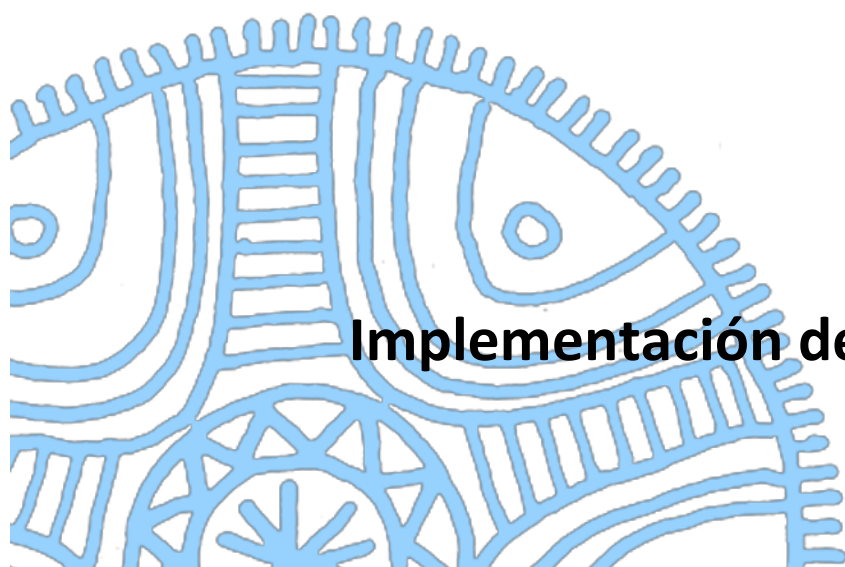




Organización de las Naciones Unidas
para la Alimentación y la Agricultura

COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL



Lección 3.1

Implementación del plan de CpD

a nivel local



**UNIDAD 3: Implementación de una iniciativa de
CpD**

Versión de texto

La versión interactiva de esta lección está disponible gratuitamente en la siguiente dirección:

www.fao.org/elearning



Esta lección está disponible en Acceso Abierto con la licencia
Reconocimiento-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales
(CC BY-SA 3.0 IGO)

(https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.es_ES).

La FAO posee los derechos de autor del contenido de las lecciones, 2017.

En esta lección

Objetivos de aprendizaje	3
Introducción.....	3
Planificación local de comunicación	4
Plan local de comunicación.....	9
Conclusiones	10
Resumen	10
Anexo – Hoja para crear el plan de comunicación local	12

Esta **unidad** explica cómo se debe implementar una iniciativa de CpD y especialmente, cómo movilizar aliados y recursos locales, cómo diseñar materiales de comunicación efectivos de forma participativa, además de cómo aprovechar de mejor manera los métodos, medios y materiales de CpD en terreno.

Esta **lección** ilustra los pasos principales del proceso de planificación de comunicación local con el fin de involucrar a los actores locales como socios para operativizar la estrategia de CpD. También describe la estructura y las funciones de un plan de comunicación local.

Objetivos de aprendizaje

Al final de esta lección, usted podrá:

- describir el proceso de planificación local de comunicación y sus pasos principales;
- ilustrar la estructura y las funciones de un plan de comunicación local.

Introducción

Avancemos hacia la fase central del proceso de CpD: la **implementación de las actividades de CpD planificadas**. Esta es la "fase operativa" cuando es necesario poner a andar la estrategia y aliarse con actores locales para compartir las responsabilidades y el control sobre el proceso de comunicación.

FASE 1 Diagnóstico participativo de comunicación	FASE 2 Diseño de la estrategia y el plan de CpD	FASE 3 Implementación del plan de CpD	FASE 4 Evaluación de resultados y sostenibilidad
---	--	--	---

PASOS:

1. **Planificación local de comunicación**
2. Desarrollo de materiales de comunicación
3. Actividades participativas de CpD

RESULTADO:

Plan(es) locales de comunicación

Materiales de CpD

Actividades de CpD

Esta fase incluye **tres pasos** principales: la **planificación local de comunicación**; luego la producción de **materiales de comunicación** y finalmente la implementación de **actividades participativas de CpD** para promover el diálogo y el cambio social.

