

La Comunicación,
eje transversal
en el quehacer
del FONAG

Fondo para la Protección del Agua /2008
Sistematizaciones de experiencias
La comunicación, eje transversal en el quehacer del FONAG

Textos y edición:
Nancy Puente - FONAG

Asesoramiento de Sistematización:
Betty Pérez

Fotografía:
Archivo FONAG

Diseño y diagramación:
Rubén Risco / Crearimagen

Impresión:
Crearimagen

Mayo 2008



La impresión de las publicaciones técnicas sobre las sistematizaciones de experiencias de los programas del FONAG es posible gracias al apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional conforme a los términos de la cooperación # 518-A-00-07-00056-00.

Las expresiones aquí manifestadas pertenecen al autor o autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de USAID o del Gobierno de los Estados Unidos de América.

Impreso en papel ecológico.

presentación

Se ha priorizado un modelo de conservación que piensa en la gente y en su entorno, partiendo de un bien natural de conservación que es el agua, razón misma de existir del FONDO.

Presentación

El reto del cuidado del agua encomendado al Fondo para la Protección del Agua FONAG es un largo camino que se lo empieza a recorrer, este es un proceso en el que se le da mucha importancia a la participación de la gente, la técnica basada en experiencias e información existente, así como a las ganas de innovar y proponer opciones y alternativas diversas o complementarias a las ya existentes.

Han sido años de preparación y búsqueda de talentos humanos con mística, preparación y entrega con quienes en una construcción colectiva han ido formando una propuesta de intervención sólida y coherente. Se ha priorizado un modelo de conservación que piensa en la gente y en su entorno, partiendo de un bien natural de conservación que es el agua, razón misma de existir del FONDO.

La visión del FONAG es liderar el posicionamiento de un nuevo sistema de gobernanza del agua que priorice al ser humano, sin olvidar su responsabilidad ante la naturaleza. Se quiere revertir la actual forma sectorizada de gestión a una forma integrada, en donde usuarios, actores públicos, privados, nacionales, regionales o locales se sienten a la mesa para la toma de decisiones.

También es obligación de la institución, el impulsar todos los procesos que faciliten el entendimiento de una gestión integral de los recursos hídricos en cada uno de sus usos, partiendo de la protección de las fuentes, optimización del uso hasta la devolución a la naturaleza en condiciones aceptables de descontaminación.

Lograr bases sólidas de planificación e intervención parte del hecho de conocer muy de cerca los recursos hídricos, técnicamente hablando, usar la mejor tecnología al alcance que permita planificar, intervenir y evaluar los esfuerzos de conservación.

El FONAG, conjuntamente con quienes están involucrados en el proceso, aspira a contar con un modelo de la cuenca útil para la toma de decisiones, que evalúe el balance hídrico, que cuente con un sistema de información de acceso público, herramientas que ayudarán a la sociedad y al nuevo sistema de gobernanza que se busca en la cuenca. Estos dos importantísimos procesos están muy avanzados y la tarea es lograr una amalgama entre lo técnico y lo social, de forma que basados en un principio de corresponsabilidad se logre un modelo de intervención, responsable, incluyente y con una visión generacional.

El FONAG por su estructura de fondo patrimonial, permanente y estable, refleja esa dimensión en su planificación, que prioriza inversión anual a través de programas; esta dimensión obedece a intervenciones continuas y sistemáticas a lo largo del tiempo. Y, son precisamente las sistematizaciones de algunas experiencias en los programas, los que se presentan en esta serie de

PRESENTACIÓN

publicaciones. Al leerlas usted comprenderá la lógica de intervención, en busca de fomentar una gestión integrada del agua, orientada a crear una nueva cultura del recurso.

El Programa de Recuperación de cobertura vegetal a través de la Forestación y la Reforestación surgió de una alianza con el Municipio Metropolitano de Quito y la Corporación Ambiental Vida para Quito. A través de los años, éste se ha diversificado ampliado y mejorado; en este camino, todos aprendimos y como resultados -más allá de los números- existen alianzas, métodos y técnicas que merecen destacarse y continuar. En esta tarea se halla el FONAG.

Para tener un contacto real y de primera mano con usuarios, actores y aliados en la gestión del agua, surgió el Programa de Comunicación, que facilita establecer los vínculos y diálogos con la gente que vive en los páramos, en las ciudades con las autoridades y con los tomadores de decisiones. Difundimos electrónicamente un boletín informativo y -recientemente- un periódico impreso. El objetivo es escuchar, difundir, hacer opinión y establecer vínculos en torno al agua, como un proceso para lograr una nueva cultura en torno al uso y conservación del agua.

Gran parte del agua que se utiliza para consumo humano en el Distrito Metropolitano de Quito, procede de áreas naturales protegidas o parques nacionales que se encuentran bajo el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ministerio del Ambiente, entidad con quien a través de un convenio se mantiene un equipo de guardaparques comunitarios bajo su gestión. Así, se ha logrado crear un vínculo muy estrecho con las comunidades vecinas a las áreas protegidas de donde provienen los guardaparques, que ha permitido generar confianza y realizar un trabajo mancomunado.

Las futuras generaciones, niños y niñas que ahora cursan los últimos años de primaria son nuestros aliados para lograr reflexiones y eventualmente cambios conductuales en sus hogares. El Programa “Guardianes del Agua” busca, a través de la sensibilización y educación ambiental, que la comunidad educativa se informe, sensibilice y eduque, en torno a la conservación del ambiente y al uso responsable de los recursos, con énfasis en el agua.

Llevar adelante la idea de una gestión integrada de los recursos hídricos, significa contar con aliados capacitados en esta forma de gestión. El Programa de Capacitación apunta a lograr esas destrezas, precisamente en los técnicos y técnicas que trabajan en el tema a nivel nacional, regional o local. Con una metodología basada en la práctica, herramientas virtuales, giras de observación y clases formales se capacita y forma a los estratos técnicos y decidores de las cuencas de referencia.

Nada de lo descrito podría realizarse sin contar con el apoyo de personas e instituciones que han confiado en el FONAG, va en nombre de todo el equipo nuestro sincero agradecimiento y el compromiso de seguir caminando...

Pablo Lloret
Secretario Técnico

La comunicación juega un papel trascendente en la medida que es un elemento sustancial en los procesos de involucramiento de la comunidad, en el fortalecimiento institucional y en su relación con el quehacer interinstitucional.

La comunicación, eje transversal en el quehacer del FONAG

En el Ecuador, como en todos los países, la presencia de agua en la naturaleza en calidad y cantidad suficiente es indispensable para mantener el equilibrio de todos los ecosistemas y de todas las actividades humanas y productivas.

El Distrito Metropolitano de Quito, capital del Ecuador, se abastece -en elevado porcentaje- del agua de las vertientes provenientes de las cuencas orientales de la Cordillera de los Andes, puesto que las cuencas cercanas se encuentran amenazadas.

