



CORPORACIÓN ECOFONDO

TALLER NACIONAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

1. Presentación: Para introducirnos en la dinámica de los estudios comunicacionales en las organizaciones, ahondando más allá del mero instrumentalismo, es necesario abordar la comunicación como herramienta fundamental, dinamizadora por excelencia de las relaciones internas y de las estrategias de visibilización externa de los principios y las acciones concebidas. La comunicación organizacional, vista así, se plantea como un complejo entramado de relaciones interaccionales que, determinadas por una intencionalidad y unos mecanismos de operación, buscan incidir en el desarrollo de las relaciones sociales, orientando su dirección y caracterización acorde a los intereses de un colectivo.

Para ello, en este evento sobre comunicación institucional, se implementará un ejercicio pedagógico de exposición de algunos conceptos claves sobre la actividad comunicativa en las organizaciones, al igual que una explicación concreta sobre su presencia y/o pertinencia en el caso particular de ECOFONDO, sus niveles de coordinación y el estado del clima organizacional, acorde con la sistematización de datos, obtenida anteriormente a partir del ejercicio de discusión realizado este año sobre el tema en las asambleas regionales de 11 de las 12 unidades existentes.

Igualmente, posterior al análisis y el debate correspondiente a la generación de estrategias para la consolidación de una estrategia de comunicaciones para la organización, se abordará la dinámica comunicacional específica de la campaña en defensa de la soberanía, la seguridad y la autonomía alimentaria – SALSALSA – con el fin de evaluar los niveles de impacto y las posibles acciones y estrategias para su fortalecimiento tanto a nivel de las regionales como a nivel nacional, teniendo siempre presente la necesidad de articulación, como principio fundamental para el logro de los objetivos trazados inicialmente.

2. Justificación del evento: La idea de realización del encuentro nacional de comunicaciones, cuyo tema eje abarca el modelo institucional, surge posterior a la realización de la Asamblea general de ECOFONDO en el año de 2008, como resultado de la reflexión sobre los mecanismos para aplicar el plan estratégico 2007 – 2011. En este espacio, se conforma un comité encargado de trabajar el tema correspondiente a la comunicación institucional, el cual se plantea integrado por: 1 integrante de la Unidad Regional Antioquia/Viejo Caldas, 1 representante del Consejo Regional Valle/Norte Cauca y la Coordinadora de las Unidades Regionales.

Sin embargo, dadas las imposibilidades para la operación de dicho comité, posteriormente a su conformación, se procedió a implementar una estrategia de debate y reconocimiento del tema de comunicación institucional, aprovechando la realización de las asambleas regionales para la recolección de insumos importantes y desembocar, finalmente, en un evento institucional de carácter nacional. Estos insumos, que fueron recolectados acorde a unas variables propuestas para clasificar la información (contenidos, pertinencia de los mismos, calidad de los mecanismos empleados, fortalezas, debilidades, oportunidades, etc.) y serán la base para la realización del posterior evento nacional.

3. Objetivos del evento:

- Consolidar un diagnóstico nacional sobre la comunicación institucional de ECOFONDO con base en lo planteado en las unidades regionales.
- Sentar las bases para la construcción de una estrategia de comunicaciones que atienda a las necesidades de articulación, fortalecimiento e información de la organización ECOFONDO.
- Analizar, ajustar y definir compromisos para el desarrollo de la estrategia de comunicaciones para la campaña SALSA.

4. Ejes de trabajo propuestos y aspectos metodológicos:

4.1. Ejes:

4.1.1. Niveles y sujetos generales de la comunicación en la organización

4.1.2. Sistemas de comunicación desde las regionales

4.1.3. Medios comunicativos de la organización

4.1.4. Campaña SALSA: Aplicación de estrategias de comunicación institucional: Acciones y compromisos

4.2. Aspectos metodológicos:

Con base en la estructura metodológica propuesta para este taller, se recurrirá al desarrollo de cada momento del evento, acorde a dos etapas; una de discusión y otra de plenaria, donde se llegarán a los acuerdos y decisiones correspondientes. Dichas decisiones y compromisos adquiridos por los representantes asistentes, serán recogidas por los relatores (as) encargad@s, quienes, posteriormente al evento, realizarán un documento de compilación sobre los compromisos adquiridos y sus respectivos responsables.