Para funcionar, el plan de CpD debería ser desarrollado y ajustado con una serie de actores locales a fin de lograr su apropiación.

Lección 3.1 - Implementación del plan de CpD a nivel local

Para alcanzar este objetivo es importante la planificación local de comunicación, un proceso participativo para lograr acuerdos locales sobre actividades específicas, roles y responsabilidades para cumplir, financiar y dar seguimiento a las actividades de CpD.

En esta lección, usted observará cómo involucrar a actores locales en calidad de aliados y operativizar la estrategia de CpD a través de una planificación efectiva a nivel de campo.

Planificación local de comunicación

¿Por qué es importante la planificación local de comunicación?

El éxito de una iniciativa de CpD en el campo, depende en gran proporción del grado de involucramiento de los actores.

Usted necesitará la **participación y compromiso** de:

- comunidades rurales;
- organizaciones de productores;
- técnicos agrícolas;
- autoridades locales;
- agencias de desarrollo y medios.

Es importante que contribuyan con su experticia y recursos.

El proceso de planificación local de comunicación se sustenta en las consultas y alianzas con los actores locales para formular conjuntamente un **plan local de comunicación** (o más de uno si el proyecto incluye a distintas comunidades) que sea específico para el lugar y el tema seleccionado.

Esto generará un mayor sentido de apropiación, responsabilidad y colaboración que ayudarán a lograr los resultados deseados.

Ejemplo - Planificación local de comunicación en Bolivia

En Bolivia, la FAO y el instituto nacional de innovación agrícola, aplicaron la metodología de los **planes locales de comunicación** para promover y **brindar servicios de comunicación para la innovación agrícola**.

Se constituyeron **mesas técnicas** en municipalidades específicas, invitando a organizaciones de productores, proveedores de servicios de extensión, centros de investigación, ONGs e

instituciones locales para que puedan exponer sus necesidades y puntos de vista sobre temas y oportunidades agrícolas. Luego se realizó la misma valoración en **talleres participativos** con miembros de la comunidad, coordinado por técnicos locales.

Los **temas clave** a atender fueron acordados, así como una lista de **actividades de comunicación, tareas y recursos** - en la mayoría de casos un acuerdo escrito fue suscrito por las partes involucradas.

Para más información ver: *Comunicación para la Innovación y el Desarrollo Rural en el ANMI-PNA del Municipio Yapacaní - Bolivia* www.fao.org/docrep/017/ap607s/ap607s.pdf

Pasos para la planificación local de comunicación

Demos un vistazo a los principales pasos para vincular de forma exitosa a los actores rurales como aliados en la implementación del plan local de comunicación.



Consultas con actores múltiples

Usted debe organizar consultas con actores múltiples para juntos definir y llegar a acuerdos sobre:

- necesidades y prioridades de comunicación;
- metas y resultados de comunicación;
- actividades y tareas relevantes.

Para alcanzar este objetivo tan importante, resulta útil contar con el **apoyo de actores claves y líderes comunitarios**, así como facilitar la **inclusión de grupos marginales**.



Organización de reuniones comunitarias efectivas

1. Asegúrese de que los encuentros no interfieran con otras actividades locales importante.

2. Comunique la fecha, duración y ubicación de la reunión con anticipación.
3. Organice consultas en coordinación con los líderes comunitarios, asegurando equilibrio de género entre los participantes.
4. Una vez establecidas las fechas de las reuniones, invite a que asistan utilizando:
 - pregones o mensajes de texto a través de telefonía celular;
 - presentación del programa en reuniones ordinarias de asociaciones de productores o comunitarias;
 - anuncio en radios comunitarias y otros medios locales;
 - distribución de volantes en lugares locales como tiendas de comida, tiendas de abastos, cooperativas, escuelas, Iglesias, oficinas de correo, bancos, paradas de buses, y otros.
5. Utilice herramientas de comunicación tales como material de audio o video para motivar a los participantes, inicie la discusión y haga que se interesen en el proceso de planificación local de comunicación.

