

CURACIÓN DE CONTENIDOS

BIBLIOTECA HUMANA

IDENTIFICACIÓN DEL CONOCIMIENTO

CULTURA AUDIOVISUAL

# Manual para la Comunicación de Proyectos de Gestión del Conocimiento

ENRED@2.0

PILOTAJE DE PROYECTOS

CAMBIO GENERACIONAL



# Manual para la comunicación de proyectos de Gestión del Conocimiento

**Instituto Andaluz de Administración Pública**  
Sevilla, 2019



Instituto Andaluz de Administración Pública  
**CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR**



Gestión del  
Conocimiento

TÍTULO: MANUAL PARA LA COMUNICACIÓN DE PROYECTOS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

AUTORÍA: Azahara García Peralta

COORDINACIÓN: Reyes Boralla Jaramillo. Área Gestión del Conocimiento. IAAP

DISEÑO DE CUBIERTA: Manuel Cañete Guerra

EDITA: INSTITUTO ANDALUZ DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 2020

Reconocimiento - NoComercial (by-nc)

Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales



# MANUAL PARA LA COMUNICACIÓN DE PROYECTOS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

INSTITUTO ANDALUZ DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



Instituto Andaluz de Administración Pública  
CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR



Gestión del  
Conocimiento



# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>Presentación</b>  | 9  |
| <b>1. Programa Embajadores del Conocimiento II Edición 2018-2019: Proyectos</b>  |    |
| ○ Biblioteca humana  | 11 |
| ○ Cambio generacional en la Junta de Andalucía   | 12 |
| ○ Curación de contenidos en materia de Gestión del Conocimiento  | 13 |
| ○ Enred@2.0: Revista Digital del Empleado/a Público de la Junta de Andalucía   | 14 |
| ○ Identificación del conocimiento crítico  | 15 |
| ○ Implantando la Cultura Audiovisual en la Junta de Andalucía  | 16 |
| ○ Pilotaje de Proyectos de Gestión de Conocimiento   | 17 |
| <b>2. Itinerario formativo del programa</b>  |    |
| ○ Taller de Lanzamiento de Proyectos de Gestión del Conocimiento   | 19 |
| ○ Taller de Seguimiento de Proyectos de Gestión del Conocimiento   | 21 |
| ○ Taller de Métricas de Proyectos de Gestión del Conocimiento  | 23 |
| ○ Taller Cierre conceptual de Proyectos de Gestión del Conocimiento  | 24 |
| <b>3. Taller de cierre conceptual: Aprendizaje para comunicar proyectos. Sesión de evaluación y trabajo creativo</b>   |    |
| ○ <i>Storytelling</i> emocional  | 26 |
| ○ Breve presentación de los proyectos  | 28 |
| ○ Evaluación por pares a través una rúbrica basada en los siguientes indicadores de logro: proyecto, estructura y calidad, formato, narrativa, creatividad y habilidades comunicativas | 28 |
| <b>4. Conceptualización final de proyectos</b>   |    |
| ○ Diseño de la presentación:   | 32 |
| ■ Preguntas previas inspiradoras   | 32 |
| ■ La importancia del mensaje   | 33 |

|  |    |
|--|----|
| ■ El poder de la narrativa y la retórica   | 34 |
| ■ ¿Cómo conectar con la audiencia?   | 35 |
| ■ Formato de la presentación:  |    |
| • Herramientas y posibilidades   | 36 |
| • Bancos de recursos libres de derechos  | 37 |
| • Edición de imagen  | 37 |
| ■ Propuestas para una comunicación efectiva y emocionante  | 38 |
| • Narrativa  | 38 |
| • Creatividad  | 39 |
| • Comunicación   | 40 |
| ○ Puesta en escena:  | 41 |
| • Análisis del espacio y medios  | 41 |
| • Consejos finales para disfrutar de la comunicación   | 42 |
| ○ Análisis de la evaluación por pares, autoevaluación y asesoramiento respecto a la conceptualización del proyecto:                | 42 |
| ■ Ideación narrativa para la comunicación pública  | 43 |
| <br>   |    |
| <b>5. El momento de la Verdad: Presentación de los Proyectos en la II Jornada Gestión de Conocimiento en la Junta de Andalucía</b> |    |
| ○ Implantando la Cultura Audiovisual en la Junta de Andalucía  | 52 |
| ○ Cambio Generacional en la Junta de Andalucía   | 52 |
| ○ Enred@2.0: Revista Digital del Empleado/a Público de la Junta de Andalucía   | 53 |
| ○ Curación de contenidos en materia de Gestión del Conocimiento  | 53 |
| ○ Identificación del conocimiento crítico  | 54 |
| ○ Biblioteca humana  | 54 |
| ○ Pilotaje de Proyectos de Gestión de Conocimiento   | 55 |
| <br>   |    |
| <b>6. Lecturas recomendadas</b>  | 59 |

Descarga este documento en formato electrónico





## Presentación

El objeto de este Manual es compartir prácticas y metodologías para facilitar la comunicación y presentación de proyectos de trabajo colaborativo. En este caso, nos basamos en la experiencia de los proyectos que se desarrollan en el marco del Programa de Embajadores/as del Conocimiento de la Junta de Andalucía.

