

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN UNA ORGANIZACIÓN REGIONAL **Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León**

Alberto Martín Bravo

Jefe de Comunicación de la FRMPCyL

Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León. C/ Miguel Íscar, 9 4ª planta, 47001, Valladolid (España) - Tlf.: (+34)983335100 - Email: alberto@frmpcl.es

Resumen

Explicación de cómo una organización regional apuesta por la Comunicación Institucional. Cambio de logotipo y aplicación de la nueva imagen corporativa. Desarrollo de comunicación interna y externa. Elaboración de la nueva página web, ligada al entorno 2.0. y de cómo una nueva sede permitirá avanzar en Responsabilidad Social Institucional.

Palabras clave

Comunicación institucional, imagen corporativa, web 2.0, responsabilidad social institucional

Key Words

Institutional communication, institutional image, web 2.0, institutional social responsibility

Abstract

Explanation of how a regional organization encourages doing Institutional Communication. New logo and application of new corporate image. Development of internal and external communication. Make a new website, linked to environment 2.0. And, finally, a new headquarter to progress in Institutional Social Responsibility.

Introducción

Si tenemos en cuenta que de los 8.112 ayuntamientos de España 2.248 están en Castilla y León, podemos suponer que la Comunicación Institucional es importante. Si tenemos en cuenta que de esos 2.248 ayuntamientos castellanos y leoneses, el setenta y cinco por ciento tiene menos de 500 habitantes, podemos imaginar que la Comunicación Institucional es complicada. Y ahí está nuestro reto.

La Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León (FRMPCyL) nace en el año 1986 como una asociación sin ánimo de lucro e integrada por los Ayuntamientos y las Diputaciones Provinciales (nueve en el caso de esta comunidad autónoma). Su objetivo principal es defender y promocionar la autonomía local ante las instancias políticas y administrativas de Castilla y León; sin olvidar el desarrollo y consolidación del espíritu democrático en el ámbito local, basado en la autonomía y la solidaridad entre los diversos entes locales, así como la promoción y realización de estudios para el mejor conocimiento de la

vida local y, por último, la prestación de servicios y gestiones en asuntos o materias que sean de interés general para los municipios.

La estructura de trabajo y organización de la FRMPCyL se compone de una Asamblea General, un Consejo Regional, una Comisión Ejecutiva, una Comisión de Gobierno y once Comisiones de Trabajo (que se encargan de asesorar y elaborar estudios y programas sectoriales en beneficio de la autonomía local en materias como el pacto local, la modernización y la calidad en los servicios, las haciendas locales, educación, cultura y turismo, sanidad, fomento, economía y empleo, agricultura y ganadería, entre otras).

Por tanto, es de suma importancia el trabajo que desarrolla la FRMPCyL a favor del municipalismo en una comunidad autónoma tan poco poblada para tanta extensión, la que más de España y de Europa. Y es ahí donde la apuesta por la Comunicación juega un papel determinante.

1. Nuevo logotipo, nueva imagen

Que había que modernizar la imagen de la Federación era evidente, tanto que se había convertido en una necesidad tal y como lo planteó el presidente en el transcurso de la Comisión Ejecutiva celebrada en marzo de

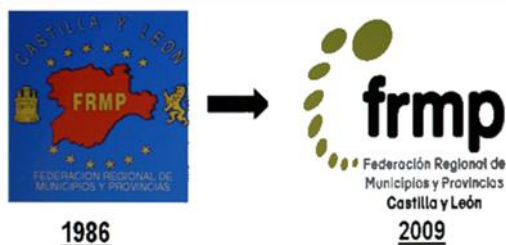
2008 en la sede de las Cortes de Castilla y León, en Valladolid, en la que se anunció la convocatoria de un concurso de ideas. Durante dicha reunión, Miguel Ángel García Nieto reconoció que “*el objetivo de*

esta iniciativa es contar con un diseño que represente lo que la Federación es y quiere ser en el futuro: un órgano activo que aglutine a todos los municipios de Castilla y León”.

El Consejo Regional de la Federación de Municipios y Provincias de Castilla y León, reunido en Ponferrada (León) a mediados de diciembre de 2008, aprueba el nuevo logotipo. Después de 22 años con un castillo, un león y doce estrellas como representación de esta institución cambiamos a una nueva imagen que ya deja entrever la apuesta por un futuro acompañado de la imagen y basado en la comunicación institucional.