Para proteger el recurso agua, el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a través de su Empresa Metropolitana de Alcantarillado y Agua Potable y con el impulso de The Nature Conservancy -TNC, decidió crear el Fideicomiso “Fondo para la Protección del Agua” - FONAG, institución que se encarga de rehabilitar, proteger y conservar las cuencas hidrográficas que abastecen de agua a este Distrito y a sus áreas de influencia. El FONAG es una propuesta innovadora en el país y está concebida como un pago a los servicios ambientales que nos prestan los recursos naturales y, en este caso, los hídricos.

La labor del FONAG se centra en dos grandes campos de intervención: el primero, a través de la ejecución de programas y proyectos en las micro cuencas de los ríos Oyacachi, Antisana, Papallacta, San Pedro y Pita; y, el segundo, con procesos tendientes a lograr una “nueva cultura del agua” en los

que la participación activa de todos los actores y actoras conlleve un manejo responsable y sustentable del recurso. Este manejo es conocido como Gestión Integrada de los Recursos Hídricos.

Tanto sus programas, Educación Ambiental, Vigilancia y Monitoreo, Forestación, Capacitación, Comunicación e Hidrológico, cuanto sus proyectos y, en general, las acciones que se realizan a fin de posicionar la imagen institucional del FONAG como la entidad que lidera los procesos de protección del agua y de diálogo en favor del recurso, tienen el mismo eje transversal: la Comunicación.

El Programa de Comunicación tiene como propósito principal difundir y promocionar las actividades que realiza el FONAG en pos de posicionar su imagen, fortalecer su accionar y coadyuvar a que se convierta en la entidad que lidere los procesos de protección del agua.

Estas acciones de promoción, difusión y convocatoria se cumplen por medio de varias actividades, muchas de ellas tradicionales, entre otras, publicaciones, cuñas radiales, ruedas de prensa, y de ejecución como encuentros, visitas a comunidades, concursos, etc.

Analizar la experiencia del FONAG e identificar la importancia de la Comunicación es el motivo del presente documento de sistematización. Éste recoge los inicios institucionales en el tema comunicacional (el por qué de sus colores corporativos,



la razón de su página web y boletín electrónico, etc.), pero, sobre todo, los avances y desafíos de las diversas actividades, y que posibilitarán mirar el futuro con objetividad y reforzar acciones para lograr el compromiso y la obligación de velar para que siempre haya agua...Y para todos.

Justificación

El Estado Ecuatoriano garantiza, como uno de los derechos básicos e imprescindibles del ser humano, tener acceso al agua. Este recurso es un bien primordial que permite alcanzar el desarrollo sostenible, erradicar el hambre y, mediante una adecuada gestión, asegurar el equilibrio de los ecosistemas.

Para el FONAG es importante involucrar el tema de la Comunicación Social y sus herramientas en todo lo que se relacione con la gestión de este derecho constitucional básico. Para el FONDO es primero el ser humano, especialmente el que habita en el Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de que conozca sus derechos y responsabilidades con relación al agua, sepa de su problemática, se involucre con el tema y, con información, conocimiento e interiorización del mismo, inicie

Pese a las limitaciones económicas, la institución estableció las condiciones básicas que posibilitaron realizar las actividades comunicacionales en función de las políticas y objetivos institucionales y que respondan a la compleja realidad del área de influencia en la que trabaja el FONAG.

cambios conductuales y prácticas a favor del recurso.

La comunicación se entiende como la mediación cultural de los actores sociales para intercambiar conocimientos, saberes, valores, hábitos y costumbres. Por otro lado, sin la comunicación tampoco se puede hablar de participación, interacción, socialización, construcción de identidades, relaciones sociales, ejecución de proyectos colectivos y sociales o de mejoramiento de la vida.

La Comunicación, dentro de los procesos que convoca al FONAG, tiene un espacio significativo, tanto así que dejó de



ser un proyecto y se convirtió en uno de los programas que lleva adelante el FONDO, mecanismo que le permite tener un horizonte de ejecución de, por lo menos, 20 años.

Pese a las limitaciones económicas, la institución estableció las condiciones básicas que posibilitaron realizar las actividades comunicacionales en función de las políticas y objetivos institucionales y que respondan a la compleja realidad del área de influencia en la que trabaja el FONAG.

Todo el desarrollo del programa es una suma de aprendizajes, cada día se planifican diversas actividades y se “inventa algo” para lograr el desafío institucional. El FONAG es una organización joven, fundada en el 2000 y con una intervención directa desde mediados del 2004 hasta la fecha. Y recorre su camino con responsabilidad y seriedad, y la Comunicación, sin duda, abonó gran parte de ese terreno.

En este punto, agosto del 2007, es hora de sentarse y analizar las experiencias y los aprendizajes conseguidos en el tema de la Comunicación y describir cual ha sido el aporte de este programa en el posicionamiento de la institución y en la difusión de su accionar.

La comunicación se entiende como la mediación cultural de los actores sociales para intercambiar conocimientos, saberes, valores, hábitos y costumbres.





Invirtiendo en el futuro

Compartimos su responsabilidad de velar
para que siempre haya agua...
Y para todos.

El FONAG y la Biorreserva del Cóndor

A. Inicios de un proceso

La Corporación OIKOS, con el apoyo económico de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Institucional - USAID, ejecutó el Programa de Comunicación para promover la Conservación de las Áreas Protegidas y de los recursos hídricos de los Andes del Centro y Norte del Ecuador, conocida también como Biorreserva del Cóndor.

Este Programa se orienta a estimular los cambios de comportamiento de varios actores sociales que influyen en la conservación de las áreas protegidas situadas dentro de la Biorreserva, así como en la conservación de sus cuencas hidrográficas. Además, buscó que las poblaciones involucradas en el área desarrollasen prácticas coherentes y compatibles con la sustentabilidad de los ecosistemas¹.

Para el efecto, se diseñó el Programa de Comunicación con tres componentes, los mismos que se ejecutaron desde octubre del 2003 hasta marzo del 2006.

- **Componente A:** sensibilización y motivación de la población que vive en la Biorreserva para conservar las áreas protegidas y los recursos hídricos.

- **Componente B:** concienciación y motivación de líderes institucionales y de la opinión pública para apoyar la conservación de las áreas naturales y los recursos hídricos de la Biorreserva.
- **Componente C:** promoción del desarrollo institucional del FONAG para incrementar su capacidad para fomentar el uso racional y la protección de los recursos hídricos que proveen de agua a Quito.

Para poder cumplir el componente C se suscribió un convenio de cooperación entre la Corporación Oikos y el FONAG con el objetivo de “diseñar una Campaña de Comunicación Corporativa y la elaboración de una Estrategia de Comunicación para difusión del FONAG”.