El Programa de Embajadoras/es del Conocimiento en el área de la Gestión del Conocimiento (GC o KM) es una línea de trabajo que el Instituto Andaluz de Administración Pública (IAAP) impulsa desde 2017. Este programa responde principalmente, a la idea de facilitar actividades como "crear redes de personas", junto a otras líneas como "implantar la cultura de compartir" y "aumentar el intercambio de ideas en la administración". Sobre ellas se asienta el marco de la Gestión del Conocimiento en la Junta de Andalucía.

El objetivo del programa es generar iniciativas y proyectos relacionados con la Gestión del Conocimiento, y que tengan un carácter transversal para toda la Junta de Andalucía. Se articula a través de la participación voluntaria, y mediante convocatoria dirigida al personal de la administración andaluza.

El IAAP coordina, impulsa y supervisa la ejecución de estas iniciativas, a la par que provee la formación y los recursos técnicos necesarios para el desarrollo de las mismas.

En las dos ediciones realizadas (2017-18 y 2018-19) se contó con participación de 75 personas empleadas públicas de la Administración Andaluza, de diferentes cuerpos, áreas funcionales y geográficas que desarrollaron proyectos de carácter transversal. La experiencia de estas primeras etapas ha dado un resultado satisfactorio, tanto por el número de proyectos realizados, como por la valoración de los propios participantes.

Finalizando la 2º edición del Programa comprobamos la importancia de dar un paso más, y **aprender a comunicar y presentar los logros obtenidos en nuestros proyectos, hacerlos visibles y llegar a la ciudadanía y público interesado**. Por ello acudimos a buscar metodologías y herramientas que facilitasen nuestro propósito final y las hemos incorporado en nuestro itinerario formativo anual para futuras ediciones.

Ese es el objetivo de este MANUAL PARA LA COMUNICACIÓN DE PROYECTOS DE GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, con el valor añadido de estar basado en la experiencia de esta última edición del programa de Embajadores/as del Conocimiento del IAAP, y con el propósito de que sea aplicable en todas las escenarios y realidades de proyectos de Gestión del Conocimiento.

**Equipo Gestión del Conocimiento IAAP**

## **1. Programa Embajadoras/es del Conocimiento II Edición 2018-2019: Proyectos.**

Como ya citamos, el objeto de este Manual se centra en compartir las metodologías para la difusión, comunicación y presentación de proyectos del trabajo colaborativo de los proyectos que se desarrollan en el marco del Programa de Embajadores/as del Conocimiento de la Junta de Andalucía.

Vamos a partir de una breve descripción de cada uno de los proyectos que componen el Programa. Algunos representan una continuación de los iniciados en la I edición:

- **Biblioteca humana**

Recopilación del conocimiento de personas expertas y significativas para la organización. Se trata de un formato de entrevistas en vídeo de unos 20 minutos de tiempo máximo, con preguntas dirigidas. Sus logros a alcanzar:

- Identificar y capturar el conocimiento de personas significativas.
- Crear cultura de transmisión del conocimiento.
- Trabajar con formatos audiovisuales.



- **Cambio generacional en la Junta de Andalucía**

El foco se centra en:

- La toma de conciencia de los efectos del cambio generacional y la sensibilización de la organización sobre la pérdida de conocimiento.
- El diseño de un piloto de transferencia de conocimientos mediante *website-wiki*.

Abarca la creación de una metodología para la transferencia del conocimiento de personas próximas a la jubilación hacia la organización, y en particular hacia personas de nuevo ingreso. Esta metodología es susceptible de adaptarse a personas en situación de movilidad en el colectivo de personas empleadas públicas de la Junta, incluyendo acogida o traslados. Entre sus objetivos:

- Evitar la pérdida de la experiencia y del conocimiento experto por la salida de los empleados públicos.
- Garantizar que esa experiencia y conocimientos sean conservados y queden disponibles.
- Transferir de manera efectiva dicha experiencia y conocimiento a funcionariado en activo.



- **Curación de contenidos en materia de Gestión del Conocimiento**

Concebido para buscar cómo se está construyendo la Gestión del Conocimiento en otros lugares, sin límites geográficos. ¿Qué está pasando en Gestión del Conocimiento por el mundo?

