de apoyo y narrar historias de la vida real. A través de ellas, se puede crear espacios en los cuales las personas pueden emitir sus opiniones, expresarse sobre asuntos que les preocupan y exponer sus historias de vida para buscar soluciones.

En este tipo de estrategias, se debe utilizar la cultura popular como recurso y sobre todo utilizar el mismo lenguaje que utilizarían los posibles destinatarios o beneficiarios.

El uso de las narraciones de los miembros de una comunidad representa su reconocimiento y la participación ciudadana.

Comunicación para el Desarrollo (CPD) y el Cambio Social

La comunicación para el cambio social es “un proceso de diálogo privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo” (Gumucio, 2004, p.22).

El primer paso, al trabajar desde la Comunicación para el Desarrollo, es tomar a las políticas, normas y valores sociales como lo primordial para plantear proyectos. Aquí la comunicación no debe ser persuasiva, sino que debe potenciar el diálogo.

Comunicar para el desarrollo significa establecer un diálogo, apoyar el cambio social y comunicar con sensibilidad para el entorno cultural.

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE LA CPD:

- **Se basa en el diálogo:** la comunicación para el desarrollo se dirige a un público que también puede opinar, preguntar y sus comunicar sus necesidades. Se trata de un diálogo igual – igual entre todas las partes de una organización. Este tipo de comunicación trata de que los diferentes grupos se conviertan en protagonistas de su propio desarrollo.
- **Es sensible a la cultura local:** no se puede hablar de comunicación sin tomar en cuenta el contexto local. Se debe utilizar la forma y el lenguaje propio de un grupo humano para que cualquier tipo de proyecto u actividad tengan éxito. Utiliza los recursos locales para que la gente se sienta conectada con cualquier actividad.

CONCEPTOS

DESARROLLO: es un reflejo de la cultura.

CULTURA: conjunto de costumbres, creencias, valores, sentires y prácticas que responden a las diferentes necesidades de un grupo específico. Es un proceso de comunicación ya que todos los aspectos o características de un grupo significan algo.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL:

PARTICIPACIÓN SOCIAL

La participación comunitaria y la apropiación son indispensables ya que experiencias pasadas muestran que los proyectos fracasan si no existe compromiso de los actores y los beneficiarios.

LENGUA PROPIA

Las estrategias de comunicación deben estar construidas en la lengua propia de los beneficiarios y deben tener como marco la cultura.

DIÁLOGO Y DEBATE

El diálogo y el debate son básicos, los procesos de comunicación no pueden ser aislados. Los procesos deben ser consolidados y el intercambio es fundamental.



TECNOLOGÍA

Uso de tecnología apropiada a través de procesos y no de la instrumentalización. A partir de las necesidades y capacidades de comunicación de los individuos se puede proponer el uso de ciertas herramientas tecnológicas.

INTERCAMBIO DE SABERES

Se debe fortalecer el saber comunitario y promover el intercambio de conocimientos en niveles equitativos. También se debe incentivar a un crecimiento conjunto a través del diálogo. Hay que generar contenidos locales con los cuales se identifique la comunidad.

La base de una buena relación entre el Gobierno Parroquial y la comunidad, es que se mantengan las prácticas culturales propias, entre ellas las prácticas comunicativas. De lo contrario, si se imponen prácticas ajenas, la población no se identificará y cualquier tipo de acercamiento resultará un fracaso.

Pensar en comunicación en la parroquia de Nayón debe ser igual a pensar en la cultura, las costumbres y las tradiciones de su gente.

Figura 4. Características de la Comunicación para el Cambio Social

COMUNICACIÓN INTERNA

CAPÍTULO 3

COMUNICACIÓN INTERNA

¿Qué es Comunicación Interna?

COMUNICACIÓN INTERNA

Comunicación dirigida a los miembros de una organización con el fin de mejorar las relaciones laborales y trabajar por el logro de los objetivos organizacionales. (Andrade, 2005)

La comunicación interna es importante porque:

- Permite una visión compartida y unificada dentro de la organización. Una institución tiene un mejor desarrollo cuando sus objetivos y valores son conocidos por todos sus miembros.
- Instauration de confianza en la organización por parte de los miembros internos la cual luego se transmite a los públicos externos.
- Motiva al público interno.

Esta sección del manual invita a los miembros de esta institución a manejar una comunicación ordenada y planificada, con la finalidad de plantear objetivos y acciones que estén ligados a la misión y visión del GAD de Nayón.

MISIÓN Y OBJETIVOS

Se refiere a lo que hace la organización y se centra en el presente.

Ser una Institución organizada y eficiente que gestiona, planifica y promueve el desarrollo de la Parroquia articulando las necesidades básicas de la población en planes, programas y proyectos que son ejecutados con el apoyo de Entidades Gubernamentales, ONG y gracias a la participación ciudadana.

VISIÓN Y VALORES

Es en lo que la organización pretende convertirse. Se toma en cuenta el pasado y se hacen proyecciones a futuro.

Gobierno Parroquial planificador, organizado, cumplidor y promotor efectivo del buen vivir con mucha cercanía a la gente.

Valores: Honestidad, eficiencia, humanismo, positivismo, participación, transparencia, liderazgo, vanguardia y compromiso.

Trabajar sobre el eje de la comunicación interna permite definir comportamientos y actitudes comunes para que todos los miembros del GAD de Nayón sean un solo equipo y compartan el objetivo de trabajar por el bien de la Parroquia.

Funciones de los miembros internos Conocer mi papel en el GAD de Nayón

El primer paso es que los miembros que conforman el GAD de Nayón conozcan su cargo y las funciones que tienen. Cada persona debe tener clara la importancia de sus acciones y debe conocer los procesos que debe realizar para el mejor desarrollo y desenvolvimiento de esta organización.

Presidente/a: es el Ejecutivo y la Máxima Autoridad del Gobierno Parroquial. Mantiene contacto permanente con las dirigencias barriales y demás organizaciones sociales. Propone planes para el desarrollo de la Parroquia.

Vicepresidente/a: coordina programas con el presidente. Cumple con los objetivos dispuestos por el presidente.

Vocales: son el soporte directo del presidente/a en el desarrollo de la gestión y entrega de propuestas que encaminen hacia el desarrollo parroquial. Intervienen con voz y voto en las sesiones del Gobierno Parroquial. De los cuatro vocales cada uno trabaja sobre una comisión; Comisión de Desarrollo Económico y Social del GAD Nayón, Vocal de la Comisión de Asesoramiento Jurídico y Seguridad, Vocal de la Comisión de Educación, Cultura y Deporte y Vocal de la Comisión de Salud, Medio Ambiente y Turismo.

PERSONAL ADMINISTRATIVO:

Secretario/a: lleva actas de las sesiones. Difunde información relacionada con reuniones o asambleas en los medios oficiales. Agenda trámites. Elaboración, control y seguimiento de documentos.