B. El componente C y su acción de fortalecimiento

Dentro del componente C, Oikos, en el año 2000, realizó una investigación para conocer la opinión de la población sobre el FONAG (si se conocía o no de su existencia, etc.), y así determinar las necesidades de comunicación de la institución.

¹ PLAN DE TRABAJO, Programa de Cooperación entre el FONAG y OIKOS en materia de Comunicación, Mayo/2004

Este Programa se orienta a estimular los cambios de comportamiento de varios actores sociales que influyen en la conservación de las áreas protegidas situadas dentro de la Biorreserva, así como en la conservación de sus cuencas hidrográficas. Además, buscó que las poblaciones involucradas en el área desarrollasen prácticas coherentes y compatibles con la sustentabilidad de los ecosistemas

El Plan de Comunicación de la Biorreserva en su componente C contemplaba dos objetivos específicos:

1. La promoción del FONAG para lograr la aceptación pública con respecto a la importancia que tiene la protección de los recursos hídricos que proveen de agua a Quito y conseguir el apoyo para el FONDO por diversos mecanismos.
2. La motivación de las comunidades de las micro cuencas que proveen de agua a Quito para conseguir que participaran con el FONAG en programas de protección de los recursos y así asegurar el acceso de la ciudad a dichas fuentes.

Para cumplir el primer objetivo específico se planificó la realización de una campaña de comunicación corporativa del FONAG y, paralelamente, se desarrollaron una serie de investigaciones que permitiesen conocer cuáles eran las actitudes y el conocimiento que tenía la ciudadanía con relación a la institución.

Las investigaciones se realizaron en dos etapas, la primera en el año 2000 y la segunda a mediados del 2004 y los resultados permitieron diseñar un Plan de Comunicación y las

estrategias respectivas a fin de lograr: (1) una adecuada difusión de la gestión del FONAG; (2) consolidarlo como una institución orientada a la conservación de los recursos hídricos que abastecen de agua al Distrito Metropolitano de Quito (DMQ); y, (3) valorar el recurso agua como un bien natural².

Para llevar a cabo el segundo objetivo se realizaron varias actividades: ejecución de diálogos; desarrollo de talleres; jornadas de capacitación; y, actividades de sensibilización, educación y motivación entre los diversos usuarios del agua y las comunidades establecidas en las cuencas donde trabaja el FONAG.

C. Plan de Trabajo y sus expectativas

Para realizar los objetivos del componente C, Oikos desarrolló un Plan de Trabajo para dos años, entre mayo del 2004 y mayo del 2006; en este plan participó el FONAG a través de la profesional de comunicación. En este momento es cuando, realmente, el FONDO otorga a la comunicación un protagonismo importante dentro de su accionar.

Este Plan de Trabajo tenía objetivos puntuales, dirigidos a públicos diversos y que se relacionaban con:

2 PLAN DE TRABAJO, Programa de Cooperación entre el FONAG y OIKOS en materia de Comunicación, Mayo/2004



1. Promoción del FONAG para conseguir la aceptación pública de su importancia en la protección de los recursos hídricos que proveen de agua a Quito, y obtener el apoyo necesario a las diversas propuestas de la entidad.
2. Motivar a las comunidades de las micro cuencas para participar en programas del FONAG y cuidar las fuentes de agua.
3. Planificar y desarrollar un sistema de diálogos sobre la problemática del agua en el Distrito Metropolitano de Quito.

Para lograr los objetivos mencionados se delinearon una serie de actividades, muchas de las cuales, no obstante, no se realizaron, especialmente por los costos elevados, costos que no podía asumir el FONAG.

Objetivo # 1

El primer objetivo del Plan de Trabajo fue el que tuvo mayor éxito en la realización de las actividades previstas, las mismas que estuvieron vinculadas con:

- 1.1 Explorar el interés de los directivos de los sectores productivos para participar en el FONAG a través de entrevistas personales.

- 1.2 Realizar sesiones de reflexión con grupos de empresas usuarias del agua a fin de que éstas expresaran su compromiso de apoyar al FONAG.

- 1.3 Diseñar una Campaña de Comunicación para posicionar el nombre, la misión y los objetivos del FONDO para lo cual se planificó:

- a. La construcción de los elementos de la imagen institucional;
- b. La producción de materiales gráficos para el posicionamiento institucional;
- c. La producción de un manual de imagen institucional en cuanto a los recursos visuales y audiovisuales; y,
- d. El diseño de una campaña de comunicación de despegue para promoción institucional.

- 1.4 En una primera fase crear una estrategia de comunicación corporativa para el “lanzamiento público” del mensaje central de posicionamiento del FONAG.

Objetivo # 2

Para involucrar a las comunidades el Plan de Trabajo propuso:

- 2.1 Planificar y desarrollar un sistema de diálogos sobre el tema del agua;

- 2.2 Capacitar sobre diseño de proyectos comunitarios para proteger las micro cuencas; e,
- 2.3 identificar las oportunidades de actividades educativas.

Objetivo # 3

El propósito central fue dialogar en torno al agua e involucrar a todos los actores y actoras para que participaran y se informaran, en profundidad, sobre los recursos hídricos y su problemática. La meta de este objetivo era construir un órgano de representación de la sociedad que se involucrara en la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos de las cuencas desde donde viene el agua para Quito.

Actividades previas

- **Diseño de Campaña Comunicación**

El objetivo fue posicionar el nombre, misión y objetivos de la entidad ante la población de Quito y las comunidades situadas en las cuencas hidrográficas. Para ello se elaboraron los elementos gráficos pertinentes para identificar al FONAG como organización, colores de identidad, logotipo, slogan, sonidos e imágenes a utilizarse en productos de audio y video, y que fueron recogidas en un Manual de Imagen Corporativa.

- **Manual de Imagen Corporativa**

Este documento recoge los elementos de presentación del FONAG. Allí se explica el por qué de los colores tomate, azul y blanco, o qué significan la gota de agua y otros elementos gráficos, y constan, además, las disposiciones para manejar la imagen corporativa.



Logo

El ideograma hace referencia a la importancia del agua, su ciclo en todo momento, se representa cónicamente una corriente de agua que connota un proceso cíclico de reciclaje, de avance y desarrollo sustentable. El agua que se mueve con fuerza, con abundancia, está limpia, imprime “vida”. El pequeño círculo ubicado en la parte superior izquierda del isotipo y que se integra al movimiento del mismo, hace referencia al sol, a la vida y, por su ubicación, a un amanecer, al futuro.

La figura es, además, en forma abstracta, la figura de un ser humano. Porque es el ser humano quien observa, cuida y debe velar para que este proceso sea limpio, cíclico y sustentable.

