



**MINISTERIO DE OBRAS PÚBLICAS Y COMUNICACIONES, MOPC.  
Gabinete del Viceministro de Obras Públicas y Comunicaciones  
Unidad Ambiental, U.A.**

**CONSORCIO THE LOUIS BERGER GROUP, INC – ICASA.  
IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN  
AMBIENTAL (PGA) DEL PROGRAMA DE  
CORREDORES DE INTEGRACIÓN DE OCCIDENTE,  
PAQUETE I: GERENCIAMIENTO DEL PLAN DE  
GESTIÓN AMBIENTAL, CONTRATO DE  
PRÉSTAMO No. 1278/OC-PR (BID)**



**INFORME DE CONSULTORÍA  
INFORMACION A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y  
POBLACION LOCAL.**

**Asunción, Paraguay.**

Noviembre de 2009.

## INDICE DE CONTENIDO.

1.	INTRODUCCION .....	3
2.	OBJETIVOS .....	5
2.1.	Objetivo General .....	5
2.2.	Objetivos Específicos.....	5
3.	METODOLOGIA .....	6
3.1.	Etapa de análisis.....	6
3.2.	Planificación .....	6
3.3.	Estrategias de la comunicación .....	6
3.4.	La ejecución .....	9
3.5.	El monitoreo y la evaluación.....	10
3.5.1.	Medios de verificación .....	10
4.	RESULTADOS ESPERADOS .....	11
5.	CONCLUSIONES .....	11
6.	FUENTE BIBLIOGRÁFICA .....	12
7.	ANEXOS .....	12

## **1. INTRODUCCION**

La comunicación es una característica humana que fundamenta la dimensión social y permite acrecentar la transmisión y el intercambio de mensajes, experiencias, sentimientos, ideales. Su estudio y comprensión son una clave para el entendimiento del hombre y de las organizaciones (ALCORTA – MANTINIAN: 2004, 27). Ella puede ser directa en el intercambio inmediato y bidireccional entre emisor y receptor; mientras que puede ser indirecta cuando utiliza variados medios masivos, tales como la televisión, la radio, la prensa, el internet. En el primer caso la relación puede ser profundizada y dialogada; mientras que en el segundo es masiva, su alcance es masivo, por lo cual en la actualidad es muy utilizada por las instituciones públicas y privadas para sus informaciones al exterior, tanto a nivel nacional como internacional.

En las organizaciones y los diferentes subsistemas sociales la comunicación es planeada, organizada y sistematizada hasta el punto que un plan de comunicación implica estructurar la fluidez de la información, así como la planeación de los medios y canales que se utilizan o utilizarán para su concreción. Con dicho plan se busca elevar la calidad de las relaciones de las organizaciones, tanto entre los miembros de la propia empresa así como en las relaciones con el exterior.

La elaboración es un proyecto de comunicación integral implica partir de la realidad específica a la cual se refiere, que incluye la descripción de la situación, en el sentido de especificar el segmento del mercado al cual se destina dicho plan. También especifica los objetivos de la comunicación ya que se determinan los fines o metas que se pretenden lograr con el plan. Asimismo, se determinan las estrategias de comunicación, o sea, cómo se pretende alcanzar estos objetivos, mediante acciones o instrumentos generales. Todo esto se relaciona con el público meta, a quienes se dirigirá el proyecto; las acciones recomendadas, en coherencia con las estrategias citadas; el mensaje clave o básico que permite enfocar la idea principal que debe estar siempre presente en toda la comunicación dirigida a los beneficiarios.

Con estos datos, se puede resaltar que la comunicación ordenada a un fin reporta beneficio de gran importancia frente a la inversión realizada, pues se encamina a controlar los esfuerzos, ordenar las acciones y administrar los recursos disponibles.

En el caso específico de este Plan de Gestión Ambiental, los aspectos que justifican un proyecto de comunicación en el contexto del Chaco paraguayo son los siguientes.

En primer lugar, se cita una cuestión geográfica. La extensión del Chaco, con la presencia de comunidades dispersas, unas en áreas concentradas, otras en áreas rurales dispersas, exige un plan adecuado, expresamente preparado para esa realidad.

En segundo lugar, la característica de la población chaqueña es la multiculturalidad. Por una parte, es eminentemente oral en la población campesina e indígena, que forma parte de una gran extensión. Por otra parte, se destacan zonas más avanzadas en cuanto a los adelantos de la civilización, en especial con las colonias menonitas del Chaco Central, con un altísimo nivel de vida, ya que cuentan con todos los adelantos tecnológicos de los medios de comunicación, de producción y de organización. Esta diversidad cultural constituye un desafío para todo proyecto que busca insertarse en esa realidad muy peculiar. Es necesario implementar un proyecto que responda a esa peculiar realidad.