Principales metas:

- Mostrar qué es la Curación de Contenidos, qué hemos entendido como el «arte» de buscar, seleccionar, completar y transformar contenidos buenos en excelentes.
- Los contenidos a «curar» son los del punto anterior (¿qué está pasando en el mundo Knowledge Management (KM)?), así como los producidos por el resto de grupos en el desarrollo de los proyectos.
- Dar a conocer la Gestión del Conocimiento en la Junta de Andalucía. Tanto lo que se hace por el mundo, como lo que se avanza en la Junta de Andalucía.



- **Enred@2.0: Revista Digital del Empleado/a Público de la Junta de Andalucía**

Publicación digital de carácter cuatrimestral con artículos elaborados por empleadas públicas y empleados públicos de la Junta de Andalucía. Está pensada como instrumento para la puesta en valor del conocimiento y experiencia adquiridos y desarrollados en el sector público andaluz y que, al mismo tiempo, ayude a canalizar su espíritu creativo e innovador y a difundirlo. Sus objetivos principales:

- Compartir el conocimiento y la experiencia profesional y personal de las personas empleadas públicas.
- Participación y colaboración activa.
- Creación de una conciencia colaborativa de transformación y mejora social y personal.



- **Identificación del conocimiento crítico**

Se trata de identificar el conocimiento crítico existente en la Junta de Andalucía, dando respuesta a las preguntas:

- ¿Qué sabemos en la organización?
- ¿Qué es lo más importante?
- ¿Quién lo sabe?
- ¿Qué hacemos con ello?

Entre sus metas:

- Elaborar un inventario categorizado del conocimiento existente en la Junta de Andalucía.
- Mapear el conocimiento crítico para la actividad de la organización.



- **Implantando la Cultura Audiovisual en la Junta de Andalucía**

Diseño y puesta en marcha de una metodología para fomentar el uso de medios audiovisuales como apoyo a los procedimientos en la Junta de Andalucía.

Se inicia a través de guías y manuales preexistentes para la elaboración de videotutoriales y anuncios. ¿Propósitos?:

- Experimentar y practicar su elaboración.
- Impulsar el uso de videotutoriales para facilitar las labores administrativas(trámites administrativos, ayuda en procedimientos, cumplimentación de formularios, etc).



- **Pilotaje de Proyectos de Gestión de Conocimiento**

Definición de procesos o pasos de gestión de proyectos de Gestión del Conocimiento (GC) que permitan documentar, aplicar, sistematizar y facilitar la implementación de proyectos de gestión del conocimiento en la Junta de Andalucía. Entre sus objetivos:

- Diseñar e implementar sesiones presenciales de gestión del conocimiento en el marco del programa.
- Definir un decálogo en base a la experiencia de la dinamización y participantes de las dos ediciones recogidas a través de cuestionarios.
- Construir una guía abierta para la implantación de proyectos de Gestión de Conocimiento en la administración de la Junta de Andalucía.



A través de este código QR se puede acceder a la web del programa Embajadoras/es del Conocimiento así como a los proyectos en detalle:



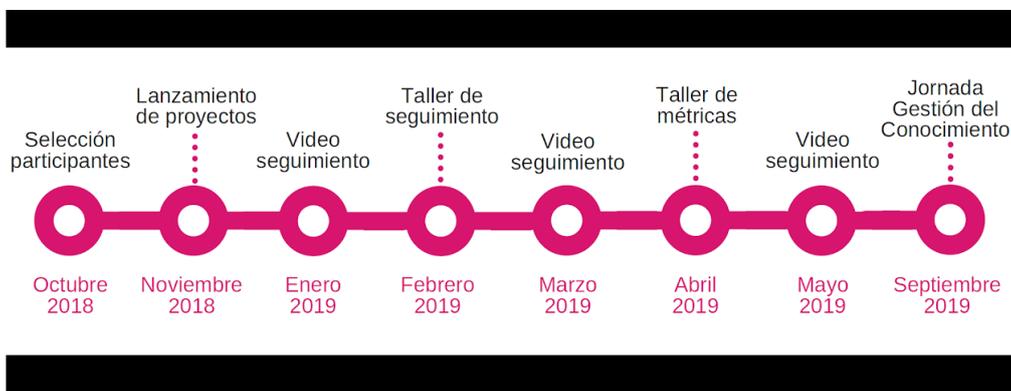
[Web del programa Embajadores/es del Conocimiento:](https://ws168.juntadeandalucia.es/iaap/gestiondelconocimiento/embajadores-del-conocimiento/)

**[https://ws168.juntadeandalucia.es/iaap/gestiondelconocimiento/  
embajadores-del-conocimiento/](https://ws168.juntadeandalucia.es/iaap/gestiondelconocimiento/embajadores-del-conocimiento/)**

## 2. Itinerario formativo del programa

En el siguiente esquema se muestra el itinerario formativo sobre el que se articula el Programa de Embajadoras/es del Conocimiento.

