



DIEZ PISTAS PARA COMUNICAR CÓMO MEJORAR TU ENTORNO

0. Introducción

“Lo que no aparece en los medios, no ocurre”. Por eso, además de centrarte en desarrollar tu proyecto resulta fundamental que lo comuniques. Para ello, es necesario conocer una serie de estrategias y rutinas sobre cómo trasladar el mensaje de la manera más efectiva.

Por otra parte, los proyectos de mejora del entorno en comunidad se caracterizan por reunir a varios agentes en la consecución de un objetivo concreto. También en las cuestiones relacionadas con la comunicación es necesario aunar esfuerzos para que el impacto en medios sea el esperado.

A continuación, detallamos 10 pistas que debes tener en cuenta en la comunicación de tu proyecto.

1. Más que mil palabras.

Tu proyecto debe contar una imagen que será la identidad del proyecto. Estará compuesta compuesta de un logo y un nombre atractivo. Ambos elementos deben ser representativos y simples. En el caso de la denominación piensa en el mensaje claro que resuma la filosofía del proyecto, en no más de 5 palabras, a modo de slogan.

El diseño de materiales supone una parte esencial. Si te manejas bien con herramientas de tratamiento de imágenes puedes diseñarlos tú mismo, si no, recurre a algún profesional que te oriente sobre tendencias, colores, tipografías... La imagen visual del proyecto determina las ideas y valores que éste comunica a simple golpe de vista.

Además de la identidad propia del proyecto, es necesario tener en cuenta la imagen de las instituciones que participan en él. No olvides que en todos los materiales derivados del desarrollo del proyecto: web, diplomas, enaras, presentaciones... deben aparecer los logos de las instituciones participantes. Todos se colocarán en el mismo tamaño y en orden de importancia.

2. El párrafo omnipresente.

Busca y escribe un párrafo que defina el proyecto. Debe incluir qué es y qué pretende conseguir, dónde se desarrolla y qué actores implica. Ese ‘párrafo omnipresente’ debe ser el mensaje que debes trasladar en todos los textos derivados del proyecto y en todas las intervenciones en medios.

3. Construye tu ventana al mundo.

Construir una web es una buena forma de abrir una ventana al mundo de tu proyecto. En ella podrás ir contando su desarrollo mediante textos e imágenes y será una excelente plataforma de presentación para dar a conocer el proyecto.

Asimismo, podrás incluir siempre el enlace web en todos los materiales y convertir el sitio en un punto de encuentro para todos los actores participantes.

Mantener tu web actualizada y ofrecer en ella diversos recursos (vídeos, galerías de fotos, enlaces de interés...) aumentará las visitas y, por tanto, la difusión de tu proyecto.

4. Utiliza los medios sociales

Hoy en día los medios sociales constituyen un canal eficaz de comunicación. Por eso si utilizas normalmente Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn u otras redes no dudes en exprimir las como instrumentos de difusión.

Puedes crear perfiles específicos para el proyecto o utilizar etiquetas o hashtag para denominarlo. Por ejemplo, en la gran comunidad virtual de localidades que han realizado proyectos de mejora del entorno en Andalucía utilizamos ya la etiqueta **#mejorconciencia** en todos los tuits y publicaciones en Facebook.

5. Aunando esfuerzos.

En un proyecto colaborativo participan varios agentes: ayuntamientos, asociaciones, empresas, centros educativos... Por ello, investiga cuál de ellos cuenta con profesionales que puedan ayudar en la comunicación del proyecto. Se trata de periodistas o divulgadores que están acostumbrados a difundir iniciativas y pueden proporcionarte una forma fácil de acceso a los medios. Por ejemplo, contactar con el gabinete de prensa de tu localidad puede ser una buena estrategia.

Envíales la información relacionada con el proyecto e infórmalos de los hitos importantes. Por ejemplo, si se va a organizar una presentación, si se consigue algún logro o cuando finalice y se presente el producto final.