Otro aspecto trascendente se refiere a la consideración de la diversidad cultural que se constata en el Chaco Paraguayo, en lo referente a los idiomas que son hablados, que se agrega a la dispersión poblacional y a la cuestión geográfica. Esto implica la diversidad de idiomas nativos, además del castellano y el guaraní, que deben ser considerados en el plan de comunicación.

Por otra parte, el uso de herramientas comunicacionales actuales, adaptadas a la realidad, exige la elección de medios adecuados y pertinentes. En el caso del Chaco paraguayo los medios radiales son los más convenientes y los que están disponibles para las comunidades más desfavorecidas.

Un aspecto que no se puede soslayar se refiere a la visibilidad pública de los proyectos y de las organizaciones frente a las comunidades beneficiarias. Las comunidades de la región necesitan tener información pública, conocer y aprobar la presencia de las propuestas dirigidas a su realidad. De ese modo se justifica también la elección de las herramientas pertinentes para divulgar las informaciones, los mensajes y todo tipo de comunicación para las poblaciones de la zona citada.

En vista a todo lo mencionado, se presenta este proyecto de comunicación para el Servicio de Consultoría para la implementación del Plan de Gestión Ambiental (PGA) de las obras contempladas en el Programa de Corredores de integración del Occidente, dentro del Convenio de Préstamo Banco Interamericano de Desarrollo BID N° 1278 OC – PR Paquete 1. Gerenciamiento del Plan de Gestión Ambiental.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo General**

Informar a los medio de comunicación local y a la población local sobre los alcances del programa Corredores de integración del Occidente y sus implicancias desde el punto de vista social, económico y ambiental y contribuir con los objetivos del Plan de Gestión Ambiental, en el logro de un espacio definido en los medios de comunicación social, para una imagen ajustada a los objetivos formulados, que permitan el incremento del conocimiento, de la concienciación y del compromiso por parte de los diferentes públicos relacionados a dicho Plan.

### **2.2. Objetivos Específicos**

- a) Promover la información interna suficiente entre los integrantes del equipo de profesionales de la Consultoría afectados al PGA, para el conocimiento de las acciones y los avances del Proyecto, la coordinación mediante criterios comunes y el apoyo mutuo entre los actores responsables de los diferentes componentes del Proyecto.
- b) Elaborar materiales de información, escrita y oral, dirigidos para diferentes públicos afectados por el Programa, autoridades y funcionarios de Gobernaciones y Municipalidades, educadores y miembros de comunidades educativas, pobladores en general y otras instituciones relacionadas.
- c) Difundir en forma constante información adecuada y suficiente para actores políticos y profesionales de las unidades ambientales de Gobernaciones y municipalidades del área de influencia del Proyecto.
- d) Divulgar información pertinente, adecuada y suficiente par directivos, docentes, alumnos y padres o encargados de alumnos de las instituciones educativas de la región mencionada.
- e) Utilizar toda actividad realizada por el Proyecto en el área de influencia, en los diferentes componentes, para que todo profesional integrante de la Consultora transfiera noticias e informaciones con el objeto de apoyar en forma directa la concienciación y el apoyo con los objetivos del Plan de Gestión ambiental.
- f) Realizar contactos con los Medios de Comunicación Social nacionales y, en especial, del Chaco Paraguayo para difusión del Plan de Gestión Ambiental, con sus acciones y avances.

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. Etapa de análisis**

Primeramente se realizó una etapa de análisis que permitió obtener la información que guió la formulación del proyecto de comunicación y las estrategias que se deben seguir para el logro de los objetivos.

En la etapa de análisis se identificaron:

- los comportamientos que deben ser alentados o desalentados acorde a los objetivos del PGA,
- los mensajes a ser transmitidos a los medios de comunicación y población local,
- los públicos objetivo a alcanzar,
- los canales de comunicación para llegar a ellos y las estrategias más adecuadas.

Durante la misma etapa de análisis se aprovechó para informar, sensibilizar a la población sobre las actividades del Programa y el principal medio fue la radio, utilizando la infraestructura montada en La Región y paralelamente, se realizó la formulación de las otras etapas del proyecto de comunicación.

#### **3.2. Planificación**

En la etapa de planificación se diseñó el curso de acción, claro basado en esta información del análisis. Los resultados de las evaluaciones fueron examinados para seleccionar:

- El tipo de comportamiento que conducirá a un beneficio substancial de la gestión ambiental, de ser adoptado por un segmento significativo de una población determinada
- Los conceptos del mensaje que promoverán los beneficios notorios resultantes del nuevo comportamiento, y
- Los canales de comunicación que alcanzarán al público de la manera más continua y al menor costo posible.

#### **3.3. Estrategias de la comunicación**

En primer lugar, se mencionan las siguientes estrategias sugeridas para el logro de los objetivos formulados.