Faltaría incluir (junio) el nuevo taller dedicado a la Comunicación de Proyectos, cuyos resultados y contenidos son **objeto de esta publicación**.



- **Taller de Lanzamiento de Proyectos de G. C.** (Baeza, noviembre 2018)

Tras el cierre de la convocatoria para participar en el Programa y proceder a la selección de personas participantes celebramos en Baeza (Jaén) en noviembre el primero de los talleres del itinerario formativo: Lanzamiento de Proyectos de Gestión del Conocimiento. Este encuentro formativo pretendía alcanzar los siguientes propósitos:

- Adquirir las habilidades para la creación y desarrollo de proyectos que apoyen la gestión del conocimiento en la Administración.
- Experimentar técnicas de trabajo cooperativo. Un tipo de organización así ayuda a generar procesos más participativos en el seno interno de la Administración.
- Lanzar proyectos de la naturaleza descrita así como formalizar el compromiso de los grupos para su logro.

Para fomentar este carácter vivencial se apuesta por un curso residencial (alojamiento, aprendizaje y convivencia del gran grupo durante 2 días).



- **Taller de Seguimiento de Proyectos de G.C.** (Málaga, febrero 2019)



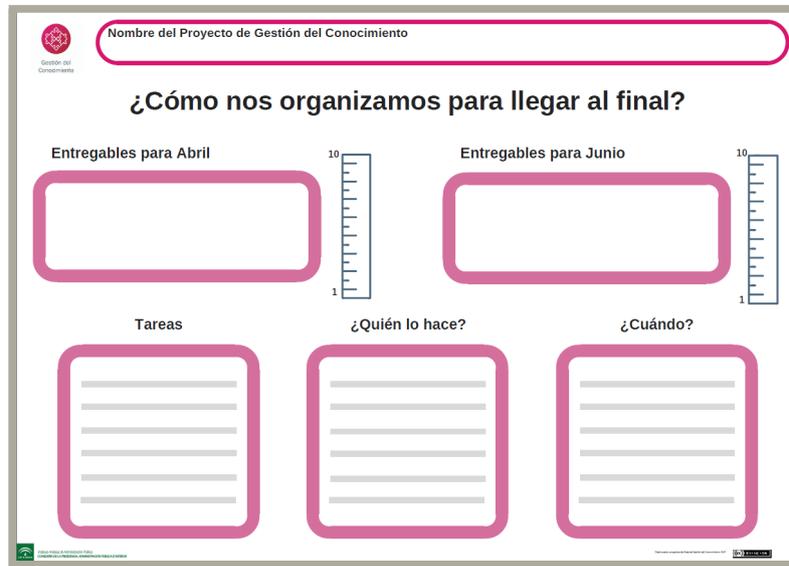
El grupo participante en un momento de la presentación

Se realiza un seguimiento presencial de los 7 proyectos seleccionados en la edición 2018-2019 del programa de Embajadores del Conocimiento. Los 7 equipos presentan los avances de sus respectivos proyectos en un formato breve de 5 minutos.

Objetivos:

- Conocer la propuesta de proyectos trabajada por cada uno de los grupos, el valor del proyecto, resultados y situación actual.
- Descubrir y practicar metodologías para la agilización de proyectos.

- Reflexionar sobre lo avanzado y determinar los próximos pasos de los proyectos.



Nombre del Proyecto de Gestión del Conocimiento

### ¿Cómo nos organizamos para llegar al final?

Entregables para Abril

Entregables para Junio

Tareas

¿Quién lo hace?

¿Cuándo?

Detailed description: This is a project organization template. At the top left is the logo of the 'Centro del Conocimiento'. To its right is a rounded rectangular box for the 'Nombre del Proyecto de Gestión del Conocimiento'. Below this is the main title '¿Cómo nos organizamos para llegar al final?'. The template is divided into two main sections for deliverables: 'Entregables para Abril' and 'Entregables para Junio'. Each section contains a large empty rounded rectangle for listing deliverables, with a vertical scale from 1 to 10 to its right. Below these are three columns for task management: 'Tareas', '¿Quién lo hace?', and '¿Cuándo?'. Each column contains a rounded rectangle with horizontal lines for text entry. At the bottom left, there is a small logo for 'Unión Europea' and 'Ministerio de Educación, Cultura y Deporte'. At the bottom right, there is a small logo for 'UNIVERSIDAD DE ALICANTE'.