Tesorero/a: realiza actividades de contabilidad, ventas y compras públicas. Aprobación y destinación de presupuestos.

Debe existir un **Coordinador/a de Comunicación** o de lo contrario uno de los miembros debe cumplir las funciones relacionadas con comunicación que son:

- Ser líder dentro del GAD de Nayón.
- Trabajar en que la comunicación interna y externa mejore el funcionamiento de la organización.
- Capacitar a todos los integrantes del GAD sobre la importancia del manejo de la comunicación y sobre cada uno de los aspectos que son tratados en el presente manual.
- Desarrollar canales de comunicación para los diferentes grupos de interés de la organización.
- Determinar procesos de comunicación que permitan que la información circule.
- Coordinar acciones de comunicación para las diferentes actividades o eventos que realice el GAD.



Al ser el Gobierno de Nayón la institución que representa a los habitantes de la Parroquia, los miembros deben practicar los mismos valores que la población:

Participación Compromiso Solidaridad Sentido comunitario

¿Cómo planificar la Comunicación Interna?

La planificación de la comunicación interna debe ir de la mano de la planificación de la comunicación externa.

Los etapas de la planificación que se deben realizar son (aplica para la planificación de la comunicación interna y externa):

1. Diagnóstico de comunicación:

El diagnóstico sirve para determinar la situación actual dentro o fuera del GAD parroquial. A través de este diagnóstico se identifican los problemas o necesidades de comunicación, los recursos, los instrumentos, los canales y los mensajes que se manejan. Es el primer paso antes de definir las estrategias.

2. Definición de estrategias y objetivos:

Todas las acciones de cada miembro deben estar ligadas a los objetivos generales del GAD de Nayón y deben responder a la misión y visión. Cada estrategia u acción debe ser construida a partir del plan de trabajo anual que realiza la institución. El encargado de Comunicación debe manejar capacitaciones y talleres para guiar a los miembros en la definición de estrategias de comunicación.

3. Calendario y presupuesto:

Las estrategias y acciones del todo el grupo de trabajo deben ser planificadas con fechas exactas para que todas sean cumplidas. Las acciones a realizar deben ser socializadas entre los miembros internos. Todos deben conocer cuando se ejecutarán y qué trabajo deben cumplir para su realización.

4. Ejecución y desarrollo de la planificación:

En la fase de producción ya se realizan todas las actividades y funciones de cada miembro. Seguramente existirán actividades que tengan más prioridad que otras.

5. Seguimiento y evaluación:

Esta última fase consiste en medir si los objetivos comunicacionales se han cumplido y el impacto que cada acción ha tenido.

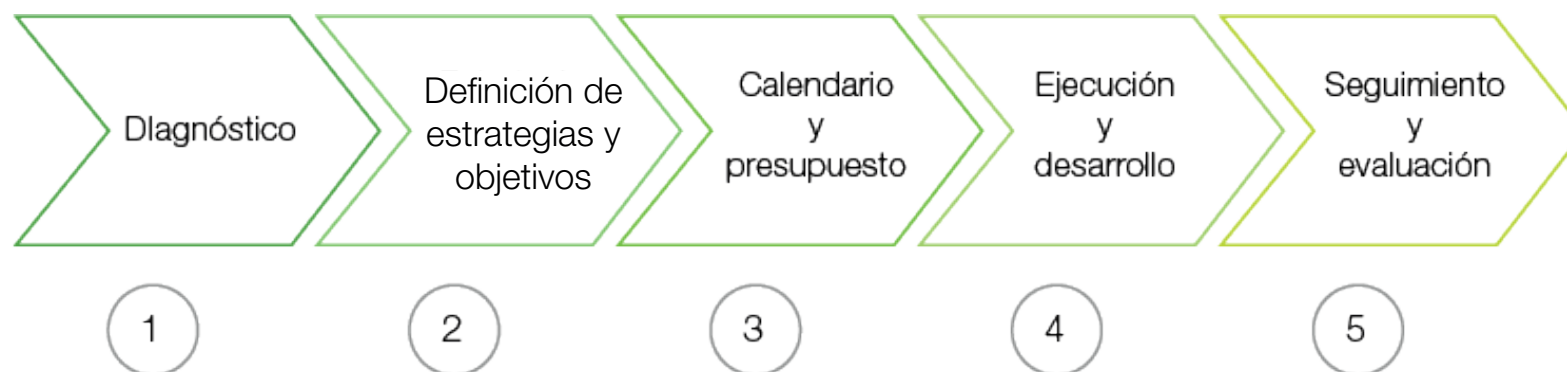


Figura 5. Proceso de planificación de la comunicación interna

Canales de Comunicación Interna

Estos son los canales del GAD de Nayón y deben ser gestionados de la siguiente forma:

a. Comunicación directa y personal:

Es el canal que más se utiliza dentro del Gobierno Parroquial. Sus ventajas son la interacción directa y la gran cantidad de información que se intercambia. Sin embargo, existen asuntos que deben ser tratados con mayor seriedad para lo que existen otros canales de comunicación como las reuniones.

Este tipo de comunicación se da frente a frente o por vía telefónica.

b. Reuniones:

El propósito de las reuniones (a parte de reunir) es fomentar la comunicación entre todos los miembros del GAD. Estas reuniones tienen que ser planificadas con anterioridad o de carácter urgente. La persona encargada de convocar dichas reuniones es el/la secretario/a. Al finalizar la reunión se debe realizar un informe.

c. Correo electrónico:

No existe un correo corporativo, cada miembro tiene su correo personal a través del cual envían información o comunicados urgentes. Tiene facilidad de respuesta.

* Se recomienda utilizar un correo corporativo para enviar información a personas externas. Un correo corporativo muestra la marca del GAD de Nayón, expresa seriedad y profesionalismo.

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

CAPÍTULO 4

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La comunicación corporativa consiste en transmitir la identidad del GAD de Nayón a todos los públicos externos de la organización.

¿Qué es identidad corporativa?

IDENTIDAD CORPORATIVA

Es la personalidad de la organización, lo que ella es y pretende ser. Es su ser histórico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás. (Capriotti, 2008, p. 29)

La identidad es un bien intangible que está en continua construcción por sus miembros y constituye el discurso de dicha organización.

Hablar de comunicación corporativa, significa comunicar la misión, visión, valores, cultura¹ e identidad visual del Gobierno Parroquial, principalmente a sus públicos directos que son los habitantes de la Parroquia.

¹ Cultura organizacional: «conjunto de normas, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos» (Capriotti, 2008, p. 147)

¿Cómo comunicar la identidad corporativa?

El primer paso es comunicar la *misión* del GAD de Nayón, de la siguiente forma.

