

PARTICIPA *no te quedes...*

Comunicación y negociación para la acción ciudadana



PARTICIPA no te quedés...

**Comunicación y
negociación para la
acción ciudadana**

**Presidente del
Directorio**

Molvina Zeballos

**Coordinador
Ejecutivo y Director
del Proyecto**

ProParticipación

Javier Azpur

**Equipo del Área
de Formación**

Elizabeth Vargas

Machuca

Yuri Gómez

Erika Acosta

**Elaboración de
Contenidos**

Tatiana Acurio

**Diseño,
Diagramación
e ilustraciones**

One Concept



Las opiniones expresadas por los autores no reflejan necesariamente el punto de vista de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional - USAID.

Hecho en el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2012-06038

Impreso en:

Tarea Asociación Gráfica Educativa
Pasaje María Auxiliadora
156, Breña

Primera Edición
Lima - Perú, junio 2012
Tiraje: 1,500

Presentación

El Grupo Propuesta Ciudadana en el marco del Proyecto ProParticipación, tiene como finalidad fortalecer las capacidades de la sociedad civil para mejorar su participación en los mecanismos de concertación y vigilancia vinculados a los procesos locales y regionales de desarrollo.

El proceso de descentralización que tiene como uno de sus ejes la gestión democrática ha contribuido a ampliar la participación y poco a poco se han involucrado en el desarrollo de sus comunidades más mujeres, jóvenes, y en algunos lugares, adolescentes, niños y niñas.

Gracias a la presencia de más mujeres y jóvenes por ejemplo en los presupuestos participativos y la elaboración de planes de desarrollo se van tomando en cuenta nuevas problemáticas sociales, menos visibles pero estratégicas para avanzar en el desarrollo humano al cual aspiramos todos y todas.

Con el interés de que las propuestas que plantean las organizaciones sociales se incorporen en la acción que las autoridades desarrollan para la mejora de la localidad, ponemos a tu disposición el presente material, que busca compartir herramientas para la negociación de propuestas a favor de la comunidad.

En los tres fascículos de la Serie "Participa no te quedés..." encontrarás reflexiones y recomendaciones prácticas que ayudarán a tu organización y a ti como líder a prepararte para participar en un proceso de negociación, considerando sus diferentes etapas.

Después de haber presentado en el primer folleto, los conceptos y estrategias para la negociación; en este segundo fascículo te brindamos estrategias de comunicación para facilitar la negociación. En el tercero, desarrollamos herramientas para el seguimiento de los acuerdos.

Te invitamos a leer y compartir este material.

Grupo Propuesta Ciudadana

¿Cómo mejorar nuestra presencia en medios de comunicación durante el proceso de negociación?

**En este bloque
encontrarás los siguientes temas:**

- La importancia de la relación con los medios de comunicación.
- Una comunicación verbal y no verbal más efectiva.
- ¿Cómo prepararnos para participar en los medios de comunicación?



Los medios de comunicación son importantes para:



- a.** Que la población sepa que existen organizaciones sociales y valoren su aporte al desarrollo. Muchas veces se hace un trabajo valioso, pero poco visible para los demás.
- b.** Dar a conocer las propuestas que tienen las organizaciones sociales o espacios de concertación sobre temas que son de interés común, es decir que nos preocupan a muchos.
- c.** Mostrar la magnitud de la organización, es decir que se trata de un conjunto de personas que están organizadas y tienen una misión común. No se trata de un interés particular o personal.
- d.** Dar a conocer a las autoridades la posición de la organización. Las y los voceros se convierten en líderes de opinión y representan a su organización.
- e.** Que la gente se forme una opinión positiva sobre nuestra organización, así se gana prestigio y reconocimiento. Pero esto tiene que ver con nuestro comportamiento y capacidad de propuesta. Podemos proyectar lo que somos.
- f.** En un proceso de negociación aparecer en los medios de comunicación nos ayudará a ganar un mayor reconocimiento por parte de la autoridad. Ganamos poder y crea un clima favorable a la negociación.

Una comunicación verbal y no verbal más efectiva

La comunicación puede ser **verbal o no verbal** y cuando participamos en los medios de comunicación ambos tipos de comunicación son muy importantes. Qué decimos y cómo lo decimos es clave tanto en la negociación, como cuando queremos salir en los medios de comunicación.

La **comunicación verbal** es aquella que se expresa **con palabras**.



La comunicación **no verbal** es todo aquello que decimos con nuestro rostro, cuerpo, gestualidad, la forma en la que nos vestimos y arreglamos.