Plantilla de organización grupal del proyecto

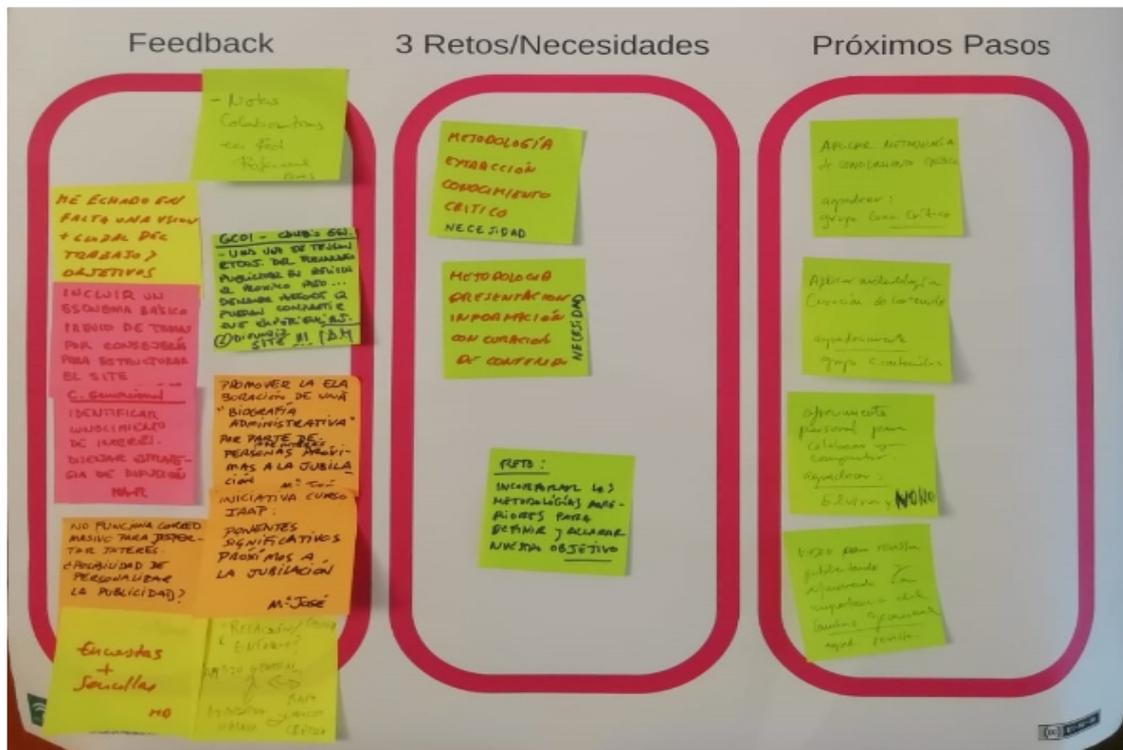
- **Taller de Métricas de Proyectos de G.C.** (Sevilla, abril 2019)

Seguimiento y encuentro presencial de los equipos que trabajan los 7 proyectos seleccionados.



Objetivos:

- Identificación de áreas de mejora en proyectos de gestión del conocimiento.
- Generación de un clima adecuado para el desarrollo del proyecto correspondiente con trabajo colaborativo.
- Coordinación y cooperación para trabajar en red.
- Elaboración y desarrollo de documento de definición del proyecto.



Canva de trabajo completado

- **Taller de cierre conceptual: Aprendizaje para la comunicación de proyectos GC.**

Dado que el desarrollo, las metodologías y prácticas desarrolladas en este taller son el objeto de esta publicación, el siguiente apartado se dedica de lleno a él.

### 3. Taller de cierre conceptual: Aprendizaje para la comunicación de proyectos de GC



Instantánea del grupo que participó en el taller

Con carácter emergente en junio se integra en el Itinerario Formativo del Programa de Embajadoras/es del Conocimiento este taller.

Entre las metas a alcanzar:

- Puesta en común de avances.
- Reactivación emocional.

