

Is not rocket
science pero
tiene su
ciencia...

Por: Ivonne M. Rodríguez Díaz

ONU 
programa para el
medio ambiente



Definir el
objetivo y el
propósito

¿Por dónde comenzar?

- **Diagnóstico** del contexto político, social, económico, cultural y ambiental del entorno en el que se desarrolla mi proyecto.
- **Análisis** de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. ¿De qué? Del proyecto, de las organizaciones aliadas.

ONU 

programa para el
medio ambiente

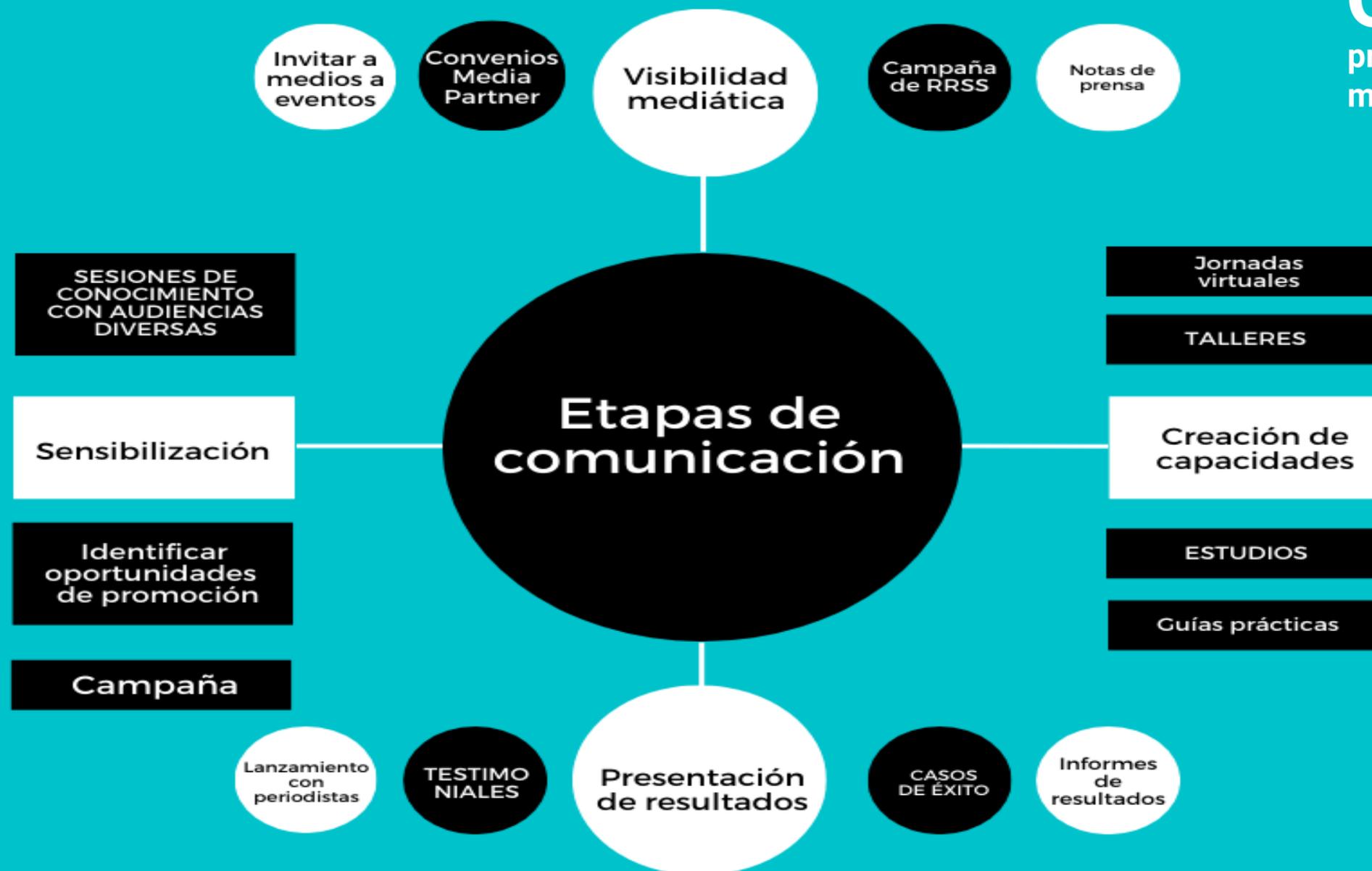
Mapeo de audiencias

- **Internas:** donantes, sedes regionales, instituciones, equipo de trabajo, aliados estratégicos.
- **Externas:** medios de comunicación, periodistas, universidades, influencers, ciudadanía en general.