Si los avisas antes de que se desarrolle la actividad, los periodistas del gabinete podrán ayudarte en todas las gestiones para difundir la información.

6. Citas a los participantes y el lugar de actuación.

Los agentes participantes en el proyecto deben verse reflejados. Por ello, no olvides citarlos siempre, con sus nombres y sus logos. Incorpora también la provincia a la que pertenece tu proyecto.

7. Haz de altavoz.

Si conoces a algún periodista, tienes un compañero que tiene un blog, participas en algún foro o formas parte de alguna asociación... difunde tu proyecto por todas las vías. Tú eres el mejor embajador. Envíales todos los recursos que necesiten para contar el proyecto (nota de prensa, enlace a web, imágenes...) en sus respectivos canales.

8. Frente al periodista

¿Qué hago si me piden participar en una entrevista para contar el proyecto? Primero, tranquilízate y abandona el miedo escénico.

Después intenta recopilar toda la información que puedas sobre cómo será tu intervención: duración, tipo de programa (informativo, magazine, sección en la que se publicará), quién es el periodista que te entrevistará y cuándo se emitirá o publicará. Esto te dará pistas sobre el tono y el desarrollo de la entrevista.

Elabora un pequeño esquema (mental o en papel) de los puntos importantes que quieres contar. Es importante que tu mensaje quede claro, sea directo y sencillo. Utiliza frases cortas. Recuerda que el "tiempo es oro" para los periodistas, ve al grano, responde exactamente a lo que te pregunten y no te remontes a la Prehistoria para contarlo, no te pierdas en batallitas y no intentes rellenar con cuestiones "de adorno".

No olvides citar tu “párrafo omnipresente”, que es la definición de tu proyecto, y remite siempre a la web para complementar información.

9. Cazando momentos.

Toma imágenes y vídeos de los momentos importantes del proyecto. Te servirán para la web, para enviarlas si las pide algún medio y como balance visual del desarrollo de la iniciativa.

También para utilizar ese material audiovisual en el producto final del proyecto, ya que el vídeo será un montaje de imágenes que resuma el transcurso de las actividades.

No olvides que si aparecen menores éstos deben contar con la autorización de los padres para la difusión de su imagen.

10. Una historia audiovisual

Una de las opciones de materialización del producto final del proyecto es un vídeo. Éste recopilará mediante imágenes y una locución todo lo que ha supuesto tu iniciativa. Algunos aspectos importantes para considerar antes de ponerte manos a la obra son el guión, la duración y la música.

Con respecto al **montaje**, lo fundamental es contar una historia. Para ello, es necesario elaborar un guión previo que incluya los siguientes elementos:

1. Voz en off, es decir, el narrador de la historia.
2. Los planos, es decir, las imágenes que ilustrarán la historia.
3. Los rótulos (texto impresionado en la imagen). Éstos deben ser legibles, es decir, elegir colores y tipos de letra que se perciban bien por el telespectador, ya que duran muy poco en pantalla.
4. Los totales. Se trata de las declaraciones de aquellas personas que van a intervenir. Éstos no deben exceder los 20-30 segundos para no aburrir al espectador.
5. La música. Debes elegir temas musicales libres de derechos de autor, de otra forma, plataformas como Youtube bloquearán ese contenido.

En cuanto a la **duración** no debe exceder los 5 minutos. Cualquier producto más largo puede hacerse demasiado largo y pesado para un telespectador.

6. Sabuesos de medios.

Cuando detectes un medio, blog, radio o televisión que publique una información sobre el proyecto, debes guardar el recorte de prensa o enlace al medio digital, podcast o pieza audiovisual. Es importante contar con una recopilación de los medios que se hacen eco de tu proyecto, porque es una forma de evaluar el impacto mediático y también la forma más evidente de que tus estrategias de comunicación están funcionando.

Diez consejos son pocos para la amplia labor de comunicar, por eso te animamos a que conforme vayas elaborando tu plan de comunicación compartas cualquier otra recomendación o duda que te surja.