- Evaluación de los entregables e identificación de mejoras.
  - Diseño del enfoque para la presentación oficial en septiembre.
  - Ideación de un plan de captación de la atención para nuevas incorporaciones y fidelización de las personas empleadas públicas comprometidas de cara a la siguiente edición.
  - Puesta en valor de los proyectos tanto internamente (tanto a nivel jerárquico como horizontal) como al exterior.
- ***Storytelling emocional***

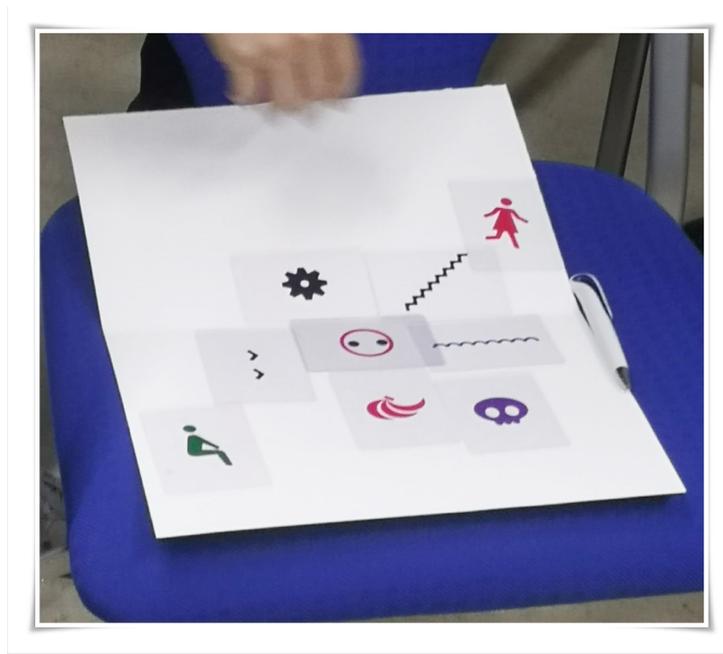
**Descripción:**

Esta dinámica se desarrolla a través de una adaptación del juego Imagine. Se reparten aproximadamente 10 cartas a cada grupo. Son transparentes y cada una de ellas se encuentra representada por un icono. Pueden superponerse, lo cual multiplica las posibilidades creativas. ¿Qué se le pide al grupo? Que construya una historia conectando todos los iconos. Esa historia tiene que transmitir sus expectativas. Debido a que el comienzo de la dinámica es dedicada a analizar avances y punto de partida, las expectativas iban referidas al proyecto en el que llevaban meses inmersos.

El tiempo de la dinámica es de 15 minutos para la elaboración de la historia y entre 3-5 para compartirla con el resto de grupos. Para la presentación en "gran grupo" se anima al desarrollo de la capacidad creativa.

## Objetivos:

- Trabajar la comunicación intragrupal, identificando puntos de vista y percepciones individuales.
- Favorecer la capacidad de consenso, estableciendo metas comunes.
- Descubrir los avances de otros grupos, potenciando así el intercambio de información y sugerencias de mejora intergrupales.



Composición narrativa elaborada con las cartas de Imagine

- **Breve presentación de los proyectos**

Tras las expectativas, se dedicaron 5 minutos por grupo para presentar sus avances. Entre los puntos a desarrollar se solicitaron:

- Nombre del equipo y breve presentación.
- Nombre del proyecto.
- Objetivos del proyecto.
- Descripción del entregable.
- Eslogan o lema.
- Retos para la jornada final del día 24 y posteriores.

- **Evaluación por pares a través una rúbrica basada en los siguientes indicadores de logro: proyecto, estructura y calidad, formato, narrativa, creatividad y habilidades comunicativas:**

Una vez finalizadas las presentaciones se procedió a la evaluación por pares. Como puede apreciarse en la rúbrica, los indicadores de logro se centraron por una parte en la conceptualización del proyecto en sí. Por la otra, en indicadores relaciones con la propia presentación: estructura y calidad, formato, narrativa, creatividad y las propias habilidades comunicativas. He aquí la rúbrica:

## Rúbrica Embajadores/as del Conocimiento

Agente que evalúa:

Agente evaluado/a:



| INDICADORES DE LOGRO             | EMBAJADA 1<br>APRENDIZ   | EMBAJADA 2<br>CON POTENCIAL                                  | EMBAJADA 3<br>ILUSTRE  | OBSERVACIONES |
|----------------------------------|--|--|--|---------------|
| <b>Proyecto</b>                  | El proyecto no transmite sensación de cierre. Necesita trabajarse      | Casi finalizado, sin bien requiere perfilar algunos detalles | Completado al 100%. Su esencia y finalidad son claras            |               |
| <b>Estructura y calidad</b>      | Debe mejorarse la organización de la información así como la redacción | Apunta maneras, habría que revisar algunos detalles          | Matricula para la redacción y la organización de ideas/elementos |               |
| <b>Formato</b>                   | Parece desorganizado y algo descuidado                                 | Deben pulirse algunos detalles estéticos                     | Efectivo y visualmente atractivo. Diseño impecable               |               |
| <b>Narrativa</b>                 | Carece de un hilo conductor que favorezca la comprensión               | La intención es buena, aunque podría mejorarse la conexión   | La narrativa conduce a la perfección el mensaje                  |               |
| <b>Creatividad</b>               | Impacto inexistente. Habría que trabajar la sorpresa                   | La creatividad se muestra tímidamente                        | La presentación es creativa tanto conceptual como estéticamente  |               |
| <b>Habilidades comunicativas</b> | ¡Ay, si Aristóteles hablara! Es cuestión de ensayar el discurso        | El mensaje se transmite si bien puede mejorarse la retórica  | La capacidad para conectar con el público es impresionante       |               |



