



Comunicación efectiva

Taller para el grupo de trabajo de comunicación
del Consejo de Cambios Climáticos

viernes 26 de agosto de 2016

¿Quiénes somos?



comunicación para el desarrollo

Quiénes somos

Sandra I. Villerael

- Periodista especializada en el enfoque integral de los asuntos públicos y en la innovación social desde los medios informativos y el sector público.
- Tiene un bachillerato en comunicaciones de la UPR-Río Piedras.
- Cuenta con más de 25 años de experiencia en los medios informativos, combinada con periodos de labor en la gestión pública.
- Fue reportera de Associated Press por diez años, productora y entrevistadora de programas radiales, editora en la redacción de El Nuevo Día y fue miembro de su Junta Editorial.
- Su experiencia incluye el desarrollo y gerencia de iniciativas interdepartamentales y proyectos multisectoriales.



Quiénes somos

Dayani Centeno Torres

- Becada por el Centro Internacional de Estudios Interdisciplinarios para el curso *Comunicación para el desarrollo* (en progreso).
- Licenciada en relaciones públicas, especializada en comunicaciones estratégicas para corporaciones y organizaciones sin fines de lucro. Premio Excel de la Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico a Programa de Prensa (2007).
- Tiene un bachillerato en comunicaciones de la UPR-Río Piedras y una maestría en periodismo de Syracuse University en Nueva York.
- Después de trabajar como periodista por varios años, se ha dedicado a diseñar estrategias y producir contenidos para medios y agencias de publicidad y relaciones públicas. Ha colaborado como escritora en textos escolares y las memorias de figuras públicas.
- Imparte talleres y desarrolla campañas internas y externas para entidades públicas, privadas y sin fines de lucro.





Qué hacemos

- **Servicios de comunicación dirigidos a fortalecer el desarrollo social, económico y cultural sostenible:**
 - ✓ Alcance y vinculación comunitaria
 - ✓ Fomento del desarrollo comunitario y de empresas de economía solidaria
 - ✓ Comunicación para la transformación social y organizacional
 - ✓ Iniciativas de responsabilidad social empresarial



Y ustedes...

**¿Quiénes
son?**



A ejercitar la memoria...

- ¿Qué campañas de comunicación consideras efectivas/recuerdas?
- ¿Por qué la consideras efectiva o por qué la recuerdas?
- <https://www.youtube.com/watch?v=Yjtl4PEqX-k>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2wmPjsPEGDw>

Objetivo de hoy

- Determinar los elementos de una comunicación efectiva, para poder aplicarlos al trabajo de este grupo.



Elementos de una comunicación efectiva

Audiencia

¿Cuáles son?

Objetivos

¿Cuáles son las metas?
¿Cuáles son los objetivos?
¿Cómo mediremos esos objetivos?

Mensaje

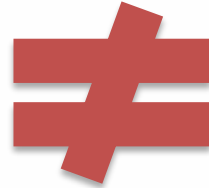
¿Qué queremos que las audiencias sepan?

Estrategias

¿Cómo llevaremos ese mensaje?

No es lo mismo...

comunicación
mediática



comunicación
para el cambio social

En una dirección

Nosotros decidimos
objetivos, mensajes,
estrategias.

Multidireccional

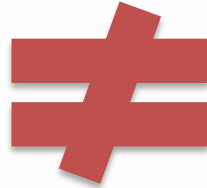
Contamos con la audiencia para
definir mensajes y estrategias.

“Así como las comunidades deben ser protagonistas de su propio desarrollo, la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión sino primordialmente mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo”.

Departamento de Comunicación, Fundación Rockefeller

No es lo mismo...

**comunicación
mediática**



**comunicación
para el cambio social**

Siempre debemos preguntarnos:

- ¿Cuál es el tipo de comunicación más adecuado para esta meta y objetivo?
- ¿Cómo podemos insertar a la audiencia en los procesos?
- ¿Qué sabe esta audiencia sobre este tema? ¿Qué tengo yo que aprender?
- ¿Cómo aprende mejor esta audiencia, a qué tipo de mensajes y medios responde mejor?

Elementos de la comunicación

CCC

Objetivo

Audiencias

Estrategia

Mensaje

Gobierno

Niños

Jóvenes

Ciudadanía

Medios

Sector
privado

ONGs

Profesionales

Redes

Relaciones con
los medios

Alcance
comunitario

Productos
educativos

Medios
pagados

YouTube

Entrevistas

Talleres

Boletines
educativos

Billboards

Instagram

Columns

website

Snapchat

Participación en
mesas editoriales

Campaña
publicitaria

FB

Twitter

Algunos ejemplos...



Otros ejemplos...

- https://www.youtube.com/watch?v=zd_dGz56VN8
- <http://www.communicationforsocialchange.org/photo-gallery?subid=1>

Primeros pasos...

- ¿Cuáles son las tres audiencias prioritarias del CCC-PR?
 - Organizaciones con programas similares
 - Activistas en contra del CC
 - Academia o revistas especializadas
 - maestros / educadores
 - Público en general (jóvenes y adultos)
 - Niños menores de 15 años
 - Gobierno estatal (“policy makers”)
 - Gobierno municipal (alcaldes, planificadores, manejo de emergencias...)
 - Sector privado (¿Quiénes?)
 - Pescadores comerciales, recreativos y marinas
 - Agricultores
 - Agencias públicas (¿Cuáles?)
 - Hoteles y hospederías cercanas a la costa
 - Manejadores de ANP
 - Líderes/grupos comunitarios
 - Grupos religiosos
 - Otras... Identifícalas
- ¿Cómo puedo aportar al esfuerzo de comunicar?



Gracias

Contactos:

- **Dayani Centeno-Torres**
 - 787-502-3107
 - dayanict@gmail.com
- **Sandra I. Villerrael**
 - 787-505-9043
 - sandraivillerrael@yahoo.com