LO QUE DIGO	CÓMO LO DEMUESTRO
Ser una institución organizada y eficiente	Socialización anual del Plan de trabajo para cada año. Presentación en asambleas de fechas y cronogramas para la realización de las obras.
gestiona, planifica y promueve el desarrollo de la parroquia articulando las necesidades básicas de la población en planes, programas y proyectos	Presentación del equipo de trabajo del GAD de Nayón a la población, indicar quienes son los encargados de cada uno de los ejes de trabajo. Reuniones con los presidentes de cada barrio y de las organizaciones parroquiales para conocer sus necesidades. Socialización e inauguración de cada una de las obras nuevas en la Parroquia.

gracias a la participación ciudadana.

Convocatorias a mingas para trabajar en conjunto por obras.

Reuniones con la comunidad (por barrios) para solicitar ideas y opiniones de cómo mejorar la Parroquia.

Determinación de encargados de la comunidad para cada uno de los proyectos.

¿Qué es imagen corporativa?

La imagen de una organización se forma a través de la percepción, de los recuerdos y de las experiencias que una persona haya tenido con la organización. No se puede modificar la imagen (cómo nos ven), pero sí se puede trabajar en cómo nos mostramos.

IMAGEN = Identidad + Comunicación

IMAGEN = percepción que el público tiene sobre una organización en cuanto a entidad como sujeto social. (Capriotti, 2008)

Parte de la identidad institucional del GAD de Nayón se origina en la cultura y los valores de los habitantes de la parroquia. La otra parte, pertenece a la labor de los miembros dirigentes de esta organización.

Existen varios aspectos sobre los que se puede trabajar para re-construir la identidad corporativa y a su vez, mejorar la imagen de la organización.

Determinar los principios y valores éticos de la organización.

Establecer cada cierto tiempo los atributos y las fallas para trabajarlas y convertirlas en cualidades.

Identificar los elementos visuales y trabajar sobre la representación visual de la organización.

Para concluir sobre lo que es identidad e imagen, **el desafío de toda organización es que entre lo que quiere ser y dice que es, no exista mucha diferencia.**

El GAD de Nayón también debe trabajar sobre su identidad visual, para que sus públicos se identifiquen con esta organización.

¿Qué es identidad visual corporativa?

IDENTIDAD VISUAL: La identidad visual es la representación visual de una organización, es decir, son todos los signos a través de los cuales se identifica al GAD de Nayón.

Al ser el GAD de Nayón la entidad pública que representa a la Parroquia, la identidad visual debe ser notoria y construida sobre la base de los atributos de la población de Nayón.

Se ha diseñado toda una nueva línea gráfica que representa la identidad visual del GAD de Nayón con el objetivo de modernizar y crear una imagen propia, sólida y acorde a los objetivos de la organización.

El **elemento más importante es el isologo**, el cual combina los dos elementos visuales más importantes de la entidad: **el símbolo y el logotipo: NAYÓN Gobierno Autónomo Descentralizado**.

El **símbolo** es una maseta con una planta pequeña en donde se nota con claridad una semilla, el tallo y las hojas; estos tres elementos representan el **desarrollo y crecimiento** de Nayón como una Parroquia; además, **representa la actividad económica productiva más importante**.

Símbolo



Logotipo

* Se debe seguir el Manual de Identidad Visual de Nayón para hacer el uso correcto de todos los elementos visuales.

La organización y sus miembros deben saber quiénes son, para qué trabajan, cuáles son sus objetivos y cómo deben cumplirlos para poder comunicar la identidad y que se interesen por nosotros. Esta 'identidad' debe convertirse en el motor de una comunicación activa y que favorezca el encuentro con el otro.

COMUNICACIÓN EXTERNA

CAPÍTULO 5

COMUNICACIÓN EXTERNA

¿Qué es Comunicación Externa?

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa son procesos y estrategias de comunicación que están dirigidas hacia los públicos externos de una organización. Su objetivo es mejorar las relaciones con los públicos externos, posicionar y proyectar una imagen favorable de la institución.

Importancia de la Comunicación Externa

La planificación de la comunicación externa es fundamental porque **contribuye al reconocimiento y valoración de una institución por parte de la sociedad**, a través del desarrollo e implementación de políticas de comunicación.

Con este objetivo, en esta sección del manual se expone la manera adecuada por la cual el GAD de Nayón debe dirigirse a sus públicos de interés.

Los canales de comunicación que se presentarán a continuación propician la participación, el diálogo e involucramiento de los grupos de interés.

Grupos de Interés

Antes de definir estrategias de comunicación externa, es necesario definir quiénes son los grupos de interés de la organización y con quienes debe estar en continuo contacto.

Los grupos de interés son los grupos que resultan afectados directa o indirectamente por las actividades del GAD de Nayón, por lo tanto, son los grupos con quienes se debe establecer procesos de comunicación.

CONCEPTOS

PÚBLICOS DE INTERÉS: son quienes dan sentido final a su existencia, ya que son ellos con quienes la empresa busca entrar en contacto comercial, público y societario.

CANAL DE COMUNICACIÓN: es el medio por el cual viaja el mensaje.

MENSAJE: es el conjunto de signos creados y enviados por un emisor a un destinatario, a través de un canal de transmisión que permite la materialidad de la comunicación.