Asociaciones y trabajo en red

Un elemento clave para el éxito en la implementación de las actividades de CpD es la **asociación con actores relevantes** que trabajen en el área seleccionada y/o que enfrenten el mismo tema.

Sociedad civil y grupos comunitarios

Varios grupos organizados - i.e. grupos de agricultores locales, organizaciones de productores, asociaciones de pesqueros, grupos de mujeres, cooperativas - ya deberían haber sido invitados a participar en las fases de diagnóstico de comunicación y planificación de la misma.

Ellos son los **primeros con quien se debería asociar** para una implementación exitosa del plan de CpD.

Autoridades locales

Las asociaciones/alianzas con autoridades locales **aumentarán la credibilidad y sostenibilidad del proyecto** dentro de la comunidad. Su **apoyo institucional** puede resultar vital para el éxito de las actividades de CpD, así como para obtener apoyo adicional o contribuciones financieras.

Agencias técnicas y sector privado

Lección 3.1 - Implementación del plan de CpD a nivel local

Establecer **alianzas con servicios técnicos gubernamentales y ONG** del área, es fundamental para el plan de CpD. Ellos deben estar involucrados en la identificación de problemas y soluciones comunitarias específicas ya que están familiarizados con la gestión de asuntos locales.

Adicionalmente, algún tipo de sinergia y **apoyo de empresas del sector privado** puede ser beneficioso (i.e. tiendas agrícolas locales, proveedores de insumos, bancos).

Medios locales y nacionales

Las iniciativas de CpD efectivamente se pueden beneficiar de la cooperación con **medios de comunicación a niveles locales y nacionales**. Pueden ayudar a:

- brindar mayor visibilidad al proyecto;
- generar conciencia y movilizar la opinión pública;
- alcanzar de mejor forma a las audiencias objetivo;
- documentar y socializar el trabajo desarrollado en una comunidad y abogar para réplicas a mayor escala.

Artistas locales y otros talentos

Diseñadores, cantantes, fotógrafos, técnicos de video, deportistas y otros talentos locales son recursos muy valiosos. No solamente pueden **desarrollar el aspecto creativo del material de comunicación**, así como contribuir con estrategias de difusión originales e inspiradoras; también pueden contribuir con su propia experiencia o conocimientos sobre el tema del plan de CpD.



Es estratégico coordinar con proveedores de servicios de comunicación con ideas similares a las del proyecto para maximizar la experticia y los recursos, también para evitar duplicación o contradicciones al proveer información.

Movilización y uso compartido de recursos

La movilización de recursos sirve para identificar y hacer uso racional de los recursos humanos y no humanos, así como para encontrar nuevos recursos.



Recursos humanos y no humanos

Recursos humanos incluyen a las personas involucradas en la implementación de un proyecto con habilidades técnicas, tiempo y capacidades.

Recursos no humanos incluyen dinero, bienes y servicios.

Está estrictamente conectada a la repartición de costos y la **sostenibilidad financiera** de un proyecto. Estos retos se pueden enfrentar utilizando distintas estrategias tales como:

Movilización de miembros de la comunidad

Técnicos locales, agentes de desarrollo, estudiantes, voluntarios, etc. son recursos extremadamente valiosos para introducir actividades participativas de comunicación. Las relaciones con los **voluntarios de la comunidad** deben ser manejados con cuidado, siempre reconociendo los aportes realizados, y cuando sea posible se debe entregar incentivos, tales como remuneración formal o reconocimiento a través de certificados o premios.

Ingresos provenientes del servicio

Las **actividades de comunicación** pueden también **convertirse en una fuente de ingresos** si se presta como servicio para otras iniciativas o instituciones de desarrollo. Desarrollar habilidades comunicacionales permitirá a organizaciones o grupos locales que se conviertan en proveedores de servicios de comunicación para agencias de desarrollo o potenciales donantes, lo cual es una de las mejores estrategias de mercadeo y recuperación de costos.

Patrocinio del sector privado

A cambio de **visibilidad y publicidad**, **las empresas privadas** se interesan a participar y aportar al plan de CpD. Entidades privadas locales pueden estar más dispuestas a contribuir ya que ellas mismas son actores involucrados.