Daremos algunas recomendaciones para hacer un mejor uso de la comunicación no verbal, que es lo que practicamos y ejercitamos poco⁴.

4. Elaborado en base a Pautas sobre marketing político para mujeres autoridades en gobiernos regionales y locales. MIMDES, Lima Perú. 2011.

Tu rostro dice mucho de ti

Un rostro alegre

Este rostro comunica alegría, buen estado de ánimo y confianza en lo que se quiere decir. Puede abrirnos muchas puertas.



Un rostro mirando a otro lado

Una persona que no mira a los ojos parece que esconde algo, se muestra temerosa y no tiene pleno manejo del tema. En cambio una persona que te mira de frente y a los ojos te da mayor confianza.



Un rostro molesto

Un rostro así crea distancia, temor, desconfianza, no provoca dialogar con alguien que parece estar molesto con nosotros, aunque no lo esté.



Mueve tu cuerpo

Podemos apreciar que si una persona mueve los brazos y las manos sin exagerar eso le da más fuerza a lo que comunicamos, le da vida a la persona que habla. Por el contrario si cruzamos las manos estamos marcando distancia, aparecemos como personas cerradas. Hay que tratar de tener las piernas tranquilas, si estas se mueven muestran una actitud nerviosa. Pero eso sí, en caso estemos dando una charla podemos movernos de un lado a otro mirando a las personas a las que nos dirigimos.



Bien arreglados damos una buena imagen

En la medida de lo posible hay que tratar de estar arreglados, ordenados y limpios, eso proyecta una imagen positiva. Hay que cuidar los detalles de nuestro arreglo personal. Los colores de la ropa también ayudan a la imagen que proyectemos. Debemos evitar colores estridentes que pudieran restar seriedad a nuestro mensaje.



¿Cómo prepararnos para participar en los medios de comunicación?

Los medios de comunicación son empresas que viven de la publicidad y de la contratación de sus espacios. Los y las periodistas están siempre contra el tiempo, cubriendo diversos temas o notas, corriendo de un lado al otro. Generalmente responden a comisiones, y cuando van a producir una nota o escribir tienen que conversarlo con el jefe de redacción o editor. Incluso, en algunos casos la línea del medio la marca el propietario.



Para poder estar presentes en los medios de comunicación hay que considerar:

- ¿Quiénes son las voceras?, es decir **quién va a hablar** en nombre de la organización.
- ¿Qué queremos comunicar?, es decir **el mensaje**.
- ¿Cómo lo vamos a comunicar?, es decir **las herramientas** que vamos a emplear.

➔ Nuestra vocera o vocero

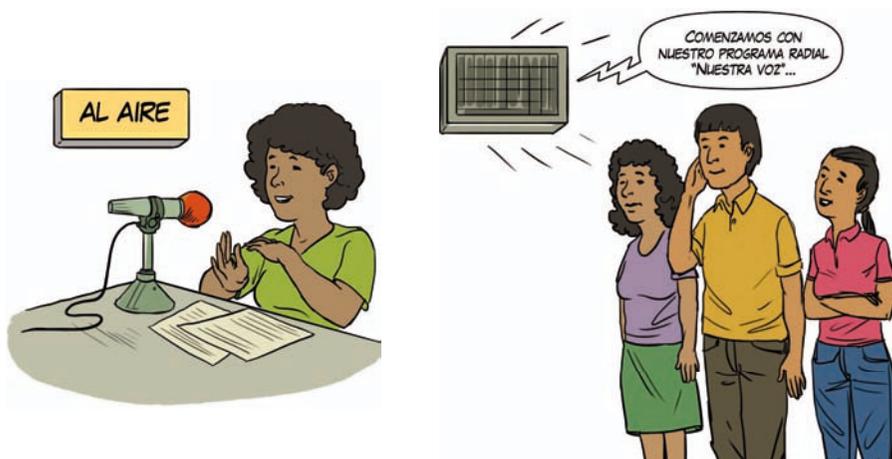
La vocera o vocero tiene que ser elegida por sus características como líder de opinión, tener facilidad de palabra, ser clara, tener una buena actitud, etc. Un vocero(a) tiene que informar en el momento oportuno, no antes, ni después. Ser clara y concisa, decir la verdad y responder a los medios cuando estos se acerquen a la organización.

La persona elegida necesita que la organización tenga una postura clara sobre diversos temas. Así, cuando hable comunique lo que la organización quiere o piensa y no lo que él o ella consideran.



➔ Consejos para preparar el mensaje

Para comunicar un mensaje es necesario considerar el contenido o lo que vamos a comunicar, la estrategia o cómo lo comunicamos, cómo es el o la periodista que nos hará la entrevista y finalmente el público al que nos dirigimos.