PÚBLICOS DEL GAD DE NAYÓN

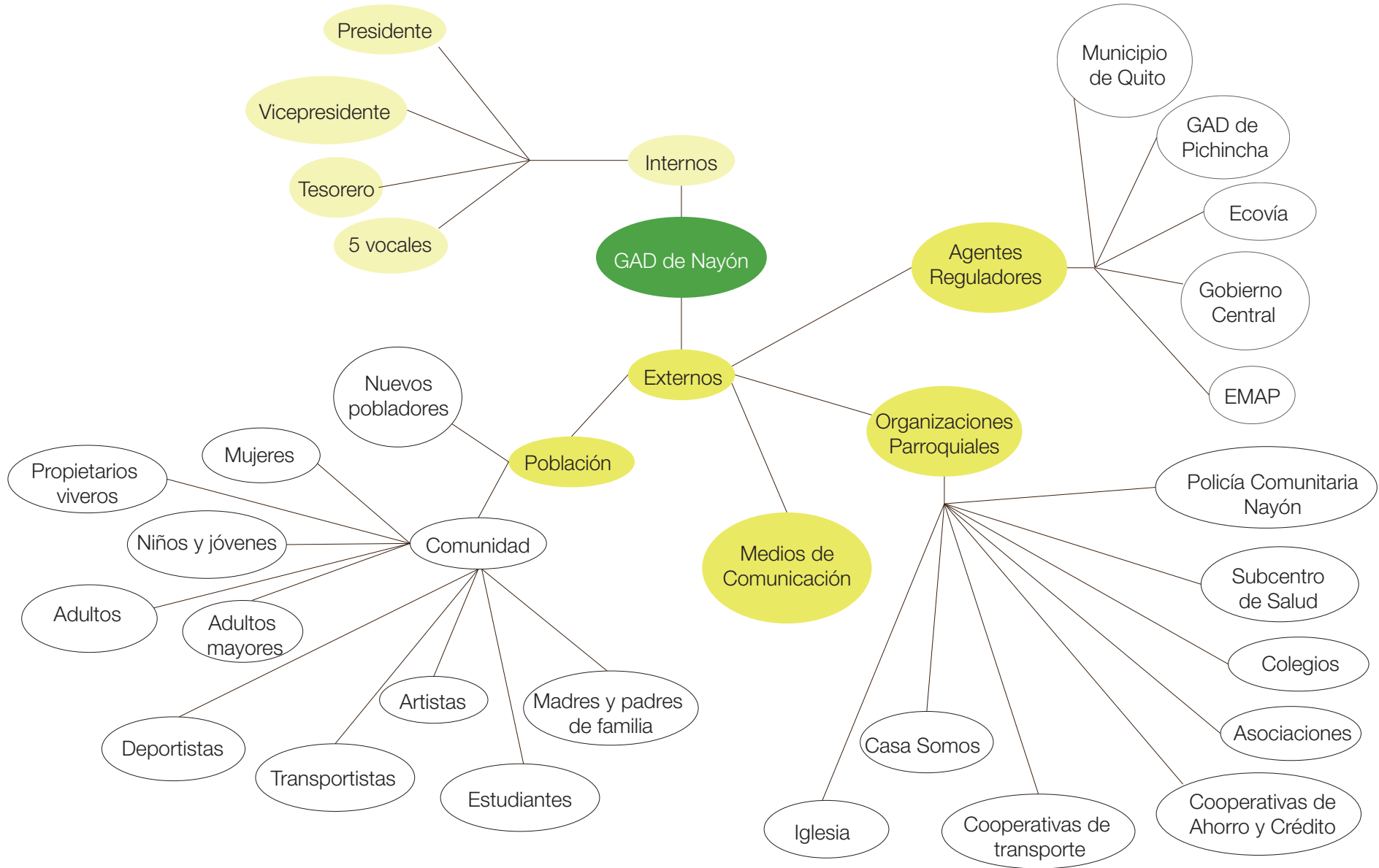


Figura 6. Públicos del GAD de Nayón

• COMUNIDAD EN GENERAL:

Toda la comunidad que habita en Nayón tiene derecho a estar informada y tener contacto con el Gobierno Parroquial; sin embargo, quienes verdaderamente exigen información son los habitantes nativos de la Parroquia quienes han estado a cargo de esta institución desde su creación.

Los habitantes nativos son destinatarios directos de los beneficios y servicios que ofrece el GAD de Nayón; mientras que los nuevos habitantes, que vienen de la gran ciudad, son destinatarios neutrales que casi no tienen interés en lo que sucede en la cabecera parroquial.

1. Habitantes nativos:

Tienen un pasado en común y un legado histórico que explica los comportamientos específicos de los nayonenses y que componen su cultura. Practican los mismos valores, costumbres y tradiciones que se resumen en una vida marcada por el sentido comunitario, el compromiso y la participación; características propias de un pueblo que tuvo orígenes indígenas.

Para ellos, el Gobierno Parroquial es una entidad importante ya que son sus representantes. La comunicación con este grupo es fundamental ya que en ellos se origina la imagen que pueda existir del GAD de Nayón.

Dentro de los habitantes nativos se ha hecho una clasificación ya que deben existir mensajes específicos para cada uno.

1.1 Grupo 1 - Situación social

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| - Madres y padres de familia | - Mujeres |
| - Niños y jóvenes | - Adultos mayores |



Fotografía de la página "Nayón Noticias"

Estos grupos se caracterizan porque permanecen la mayor parte del tiempo en la Parroquia; por lo tanto, están pendientes e informados de lo que sucede. La mayoría de los servicios que ofrece el GAD de Nayón están dirigidos a ellos. Con estos grupos se debe generar espacios para conocer sus necesidades y los proyectos que sean dirigidos hacia ellos deben ser socializados directamente y deben empoderarse de las actividades.

1.1 Grupo 2 - Situación económica productiva

- Transportistas
- Propietarios de negocios
- Propietarios de viveros

La característica principal de estos grupos es que tienen gran capacidad para relacionarse con la gente por su situación laboral. Son grupos con quienes se debe trabajar estratégicamente para tener buenas relaciones con ellos y consolidar la imagen del GAD de Nayón. El GAD ofrece varios cursos y capacitaciones para estos grupos. Se debe hacer invitaciones y convocatorias para tener su asistencia y que sepan que tienen el respaldo del Gobierno Parroquial.



Fotografía de Rommy España

2. Nuevos habitantes

No comparten los mismos valores que las personas nativas de la Parroquia. La mayoría solo está de paso para dirigirse a las urbanizaciones privadas alejadas de la cabecera parroquial. Son beneficiarios neutrales de los proyectos del GAD de Nayón.

Canales de comunicación externa

CANALES DE COMUNICACIÓN

Son los medios por los cuales se transmite la información del emisor hacia el receptor y viceversa.

Como indica una de las características de la Comunicación para el Desarrollo, el buen manejo de la comunicación debe basarse en generar espacios de participación e intercambio, tomando en cuenta los hábitos de comunicación de los pueblos; en este caso, de los habitantes nativos.

El tipo de comunicación que se maneja entre el Gobierno Parroquial y la comunidad es de tipo interpersonal (oral) ya que prevalece el “boca a boca”. A continuación, se indican los medios de comunicación formales que deben existir entre el GAD de Nayón y la comunidad.

a. Reuniones con grupos de interés específicos:



Las reuniones son un contacto cara a cara entre la institución y los habitantes, en la cual todas las partes o todos los interesados están en el derecho de emitir su opinión respecto a cualquier tema.

El Gobierno de Nayón debe tener reuniones constantes con grupos específicos con quienes debe trabajar de forma conjunta para conocer sus necesidades y elaborar proyectos a favor de su desarrollo y de la Parroquia en general.

Por ejemplo, se debe trabajar con los propietarios de los viveros, con pequeños comerciantes, con los transportistas, con grupos culturales y a su vez con grupos de mujeres, madres y padres de familia, jóvenes y niños, con la finalidad de que todos se sientan parte del GAD de Nayón y sientan un verdadero respaldo.

Estas reuniones deben ser planificadas de acuerdo a cada eje de acción del Gobierno Parroquial y de acuerdo al Plan de Trabajo. Para la planificación de estas reuniones, sean obligatorias u opcionales, se debe tomar en cuenta aspectos tales como: informar quién es la autoridad convocante, el objeto de la reunión, fecha, hora y lugar de celebración, plazo para la inscripción de los participantes, entre otras cosas.