Color

Los colores corporativos son el azul, naranja y blanco. El azul es utilizado para crear una imagen limpia, fresca y dentro del contexto representa el agua, el cielo y el mar siempre limpios y por lo tanto cuidados. Además, el azul es símbolo de integridad, estabilidad, respetabilidad, formalidad y conservadorismo. El tomate, por su lado, es un color vivo que contrasta, es cálido y vibrante, y simboliza la vida, la vitalidad y la salud. Mientras que el blanco se utiliza como base para resaltar los colores corporativos.



D. Productos comunicacionales

El Programa de Comunicación del FONAG para lograr su objetivo, y en base a la propuesta diseñada conjuntamente entre el FONAG-Oikos, ejecutó varias actividades de acuerdo a sus requerimientos y a sus posibilidades económicas.

El Manual de Imagen Corporativa brindó pautas importantes para la edición de los productos que se utilizaron en los inicios de la promoción de la entidad y, muchos de ellos, aún se utilizan.

1. Productos escritos

a. Papelería básica:

Según las disposiciones del Manual Corporativo se realizó el diseño y la impresión de toda la papelería de oficina: papel membretado, sobres, tarjetas de presentación e invitaciones. Estos materiales poseen el logo del FONAG, el isotipo en la parte central de los productos y en la parte inferior consta la dirección de la oficina.

b. Afiche y Sticker:

Se trabajó en el diseño y elaboración de un afiche y un sticker promocional adhesivo. Éstos se distribuyeron entre diversas audiencias con la finalidad de posicionar el nombre institucional, el logo y los mensajes propuestos por la entidad.

CAPITULO 2

Para realizar estos productos gráficos se utilizó de fondo una fotografía con los siguientes elementos: el nevado Antisana, desde donde proviene gran parte del agua para Quito, el páramo, una zona intervenida y en primer plano jóvenes, hombres y mujeres felices que disfrutaban de la naturaleza, del agua transparente, del cálido sol y de la vida. En la parte superior está plasmada la frase de compromiso que tiene la entidad y en el sticker se inscribe el mensaje de “Yo comparto con el FONAG el compromiso...”

c. Tríptico promocional:

Con el mismo concepto gráfico y la utilización de similares recursos, que constan en el afiche y el sticker, se diseñó el tríptico promocional que distribuye el FONAG. Esta propuesta gráfica se completó con el mensaje institucional distribuido con creatividad.

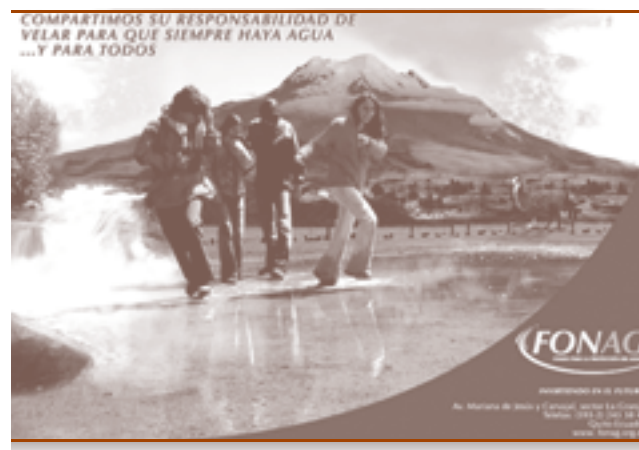
En el texto consta una reflexión sobre lo qué es y la importancia y la fragilidad que tiene el recurso agua; la responsabilidad de todos y todas para involucrarse y protegerlo; la convocatoria para participar en un manejo responsable; el por qué nace el FONAG, qué es la institución, cuáles son sus objetivos y desafíos; en qué sitios interviene; quiénes son sus constituyentes; cómo se administra el FONAG; y qué proyectos financia.

d. Carpeta y otros:

Se diseñaron e imprimieron carpetas institucionales en tamaño A4 a full color, en la que en el primer plano consta un río y vegetación de páramo. En la parte interna consta el mensaje institucional del FONAG y una invitación a formar parte de la entidad. Se elaboraron, también, membretes adhesivos para identificar CDs.

2. Productos de Audio

Se crearon dos piezas de audio: sonido institucional y la musicalización del jingle. El sonido característico del FONAG es un



conjunto de resonancia relacionado con el agua en estado natural, gotas y viento que se asocian con un estado de paz, salud, naturaleza. El jingle, por su parte, evoca dinamismo y acción, es una mezcla de sonidos de varios instrumentos que en sus notas hacen relación al agua en forma sencilla y de fácil recordación.

Con estos sonidos se produjo una cuña de radio cuyo mensaje destacaba la transparencia y pureza del agua y sus usos. Las voces eran de jóvenes y su mensaje principal decía: “compartimos su responsabilidad de velar para que siempre haya agua... Y para todos”. Para cerrar la cuña, una voz segura, motivadora y firme aseguraba: “FONAG invirtiendo en el futuro”.

Este mensaje se difundió durante seis meses, a partir de mayo del 2005, a través de 10 radiodifusoras locales y nacionales. El presupuesto fue limitado y se negoció la difusión de las cuñas de tal forma que estuvieron en el aire en radios como: Democracia, Sonorama, Centro, La Luna, Visión y Quito. Se buscó medios que tuvieran altos ratings de sintonía, pero también que llegaran a audiencias diversas.

3. Productos de Video

El spot de televisión que se produjo en esta primera fase es, y sigue siendo, el único, y tuvo una duración de 30"; el objetivo

fue, de nuevo, lograr el posicionamiento institucional. Se difundió durante un mes a través de la Cadena Ecuavisa, en horario indeterminado. Los costos de difusión en televisión son altísimos, lo que impidió difundir el spot por más tiempo.

| Guión para spot de televisión | |
|--|---|
| VIDEO | AUDIO |
| <p>SC 1: Primer plano de una gota de agua que sale de un glaciar. (empieza un recorrido por diversos paisajes que representan cuencas hídricas).</p> <p>ESC1: Jóvenes (dos chicos y una chica), alegres corren por el paisaje de un páramo, parecen estar de excursión. (Puede verse un nevado).</p> <p>ESC3: Los jóvenes, juegan y corren a través del recorrido de un riachuelo. (siempre apreciamos la vegetación puede ser un bosque nativo).</p> <p>ESC 5: Continuando este recorrido, aparecen pobladores de estas zonas en sus labores cotidianas, sequías de riego, gente cultivando, una laguna. (páramos, pero siempre descendemos y el ambiente se hace cada vez mas cálido)</p> <p>ESC4: Los jóvenes pasan un río, se ayudan entre sí a pasar de piedra en piedra. En un plano cerrado vemos la evaporación del agua. (este ambiente es ya mas caliente, sub tropical húmedo)</p> <p>ESC4: Vemos en un plano abierto, y en relación al plano anterior un cielo con grandes nubes y árboles nativos.(sub tropical húmedo)</p> <p>ESCENA 6.: Llegan a tanques de potabilización, agotados, toman agua directamente de una llave. inicia lluvia</p> <p>ESCENA 5: Animación del logotipo institucional, dirección, teléfonos</p> <p>ESC6: (ciclicidad) Primer plano de una gota de agua que sale de un glaciar empieza su recorrido</p> | <p>INICIA MUSICA DINAMICA.</p> <p>LOC: COMPARTIMOS SU RESPONSABILIDAD DE VELAR PORQUE SIEMPRE HAYA AGUA PARA TODOS.</p> <p>FONAG: FONDO PARA LA PROTECCIÓN DEL AGUA</p> <p>PENSANDO EN EL FUTURO.</p> <p>FIN MUSICA</p> |



Todos los productos realizados en esta primera fase de la campaña fueron de carácter general, es decir, pueden ser utilizados en diversas épocas y con diferentes audiencias.