- a) En el área de la comunicación interna, dentro de la Consultoría, entre los profesionales afectados por este Programa, se sugieren los encuentros personales, las reuniones, un boletín periódico, dirigido a todos los niveles. Todo esto permitiría encaminar al logro de la cooperación entre el personal, la estructura y el logro de las metas.
- b) En el área de la información para todo público, la elaboración de un “spot” institucional; espacios para intervención directa de responsables de la Consultoría en medio radial, televisivo, prensa escrita; difusión de mensajes grabados con mensaje multicultural; elaboración e impresión de afiches, folletos, trípticos; la publicación de un boletín. Esta la comunicación externa que tenderá hacia el enlace con el público externo.
- c) En el área de la información para autoridades y profesionales de unidades ambientales, la información para autoridades, Gobernadores, Intendentes y profesionales. Esta comunicación externa pretende mantener una relación constante con las autoridades y los profesionales con gran poder en las comunidades del área de influencia.
- d) En el área de la información para instituciones educacionales, los materiales informativos y educativos para directivos, docentes y estudiantes. Esta comunicación externa se encamina al logro de una incidencia a largo plazo mediante la educación formal en instituciones educacionales.
- e) En el área de la comunicación directa, entrevistas formales solicitadas con Gobernadores e Intendentes municipales, visitas a centros educativos. Esta comunicación externa directa pretende una cercanía y relacionamiento interpersonal con las autoridades de la zona.
- f) En el área de vínculos con los Medios de Comunicación Social, las ruedas de prensa, el envío de gacetillas de prensa, informaciones y otros datos necesarios a los Medios de Comunicación, relación con los periodistas, espacios en los programas, auspicio de eventos o programas de los medios de comunicación. Esta comunicación externa pretende obtener el apoyo de los Medios de Comunicación Social y aumentar la posibilidad del incremento de las informaciones al público.

En forma específica, estas estrategias serán concretadas mediante acciones encomendadas para cada una de las áreas, en base a los términos de referencia de la consultoría.

- En el área de la comunicación interna, dentro de la Consultoría, se sugieren :

- un encuentro mensual del Coordinador Técnico del Programa, con cada profesional integrante de la Consultoría.
- una reunión general de directivos, el Coordinador y profesionales cada seis meses para intercambio de informaciones, sugerencias y acuerdos;
- la elaboración de un informe mensual sobre actividades realizadas y las programadas.

En el área de la información para todo público:

- la elaboración de un “spot” institucional en idiomas nativos, castellano y guaraní para su uso en los medios radiales del Chaco Paraguayo;
- espacio solicitado para intervención directa de responsables de la Consultoría en medio radial (Radios Pa’i Pukú, ZP 30, Quebracho Poty, Samu’u, Nueva Asunción, Radio Comunitaria de Pozo Colorado),
- espacio solicitado para intervención en medio televisivo (Telefuturo, Cerro Corá);
- espacio solicitado para intervención en la prensa escrita (Abc Color, Ultima Hora);
- programas radiales ocasionales y/o semanales (radios locales), hasta los 600 minutos fijados;
- Elaboración e impresión de manuales técnicos, afiches y trípticos, en base a las especificaciones del pliego de términos de referencia, para cada subprograma y/o componente del Programa.
- la publicación de un boletín cada dos meses para todo público.
- En el área de la información para autoridades y profesionales de unidades ambientales: un resumen informativo trimestral para autoridades de los gobiernos locales, Gobernadores, Intendentes y profesionales de las unidades ambientales.
- En el área de la información para instituciones educativas:
  - la entrega en forma semestral de materiales informativos para directivos, docentes y estudiantes, y
  - distribución de materiales educativos didácticos específicos acerca de los temas medioambientales, en especial para su tratamiento curricular por los docentes y estudiantes.

- En el área de la comunicación directa:
  - realización de entrevistas formales con Gobernadores e Intendentes municipales, y visitas a centros educativos.
- En el área de vínculos con los Medios de Comunicación Social:
  - relación directa con periodistas televisivos para captar imagen de acompañamiento en terreno;
  - promoción de imagen institucional como auspiciante de un evento o programas de la zona de influencia del Programa;
  - la realización de ruedas de prensa a la culminación de cada etapa;
  - el envío de gacetillas de prensa con informaciones periódicas, con adjunto de informes, fotos, materiales audiovisuales;
  - Invitación a representantes de medios de prensa a formar parte como invitado en giras de trabajo o actividades educativas y para las coberturas de las actividades.

En cuanto a los mensajes claves o básicos que se deberán comunicar al público, es conveniente lograr un consenso entre los profesionales sobre estos tópicos:

- a) Fortalecimiento institucional de las organizaciones locales, la capacitación de los técnicos de las unidades ambientales de Gobernaciones y Municipios, la mejorar de la estructura administrativas y legal para el Gerenciamiento ambiental.
- b) La educación ambiental centrada en la conciencia ambiental, la situación de los recursos naturales y el medio ambiente de la región del Chaco.
- c) El fortalecimiento de las áreas silvestres protegidas dentro del área de influencia directa del Programa.
- d) Los planes de ordenamiento Ambiental del Territorio.
- e) La Prevención de incendios, la elaboración de planes de manejo del fuego.