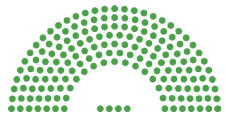
Estas reuniones no se deben realizar necesariamente en la Casa Comunal, sino más bien en lugares donde cada grupo se sienta más cómodo para interactuar con los miembros del Gobierno; por ejemplo, en el parque central, en el estadio, en una escuela o en algún local del grupo específico.

* Procesos durante la reunión:

1. Aclarar el objeto de la reunión y el contexto bajo en cual se realiza. Si es una reunión para discutir sobre un tema específico o si es una reunión informativa; en el último caso es aconsejable que se entregue material escrito que resuma el tema a informar.
2. Notificar la reunión con una semana de anticipación a través del canal adecuado.
3. Realizar una agenda o programa de la reunión con la finalidad de no desperdiciar tiempo. Si se trata de un tema complejo o largo es aconsejable que se realicen dos reuniones.
4. Explicar desde un inicio los procedimientos del encuentro. ¿Por qué se realiza la reunión?, ¿quiénes van a hablar?, ¿se pueden realizar preguntas?, ¿se tomarán decisiones o se darán recomendaciones? Tomar en cuenta estos aspectos pueden evitar posibles mal entendidos o problemas.
5. Todo lo expuesto o discutido en la reunión debe ser tomado en cuenta para posibles situaciones futuras.

b. Asambleas:

Este canal de comunicación es el que **permite una interacción directa entre los representantes del GAD y la población nayonense.**



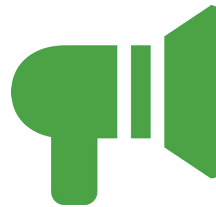
A través de este medio se deciden asuntos de la parroquia, se realizan peticiones o se rinde información sobre las actividades que realiza el GAD a favor de la comunidad. A diferencia de las reuniones, las asambleas convocan a toda la gente que desee ir, es decir que no son dirigidas a públicos específicos.

Estas asambleas deben realizarse obligatoriamente cada tres meses, o cada vez que exista un asunto importante para todos. A las asambleas pueden asistir las personas que deseen, pero deben ser convocadas con una semana de anticipación.

Estas asambleas son una de las formas de comunicación más antiguas de Nayón, ya que anteriormente la gente estaba acostumbrada a reunirse para decidir aspectos primordiales o solucionar problemas de la Parroquia.

c. Megáfono:

Este canal de comunicación es uno de los **tradicionales en la Nayón** por lo que la población conoce e identifica a este medio como una



forma de recibir información o convocatorias. Se debe hacer uso de este medio cada vez que se considere necesario, pero a una hora en la que se encuentre la mayor cantidad de gente en la Parroquia, es decir a partir de las cinco de la tarde o el fin de semana.

d. Carteleras:

Las carteleras son comunes en la Parroquia y no son solo expuestas por el GAD, sino que muchos locales o lugares



concurridos poseen sus propias carteleras. Las organizaciones barriales también acostumbran a colgar grandes carteles para comunicar a los habitantes sobre alguna situación. En el caso de las carteleras que maneja el Gobierno de Nayón, estas **deben ser colocadas en lugares estratégicos, con información en carteles grandes, atractivos y con mensajes de carácter incluyente, no solo informativo.**

Las carteleras deben contribuir a la orientación de las gestiones y trámites, son aptas para difundir noticias y mensajes. Hay que utilizar títulos destacados y llamativos, una tipografía comprensible y complementar la información con ilustraciones o fotografías, ya que cuanto más atractiva sea su diagramación y contenidos, mayor impacto producirá.

Ejemplo de información para la cartelera:



28 de diciembre de 2016

INVITACIÓN

El Gobierno de Nayón te invita a la Socialización del Fortalecimiento al Desarrollo Económico Social de la parroquia.

No te pierdas de conocer los beneficios por los que hemos trabajado.

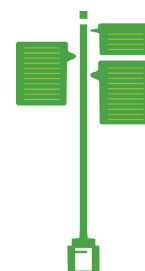
Tu asistencia y opinión son importantes. Trabajemos por nuestro Nayón.

Lugar: Casa Comunal
Fecha: 10 de enero de 2017
Hora: 18h30

"SEMBRAMOS EL FUTURO"

* El mensaje involucra a la gente y los invita trabajar juntos por Nayón.

e. Postes de luz eléctrica:



Tanto el GAD de Nayón como los habitantes nativos acostumbran a colgar comunicados en los postes de la cabecera parroquial. La gente está acostumbrada a informarse a través de este medio, para lo cual la información que el Gobierno Parroquial coloque en este canal debe ser atractiva y debe contener la identidad visual (isologo) de la organización, con la finalidad de que la gente se familiarice y conozca la institución.

Los mensajes que se emitan a través de este canal deben ser similares a los expuestos en las carteleras. **Los postes de luz deben mantenerse como un canal de comunicación ya que ofrecen comodidad a los habitantes**, así no tienen la necesidad de dirigirse a las instalaciones del Gobierno Parroquial para obtener información.

Recomendación:

Los canales digitales de comunicación como la página web y la página "Noticias Nayón" no han sido muy reconocidas ni utilizadas por la comunidad nayonense. Se debe hacer una socialización de estos medios, dirigida especialmente a los jóvenes de la Parroquia quienes dominan la Internet.

Muchos de los jóvenes acuden al parque central o a Casa Somos Nayón para hacer uso de la red pública de internet. En estos lugares, debe ser un requisito que para acceder a esta red los jóvenes se unan a la página “Nayón Noticias” o ingresen por medio de la página web del Gobierno Parroquial.

IMPORTANCIA DE LA INTERNET:

La Internet tiene múltiples ventajas, entre ellas que se puede llegar a todo el mundo y no existen límites. Para los organismos públicos es de gran utilidad ya que se puede exponer la información fácilmente, las difusiones se generan a menor costo y se puede ofrecer calidad. En el caso de la página web, se puede colocar cualquier cantidad de información, desde la historia de Nayón y de su Junta Parroquial hasta de los últimos planes de trabajo que existen para la Parroquia.

En el caso de que el Gobierno de Nayón tenga su página web oficial, la información que se coloque debe ser planificada con anterioridad. Debe ser información clara y concisa y su diseño debe responder a la identidad visual de la institución (logotipo, slogan, colores corporativos, tipografía).

¿Cómo dirigirse a los medios de comunicación?

Boletín o Nota de prensa

BOLETÍN O NOTA DE PRENSA

Es un texto periodístico escrito a través del cual se da a conocer un mensaje específico - de interés periodístico - para que los medios de comunicación lo divulguen.

Antes de escribir un boletín de prensa se debe pensar en el público a quien va dirigido y los objetivos de dicha noticia. Es necesario saber comunicar, seleccionar información útil y volverla atractiva.