4. Productos virtuales

En estos inicios no se dejó de lado a las nuevas tecnologías de comunicación; se subió a la Web la primera página del FONAG, www.fonag.org.ec, nombre que se mantiene hasta el momento. La página ha sido rediseñada, por ahora, en dos ocasiones a fin de que se ajuste a la cambiante dinámica de intervención del FONDO.

La institución está convencida de que el uso de las nuevas tecnologías le permitirá mantener un portal abierto para dar a conocer su accionar, sumar adeptos y como un sitio de consulta en el tema de pago por servicios ambientales.

Ingresando a la página Web se encuentra, en términos sencillos, lo qué es el FONAG, lo que hace, cómo contribuir para fortalecer a la institución, los programas y proyectos.

Con todos los productos listos, el FONAG comenzó a reali-

zar su difusión de manera mesurada. Pese a ser parte del objetivo # 1, nunca se desarrolló evento alguno de presentación de la entidad.

Sin embargo, la Corporación Oikos sí diseñó una estrategia de Comunicación para la presentación pública del FONAG, cuyo propósito era contribuir al desarrollo institucional, difundir su misión y objetivos, legitimar a la entidad, buscar el respaldo de la ciudadanía a su gestión, e involucrar a nuevos actores para que apoyaran su crecimiento económico, técnico y administrativo. Esta estrategia estuvo dirigida a las diversas audiencias: constituyentes, usuarios del agua, comunidades, autoridades, entre otras.

5 Diálogos

Para cumplir los objetivos 2 y 3 se elaboraron documentos que contenían normas para realizar el sistema de diálogos sobre la problemática del agua y un borrador de una propuesta de publicación sobre la visión del FONAG denominada "Una ciudadanía por el agua en el Ecuador".

En esos documentos se incluían los métodos y procedimientos de trabajo, las agendas diarias, productos a entregarse, actores, participantes y los temas a tratarse. Con este documento base se realizaron dos diálogos con la comunidad del Cantón Mejía y tres encuentros con industriales.

Por su lado, la publicación "Una ciudadanía por el agua en el Ecuador" correspondía a la visión del FONAG sobre el tema agua y su objetivo era convertirse en la herramienta que facilitara el diálogo entre los diversos actores y usuarios del agua sobre la problemática del recurso.

Con la elaboración de estos documentos la asistencia de Oikos concluyó, mientras que para el Programa de Comunicación del FONAG se inició una nueva etapa: la de aplicar las propuestas, y, sobre todo, la de emprender el desafío de caminar solos.

La comunicación juega un papel trascendente en la medida que es un elemento sustancial en los procesos de involucramiento de la comunidad, en el fortalecimiento institucional y en su relación con el quehacer interinstitucional.

El Programa de Comunicación y su accionar

Desde mediados del 2005 se abrieron nuevas responsabilidades para la Comunicación del FONAG. La institución estaba despegando y se fueron delineando nuevas expectativas.

De entrada, el objetivo del FONAG de proteger, rehabilitar y conservar las cuencas hidrográficas se enriqueció con el involucramiento del ser humano como gestor en el manejo de los recursos hídricos.

La Secretaría Técnica estaba convencida y se propuso convertir al FONAG en la institución que liderara los procesos para lograr la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos con la participación activa de todos los actores y actoras involucrados en la cuenca, sin descuidar, no obstante, la intervención a través de la ejecución de proyectos.

Para ello, Comunicación Social se convirtió en la pieza clave, ya que el involucramiento se logra por medio del diálogo y la participación; en ese momento asumen un nuevo rol, además de difusión y relaciones públicas, trabaja en Comunicación para el Desarrollo.

El primer paso fue elevarle de proyecto a Programa de Comunicación lo que le garantizó contar con mayores recursos e iniciar procesos y actividades que no fueron exclusivamente de difusión, pero que ayudaron al posicionamiento de la entidad.

De ahí que el programa de Comunicación cobrará una nueva dimensión, no sólo se encargó de difundir el accionar de la entidad sino que, inclusive, generó e impulsó otros progra-

mas como el de Educación Ambiental y el Programa de Vigilancia y Monitoreo.

Dentro de la Comunicación, el programa se ha encargado de la elaboración, edición y producción de piezas comunicacionales como: cuñas educativas, publicaciones, concursos, conversatorios, talleres, visitas institucionales, lobby ante autoridades, participación en eventos públicos, entre otros.

A. Interrelación entre programas

Las diversas acciones que llevó adelante el Programa de Comunicación están presentes en todos los programas de la institución. Desde el manejo de una invitación hasta la edición de un folleto han sido parte de este accionar.

Pero el aporte no sólo fue con productos comunicacionales, también participó activamente en las actividades a fin de difundir lo qué es y a qué se dedica la institución.

1. Acciones en Programa de Comunicación

1.1. Productos audiovisuales

- **Cuñas radiales.-** Se produjeron cinco cuñas radiales con mensajes sobre la necesidad de proteger los recursos hídricos. Este material tiene mensajes como:



- CD Institucional.-** En este producto se encuentra todo el accionar del FONAG. Lo qué es, sus objetivos, misión, visión, área de influencia, publicaciones editadas en pdf y dos videos producidos por la entidad. Este material, de diseño atractivo, mensajes claros y en idioma Inglés y Español, se realizó con el objeto de socializar la existencia del FONDO.
- Video Institucional.-** La rendición de cuentas es una obligación que tiene toda institución. Para el efecto, se produjo un video institucional en el que se difundió el avance y la importancia que tienen para la institución cada uno de sus programas. Este video fue presentado en un evento de rendición de cuentas que organizó el FONAG con la participación de la comunidad, las autoridades municipales, los miembros de las instituciones que conforman la Junta del Fideicomiso y representantes de medios de comunicación masiva.
- “El agua y yo”.-** Fue otra propuesta de video que recogió el sentir de los niños y su relación con el agua. Este producto fue parte de un Concurso de Fotografía en el que participaron los niños y niñas de diversas escuelas de la ciudad de Quito y de las zonas de Papallacta y Oyacachi, dos comunidades ubicadas en la provincia del Napo y desde donde proviene buena parte del agua que abastece al DMQ. Este video se expuso en el Museo del Agua “YAKU” durante cinco meses.

