



SCOUTS[®]
Construir un Mundo Mejor

Organización Mundial del Movimiento Scout
Región Interamericana
Asociación de Scouts de Venezuela
Centro de Servicio Scout Nacional



Representando al Movimiento Scout

Comunicaciones

*Versión Oficial
Septiembre 2007*

Representar al Movimiento Scout	3
¿A quién representamos?	4
¿Respetar el protocolo?	4
Somos los autores de nuestra propia imagen.	4
Los mensajes claves.....	5
Las preguntas más simples son las más difíciles	6
Responder preguntas delicadas.....	7
¿A quién me estoy dirigiendo?	8
Preguntas para uno previo a la entrevista	9
¿Qué queremos mostrar?	10
La imagen es el reflejo de nuestra identidad.....	10
La imagen refleja lo que hacemos	10
La Foto Correcta	10
Protección de nuestra marca.....	11
Para más información consultar al:	11

Representar al Movimiento Scout

Se te ha llamado a representar al Movimiento Scout y te preguntas cómo pasar el mensaje. Pudieras tener que preparar un discurso, escribir un artículo, responder en una entrevista, o quizás dispones de sólo 30 segundos para atraer a un futuro donante...

Ya sea que te desempeñes como embajador o vocero, voluntario o profesional, a nivel nacional o internacional, este documento te proporcionará algunas ideas para facilitar tu tarea. Utiliza los mensajes claves aprobados por la Conferencia Scout Mundial para el trienio 2005 – 2008.

Este documento, está basado sobre tres elementos interrelacionados, que nos permiten forjar la imagen de marca del Movimiento Scouts.

- Mensajes
- Imágenes
- Actitudes

Para realizar bien tu trabajo, necesitarás combinar estos tres elementos formulándote unas simples preguntas que proponemos más adelante. Recuerda siempre que necesitas practicar: ¡no se puede improvisar cuando uno habla en nombre del Movimiento Scout!

Buena suerte.

¿A quién representamos?

Cualquiera sea el nivel en que nos desempeñemos en el Movimiento, cuando aparecemos en público y mucho más cuando lo hacemos en uniforme scout, representamos a toda la comunidad internacional. La globalización de la información implica que lo que se dice o hace en Ginebra puede tener impacto en Caracas, y viceversa. Por lo tanto, cuando se comunica un mensaje en nombre del movimiento, es necesario considerar si uno es la persona apropiada para hacerlo y si se cuenta con información suficiente para pasar el mensaje correcto.

¿Respetar el protocolo?

Ser vocero o representante no es una simple cuestión de protocolo. El protocolo puede ser un obstáculo cuando a la persona más apropiada para pasar el mensaje correcto, no se le permite hacerlo. Suele ocurrir que si hay más de tres personas que representan a la misma institución en una conferencia de prensa, el protocolo adquiere precedencia sobre la eficiencia. Hay momentos para el protocolo y momentos preciosos para la comunicación.

Estás en medio del escenario representando al movimiento. Para las personas que te observan ERES el movimiento. Por lo tanto no puedes expresar tus opiniones personales como si fuera la posición oficial del de la institución.

Somos los autores de nuestra propia imagen.

Muchas ideas preconcebidas acerca del movimiento Scout son debidas a nuestra propia responsabilidad, tanto para bien como para mal. Por lo tanto antes de representar al movimiento, asegúrate estar en sintonía con lo que queremos comunicar. *“Un Movimiento que educa a la juventud para la construcción de un Mundo Mejor”.*

Los mensajes claves

<i>Elementos Fundamentales</i>	<i>Mensajes</i>	<i>¿Qué es?</i>
NUESTRA VISION	Construir un Mundo Mejor	Nuestra gran idea. Proviene de nuestro fundador.
NUESTRA MISION	Educar a los jóvenes para que desempeñen un papel activo en la sociedad.	Tenemos una misión para llevar a cabo nuestra gran idea.
NUESTRA FORTALEZAS	Participativo Emocionante Habilitador	Para expresar cómo vivimos nuestra gran idea, utilizamos tres palabras. Suficientes para que los otros lo recuerden.
LOS TEMAS COMUNICACIONALES	Una Fuerza Social Una Cultura de Paz Una Contribución Constructiva	Para dar a conocer nuestra gran idea a los demás, nos enfocamos en tres temas que podemos combinar de diversas maneras para sintonizar nuestro trabajo en comunidades: ayudan a ilustrar lo que decimos, lo que mostramos y lo que hacemos.

Las preguntas más simples son las más difíciles

Puedes tener que escribir un artículo, responder una entrevista, convencer a un donante potencial... Las preguntas más simples son las más difíciles por que requieren respuestas mas precisas. He aquí alguna de las preguntas que te pueden formular.