* Para el periodista, el boletín de prensa es de suma importancia ya que es su fuente de información y le sirve para poder profundizar en el tema a través de entrevistas.

Un boletín de prensa debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué?
- ¿Quién?
- ¿Cómo?
- ¿Cuándo?
- ¿Dónde?
- ¿Por qué?

ESTRUCTURA DE UN BOLETÍN DE PRENSA:



Figura 7. Estructura de un boletín de prensa

1. Titular:

Un buen titular es aquel que invita a leer la información.

Función:

- Es la síntesis de la noticia.
- Da vida a la página de la publicación escrita.

Recomendaciones:

- Máximo 10 palabras (1 línea).
- Los verbos deben estar en forma activa y en tiempo presente o futuro.
- Debe ser directo y de estilo familiar.

2. Lead o entrada:

El lead es el arranque, entrada o comienzo de un texto informativo. Es el párrafo inicial, que se distingue del resto de la noticia. Se lo puede separar del cuerpo de la noticia -incluso con una tipografía diferente- ya que es el primer texto que será leído. Su objetivo es resumir la información de una manera objetiva.

Un lead bien realizado es aquel que responde a las 6 preguntas expuestas anteriormente. Es necesario que al menos se respondan 6 preguntas.

3. Cuerpo de la noticia:

El cuerpo contiene los detalles de la noticia.

En un primer nivel, debe contener un explicación amplia de la noticia.

En un segundo nivel, se puede colocar información secundaria o anexos, tales como cronogramas, programas, fotografías.

Recomendaciones para elaborar el cuerpo del boletín:

- Utilizar la voz activa de los verbos.
- Utilizar sujeto y predicado en las oraciones.
- Procurar acortar las frases.
- Usar términos adecuados y exactos.
- Tener referencias directas y personales del hecho.
- No repetir las frases, ni palabras.
- No inventar hechos para llamar la atención.
- No se deben expresar opiniones, solo informar.
- Los párrafos deben contener máximo 6 líneas.

PRESENTACIÓN DEL BOLETÍN DE PRENSA:

La presentación del boletín de prensa es esencial ya que es la cara de toda la información.

La presentación debe ser:

- Seria
- Coherente
- Atractiva
- A una sola cara
- Máximo 2 hojas
- Amplios márgenes a los lados
- Espacio y medio o doble espacio
- Utilizar la hoja membretada
- Documentación adicional (cronogramas - programas)
- Fotografías

ENCARGADO DE LA ELABORACIÓN DEL BOLETÍN DE PRENSA:

El encargado debe ser el **Coordinador/a de Comunicación** del GAD de Nayón, o en caso de que no exista, debe estar a cargo de la **Secretaría**.

Antes de ser enviado, debe ser revisado y aprobado por el/la Presidente/a.

BOLETÍN DE PRENSA



10 de julio de 2017

NAYÓN CELEBRA SUS FIESTAS PARROQUIALES

Las fiestas de Nayón en honor a la Patrona “Santa Ana” se celebran durante el mes de julio de cada año. Es una tradición de más de 60 años, para la cual toda la comunidad nayonense se prepara y exhibe los rasgos culturales propios de la parroquia.

Los preparativos para la Gran Fiesta inicia con meses de anticipación cuando los presidentes de cada barrio en conjunto con el Gobierno Parroquial y la Iglesia, organizan todas las actividades a realizarse. En esta época, las casas y las calles de toda la parroquia se visten de fiesta, y los moradores esperan con ansias la celebración.

Las fiestas se celebrarán del 11 al 26 de julio. Hay varias actividades culturales y eventos planificados por las distintas organizaciones parroquiales. Este año, el prioste y principal organizador es el Centro Cultural Nayón quien está a cargo del Pregón. Otra de las actividades en la cual intervienen muchos habitantes es el desfile en la Av. Quito, en este participan la Reina de Nayón, representantes de cada barrio con carros alegóricos, danzas folklóricas a cargo de los niños y jóvenes y la Banda de Pueblo Santa Ana de Nayón.

El centro de atención principal durante las fiestas patronales es la Iglesia y el parque central en donde se realizarán actividades como ferias gastronómicas, juegos típicos de la parroquia y exposiciones artísticas culturales.

Durante la época de fiesta se espera la visita de alrededor 5000 turistas.

Atentamente,
Coordinación de Comunicación
GAD de Nayón

Calle Calero Oes-50 y Calle Sucre.
Pichincha - Ecuador
02 2885-034
junta_nayon@hotmail.com
www.nayon.gob.ec

BOLETÍN DE PRENSA



PROGRAMA

FECHA	ACTIVIDADES
Viernes 17 de julio	17:00 Pregón y presentación de candidatas a Reina 18h00 Novena
Sábado 18 de julio	9:00 a 18:00 Feria artesanal gastronómica 18:00 Elección de la Reina
Domingo 19 de julio	9:00 a 18:00 Feria artesanal gastronómica 14:00 Coches de madera
Miércoles 22 de julio	18:00 Novena – Comunidad Sector La Unión 20:00 Festival de Teatro y Danza
Jueves 23 de julio	18:00 Novena – Comunidad San Joaquín 20:00 Festival de Música
Viernes 24 de julio	18:00 Novena – Comunidad Tanda 20:00 Concurso de Bandas de Pueblo
Sábado 25 de julio	18:00 Novena – Comunidad Tanda 19:00 Misa en honor a Santa Anita
Domingo 26 de julio	11:00 Desfile de Confraternidad 16h00 Cierre de fiestas

Calle Calero Oes-50 y Calle Sucre.
Pichincha - Ecuador
02 2885-034
junta_nayon@hotmail.com
www.nayon.gob.ec

VOCEROS ESTRATÉGICOS

CAPÍTULO 6

VOCEROS ESTRATÉGICOS

¿Qué es un vocero?

VOCERO

Un vocero es un portavoz que ha sido designado por una organización para emitir mensajes que han sido planificados para situaciones determinadas.

Son importantes porque ejercen influencia sobre las opiniones individuales, del público y en la opinión pública en general.

Para este manual, los voceros serán definidos como **promotores comunitarios**, que deben ser grupos de personas representativas en Nayón y que puedan asumir un rol protagónico dentro de la comunidad. Estas personas estarán encargadas de transmitir mensajes entre el GAD y la población de Nayón.

Los mensajes sobre los que se deben trabajar con los voceros son:

Mensaje 1:

- Nayón es una parroquia que está en constante desarrollo, pero que no debe olvidar sus raíces, ni cultura ya que son una oportunidad para el crecimiento económico.

Mensaje 2:

- El Gobierno Parroquial de Nayón vela por el bienestar, crecimiento y desarrollo de la parroquia para lo cual trabaja directamente con la comunidad.