- **“Cuentos del Agua”.-** Aunque este video lo produjo la UICN para difundirlo en el Foro Mundial del Agua que se desarrolló en marzo del 2006, contó con la participación activa del FONAG en la fase de grabación. El video mostraba el mundo mágico que representa el agua para los niños y niñas. Y se grabó en Quito, Amaguaña, Papallacta y el Tambo, ésta última también pertenece a la provincia del Napo.

1.2. Productos impresos

- **Folleto institucional.-** Para difundir la actividad del FONDO, el Programa de Comunicación elaboró, editó e imprimió un folleto institucional para socializar el quehacer de la entidad, los programas, proyectos y cifras económicas sobre la institución.
- **Publicaciones.-** “Compartiendo experiencias” fue una serie de cinco publicaciones en las que se recogieron testimonios sobre proyectos exitosos que cofinanció el FONAG y que se desarrollaron en diversas cuencas. Por medio de la voz de diversos actores se plasman los beneficios alcanzados con los proyectos. Los títulos de estas publicaciones fueron:
 - “Recuperación y protección de vertientes y cuencas hídricas en las parroquias de Cangahua y Ayora, cantón Cayambe”. Publicación #1 COOPI-FONAG

- “Conservación del bosque andino en el Cantón Mejía”. Publicación #2 CODECAME-FONAG
- “Apoyo a la conservación en la cuenca alta del río Pita”. Publicación # 3 FUNDACION PARAMO-FONAG
- “Conservación del agua y tecnificación de la producción en Oyacachi y Papallacta”. Publicación # 4 CESA-FONAG
- “Cadenas agro productivas para la conservación de la cuenca media del río Pita”. Publicación # 5 DESDE EL SURCO-FONAG
- “Rendición de cuentas, una obligación”. FONAG 2005-2006

1.3. Presencia pública

- **Conversatorios.-** Sentar alrededor de una mesa a los diversos actores involucrados en el manejo y consumo del agua es una de las acciones más importantes del FONAG y es ahí donde el Programa de Comunicación es su principal soporte. Con diversos actores y usuarios se ejecutaron diez conversatorios en las poblaciones de Lloa (2), Machachi (2), Quito (4), Papallacta (1) y Baeza (1), con una activa participación de alrededor de 300 personas.

Para los conversatorios se preparó un díptico informativo y folletos con resúmenes ejecutivos de los diversos estudios



realizados sobre la problemática del agua en esas localidades. Estos materiales se entregaron a cada uno de los invitados con el objetivo de que se convirtieran en guías de discusión en cada uno de los encuentros.

En la organización y realización de los eventos se contó con la colaboración de instituciones amigas como CESA, COOPI y Oikos.

- **Antesalas.-** Trabajar en la consolidación de una institución, naciente como el caso de FONAG, demandó también el aporte del Programa de Comunicación, que se encargó de buscar espacios ante las autoridades municipales para lograr apoyo a la gestión institucional y, a su vez, el compromiso con el accionar del FONDO.

Fueron múltiples, por ejemplo, las antesalas que hubo que realizar ante el Concejo Metropolitano de Quito y la Alcaldía para lograr la aprobación de la Ordenanza 119 para la Gestión Integrada de los Recursos Hídricos en la Hoya de Quito.

El trabajo duró, aproximadamente, un año. Durante ese tiempo, lo primero fue captar la atención de los concejales Andrés Vallejo y Gonzalo Ortiz para “venderles” la importancia que tiene el FONAG en la protección de los recursos hídricos y la responsabilidad que debemos asumir todos para su cuidado. Y luego, se procedió a la redacción del documento y a realizar el lobby ante los

miembros del Concejo, a quienes, previamente, se les hizo una presentación de la institución y las acciones que desarrolla.

El ir y venir con documentos y borradores de ordenanza, y cumplir citas y requerimientos de las autoridades fue largo, pero la recompensa fue la aprobación de la ordenanza y la correspondiente publicación en el Registro Oficial Nro. 69 del 23 de abril del 2007, páginas desde la 26 a la 29.

Además, estas antesalas con las autoridades permitieron la presencia del Alcalde en el evento de Rendición de Cuentas y en otras instancias organizadas por la institución. Por otra parte, gracias a este acercamiento el FONAG fue invitado a participar en la primera Feria Internacional del Ambiente que se realizó en junio del 2007.

- **EMAAPQ.-** Se alcanzó un acuerdo con las autoridades de la EMAAPQ para que, durante tres meses, se difundiera publicidad del FONAG en las cartas de pago que emite mensualmente la empresa; dicha publicidad buscó socializar la existencia de la entidad.
- **Fortalecimiento de lazos interinstitucionales.-** Con el propósito de sumar aliados para tener mayor efectividad de ejecución, se establecieron los contactos necesarios para firmar un convenio de cooperación institucional entre YAKU,



Museo del Agua y el FONAG. Con este convenio se logró realizar la muestra infantil “El agua y yo”, muestra que formó parte de la exhibición del fotógrafo holandés Taco Anema.

También, y por mucho tiempo, se logró que un díptico informativo gigante del FONAG fuera parte de la información que se mostraba en el Museo del Agua.

- **Eventos públicos.-** El Día Mundial del Agua, 22 de marzo, es una fecha clave para que el FONAG reclame la defensa de los recursos hídricos. La presencia de la entidad en los medios de comunicación, a través de la Secretaría Técnica, es destacable y se ha ido consolidando con el paso del tiempo.
Se aprovechó la fecha para realizar eventos públicos que convocaron a gran número de niños y niñas, ellos fueron, en realidad, los principales invitados e invitadas.
- **Material informativo.-** Para difundir las actividades del FONAG se aprovecharon todas las oportunidades que se presentaron en los medios de comunicación. Se realizaron boletines de prensa y notas exclusivas para varios periódicos y revistas como: Diario La Hora, El Comercio, Diario Hoy, revista de Cervecería Andina, de la Empresa Eléctrica, nota para la Web TNC, periódico de Machachi, revista de Los Valles, y artículos para la revista de la

Biorreserva del Cóndor.

Por otra parte, se colaboró con varias publicaciones extranjeras interesadas en conocer la propuesta del FONAG y los avances logrados.