Un diseño moderno que permite dar un aire más actual a la presencia, que cada vez mayor, de la Federación en la sociedad y en todos los foros relacionados con el ámbito municipal para que se tenga en cuenta la voz de los municipios.

Gráfico nº 1: Nueva imagen de la Federación Regional de Municipios y Provincias



Fuente: Elaboración propia

La imagen son nueve círculos ovalados que representan a las nueve provincias de la Comunidad de Castilla y León, agrupados

en color verde, ordenados de menor a mayor haciendo un arco vertical, que expresa movilidad y crecimiento.

La representación tipográfica es FRMP, iniciales de Federación Regional de Municipios y Provincias, que también está escrito con todas sus letras, justo debajo en tonos grises, y Castilla y León algo más grande y en negrita.

Tras el cambio del logotipo, el presidente de la Federación y Alcalde de Ávila decide crear en el mes de enero de 2009 un departamento de comunicación, con funciones y desarrollo más específico que el ya existente departamento de prensa. Miguel Ángel García Nieto es consciente de lo que supone éste cambio de imagen y apuesta por comunicar la institución en un momento en el que la financiación local y la difícil situación que atraviesan los ayuntamientos empiezan a ser tema de debate en la sociedad, que siempre recurre en primer lugar al ayuntamiento por ser la institución más cercana a los ciudadanos. Para el presidente *“es el momento de comunicar. Somos los primeros que debemos creer en nosotros y, por tanto, los primeros en contar lo nuestro, nuestro trabajo y preocupación por el día a día de los ayuntamientos y diputaciones”*

Esta decisión va en sintonía con la importancia que la comunicación va teniendo en Castilla y León, no sólo en sus empresas sino también en sus instituciones. Y en esa importancia creciente, La Junta de Castilla y León ha liderado la creación de una delegación regional de la Asociación de Direc-

tivos de Comunicación (dircom), con su director de Comunicación Ángel Losada al frente. Y ya cuenta con cerca de treinta socios que apostamos por la comunicación como una herramienta estratégica.

Desde la Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León consideramos la Comunicación como un factor clave para la organización, no sólo porque ahora se coordina todo lo que genera la institución sino también porque estamos consiguiendo transmitir los principios y los objetivos políticos a nuestro entorno, a nuestros públicos de interés que empiezan

a percibir que la apuesta por la Comunicación es una inversión y no un gasto.

Además, en la FRMPCyL la comunicación está en el origen de las decisiones y no en la fase de ejecución. El Jefe de Comunicación participa en el Comité de Presidencia junto al secretario general y a la asesora del presidente, y tiene hilo directo con el presidente para consensuar a cada momento la política de comunicación de la institución. En definitiva, supone un paso más en el reconocimiento del DIRCOM y favorece el desarrollo de la función comunicativa.

2. Todo por comunicar

Con el nuevo logotipo elegido y un Manual de Identidad Corporativa por aplicar (repartimos copias del manual al personal para que empezaran a ser conscientes de que el nuevo logotipo era sólo un paso más), lo primero que uno percibe cuando planifica cómo empezar a comunicar esta institución es que fallamos en lo más básico: estamos ocultos, no queremos que nos identifiquen, no contamos quienes somos porque, para empezar, nadie sabe dónde está su sede.

Por supuesto, que los 2.248 ayuntamientos de la comunidad saben por la correspondencia que reciben la dirección exacta de la oficina de la Federación, y porque algunos alcaldes, concejales o técnicos acuden para hacer alguna gestión, pero no es tan supuesto y sí más evidentemente complicado

que pasen por la calle Miguel Íscar de Valladolid y logren encontrar el portal de la oficina. Fue lo que más me llamó la atención al llegar a mi nuevo destino. La placa identificativa del portal no estaba ni se la esperaba, había desaparecido hace tiempo y nadie se había ocupado de reponerla. Estaba claro: quedaba todo por comunicar.

Gráfico n° 2: Número 9 de la calle Miguel Íscar de Valladolid



Fuente: Elaboración propia

Había que empezar por lo más sencillo pero lo más útil para llevar a cado todo el plan de Comunicación. En unas horas nos habíamos *identificado* hacia el ciudadano que habita y circula por una de las zonas de negocio más destacadas de la ciudad de Valladolid. A falta de año y medio para el traslado a la nueva sede, había que *situarse* y *destacarse* en el número 9 de la calle Miguel Íscar.