El GAD de Nayón debe trabajar estratégicamente con los siguientes grupos:



Figura 8. Diagrama de voceros estratégicos

1. Ancianos:



Fotografía de la página “Noticias Nayón”

Este grupo es significativo porque tienen la habilidad de contar historias. La mayoría de ellos pasa la mayor parte del tiempo en Nayón, pero en lugares concurridos como en el parque central o sentados en las veredas de las calles principales. Esto evidencia que están en constante relación con la comunidad y que conocen todo lo que sucede en el día a día.

Los temas que se deben trabajar con este grupo deben estar relacionados con proyectos a favor de las personas de la tercera edad y con proyectos educativos, culturales y de salud. A estas personas les corresponde comunicar a sus hijos y nietos lo que se enteran en el día a día sobre el GAD de Nayón.

Con este grupo significativo de la parroquia se debe realizar un proyecto de educación y cultura, en el que los ancianos cuenten a los más jóvenes sobre la historia de Nayón, cómo eran antes sus costumbres y tradiciones y se fomente el sentido de pertenencia.

2. Transportistas (camionetas y taxis):

Por su situación laboral, este grupo permanece durante todo el día en las calles principales de la parroquia y se mantienen en contacto directo con la comunidad. Los temas que deben ser socializados con este grupo son los relacionados con obras públicas y seguridad.



Fotografía de Rommy España

3. Propietarios de los viveros:



Fotografía de Rommy España

Este grupo es el de mayor poder económico en la parroquia e igualmente por su condición laboral mantienen una conexión directa con la gente que circula en la Parroquia y con los turistas provenientes de Quito. El Gobierno de Nayón deberealizar capacitaciones a este grupo sobre atención al cliente y sobre cómo transmitir lo que es Nayón hacia las personas de afuera.

4. Propietarios de los negocios pequeños y de restaurantes de comida típica:

El trato hacia este grupo es parecido al de los propietarios de los viveros, ya que también por su circunstancia laboral permanecen la mayor parte de su tiempo en la Parroquia, conocen todo lo que sucede y se desempeñan como emisores del mensajes que los construyen a partir de lo que perciben.



Fotografía de Rommy España

Los temas sobre los que se deba trabajar es sobre los servicios y beneficios que ofrece el GAD de Nayón, temas de salud, educación y fomento al turismo. Se les debe brindar capacitaciones sobre administración, economía y servicio al cliente.



Fotografía de Rommy España

Estos grupos deben recibir un entrenamiento para que la información que se transmita sea clara, concisa y no se distorsione. Se les debe explicar el motivo por el cual son voceros y el mensaje que se debe transmitir hacia ellos es que: *“Con el trabajo en conjunto de todos en la comunidad, Nayón mejorará su situación, lo que provoca el desarrollo económico y social de la parroquia”* *“Todos somos Nayón y todos debemos trabajar por la parroquia”*.

* Estos voceros deben estar preparados principalmente para dirigirse a la comunidad nayonense y algunos de ellos, como los propietarios de los viveros, deben saber cómo hablar de la Parroquia ante los visitantes provenientes de afuera.

Antes y luego de la ejecución de proyectos o de actividades específicas en beneficio de la comunidad, se deben organizar **socializaciones** a cada uno de estos voceros con el tema que les resulte de mayor interés.

EVENTOS Y ACTIVIDADES CULTURALES

CAPÍTULO 7

EVENTOS Y ACTIVIDADES CULTURALES

¿Qué es un evento?

EVENTO

Suceso de importancia que se encuentra programado.

Estos espacios permiten que una organización sostenga una comunicación directa y con una temática personalizada. En este tipo de actividades los destinatarios se sienten a gusto ya que muestran sus habilidades de acuerdo a su cultura y formación.

Las actividades culturales reúnen una gran cantidad de mensajes que exponen la cultura local, las costumbres, tradiciones y las prácticas sociales de un grupo. Por este motivo, es adecuado que se utilicen estos eventos para emitir mensajes y fomentar el diálogo, ya que serán recordados con más facilidad.

Es fundamental que el GAD de Nayón sea parte de estos eventos propios de la Parroquia ya que eso muestra a la población que esta institución da valor a las actividades locales. El GAD de Nayón está en la obligación de organizar sus propias actividades con la finalidad de convocar a la población; estas actividades pueden ser ferias, conciertos, campañas, exposiciones.

1. Fiestas parroquiales:

Las fiestas son de gran interés para los habitantes de la parroquia ya que son un momento de ruptura de la vida cotidiana. En este momento, las personas se alejan de lo objetivo de sus vidas para adentrarse en un mundo de sentidos y percepciones. A través de la fiesta popular, la gente vuelve a sus orígenes, a su identidad y se re-construyen varios escenarios que han desaparecido por varios factores.



Fotografía de Rommy España

Las festividades son la mayor muestra de la cultura de la parroquia. La principal fiesta es la de homenaje a la Patrona Santa Anita, que se celebra en julio. Esta fiesta religiosa resalta por ser un espacio de participación en donde se muestran los atributos principales de la comunidad nayonense tales como la solidaridad, el compromiso y el sentido comunitario.

El Gobierno de Nayón al representar a toda la comunidad tiene la responsabilidad de colaborar en la organización de las fiestas.

Para ello, sus miembros, deben convocar a reuniones con los priostes y con los presidentes de barrios para organizar las actividades y sobre todo facilitar y colaborar con el tema logístico y de permisos municipales.

Además, el GAD de Nayón debe encargarse de rescatar prácticas que con el tiempo se han ido perdiendo. En este caso, hay que organizar reuniones dinámicas con los ancianos para recolectar información sobre actividades que valdría la pena recuperar. Un gran ejemplo, son los juegos tradicionales con los cuales se puede planificar una jornada cultural – educativa, en donde se enseñe a los jóvenes estos juegos.



Fotografía de Rommy España

2. Presentaciones culturales:

Las presentaciones culturales deben realizarse a menudo en la parroquia y pueden convertirse en un atractivo turístico más. En la actualidad, durante los fines de semana Nayón recibe miles de turistas, por lo cual las presentaciones artísticas se convierten en un gancho, a la vez que se fomenta la identidad y cultura nayonense.

Estas presentaciones deben ser organizadas por el GAD en conjunto con los grupos culturales que existen en la Parroquia. Se debe hacer una planificación al principio de cada año, para que todos los grupos culturales tengan un espacio para presentar su talento. Hay que considerar las fechas festivas para organizar eventos de calidad en donde pueden participar varios grupos artísticos de danza, música, teatro y pintura.

3. Mingas:

La minga es una actividad que muestra el trabajo comunitario, lamentablemente con el paso del tiempo ya no son tan frecuentes, pero propician el encuentro familiar y el diálogo con el fin de impulsar el progreso.

