

# 04 COMUNICACIÓN

La comunicación es un aspecto clave en proyectos de colaboración entre la Administración Pública y la ciudadanía. Nos interesa la comunicación como conversación, como espacio para el encuentro y el intercambio, para construir un relato compartido, generar debate y mover posiciones.

Resulta clave diseñar estrategias de escucha para llegar a un público diverso con el objetivo de generar confianza y vinculación. Tenemos que aportar claridad en el proceso; por tanto, se hace necesario partir de un diseño que sea capaz de aclarar y comunicar cuál es el nivel de implicación que pedimos a las personas, y cuáles son los logros que esperamos alcanzar.

Planificar este ejercicio nos permite escuchar necesidades y demandas, conocer y construir un relato, intercambiar información y tejer acuerdos y soluciones conjuntamente.

## CONVERSACIÓN, VÍNCULO Y CONFIANZA

En los procesos de colaboración necesitamos fortalecer los vínculos y establecer una relación de confianza. Nos interesa la comunicación como conversación, como espacio para el encuentro. Establecer un diálogo constructivo permite identificar problemas, proponer soluciones y tomar decisiones compartidas.

*En tu proyecto, ¿cómo favorecéis el encuentro y la conversación constructiva?*

## DIVERSIDAD, SEGMENTACIÓN Y CANALES

Todo proyecto de colaboración implica detectar o "mapear" a personas y agentes que ya están implicados en el contexto o que pudieran sentirse concernidos. La segmentación es elemental para seleccionar canales y conectar con esta diversidad de personas y agentes.

*En tu proyecto, ¿cómo realizáis un primer mapeo de agentes? ¿Cómo seleccionáis los canales para conectar con distintos agentes?*

## CONTAR EL PROCESO PARA VALORIZARLO

Las interacciones entre personas impactan de forma positiva y refuerzan el proceso. Construir un relato de valor con la suma de voces diversas contribuye a la legitimación del propio proceso y a la visibilización, refuerzo y reconocimiento de personas y organizaciones que se implican en el mismo.

*En tu proyecto, ¿qué herramientas y estrategias ponéis en marcha para sostener este relato?*

## MENOS DIFUNDIR Y MÁS ESCUCHAR

Iniciar un proyecto de este calado implica realizar una atenta escucha activa de las necesidades y potenciales de la realidad en la que emerge. Necesitamos detectar, conectar, informar, conversar y proponer espacios de encuentro a personas y agentes que puedan activar respuestas para afrontar el reto compartido.

*En tu proyecto, ¿qué estrategias de escucha activa se han activado?*

## FLUJO DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación discurre paralela a las fases de un proceso. Para lograr una comunicación efectiva debemos diseñar una estrategia con objetivos claros, dibujar una hoja de ruta, coordinar las acciones comunicativas y construir los mensajes a trasladar en las diferentes fases.

*En tu proyecto, ¿existe una estrategia comunicativa? ¿Están claros los objetivos y la hoja de ruta de acciones?*

## TIPS

Referencias y/o herramientas que pueden ayudar a entender y desarrollar mejor este atributo.

### SEGUIR HACIENDO PALANCA Y PROFUNDIZANDO EN UN USO CRÍTICO

Hace tiempo descubrimos el potencial de Internet para visibilizar realidades, conectar personas e intercambiar semillas para el cambio. Sin embargo, necesitamos avanzar en una reflexión crítica ante la deriva de estas herramientas alimentadas por nuestros datos y nuestra atención.

La participación ciudadana cuenta con Decidim, una solución informática desarrollada mediante la colaboración público-social y basada en software libre. Decidim se rige por un código ético que garantiza la privacidad y proporciona acceso a datos desagregados para análisis que ayudan en la toma de decisiones colectivas.

<https://decidim.org/es>

### CÓMO CONECTAR PARA COLABORAR CON UN PÚBLICO JOVEN

En ocasiones escuchamos que la comunicación con jóvenes es complicada. Los canales cambian muy rápido y sus hábitos, vistos desde fuera, pueden resultar caprichosos.

Una estrategia efectiva es contar con personas reconocidas que hagan de enlace a través de los canales adecuados. #Geure fue una iniciativa impulsada por el Departamento de Juventud de la Diputación Foral de Gipuzkoa para generar una conversación sobre igualdad entre jóvenes de 14 a 18 años. Un grupo de influencers publicaba vídeos con preguntas sobre temas de igualdad. Las personas que respondían accedían a un evento para encontrarse con sus influencers.

<https://www.gipuzkoa.eus/es/-/geure>

### COMUNICACIÓN CENTRALIZADA Y DISTRIBUIDA ENTRE TERRITORIOS

El Proyecto Vitamina emplea una estrategia de comunicación equilibrada, combinando enfoques centralizados y distribuidos. La marca y la página web son los elementos centrales que unen los 5 territorios involucrados y comparten la narrativa del proceso. Además, se establecen acuerdos para usar un hashtag común y aprovechar todos los canales disponibles.

Esta combinación maximiza el impacto de los contenidos aprovechando el potencial viralizador de la red. Ambas líneas de acción convergen en el hashtag #ProyectoVitamina donde fluye la comunicación a favor de un propósito común y sostenible en el tiempo.

<https://proyectovitamina.cat/>



### COMUNICACIÓN COLABORATIVA PARA IMPULSAR EL DEPORTE EN GETXO

#GetxoKirolak es una iniciativa para impulsar la actividad física y generar sinergias entre clubes, ciudadanía y la entidad que gestiona el deporte en Getxo. La estrategia se basó en la capacitación tecnológica, encuentros de reflexión y orientación estratégica, una serie de llamadas a la acción y un periodo de seguimiento y apoyo.

Al tiempo, se diseñó una estrategia de comunicación colaborada con el tejido deportivo de Getxo, centralizando los impactos comunicativos en redes sociales en el hashtag #GetxoKirolak, que se utilizó para dar a conocer la actualidad deportiva y los valores asociados al deporte en el municipio.

[https://www.youtube.com/watch?v=S\\_ltbAqkIQ0](https://www.youtube.com/watch?v=S_ltbAqkIQ0)