4.2.1. Primer momento – Sondeo de las percepciones generales sobre la comunicación organizacional, presentación introductoria: En esta primera etapa del evento, se realizará una actividad participativa introductoria, que permita la recopilación de insumos sobre algunas concepciones generales que los (as) asistentes tienen sobre el tema central de la comunicación en el ámbito organizacional. Para ello, a partir de la división del auditorio en mesas de trabajo, se realizará un trabajo de discusión acorde a las

percepciones de los asistentes al taller frente a la comunicación en la institución, los mecanismos y estrategias utilizadas, los niveles de interacción, entre otros. En este sentido, las preguntas orientadoras que darán paso a la discusión frente a estos temas, estarán consignadas en una guía de trabajo que será implementada por cada un (a) de l@s coordinadores (as) de grupo.

Posteriormente a la presentación de los resultados obtenidos por los relatores, en cada uno de los grupos de trabajo establecidos, se procederá a realizar una socialización general de los mismos y un necesario análisis a la luz de algunos conceptos fundamentales sobre comunicación organizacional, que permitirán establecer criterios de evaluación sobre el estado actual de las comunicaciones en la organización y las alternativas y posibilidades reales para la conformación de una estrategia adecuada a las necesidades de la misma.

Desde esta perspectiva, se establecerán algunas pautas básicas para la construcción de la estrategia de comunicaciones, a partir de la elaboración de preguntas orientadoras que faciliten su comprensión y adecuación por parte de los asistentes.

4.2.2. Segundo momento – Elaboración de diagnóstico nacional de la comunicación institucional de ECOFONDO: En este segundo momento del taller, teniendo en cuenta los insumos conceptuales obtenidos en la primera actividad, se procederá a la elaboración general participativa de un diagnóstico nacional de las comunicaciones en la institución; con base en ello, se empleará el material obtenido, acorde con los datos sistematizados sobre la realización de los ejercicios regionales de evaluación comunicacional.

Para el desarrollo de dicha actividad se evaluará la comunicación en el ámbito nacional y regional a partir de la socialización de los elementos recogidos (presentación powerpoint) y la posterior discusión de estos insumos presentados, mediante la división del auditorio en grupos de trabajo. Vale la pena añadir, que en este momento de la actividad, la discusión en los grupos de trabajo será realizada a partir de unas guías correspondientes, manejadas por el coordinador (a) del grupo. En estas guías, deberán estar presentes, categorías de diagnóstico de la comunicación que aborden lo nacional, lo regional y la comunicación entre instancias. La evaluación de los Medios existentes en la institución (portales web y boletín anual) también se incluye en este momento del taller.

Los insumos recogidos en estos grupos de trabajo serán fundamentales para llegar a acuerdos que logren la caracterización del diagnóstico en actividad plenaria.

4.2.3. Tercer momento – Avances en la construcción de la estrategia comunicacional institucional: Posteriormente a la etapa de diagnóstico nacional de las comunicaciones en la institución, en este momento metodológico del taller, se realizarán avances en la construcción de la estrategia nacional de comunicaciones de la institución, con base en todos los insumos recogidos en las actividades anteriores y, con base en unas ideas orientadoras sobre la pertinencia, eficacia y correspondencia de la estrategia de comunicaciones, acorde con las necesidades específicas de la organización en cuestión. Vale la pena decir que, en este momento del taller, se realizará una articulación entre el primero y el segundo momento del mismo, es decir, una combinación de los resultados obtenidos tanto en la etapa introductoria como en la etapa de diagnóstico nacional. Esta actividad se realizará de manera general, y

las propuestas y especificaciones correspondientes, serán recogidas por el relator general para su socialización y acuerdo en la plenaria correspondiente a esta etapa del taller.

Nota: En este punto, es importante decir que las propuestas realizadas, deberán tener en cuenta los alcances y las limitaciones REALES de la institución.

4.2.4. Cuarto momento – Discusión y compromisos frente a la estrategia de comunicaciones. Campaña

SALSA: En este momento del taller, se realizará una actividad de socialización general inicial de los avances y limitaciones de la estrategia de comunicaciones de la campaña SALSA, pretendiendo con ello, lograr, posteriormente, una etapa de discusión y concreción de aspectos claves para la puesta en marcha de la campaña, tanto a nivel regional como a nivel nacional.