El mensaje se organiza en tres partes

Motivación

En dos frases señalar qué motiva la propuesta que queremos comunicar.

El Cuerpo

Emplear lenguaje sencillo y hablar de manera clara.
Emplear estadísticas o testimonios para sustentar lo que decimos.

Conclusión

En una frase corta que impacte y que refuerza la propuesta.



Herramientas para llegar a los medios

La organización puede emplear diversas herramientas para acceder a los medios de comunicación. Vamos a precisar algunas:

La entrevista directa en un medio

Se trata de un encuentro directo con la prensa para el cual hay que prepararse mucho. Se requiere conocer de qué medio se trata y cómo es el periodista, sobre qué punto o tema nos van a entrevistar, preparar las ideas fuerza que se van a comunicar, y arreglarse.



La conferencia de prensa

Se invita a los diversos medios de comunicación a un espacio donde la organización comunicará algo importante y novedoso. Luego de la presentación que debe ser corta, se tendrán que responder preguntas y dialogar con las y los periodistas.

Debemos estar bien preparados y ponerse en el lugar de los periodistas ensayando que pueden preguntarnos y las respuestas que daremos. Hay que preparar material para entregar a los periodistas que asistan.

La difusión de la nota de prensa

La nota de prensa es un documento corto, generalmente es de una página donde se colocan los datos más importantes, se emplean párrafos pequeños que sean comprensibles. Se coloca el logo de la organización y los datos para posibles contactos.

AA NOTA DE PRENSA

Consideramos que el incumplimiento del gobierno local frena y estanca el crecimiento de nuestros niños ...

contactar al 9994-6473

Otras formas de comunicación a las que podemos recurrir

También podemos destacar que existen otras formas de comunicarnos en nuestras comunidades como son los parlantes en los mercados a los cuales podemos alcanzar un cd con avisos radiales o pequeñas entrevistas dando a conocer que la organización está presentando una propuesta.



También se pueden emplear murales donde podemos colocar notas (artículos, entrevistas, fotos) compartiendo las propuestas y actividades que desarrolla la organización.

En el caso de las y los jóvenes pueden realizarse concursos de murales donde los chicos y chicas puedan dibujar y escribir lemas alusivos a su propuesta, involucrando de manera creativa a la población.



Igualmente los medios locales como las radios y periódicos o las televisoras regionales pueden apoyarnos. Busquemos establecer contacto con sus periodistas para solicitarle que cubran las actividades que realizamos o puedan entrevistar a la autoridad acerca de los resultados de la negociación y sus avances.

Por ejemplo, si el tema que nos interesa es la violencia familiar, podemos solicitarle a los periodistas que hagan un reportaje entrevistando a la DEMUNA, el CEM, el gobierno local y redes sociales que trabajan el tema. Y nosotras(os) plantear la propuesta que vamos a presentar al gobierno regional.

También podemos alcanzarles a los medios de comunicación locales spot radiales y a partir de allí, solicitar que nos entrevisten, o hagan un reportaje de la situación en torno a la cual estamos levantando una propuesta.



➔ **Para tomar en cuenta**

En un proceso de negociación podemos emplear diferentes estrategias en función al momento en el que estamos. Por ejemplo, para iniciar un proceso donde vamos a presentar por primera vez la propuesta podemos emplear la conferencia de prensa.

Si nos interesa que se den a conocer las actividades de movilización, presión u otras que hagamos podemos pedir que se cubran con entrevistas o notas periodísticas.

Si ya hemos suscrito un acuerdo y estamos en proceso de seguimiento podemos hacer también carpetas informativas con resúmenes de lo trabajado y los acuerdos. Y para el seguimiento emplear notas de prensa o tentar ir a un medio a declarar.

Herramientas comunicativas sugeridas

Etapas de la Negociación	Herramientas
Presentación de propuesta	Conferencia de Prensa Comunicados Debates públicos
Actividades de Movilización	Convocatoria Notas de prensa Entrevistas
Seguimiento de las Propuestas	Carpetas informativas Boletines Debates en medios de comunicación

Recordemos que los medios de comunicación deben convertirse en nuestros aliados y para eso tenemos que conocerlos y relacionarnos de manera permanente, que nos vean como una organización con información y opinión sobre el tema.

GRUPO
Propuesta
CIUDADANA



ProParticipación



Con el apoyo de:



Calle León de la Fuente 110 Magdalena del Mar, Lima

Teléfonos: 613-8313 / 613-8314

Telefax: 613-8315

Correo electrónico: propuest@desco.org.pe