Gráfico nº 3: Placa informativa de oficinas en el número 9 de la calle



Fuente: Elaboración propia

Una vez *localizados*, el siguiente paso ha sido unificar el mensaje a transmitir: los valores de la institución y su trabajo en defensa de los ayuntamientos y las diputaciones de Castilla y León.

En la página web se decía una cosa, en la agenda otra, el personal lo explicaba a su manera y para llegar a un público más generalista (salir del ámbito institucional para que el ciudadano de a pie conozca la Federación) había que estructurar el mensaje, comunicarlo de forma breve y, de esta forma, incrementar la confianza de los ciudadanos en la institución. Se diseñó un sencillo, pero práctico, díptico para conocer qué es la Federación, cuáles son sus objetivos y su estructura, dar a conocer nuestra página web y nuestra revista corporativa, y anunciar la construcción de nuestra futura sede. Habíamos dado un paso más, parecía que el cambio de logotipo empezaba a tener consecuencias y la comunicación interna estaba funcionando al transmitir ése cambio y hacer partícipes de ello al personal. La Federación empieza a comunicar.

Gráfico nº 4: Díptico de frmp



Exterior del díptico corporativo



Interior del díptico corporativo

Fuente: Elaboración propia

3. El consistorio

El canal más directo de comunicación con nuestros stakeholders es “EL CONSISTORIO”, la revista corporativa de la Federación. Se edita desde el año 2002, tiene una periodicidad trimestral y una tirada de 3.000 ejemplares. La Federación marca la línea de cada número y supervisa los contenidos que son aportados, por un lado, por el departamento de Prensa de la institución y, por otro, por el personal de la editorial que además de la redacción se encarga de la maquetación, impresión y distribución de la revista.

Aquí también hemos apostado por aplicar la nueva imagen pasando del azul al verde actual en su portada, así como en algunos aspectos de diseño en las páginas interiores.

Líneas atrás comenté la apuesta por centrar y estructurar el mensaje de la institución a través de un díptico corporativo; pues bien en la revista se ha querido personalizar el mensaje y pasar del “Editorial” a la “Carta del Presidente”. No tenía sentido querer “ocultar” la opinión de la institución cuando representa a los más de dos mil alcaldes de Castilla y León que diariamente dan la cara por su municipio y luchan por mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos, no en vano el ayuntamiento es la institución más cercana. Por ello, qué mejor que representar la postura de la institución en su presi-

dente y, a la vez, alcalde para demostrar que la Federación ha empezado una nueva etapa de comunicación basada en la transparencia y la cercanía.

Durante la lectura de sus 50 páginas conocemos el trabajo que desarrollan las diferentes comisiones internas, las inversiones que realiza la Junta de Castilla y León, un reportaje sobre las inversiones que una provincia en concreto está llevando a cabo, la labor diaria de tres alcaldes, noticias sobre patrimonio, cultura, urbanismo y nuevas tecnologías así como informes con datos relevantes de la realidad municipal de nuestra región.

Y en ése objetivo de hacer más personal y cercana la institución, para el 2010 incluiremos en “El Consistorio” una nueva sección al final de la misma, “Ciudadanos” nos permitirá conocer la opinión de destacados castellanos y leoneses de las letras, el deporte, la música, el arte y la sociedad civil a cerca de sus ayuntamientos, de sus ciudades y pueblos, etc. Queremos hacer ver que el ayuntamiento no es sólo cuestión de los políticos y de los funcionarios, sino que está formado por personas y que son personas las que se benefician de su trabajo que pretendemos sea valorado por esas personas que marcan y crean identidad de Castilla y León.

4. Eventos

Ni por estructura ni por actividad la organización de eventos es, por ahora, una de las tareas que requiera un tratamiento específico y detallado en el Plan de Comunicación. Precisamente, al igual que con la revista, hemos externalizado parte y contamos con la ayuda y el excelente trabajo de una de las mejores agencias de la Comunidad.

La Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León celebra cada dos años la Asamblea General, la correspondiente a éste año se traslada por motivo de agenda a primeros del 2010 en la ciudad de Ávila. Es sin duda el gran evento a organizar, con una asistencia media de 400 alcaldes llegados de toda la comunidad y reunidos durante una mañana para debatir ponencias, comunicaciones y proponer mejoras para el presente y futuro de los ayuntamientos siempre con la vista puesta en la financiación local.