Luego de un primer espacio de socialización del estado de aplicación de la estrategia de comunicaciones de SALSA, se procederá a establecer grupos de trabajo, donde se analizarán inconvenientes, perspectivas, puntos comunes y propuestas concretas frente a los mecanismos comunicativos de la campaña y los objetivos trazados para su implementación. Estos datos finales, recogidos por los relatores en cada uno de los grupos, serán herramienta fundamental de participación en una actividad plenaria de cierre, donde se buscará la elaboración de una agenda nacional con perspectivas de las 12 regionales sobre la SALSA en materia comunicacional.

5. Asistentes: Se requiere la presencia de los coordinadores regionales de la campaña SALSA, así como de 1 representante del consejo por región, cuya característica primordial sea, precisamente, algún tipo de experiencia en materia de comunicaciones o cuyo trabajo en la regional, respalde actualmente este tipo de prácticas. Este requerimiento, se realiza principalmente para lograr posturas y compromisos claros por parte de las regionales frente al desarrollo tanto de la estrategia general de comunicación institucional de ECOFONDO, como de la estrategia de comunicaciones planteada, en este mismo sentido, para el desarrollo de la campaña SALSA.

Igualmente, se convoca a 2 miembros de la junta directiva nacional para que hagan presencia en el evento, al igual que a los miembros del comité operativo nacional.

6. Aspectos logísticos para tener en cuenta:

Convocatoria: Se entablará comunicación con los representantes de las regionales y los miembros de la junta directiva, a través de correo web y telefónicamente cuando sea el caso.

Fecha: 27 y 28 de octubre de 2009.

Personal de Apoyo en coordinación y logística: 2 coordinadores generales, 1 moderador (a) general, 1 relator (a) general, 2 coordinadores auxiliares de mesa de trabajo y dos moderadores auxiliares de mesa de trabajo (opcional, de acuerdo al orden metodológico escogido).

7. AGENDA DEL TALLER:

Día 27 de Octubre de 2009

8:00 – 9:00 a.m. Actividad de instalación

9 – 11 a.m. Sondeo de percepciones generales sobre la comunicación organizacional (grupos de trabajo). Primer momento.

11:00 – 12:00 p.m. Actividad de aclaración conceptual colectiva sobre comunicación estratégica (socialización general). Primer momento

12:00 – 2:00 p.m. Almuerzo

2:00 – 3:00 p.m. Presentación de insumos sobre estado institucional de comunicaciones. Actividades regionales. (socialización general) Segundo momento.

3:00 – 5:00 p.m. Discusión y socialización sobre diagnóstico nacional de comunicación institucional de ECOFONDO (Grupos de trabajo) Segundo momento.

5:00 – 7:00 p.m. primera plenaria – Discusión para acuerdos básicos sobre diagnóstico nacional.

Día 28 de Octubre de 2009

8:00 – 9:00 a.m. Avance en la construcción de la estrategia nacional de comunicaciones de ECOFONDO. (Discusión y debate) Tercer momento

9:00 – 10:00 a.m. Segunda plenaria – Hacia la estrategia nacional de comunicaciones ECOFONDO.

10:00 – 12:00 m. Socialización general de avances y limitaciones de la estrategia de comunicaciones de la campaña SALSA. Cuarto momento

12:00 – 2 :00 p.m. Almuerzo.

2:00 – 6:00 p.m. Plenaria – Propuestas y compromisos frente a estrategia nacional de comunicaciones SALSA.

6:00 – 7:00 p.m. actividad de cierre.

Día 29 de Octubre de 2009 (Reunión con Coordinadores Regionales Campaña SALSA)

8:00 a.m. - 9:00 a.m. Informes de coordinadores regionales sobre acciones desarrolladas en el marco de la campaña SALSA en su respectiva región.

9:00 – 10:00 am. Análisis grupal de las dificultades presentadas en el desarrollo de la campaña SALSA.

10:00 – 10:15 am. Refrigerio.

10:15 am. – 11:00 am. Análisis grupal de los avances – logros obtenidos en el desarrollo de la campaña SALSA.

11:00 am. – 11:30 Proyecciones, acciones por desarrollar entre octubre – diciembre de 2009 y febrero – abril 2010. (Cronograma de trabajo). Presentación Coordinador Nacional Campaña SALSA.

11:30 am. – 1:30 pm. Tareas, compromisos, acuerdos.

1:30 pm. – 2:30 pm. Almuerzo – comentarios evaluativos de la jornada de trabajo.

2:30 pm. Retorno.