### **3.4. La ejecución**

De acuerdo al cronograma trazado, se llevará a cabo el aspecto de la comunicación interna con el apoyo del Coordinador del Programa para buscar la cooperación de los integrantes de la Consultoría, la coordinación de las actuaciones, la mancomunidad de las intenciones para el logro de los objetivos.

En cuanto a la comunicación externa, se resalta primeramente el trabajo de elaboración de los materiales diversos, su ajuste, su coordinación y su puesta a disposición para la distribución correspondiente. También se incluye la constante interrelación con los medios de comunicación para la difusión de las informaciones elaboradas y con los representantes de las instituciones de la región chaqueña. Asimismo, se resaltan los viajes para la distribución ordenada de materiales, la difusión de mensajes a través de la radio y la televisión, y la realización de reuniones con grupos de la comunidad, así como la comunicación interpersonal en las áreas citadas en la lista de actividades.

### **3.5. El monitoreo y la evaluación**

El plan que se presenta deberá ser monitoreado en forma permanente, tanto en lo relacionado a la comunicación interna como a la externa.

#### **3.5.1. Medios de verificación**

Uno de los aspectos que se debe definir es el modo de controlar y evaluar el plan elaborado.

Los medios sugeridos son los siguientes:

- a) Cantidad de horas de radio utilizadas para la difusión de mensajes relacionados, constatables con las facturas de las radios utilizadas, grabaciones o constancias por escrito, según el caso.
- b) Cantidad de materiales impresos en afiches, folletos, trípticos, según la cantidad indicada, verificables con las facturas de las gráficas contratadas.
- c) Publicaciones periodísticas, mediante recortes de los periódicos respectivos.
- d) Publicaciones de boletines, materiales informativos y didácticos, con copias de los mismos.
- e) Participación en programas televisivos o radiales, verificables con las correspondientes grabaciones
- f) Entrevistas realizadas con autoridades locales, directivos y educadores, mediante las fotos respectivas.

#### **4. RESULTADOS ESPERADOS**

Con este plan de comunicación se pretende el logro de estos resultados

- a) Conciencia y actitud responsable de la población local en los aspectos medioambientales
- b) Aplicación de técnicas distintas a la de la quema indiscriminada por parte Autoridades locales y propietarios de establecimientos de desarrollo agropecuario
- c) Aplicación de estrategias de manejo rentabilidad adecuadas al desarrollo sostenible
- d) Intercambio de información y experiencias positivas en cuanto al manejo de ecosistemas.

#### **5. CONCLUSIONES**

Con la presentación de este plan se explicita la convicción de que la comunicación es una herramienta muy valiosa en la organización y en la historia de las instituciones en el proceso de realización de su misión y su relacionamiento con la sociedad.

El plan de la comunicación de una institución busca una mayor eficacia para el logro de los objetivos pretendidos; por ello, en este caso se busca aunar los recursos y medios disponibles, con el menor costo posible para hacer visible el Plan de Gestión de Ambiental, encaminar a la población afectada hacia una nueva conciencia y un mayor compromiso hacia los temas ambientales, hacia el fortalecimiento institucional de las organizaciones locales, el fortalecimiento de las áreas silvestres protegidas, hacia los planes de Ordenamiento Ambiental del Territorio y la Prevención de Incendios.

La aplicación de la comunicación interna sistematizada es un proceso constante que se irá logrando con el concurso de las personas que constantemente deben aprender a mejorar sus formas de interrelacionamiento, su participación y su cooperación.

La aplicación de la comunicación externa permitirá alcanzar una imagen adecuada de esta institución frente a sus públicos, a las organizaciones locales y las autoridades para que los resultados pretendidos sean reales, duraderos y beneficiosos para la región chaqueña.

## **6. FUENTE BIBLIOGRÁFICA**

ALCORTA, F – MANTINIAN, M. 2004. La comunicación institucional. Una herramienta estratégica. Caso de estudio: Universidad Católica Sede Asunción. 164p.

JOHNSSON, Hans. 2003. La gestión de la comunicación. Guía profesional. México.

HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Ana. 2002. Planificar la comunicación. Revista latina de comunicación social. 48. Recuperado el 30/nov/2009 de [Http://w.w.w.es/publicaciones/latina/2002.48marzo/4812ajhernandez.htm](http://w.w.w.es/publicaciones/latina/2002.48marzo/4812ajhernandez.htm)

## **7. ANEXOS**

Se presenta el calendario de las acciones recomendadas.