

## **Título de la estrategia de comunicación pública**

### **Estrategia de comunicación pública de nombre de su grupo u organización (preferentemente de la sociedad civil)**

#### **Propósito de la estrategia**

En media cuartilla establecerán el propósito de la estrategia de comunicación: ¿qué se desea lograr con esta estrategia? Deberían hacer referencia a alguna necesidad común o problemática que detectan en la sociedad y en la que desean incidir. En esta parte debería también proporcionarse una introducción breve de la estrategia de comunicación pública (o sea, en qué consiste su estrategia y de qué manera se conecta con la necesidad común detectada).

#### **Contexto, situación actual en torno al problema y actores involucrados**

En al menos una página se realizará un análisis del contexto y situación actual en torno al problema que se detectó. Este análisis debe estar escrito en párrafos, no en viñetas o diagramas. Es indispensable citar las fuentes de toda la información. Asimismo, deben describir a los actores involucrados en la problemática. Describir cómo esta situación actual lleva a la necesidad de cumplir objetivos realizables a través de la estrategia de comunicación que se presenta en este documento. Pueden esquematizar su análisis con el esquema de identificación de actores explicado en la semana 3 del curso.

#### **Objetivo general y objetivos comunicacionales**

Señalar objetivos general y comunicacionales. En general, los objetivos deberían ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y situados en el tiempo (acrónimo SMART).

Los objetivos comunicacionales anticipan los efectos que las actividades de comunicación tendrán en el problema.

### Ejemplo:

#### Objetivo general

*Through advocacy by selected civil society organizations, local authorities will assure the rights of people living with aids to property, birth registration, and health care. [Nota: es el objetivo general de la organización; fijate cómo puede involucrar no solamente al área de comunicación, sino al área jurídica y operativa.]*

#### Objetivos comunicacionales

- Relevant religious, social and community groups discuss at regular meetings, HIV/AIDS, compassion, myths and misconceptions, and hold events at least once a year to promote understanding for people living with AIDS and their families .*
- Journalists deliver accurate, evidence-based and balanced reporting on people living with AIDS. [Nota: fijate cómo ambos objetivos comunicacionales competen al área de comunicación; nota además cómo ambos se centran en lo que se desea que otros hagan como resultado de la estrategia, no en las actividades de la organización en sí.]*

Fuente: tomados de la guía de comunicación estratégica de Unicef,  
[https://www.unicef.org/cbsc/files/Writing\\_a\\_Comm\\_Strategy\\_for\\_Dev\\_Progs.pdf](https://www.unicef.org/cbsc/files/Writing_a_Comm_Strategy_for_Dev_Progs.pdf)  
Más información en: *Guidelines on developing a communication strategy*,  
[http://tacso.org/data/dokumenti/pdf/Developing\\_Communication\\_Strategy\\_Guidelines.pdf](http://tacso.org/data/dokumenti/pdf/Developing_Communication_Strategy_Guidelines.pdf)

### Identificación de audiencias

Identifica a las audiencias que son relevantes para conseguir el objetivo de comunicación. Puedes insertar el diagrama realizado en la semana 4. Además, debes señalar las características de cada audiencia identificada y el canal por el cual puedes llegar a esta.

Audiencia	Características	Canales
...	...	...
...	...	...

### Estrategias y tácticas de comunicación

Para cada objetivo, crea **al menos** una estrategia. La estrategia plantea algo que puede hacerse (un camino, de entre muchos posibles) para lograr el objetivo de comunicación. Relaciona el objetivo de comunicación y las estrategias planteadas con actividades específicas de comunicación (tácticas).

Objetivos de comunicación	Estrategias	Actividades de comunicación (tácticas)	Audiencia, mensajes y canales involucrados
...	...	...	
...	...	...	

## Principales actividades de comunicación

Insertar evidencias de las actividades principales de comunicación de tu estrategia de comunicación pública. Por ejemplo, si tu estrategia incluye la divulgación de un video educativo, elabora una descripción detallada de este (sinopsis, guion, concepto, *storyboard*); o si tu estrategia incluye una campaña publicitaria, describe las características de los anuncios y desarrolla algunos ejemplos.

## Evaluación de la estrategia de comunicación pública

**Si todo esto no es medible y evaluable, ¿cómo vamos a demostrar que tuvimos éxito?** Aquí debes responder la pregunta: ¿cómo vamos a evaluar los resultados de esta estrategia de comunicación pública **después** de que sea implementada? Para que una evaluación sea útil esta debe tener criterios científicos, es decir: debe ser sistemática, fiable y válida.<sup>1</sup>

## Referencias

Aquí debe colocarse la lista de referencias en formato de la APA. Debe estar ordenada alfabéticamente y en sangría francesa. Ejemplo:  
Apellido, Inicial (año de publicación). Título del documento. Recuperado el 4 de febrero de 2018 de <http://www.sitio.com>

---

<sup>1</sup> ¿Qué es sistemático? Se va a seguir a lo largo de la evaluación el mismo método (es decir, no vamos a empezar haciendo algo y luego cambiar nuestras reglas).

¿Qué es fiabilidad? Siguiendo el método planteado cualquier otra persona podría llegar al mismo resultado.

¿Qué es validez? Los resultados reflejan la realidad. Podemos confiar en que si el resultado fue que 10 % de las personas conocen nuestra campaña, así ocurre en realidad (aunque hay que también tomar en cuenta el error estadístico y el nivel de confianza usado en ejercicio).