Es un deber del GAD de Nayón recuperar esta actividad, ya que a través de ella se puede llegar a tener encuentros directos con la población.

En este encuentro se debe transmitir el mensaje: *“Todos y todas trabajamos en conjunto por el bienestar y desarrollo de la Parroquia”*.



Fotografía de la página “Nayón Noticias”

La minga es una oportunidad para demostrar a la comunidad que el GAD de Nayón busca encuentros con la comunidad. Además, es una forma de enseñar a los más jóvenes que el trabajo de todos hace una mejor parroquia.

Para planificar las mingas se deben realizar reuniones o asambleas con la gente, que deben tener los siguientes objetivos:

- a. Identificar qué área o qué actividad necesita del trabajo de todos.
- b. Determinar una fecha en la que la mayoría de personas o voluntarios pueden ser parte de la minga.
- c. Escoger encargados de las actividades más importantes y dividir las entre los participantes. ¿Quiénes llevan materiales?, ¿Quiénes llevan comida y bebida?
- d. Establecer horarios de trabajo para que todo sea equitativo.
- e. Realizar una lista de firmas en donde la gente se compromete a ser parte de la minga.

¿Cómo comunicar un evento?

Todos los eventos y actividades descritas anteriormente deben ser planificados y deben recibir el apoyo de la comunidad de Nayón. Para ello, se deben realizar **convocatorias a través de los canales formales**¹ en donde se invite a la gente a dar ideas y a encargarse de pequeñas actividades para la ejecución de estos eventos, ya que de lo contrario es posible que éstos no tengan éxito.

Con el trabajo conjunto del GAD de Nayón y la comunidad, no será necesario destinar un gran presupuesto para difundir e invitar a la gente a estos eventos, ya que la mayoría se enterará porque se han empoderado de un proyecto, son partícipes en alguna actividad o sino por el “boca a boca”.

Cada uno de estos eventos debe tener un encargado que sea representante de la comunidad.

¹ Ver canales de comunicación externa en la página 31.

GLOSARIO

GLOSARIO

- **Actores sociales:** grupos humanos que se unen para defender sus intereses y que obran utilizando el grado de poder que cada uno puede ejercer.

- **Boletín o nota de prensa:** es un texto periodístico escrito a través del cual se da a conocer un mensaje específico - de interés periodístico - para que los medios de comunicación lo divulguen.

- **Canal de comunicación:** es el medio por el cual viaja el mensaje.

- **Comunicación:** acto de relación entre dos o más sujetos a través del cual se evoca un significado común. Es un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento, como la palabra, el gesto, la mirada y el espacio interindividual.

- **Comunicación organizacional:** estrategias y técnicas que se utilizan para la interacción e intercambio de información entre una organización y sus públicos.

- **Cultura:** conjunto de costumbres, creencias, valores, sentires y prácticas que responden a las diferentes necesidades de un grupo específico. Es un proceso de comunicación ya que todos los aspectos o características de un grupo significan algo.

- **Desarrollo:** el desarrollo es un reflejo de la cultura, en la actualidad

se habla de un nuevo desarrollo desde el cual se 'revaloriza la cultura' y los grupos sociales son quienes deciden qué es bueno para ellos; ya no se trata de una competencia entre grupos humanos.

- **Diagnóstico de Comunicación:** es el punto de partida para el diseño de cualquier proyecto que pretenda dar respuesta a la problemática de una comunidad. Es la etapa que nos permite conocer a la población o comunidad, identificar sus necesidades y ordenar esa información para intentar cambiar la realidad.

- **Diálogo:** suerte de encuentro, donde la capacidad de hablar está sujeta primero a la facultad de oír para entender. Plática entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos.

- **Gobierno Autónomo Descentralizado:** instituciones descentralizadas que gozan de autonomía política, administrativa y financiera, y están regidos por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad, interterritorial, integración y participación ciudadana.

- **Gestión:** conjunto de actividades coordinadas que se realizan para dirigir y controlar a una organización.

- **Gestión de la comunicación:** gestionar procesos comunicacionales es desplegar acciones y procedimientos poniendo en juego estra-

tegrías y recursos de comunicación con la finalidad de producir cambios en pos de alcanzar las imágenes de futuro consensuadas entre los actores.

- **Identidad:** calidad de idéntico, que hace referencia a las condiciones que identifican a una persona, objeto, hecho o realidad, asimismo, se relaciona con las condiciones que los distinguen.

- **Identidad cultural:** es una reflexión de un grupo humano sobre su 'ser grupal'. La identidad cultural es la reflexión o el re-pensar del conjunto de símbolos compartidos de un grupo humano y que provocan que el individuo cree su sentido de pertenencia a un grupo específico.

- **Identidad institucional:** son todos los atributos asumidos por una institución y que conforman el discurso de la misma.

- **Mensaje:** conjunto de signos generados y/o enviados por un emisor a un destinatario, a través de un canal de transmisión que permite la materialidad de la comunicación.

- **Minga:** actividad que muestra el trabajo comunitario.

- **Misión:** son los objetivos generales y principios de una organización, es el motivo por el que existe dicha organización.

- **Organización:** es una entidad social creada con la intención de lo-

grar objetivos a través del capital y el talento humano, y de recursos tangibles e intangibles como información, equipos, material y dinero.

- **Planificación:** hablar de planificación significa tener una mirada a largo plazo para definir qué es lo que se quiere conseguir. Es un proceso permanente.

Públicos de la organización: son quienes dan sentido final a su existencia, ya que son ellos con quienes la empresa busca entrar en contacto comercial, público y societario.

- **Sistema:** complejo de elementos interactuantes. Conjunto de elementos que se relacionan entre ellos y con el medio.

- **Sistema abierto:** sistemas que se mantienen en continuo intercambio de materia con el medio circundante.

- **Sistema socio – cultural:** universo creado por el ser humano que es la "cultura", son históricos es decir un símbolo, un código o un significado están profundamente anclados en el pasado de una comunidad.

- **Visión:** es la situación futura de la organización, es en lo que busca convertirse.

- **Vocero:** persona que habla en nombre de una organización y para ello ha sido preparado y capacitado con anterioridad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna - Proceso, disciplina y técnica*. Recuperado de https://books.google.com.ec/books/about/Comunicaci%C3%B3n_organizacional_interna.html?id=bwelcBnPNuoC&redir_esc=y

Bertalanffy, L. (1979). *Perspectivas de la Teoría general de sistemas*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

Bertalanffy, L. (2007). *Teoría general de los sistemas*. Madrid: Alianza Editorial.

Capriotti, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Recuperado de http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf

Gómez, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, Málaga.

Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero- la comunicación para el cambio social. *Investigación y Desarrollo*, (12), 2 - 23.

Rodríguez, C., Obregón, R., & Vega, M. (2002). *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Quito: Friedrich Ebert Stiftung.