Misión	Pregunta 1: ¿Cuál es el por qué del Movimiento Scout? Todos soñamos con una fórmula que de respuesta a esta simple pregunta. Existe, es nuestra Misión: "Educar a los Jóvenes para que desempeñen un papel activo en la sociedad". Es una versión actualizada del lema del Movimiento Scout "Siempre Listos". ¿Listo para qué? Tienes que tener una respuesta.
Visión	Pregunta 2: ¿Qué procura lograr? Como agente de desarrollo y fuerza social, el Movimiento Scout tiene una meta determinante que se expresa en su visión: "Construir un Mundo Mejor". Puedes comenzar una entrevista o discurso con la visión, pero luego debes dar ejemplos concretos para ilustrar "Cómo" ¡Antes de que te formulen la tercera pregunta!
Ilustrada por historias reales	Pregunta 3: ¿Pero qué es lo que hacen específicamente? Es importante Ilustrar esta visión de un mundo ideal, con acciones reales en terreno, de modo que no parezcamos soñadores utópicos. Siempre debes disponer de algunos ejemplos reales para ilustrar lo que estás diciendo. El mayor interés se genera cuando puedes sorprender a tu audiencia con información inesperada.

Responder preguntas delicadas

Hay preguntas que uno preferiría evitar, las personas tienen derecho a hacerlas, algunas preguntas delicadas se justifican porque las personas no conocen mucho acerca de nuestra misión y tienen ideas preconcebidas muy arraigadas sobre el Movimiento Scout que no expresan claramente lo que hacemos.

Mantén siempre la calma y utiliza argumentos pertinentes. Si no sabes cómo responder, dile a la persona que posteriormente tomarás contacto con ella para darle una respuesta.

Puedes pensar en preguntas delicadas que no aparecen a continuación, si así fuera puedes contactar al departamento de comunicaciones del Centro de Servicio Scout Nacional comunicaciones@scoutsvenezuela.org.ve

<i>Recuerda</i>	<i>Impresiones Equivocadas</i>	<i>Respuestas posibles</i>
Combatir las ideas preconcebidas más frecuentes.	Es un Movimiento Paramilitar.	Es un Movimiento de educación para la paz.
	Es un Movimiento de juventud totalitario.	El Movimiento Scout ha tenido estatus consultivo en las Naciones Unidas desde 1947... ¿Piensa usted que la ONU le conferiría tal estatus a un Movimiento totalitario?. El Movimiento Scout es de naturaleza educativo y ayuda a los jóvenes a pensar por sí mismos, la razón más probable por la cual ha sido prohibido por la mayoría de las dictaduras.
	Es un Movimiento elitescos	El Movimiento Scouts está abierto a todos sin distinción de origen o sector social. Basta una mirada a lo que el Movimiento Scout hace en materia de desarrollo comunitario para darse cuenta que no es elitescos (Dar un ejemplo).
Comprender por qué existen estas ideas preconcebidas.	Está demasiado vinculado a la religión.	Es verdad que el Movimiento tiene una dimensión espiritual y religiosa, como parte de su enfoque al desarrollo personal. (Aquí puedes hablar de tu propia experiencia: "Para mi..."). Como es multiconfesional, el movimiento impulsa el dialogo interreligioso en sus programas de educación intercultural y para la paz.
	Son un poco inocentes	Hay un onceavo artículo no oficial en la Ley Scout que señala "Un Scout no es tonto". El enfoque multidimensional del Movimiento Scout ayuda a los jóvenes a desarrollar todas sus habilidades – Incluso la capacidad de liderazgo.

¿A quién me estoy dirigiendo?

Quieres impactar a la gente que te escucha en 10 segundos o un minuto. Lo importante es atraer su atención y hacer que quiera saber más mediante preguntas tales como “¿Por qué?” y “¿Cómo?”. Entonces esto te da la oportunidad de comunicar la totalidad de tu mensaje. Siempre es así como comienza un diálogo.

<i>Estoy hablando a... y tengo</i>	<i>Un Periodista</i>	<i>Un Político</i>	<i>Un Dirigente Empresarial</i>
10 segundos.	<p>“El Movimiento Scout es un Movimiento educativo para jóvenes. Pocas personas comprenden cuál es su verdadera misión”.</p> <p>“¿Sabías que...? (Aquí, brevemente, dale al periodista alguna noticia sobre la que pueda escribir.)”</p>	<p>“En el Movimiento Scout, los jóvenes aprenden el verdadero significado de ciudadanía y democracia. ¡Ciertamente ayuda a desarrollar la conciencia política!. Como usted, los Scouts están ayudando a satisfacer necesidades reales de la sociedad.”</p>	<p>“El Movimiento Scout forma a los líderes del mañana. Es sin duda la primera escuela de gerencia para jóvenes.</p> <p>En el Movimiento Scout los jóvenes aprenden a asumir responsabilidades, a desarrollar un sentido de equipo y a ser autosuficientes.”</p>
1 minuto.	Hago mi introducción de 10 segundos y guardo 50 segundos para contar una historia que:	<p>Es relevante para el tema.</p> <p>Está en línea con el interés de la persona con la que estoy hablando.</p> <p>Está en línea con la causa que defiende la persona con la que estoy hablando.</p>	
5 minutos.	<p>Hago una introducción de 10 segundos.</p> <p>Tengo tiempo para ampliar lo que deseo decir. Entonces doy algunos ejemplos con una o dos historias sobre la base de uno de los tres temas comunicacionales. (ver pagina 5)</p>	<p>Mantengo su interés mediante una pregunta*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué otra cosa quiere usted saber?. - ¿Tiene usted problemas para encontrar información? - ¿Fue usted Scout activo? - Luego de lo que le he dicho, ¿Qué piensa que pudiera usted decir de los Scouts? <p>Es importante establecer un diálogo para crear confianza.</p> <p>(*) Hacer preguntas demuestra tu interés en la persona con la quien habla. Las repuestas deben estar vinculadas a lo que la persona representa y su interés.</p>	