La otra gran cita en la organización de eventos se celebra siempre a final de año y es una jornada de formación para el personal de las Entidades Locales de Castilla y

León, que se celebra en la sede del parlamento regional y a la que acuden más de doscientas personas. Además, estamos apostando por estar presentes en diferentes foros con el fin claro de hacer marca e implementar nuestra estrategia; y aunque algunos expertos sitúan a la marca en el entorno del negocio, nosotros apostamos por situarla en un ámbito más institucional y considerarla una herramienta que permita generar más confianza en la Federación, sin recurrir a la publicidad para mantenerla sino basarla en la credibilidad que debe transmitir cada ayuntamiento y su alcalde, al frente.

Uno de esos foros a los que hemos acudido se celebró en el mes de mayo en la ciudad de Valladolid y fue el Salón Admira (Salón de productos y servicios para la innovación y la modernización de las Administraciones Públicas). Fue la primera vez que la nueva imagen se presentaba en público y permitió comprobar el éxito del díptico corporativo así como la implantación del logotipo en diferentes artículos de merchandising.

5. Entorno 2.0

La Federación hace años que apostó por las nuevas tecnologías para llevar a cabo uno de sus proyectos más ambiciosos y valorados: la formación continua, cursos online

(además de los presenciales que se desarrollan en cada una de las nueva provincias de la comunidad) que persiguen la mejora constante de los funcionarios de la adminis-

tración local. La web centraliza toda la tramitación de los cursos y, al mismo tiempo, ofrece noticias de la actividad de la institución tales como las reuniones de la Comisión Ejecutiva, la asistencia del presidente a diferentes jornadas y encuentros, firmas de convenios, etc. Sin olvidar una amplia base de datos sobre legislación, ordenación y composición de ayuntamientos y diputaciones.

Bien podríamos decir que parece, y lo es, una web práctica aunque la primera impre-

sión al verla es más bien de algo estático, poco atractiva, muy “burocrática”, y con demasiada información al mismo tiempo y desde la página de inicio. Por todo ello, y sin dudarlo ni un instante, decidí en el Plan de Comunicación encaminar la federación hacia un entorno 2.0 con el claro objetivo de mejorar la imagen de la FRMPCyL, al mismo tiempo que fidelizar a todos aquellos funcionarios que únicamente accedían a nuestra web para inscribirse en los cursos de formación.

Gráfico nº 5: Imagen de la web de la federación



Fuente: <http://www.frmpl.es>

A diferencia de la web de una empresa privada que, entre otros objetivos, pretenda apoyarse en elementos claves para diferenciarse del resto de empresas de su sector, en una institución como la FRMPCyL no estamos obligados a conseguir éste objetivo por lo que la nueva página web nos permitirá crecer y destacar por nosotros mismos. Y por ello, lo primero ha sido apostar por nuestro nuevo logotipo, una nueva imagen que dé carácter y personalidad a la primera visión que tenga la persona que tecle <http://www.frmpl.es>. Estamos

en pleno proceso de renovación de la web, que será presentada oficialmente en la próxima Asamblea General, y únicamente puedo mostrar esa página de inicio que anteriormente no existía y que nos identifica el *territorio federación* al que accedemos.

Gráfico nº 6: Imagen de la página de inicio de la futura web



Fuente: Elaboración propia

Al igual que en la revista aposté por personalizar el mensaje, era evidente que la nueva web debía ir en esa línea con un “Saludo del Presidente”; no tenía sentido saludar en la página web de su ayuntamiento y no hacerlo en la nuestra. Si habíamos conseguido estructurar y unificar el mensaje de lo que es la Federación con un práctico díptico, esa fórmula debía continuar en la página web para que exista una mejor percepción de sus objetivos, funciones, acciones, etc.; ahora la misma información se encontrará en todos los soportes, tanto en la web como en la agenda y en el díptico corporativo. Y, por supuesto, la formación continua seguirá ocupando un papel destacado.

Además, existirá un apartado específico de noticias que, dejando atrás ese tono de boletín oficial, será más audiovisual y estará más actualizado; no en vano la presencia de la federación en diferentes reuniones, encuentros, jornadas, etc., va siendo cada vez mayor y requiere una actualización constante. Hay que contar quienes somos,

dónde estamos y lo que hacemos porque la FRMPCyL es una institución viva. De ahí que yo personalmente apueste por no dar tanta importancia a la nota de prensa; sí, sé que aún funcionan, son baratas y que con las plantillas tan ajustadas que actualmente hay en las redacciones hasta consiga que la copien literalmente, pero reconozcamos que el correo electrónico satura.