- **Material para la web.-** Los textos que están en la página web del FONAG, así como el rediseño fue responsabilidad de Comunicación. El creciente accionar del FONAG ha demandado reformular la página web, reformulación que facilita el acceso a toda la información de la institución y que ha permitido convertirse en un referente técnico en temas de agua y en acciones de protección, pago por servicios ambientales, etc. Haciendo, de paso, eco a su política de “puertas abiertas”.
- **Boletín Electrónico.-** Hasta el momento se han editado y difundido a través de la web 27 boletines de información con gran éxito. El boletín, denominado “Punto de Enlace”, se distribuye mensualmente y brinda información sobre el quehacer de la institución. Tiene alrededor de 800 usuarios entre nacionales y extranjeros. “Punto de Enlace” fue creado, editado y difundido como un medio alternativo para socializar la información que genera la institución.
- **Periódico institucional.** Bimestralmente se publica el periódico “Agua a Fondo”, espacio que no sólo se ocupa de



difundir los temas institucionales sino que, sobre todo, analiza temas que tienen relación con el recurso agua.

- **Material publicitario.-** La difusión del logo institucional, de los colores corporativos y del nombre de la entidad se hizo por medio de diversos artículos promocionales como gorras, camisetas, pancartas, portapapeles o blusas. Las audiencias eran diversas y se buscó posicionar el nombre de la entidad.

2. Acciones en Programa de Educación.

- **Diseño inicial del Proyecto de Educación Ambiental (PEA).-** Este proyecto contenía el objetivo, la metodología, los temas a dictar, los materiales a entregar y los costos respectivos. El proyecto, además de trabajar en los temas de educación ambiental, tenía también como objetivo la difusión institucional del FONAG y el cambio de actitudes del sector de la educación con relación al agua. La encargada del Programa de Comunicación estuvo involucrada en toda la fase del proyecto piloto del Programa de Educación que constó de una gira de observación al parque ecológico Kachako en donde se realizaban actividades de concienciación, talleres a los docentes y los concursos de Dibujo y Redacción.

- **Publicaciones.** Para el PEA se editó el folleto “El agua y el bosque, elementos para la vida” que se entregó a los niños y niñas participantes en la gira de observación. Se diseñó e imprimió un cancionero infantil en el que se recogen varias letras con mensajes ambientalistas y que, hasta el momento, son entonados por los y las participantes en la gira.
- **Material Promocional.-** Mediante un afiche se promocionó el Programa de Educación. En este trabajo se utilizaron los dibujos realizados por los niños y niñas participantes en el concurso de dibujo y redacción. El afiche fue entregado a cada una de las escuelas involucradas en el PEA y tenía como finalidad compartir el mensaje de “corresponsabilidad ante el agua”.
- **Material Audiovisual.-** En un CD se recogieron las letras y la música de las canciones que son parte del material que interpretan los y las participantes del programa. Este CD se editó, además, con fotografías.
- **Cogestión de fondos ante la USAID** para la realización de algunos materiales del programa de Educación como: impresión del folleto “Bosque y Agua”, señalética en el parque Kachako e investigación sobre la flora y la fauna de este sitio ecológico.



- **Revisión y edición del documento “Agua para Quito”** que se entregó a los docentes que participaron en el programa. El documento fue elaborado por Ecociencia con el financiamiento del FONAG.

3. Acciones en Programa de Forestación

- **Acompañamiento, manejo con medios de comunicación** y logística del Día de Demostración que se hizo en la zona de Chumillos con el proyecto que llevan adelante FONAG y COOPI.
- **Diseño, elaboración y edición del díptico sobre el proyecto “Apoyo a las artesanías y protección al bosque de aliso”.** El díptico se planificó para entregar a la comunidad de Oyacachi con el fin de que se conozcan los objetivos y los compromisos del proyecto.

4. Acciones en Programa de Vigilancia y Monitoreo

- **Acompañamiento y organización de las tareas de capacitación** sobre medición de caudales, herramientas de planificación, diagnóstico y elaboración de proyectos, que se realizaron con los guardaparques comunitarios que mantiene

el FONDO y aquellos que conforman el Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ministerio del Ambiente.

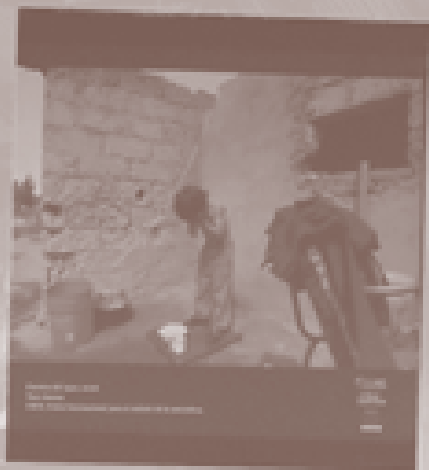
- **Diseño y edición del “Manual para medición de caudales”** que se entregó, como una herramienta de ayuda y aprendizaje, a los guardaparques que asistieron a esa jornada de capacitación.

5. Acciones en el Programa de Capacitación en Manejo Integrado de Cuencas -MIC

- **Elaboración, diseño y producción de materiales promocionales** que fueron entregados a todos los participantes involucrados en el Programa de Capacitación sobre Manejo Integral de Cuencas Hídricas. Este material estaba relacionado con un afiche promocional, adhesivos de carpeta y los roll up publicitarios.



Contos del Agua, 2006
Tayo Azeña
VICN, Unión Internacional para el cuidado de la naturaleza.



El trabajo trazado está dando frutos y hoy, la anteriormente desconocida institución que protegía el agua para Quito, está creciendo institucionalmente, tanto así que ha comenzado a ser replicada en el país y se está convirtiendo en un referente sobre temas que involucren al agua.

La comunicación del FONAG y su desafío

La Coordinación del Programa de Comunicación ha puesto a consideración de la opinión pública varios productos comunicacionales que han sido detallados en el capítulo anterior y que han permitido hacer un recuento de las tareas cumplidas por el programa dentro del quehacer institucional.

De seguro, muchas acciones quedan en el aire, quizás porque a fuerza de ejecutarlas pierden importancia o pasan a ser parte de la cotidianidad. Pero lo cierto es que el trabajo trazado está dando frutos y hoy, la anteriormente desconocida institución que protegía el agua para Quito, está creciendo institucionalmente, tanto así que ha comenzado a ser replicada en el país y se está convirtiendo en un referente sobre temas que involucren al agua.

Sin duda, el FONAG de mayo del 2004 a la fecha ha cambiado, ha crecido y se ha fortalecido. Así lo demuestran las encuestas cuando comparamos las que se realizaron en el 2000, en mayo del 2004 y en abril del 2007.

En mayo del 2004 se realizó una encuesta a autoridades, funcionarios de la EMAAPQ, EEQ, Municipio del Distrito Metropolitano, representantes de medios de comunicación, funcionarios de entidades constituyentes, pobladores de las cuencas hídricas, desarrollado por el FONAG y la Corporación Oikos sobre la existencia del FONAG y los resultados concluyeron que, tras cuatro años de constituida, había un total desconocimiento de la entidad por su débil situación financiera y administrativa y por tratarse de un mecanismo piloto. Sin

embargo, la existencia de un FONDO que trabaje en la protección del agua fue requerimiento de la totalidad de actores y actoras entrevistados y entrevistadas.