Ejemplo - Estrategia de movilización de recursos de una radio rural

La estrategia de movilización de recursos de una radio comunitaria rural se puede basar en:

- reclutamiento y formación de voluntarios de la comunidad;
- alianzas con la radio difusora nacional, para intercambio regular de programas radiales;
- contratos con empresas privadas para mensajería patrocinada;
- prestación de servicios a proyectos de desarrollo que operan en el área de cobertura (i.e. producción de series radiales).

Plan local de comunicación

Una vez que haya logrado movilizar aliados y recursos locales en un área geográfica bien definida (i.e. pueblo, municipalidad, distrito), usted debe motivarlos para que formalicen sus acuerdos sobre:

- necesidades y temas prioritarios de comunicación que deberán ser atendidas;
- metas comunes y resultados medibles;
- actividades y tareas relevantes;
- recursos técnicos, financieros y humanos;
- cronograma y ubicación.

Para este fin, se debe bosquejar un plan local de comunicación.

¿Cómo se ve un plan de comunicación local?

El **plan de comunicación local** es al mismo tiempo un **plan de trabajo** y un **acuerdo de asociación** entre individuos, grupos u organizaciones en un área específica que estén dispuestos a ser parte de la iniciativa CpD y a comprometerse para compartir responsabilidades y los recursos para su implementación.

El plan permite a los socios asignar **roles y responsabilidades** de forma cuidadosa en relación a cada una de las actividades identificadas, así todos saben qué resultados se espera de cada uno.

El compromiso al plan se convierte más conciso al incluir la implementación del **cronograma** y del **presupuesto** que especifica la contribución de cada socio.



Preguntas clave para desarrollar un plan local de comunicación

- ¿Cuáles son los temas prioritarios que se deben atender en el área de intervención?
- ¿Qué actividades deben ser realizadas para lograr el objetivo de comunicación?
- ¿Cuál sería el resultado relevante y las tareas para cada actividad?
- ¿Qué se debe incluir en las diversas tareas?
- ¿Cuál aliado liderará cada actividad?
- ¿Cuál será el plazo de tiempo para la implementación?
- ¿Cuánto costará y quien puede proveer los recursos?



Ver Anexo – Hoja para crear el plan de comunicación local

Conclusiones

Una vez que se ha diseñado la estrategia de CpD y el plan de acción, según los resultados del diagnóstico participativo de comunicación, el reto real radica en ponerlos en práctica.

Usted debe convocar a una amplia gama de actores y ayudarlos a llegar a un acuerdo sobre actividades específicas, roles y responsabilidades. El **plan local de comunicación es el resultado de este proceso participativo de toma de decisiones**. Sirve para apalancar y maximizar todos los recursos disponibles para poder lanzar y apoyar la implementación de las actividades de CpD.

Así mismo, brindará a los socios locales el poder de participar en el **monitoreo de las actividades de CpD**, permitiendo una mecanismo permanente de retroalimentación y ajustes.

Resumen

La **fase principal del proceso de CpD** es la **implementación**, la cual incluye el desarrollo de materiales de comunicación y su uso en actividades participativas de CpD. Sin embargo, el primer paso para asegurar una implementación sustentable es involucrar y empoderar a los actores locales para que compartan las responsabilidades y el control sobre los procesos de comunicación.

La **planificación local de comunicación** es un **proceso participativo** que pretende alcanzar acuerdos locales sobre actividades específicas, roles y responsabilidades para la ejecución, financiación y seguimiento de las actividades de CpD.

A través de consultas, asociaciones y movilización de recursos, usted puede **motivar la participación activa y el compromiso** de diferentes **grupos de actores**, establecer alianzas y maximizar la sostenibilidad social y financiera de la iniciativa de comunicación.

El plan local de comunicación genera un mayor sentido de apropiación, responsabilidad y colaboración que ayudarán a lograr los resultados previstos.

Anexo – Hoja para crear el plan de comunicación local

 **PLAN LOCAL DE COMUNICACIÓN**

Objetivo de comunicación (tema y país/área)	Actividad	Resultado	Tarea	Persona responsable	Fecha	Presupuesto	