Rúbrica diseñada por @AzaharaTIC junto a @fjdmurillo y @RBorralla para @IAAPJunta

Rúbrica para la evaluación de proyectos y comunicaciones de Embajadores/as del conocimiento. <https://view.genial.ly/5d2c180904dc7e0f6e4e5ea6>



Código QR de acceso a la rúbrica.

<https://view.genial.ly/5d2c180904dc7e0f6e4e5ea6>

Realmente, la rúbrica pretendía dar respuesta a las siguientes cuestiones:

*¿El proyecto se ha completado?*

*¿La presentación se ha estructurado de manera correcta?*

*¿El formato es adecuado y está bien elaborado?*

*¿Existe una narrativa que sirva de hilo conductor?*

*¿La presentación es creativa?*

*¿La comunicación ha conseguido conectar con la audiencia?*

El proceso de evaluación se dividió en dos fases:

- Fase de auto-evaluación: la rúbrica se completó mediante consenso grupal.
- Fase de evaluación por partes: cada uno de los grupos realizó aportaciones cuantitativas y sobre todo cualitativas a la rúbrica del resto.

Completaron por tanto 7; la suya y la de los otros 6 grupos.

Fue un proceso enriquecedor, ya que la propia evaluación junto a las percepciones del resto, permitió generar evidencias suficientes de mejora.

De un lado se habían resaltado los puntos fuertes y de otro, identificado los aspectos que necesitaban más atención. Esto fue posible gracias a la generosidad de detalle en el apartado observaciones, el más importante sin duda.

## 4. Conceptualización final de proyectos

- **Diseño de la presentación**

Recomendaciones para enfocar conceptual y creativamente la esencia de los proyectos.

- **Preguntas previas inspiradoras**

Entre las cuestiones sugeridas para comenzar el trabajo se encontraban:

*¿Qué quiero comunicar?*

*¿Cómo voy a hacerlo?*

*¿Quién va a hacerlo?*

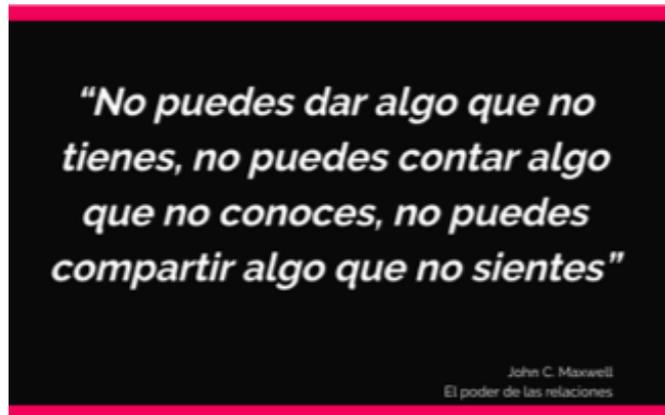
*¿Cuáles serán mis recursos?*

*¿Qué dinámica voy a seguir?*

*¿Qué enfoque tendrá mi narrativa?*

*¿Cuál será mi momento "wow" (sorpresa)?*

## ○ La importancia del mensaje



Cita inspiradora de John C. Maxwell

20 minutos. Ese era el tiempo máximo para la presentación pública. Si se quiere alcanzar el éxito en tan poco tiempo hay que cuidar dos aspectos clave:

- *Menos es más:* exponer una idea clave y remarcarla, acompañada de algunas más que la refuercen.
- *Sin emoción no hay comunicación:* en la línea de la cita compartida, solo puede transmitirse lo que nace del interior, de la creencia más profunda.

## ○ **El poder de la narrativa y la retórica**

Ahora bien, considerar lo anterior no es suficiente. Se hace necesario un método para trabajar los diversos elementos que componen una comunicación.

Las preguntas previas inspiradoras (antes expuestas) presentaban como objetivos conseguir que *Ethos*, *Logos* y *Pathos* estuvieran presentes en la comunicación. *¿Quiénes son Ethos, Logos y Pathos?*

Estos nombres responden a las tres líneas distintas de argumento identificadas por Aristóteles. Cada una de ellas cumple una función necesaria para transmitir el mensaje, para conectar con la audiencia:

- *Ethos*: sobre él se asienta el argumento. Pretende establecer una relación entre el hablando y el oyente, generar un clima entre iguales.
- *Logos*: la razón es en el logos la protagonista. Permite que *Ethos* progrese. Se trata de aportar evidencias que lo refuercen.