Hemos pasado del fax al email y ahora caminamos hacia un *site de prensa* de la institución. Hay que aprovechar las posibilidades que ofrece la web para convertirla en un punto de referencia de información en cuanto al municipalismo, la financiación local, etc. Ofrecer la misma información que la nota de prensa pero dándole la protección de la página web, utilizando el mismo lenguaje pero apoyándose en los datos que pueden encontrar en la página para completar la información, permitiendo entrar en contacto de forma directa para consultar dudas. Y a través de ello convertimos nuestro entorno 2.0 en un generador de información que, aún pareciendo más un medio de comunicación, se va a convertir en un medio de gestión tanto de noticias como de datos y documentación municipal.

La web 2.0 va acompañada de la presencia en redes sociales. Teniendo en cuenta que el perfil de los alcaldes en los pueblos va siendo cada vez más el de gente joven, con el fin de mejorar la percepción y la notoriedad de la federación hay que hablar el mismo lenguaje que los usuarios de esa web. De ahí la presencia, por ejemplo, en

Facebook donde acabamos de crear una página para ir sondeando y acercándonos a

esos nuevos perfiles.

Conclusiones: Comunicación para el futuro

La comunicación ha llegado a la FRMPCyL y se ha convertido en una herramienta estratégica. Y su importancia será mayor cuando en el segundo semestre del 2010 se inaugure la nueva sede, ubicada también en Valladolid, junto a las Cortes de Castilla y León y financiada por la consejería de Interior y Justicia del gobierno regional. El edificio (con ocho plantas, auditorio y parking) permitirá un mayor y mejor desarrollo de la Política de Comunicación ya que se convertirá en lo que denomino “*el ayuntamiento de los ayuntamientos*”, el lugar idóneo para practicar el *networking*.

Un mayor espacio que nos permitirá dotar de más estructura (jurídica, etc.) a la Federación y así ofrecer un mejor servicio a los ayuntamientos y diputaciones de Castilla y León.

En definitiva, con esta nueva sede se mejorará la imagen de la institución, se facilitará el trabajo a los medios de comunicación que acudan a nuestras convocatorias, tendremos lugar para organizar nuestros propios eventos, avanzaremos en la comunicación interna, desarrollaremos las relaciones institucionales y apostaremos fuertemente por la Responsabilidad Social Institucional (RSI). Éste último aspecto va ligado al concepto que antes mencioné de “*el ayun-*

tamiento de los ayuntamientos”, porque es la institución más próxima y es indudable la labor social que cada uno de ellos hace en la medida de sus posibilidades en las nueve provincias de Castilla y León; labor que en los próximos meses se verá reforzada con esta nueva sede de la Federación para dar a conocer y apoyar la cultura, el arte, el patrimonio y las tradiciones de esta Comunidad en la defensa de una identidad que parte del municipalismo como forma eficaz de desarrollo y progreso de las ciudades y pueblos de la comunidad más extensa de España y de Europa.

Y ése es el resto del que hablé al principio del artículo: hacer que la Comunicación Institucional sea vista como algo más que aparecer en los medios y sea entendida como un factor clave que permita cambiar y adaptar a la realidad la percepción que se tiene de la institución y de a quién representa, que son los 2.248 ayuntamientos y las nueve diputaciones de Castilla y León.

Así es la comunicación en una organización regional, en la que ha habido que empezar de cero, que se apuesta por ella desde la Presidencia, habiendo diseñado un Plan de Comunicación realista y práctico, unificando mensajes, protocolizando los eventos y,

entre otras cosas, demostrando que los intangibles sirven y ayudan a tener valor.

Pero la Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León no puede

comunicar sola porque su razón de ser está en los ayuntamientos y las diputaciones, por eso avanzamos juntos, comunicamos juntos.

Referencias

ARROYO, L. y YUS, M. (2003) *Los cien errores de la Comunicación en las organizaciones*. Madrid, Edit. ESIC.

ADECEC (2003) *Cuarenta éxitos en Comunicación*. Barcelona, Edit Pearson.

MARTÍN MARTÍN, F. (2006) *Comunicación Empresarial e Institucional*. Madrid, Edit. Universitas y Asociación APM (4ª Edición)

Cita de este artículo

MARTÍN BRAVO, A. (2010) Comunicación institucional en una organización regional. Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León. *Revista Icono14 [en línea] 1 de Julio de 2010, Año 8, Vol. 2*. pp. 329-339. Recuperado (Fecha de acceso), de <http://www.icono14.net>