Notas:

- a. Cada audiencia o actor es un canal de comunicación en sí mismo, además de sus canales de comunicación disponibles.





Nota: es vital definir la línea de tiempo para la ejecución de cada etapa

Narrativa: ¿Cómo contar la historia?

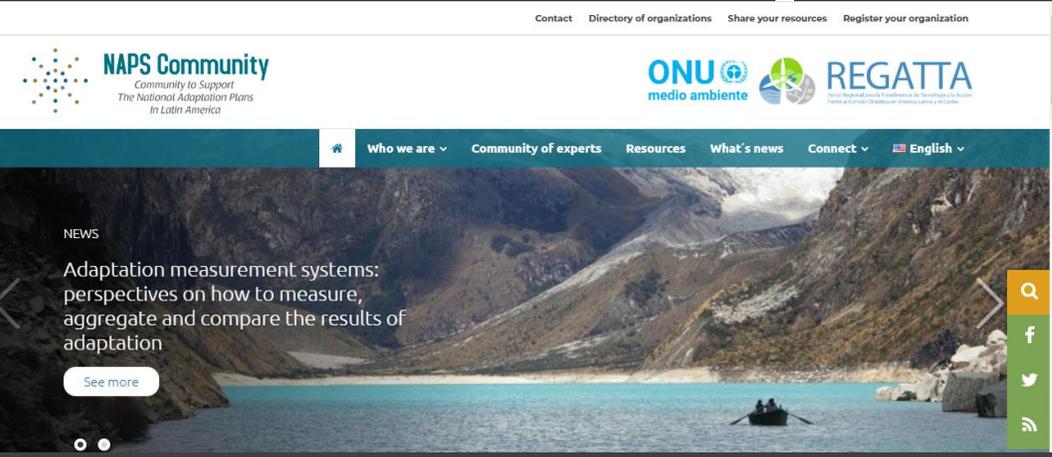
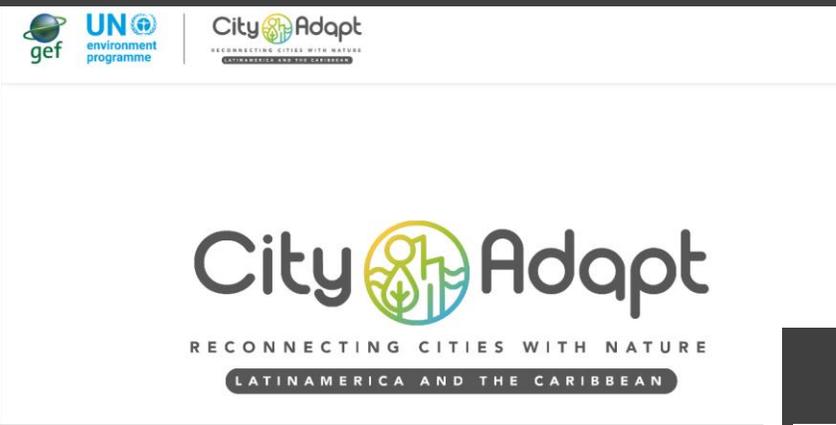


- Definir el mensaje o los mensajes claves (máximo 3).
- Cada audiencia recibe el mensaje de manera diferente, **debemos buscar de conectar con cada una (pensar en sus intereses, edades, etc.)**.
- Cada plataforma de comunicación tiene su formato.
- **Nota:** Debemos darle un rostro humano al cambio climático evitando caer en la pornografía de la pobreza.

¿Por dónde disemino mi mensaje?

Medios masivos de comunicación:

- Radio (**mayor alcance**)
- Televisión (**mayor impacto**)
- Prensa escrita
- Redes sociales (**más económicas**).
- Sitios web (**útiles como repositorio de información y para la gestión del conocimiento**).
- Sesiones en persona: talleres, foros, conversatorios (**mayor efectividad**).



Consideraciones finales...

1

El plan de comunicación es un documento orientativo pero no está escrito en piedra. La flexibilidad es permitida.

2

Cada audiencia tiene sus necesidades, con cada una nos comunicamos de manera distintas a través de diversos medios.

3

Los públicos internos y externos son igual de importantes. Las tesis de la comunicación hoy establecen que el público interno es al que más hay que atender.

4

Las audiencias son más exigentes con el tipo de información que consumen: quieren historias que sientan cercanas, información relevante y resultados concretos.

5

Cada proyecto debe ver cuál es el canal o plataforma de comunicación que más se ajusta a sus necesidades presupuestarias y realidades concretas.

Es necesario decirlo...

ONU MEDIO AMBIENTE

UN Environment Programme