Preguntas para uno previo a la entrevista

¿Quién?	¿Quién está hablando?	<p>¿Soy la persona correcta?</p> <p>¿No sería mejor que una persona joven hable de los jóvenes?</p> <p>¿No sería mejor en una situación particular, que una persona con una posición de dirección en el Movimiento hable en contexto oficial?</p>
¿A quién?	¿A quién se habla?	<p>¿A quién estoy hablando?</p> <p>¿Los conozco?</p> <p>¿Qué conozco de esas personas?</p>
¿Qué?	¿Qué quiere decir?	<p>¿Cuál es el tema?</p> <p>¿Conozco bien el tema?</p> <p>¿Soy la persona apropiada para hablar del tema?</p>
¿Dónde?	¿Dónde vas a decirlo?	<p>¿He visitado el lugar con anticipación para sentirme más seguro?</p> <p>¿Es este el lugar mas apropiado para mostrar lo que tengo que decir?</p>
¿Cuándo?	¿Cuándo vas a decirlo?	<p>¿Es este el momento adecuado para hablar?</p>
¿Cómo?	¿Cómo vas a decirlo?	<p>¿Qué tono debo adoptar para que mi audiencia objetivo escuche?</p> <p>¿Qué vocabulario sería más apropiado?</p> <p>¿Cómo debo vestir?</p>
¿Por qué?	¿Por qué necesitas decir algo?	<p>¿Qué razón tengo para hablar?</p>

Recuerda:

- Conocer a tu audiencia objetivo.
- Como en el teatro o en el cine, necesitas crear una unidad en términos de tiempo y espacio.
- Crea empatía: La capacidad de pensar y sentir como si uno fuera la otra persona.

¿Qué queremos mostrar?

Puedes ser invitado a hablar en nombre del Movimiento, pero no sabes que foto mostrar... formúlate la siguiente pregunta:

“¿De qué manera nuestra imagen refleja nuestra misión mediante nuestra acción?”

La imagen es el reflejo de nuestra identidad

Uno no puede esperar que una foto refleje acción si todo lo que uno ve es gente parada en posición de atención o no haciendo nada en particular.

Uno no puede esperar que una foto refleje nuestro deseo de promover la paz, si una de las principales actividades es desfilan por las calles como un regimiento. Una buena foto no se deja al azar; necesita reflejar algo significativo, se debe hacer la elección correcta antes de tomar la fotografía.

La imagen refleja lo que hacemos

Uno no puede esperar que la foto refleje la presencia de unos jóvenes en un encuentro, si todos los adultos están en primera fila, y todos los fotógrafos vueltos hacia ellos.

Uno no puede esperar que una foto muestre a un movimiento abierto de mente y moderado con jóvenes, que visten un uniforme diseñado hace cien años. Es importante pensar en el estilo que proyectamos. Muestra logros reales que ilustren nuestra misión.

La Foto Correcta

Una foto en la prensa es una foto instantánea. ¿Cuál es el proceso de pensamiento que debe seguirse antes de que una foto aparezca en la prensa?

- Elegir un lugar.
- Elegir una situación.
- Elegir una actividad.
- Elegir a las personas que aparezcan en la foto.
- Elegir cómo deben aparecer.

Protección de nuestra marca



“Somos los piratas de nuestra propia marca”, este logotipo de marca, es la marca institucional del Movimiento Scout. Está compuesto por el emblema Scout Mundial (La Flor de Lis), la palabra “SCOUTS” (nuestro

nombre es nuestra fama), y nuestra visión “Construir un Mundo Mejor” (Nuestra gran idea).

Este logotipo de marca está protegido por tratados internacionales de protección de la propiedad intelectual. Su uso no autorizado es un acto de robo. Cada miembro del Movimiento debe asumir responsabilidad y ayudar a preservar su identidad.

Para más información consultar al:

Centro de Servicio Scout Nacional

Caracas – Venezuela.

Telf.: (+58-212) 551.4646/4664

Fax: (+58-212) 551.4691.

Email: comunicaciones@scoutsvenezuela.org.ve

Web: www.scoutsvenezuela.org.ve

Este material fue tomado del original escrito por:

Organización Mundial del Movimiento Scout

Región Interamericana

Santiago - Chile

Telf.: (+56-2) 225.7561

Fax: (+56-2) 225.6551

Email: wscout@interamerica.scout.org