Los y las entrevistadas aducen que otra de las causas del desconocimiento es la ausencia de una adecuada comunicación y la falta de difusión de la gestión que realiza el FONAG. Ahora bien, siempre se destacó la predisposición de la comunidad entrevistada de participar en el accionar que demande cualquier entidad que se dedique a la protección y conservación del agua a fin de que se garantice el abastecimiento del recurso a mediano y largo plazo.

Teniendo en cuenta los resultados, el Plan de Comunicación que aplicó el FONAG, desde el 2004 al 2006, puso énfasis, precisamente, en la difusión y promoción de la imagen institucional. Para ello realizó una serie de acciones que permitieron a los diversos grupos conocer la existencia de la entidad y saber su razón de ser.

Y los logros de esas acciones se manifestaron tres años más tarde. En abril del 2007, todos y todas las entrevistadas tenían claro que el FONAG es un fondo para la protección del agua. Sin embargo, no saben exactamente su campo de acción, unos lo identifican con un fondo nacional, otros con un fondo ambiental, y otro grupo como un fondo de protección para la naturaleza.

Las publicaciones que edita el FONAG y el correo electrónico han sido las mejores herramientas para dar a conocer la

existencia de la institución. También se mencionaron los programas que lleva adelante como una forma de promoción, pero se destaca la participación personal que hace la institución ante los diversos actores, esto es, la participación activa en eventos sobre el agua o temas similares.

El correo electrónico es el que brinda a gran parte de los entrevistados, de un total de 50, el conocer el accionar del FONAG.

Hasta el momento, los medios alternativos utilizados para la difusión del FONAG han dado buenos resultados. A esto se suma la difusión lograda a través de los medios masivos haciendo noticia, participando activamente en los programas e involucrándole con instituciones amigas que destacan la labor del FONAG y que han sido parte importante de la credibilidad alcanzada.

Conclusiones

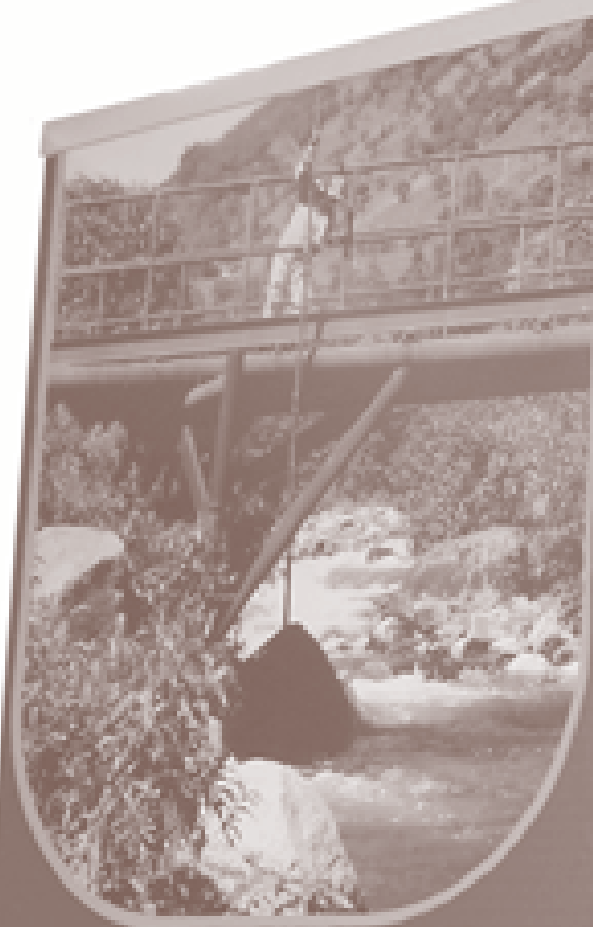
El FONAG es una organización joven, fundada en el 2000 y con una intervención directa desde mediados del 2004. En este tiempo se cree y se siente que el camino recorrido ha sido largo y positivo y que la tarea desempeñada por la Comunicación Social ha sido, sin duda, muy valiosa para lograr los avances para posicionar la imagen y reivindicar el trabajo que lleva adelante el FONAG y su equipo técnico.

He sido partícipe del involucramiento de las autoridades ambientales para con el FONAG. Hoy existe una mayor credibilidad de las autoridades seccionales en el quehacer institucional del FONDO. Ha mejorado notablemente la presencia institucional en medios masivos. El equipo técnico es un gran referente de consulta. Pero, sobre todo, la comunidad empieza a conocer y hablar de la existencia de una institución legal y creíble que comparte la responsabilidad que tenemos los y las habitantes de Quito de velar para que siempre haya aguaY para todos.

La comunidad empieza a conocer y hablar de la existencia de una institución legal y creíble que comparte la responsabilidad que tenemos los y las habitantes de Quito de velar para que siempre haya aguaY para todos.



Usted es parte del FONAG



www.fonag.org.ec





Lecciones aprendidas

“Por sus obras los reconoceréis” dice el adagio popular que se refuerza con la afirmación “Quien siembra cosecha”. Al volver la mirada atrás y recordar todo el accionar que realizó el Programa de Comunicación en pos del objetivo institucional, es fácil afirmar que la siembra está dando frutos y que estos frutos son reconocidos.

La profesional, encargada del Programa, está convencida de que se ha caminado largo y que se ha hecho camino al andar; pero también está segura que el desafío continúa, que es necesario avanzar, porque la acción que nos convoca, la protección del agua, tiene mucho trecho por recorrer.

Recordar las acciones realizadas permitió analizarlas y aprender de lo actuado. Estos aprendizajes posibilitaron mejorar las actividades desarrolladas, potenciar las debilidades y continuar con el reto de crecer.

El esfuerzo de difusión ejecutado ha sido grande, sin embargo, llegar a toda la comunidad de habitantes de Quito y a las áreas de influencia toma tiempo, trabajo y dinero por lo que es necesario que el Programa de Comunicación refuerce la difusión de la institución y de sus objetivos a través de campañas masivas de difusión.

- Es necesario ajustar, revisar y actualizar la estrategia de comunicación para consolidar los procesos realizados hasta el momento y llegar con el mensaje a un público masivo. Uno de los modelos que hay que fortalecer son medios de comunicación electrónicos porque han sido los más efectivos colaboradores en el proceso de posicionamiento de la entidad.
- Para el FONAG, como la institución en la cual está involucrada la población quiteña, sería propicio programar un evento masivo de presentación como institución que protege los recursos hídricos.
- Es necesario definir herramientas que permitan una real transversalidad de la Comunicación en todos los programas y proyectos del FONAG.
- La presente sistematización evidenció la necesidad de contar con un archivo físico en donde se reúnan todos los productos editados por el FONAG.