- *Pathos*: referido a la conexión emocional, a su despertar. Ya sea ira, entusiasmo, piedad, etcétera. En este caso, estaría enfocado a la identificación de la ausencia con el problema abordado. Cada proyecto pretendía dar respuesta a una necesidad identificada en la administración pública de la Junta de Andalucía. Una apuesta clara por la gestión del conocimiento como solución.

### ○ **¿Cómo conectar con la audiencia?**

Para conquistar a la audiencia, *Ethos*, *Logos* y *Pathos* deben alinearse por completo. Ha de conseguirse en primer lugar que la audiencia se identifique con quien comunica, con sus preocupaciones, con su mensaje.

Realmente, el mensaje no va dirigido hacia una audiencia como un todo sino a la suma de oyentes. Considerando que cada una de esas personas alberga sus propios deseos, aspiraciones y creencias. De ahí la importancia del primero de los pasos: *analizar a la audiencia*.

*¿Cuál es su perfil profesional, personal?  
¿Su edad, su rol en el evento?*

La herramienta “mapa de empatía” puede ayudar a conseguirlo. También plantearse algunas de estas cuestiones: “si yo estuviera en su lugar...” ¿Qué pensaría sí...? ¿Cómo me sentiría sí...?

## ○ **Formato de la presentación:**

### ■ **Herramientas y posibilidades**

Existen múltiples recursos para el diseño de la presentación. Tras analizar la disponibilidad de tiempo así como los perfiles de las personas participantes, se optó por proponer las siguientes herramientas:

- Presentación de Google Drive
- Prezi
- Powerpoint
- Genial.ly

Especialmente se hizo hincapié en la utilización de la herramienta Genial.ly., optando la mayoría de grupos por ella. ¿Cuál fue la razón? Esta herramienta dispone de numerosas plantillas con unas temáticas muy diversas. Lo mejor es que los diseños están elaborados y no solo facilitan el trabajo sino que también inspiran la estructura. Además, aseguraba una homogeneidad estética para el evento en su totalidad. También simbolizaba la excusa para descubrir un recurso con muchas posibilidades. Entre sus temáticas se encuentran: presentación, dossier e informes, *learning experience*, “gamificación”, imagen interactiva, infografías, guía, videopresentación, *personal branding* o social.

## ■ Bancos de recursos libres de derechos

Respetar los derechos de autoría supone requisito básico en la creación de contenidos. A menos que las imágenes o recursos sean propios, se proponen los siguientes bancos de imágenes gratuitos (enlazados en la infografía más adelante):

- Pixabay.
- Creative Commons.
- Unsplash.

Aunque la mayoría no necesita atribución, se recomienda incluirla aunque no sea obligatorio. En deferencia a quienes los crearon y compartieron generosamente.

## ■ Edición de imagen

Las fotografías seleccionadas de los buscadores anteriores no suelen requerir retoques gracias a su calidad. Igualmente, las imágenes personales o aquellas que necesiten algún añadido de texto, efecto de luz, etc. sí puede necesitar superar un proceso de edición. Para ello, una opción sencilla y con potencial sería BeFunky: <https://www.befunky.com/es/>.

- **Propuestas para una comunicación efectiva y emocionante**

Principio y fin. Sí, tanto el comienzo de la presentación como el final, serán los momentos que la audiencia recuerde. He ahí la importancia de hacerlos memorables. También resulta clave que exista un momento “wow” o álgido durante la presentación y lo más importante, que la presentación vaya guiada a través un hilo conductor. A considerar los tres últimos pasos de la infografía:

- **Narrativa:** El poder de las historias es innegable, nos encantan. Ayudan a comprender mejor la información y a disfrutarla. Algunas opciones a considerar:

- Secuencia cronológica: podemos comenzar por el principio (“cómo surgió el proyecto”) y llegar hasta el momento actual, incluso proyectando ideas futuras. O comenzar por el desenlace como en la película Benjamin Button. También es posible jugar con los *flashback* (alteraciones de los momentos temporales).
- Ficción: podemos basarnos en la alguna historia de éxito (que pensamos que gusta a nuestra audiencia) y conectar los diferentes hitos de nuestro contenido con ella.

- El viaje del héroe: un modelo que puede sernos útil para crear nuestra historia, en este artículo publicado en el blog Yorokobu encontrarás información detallada: Accede al Blog:  
<https://www.yorokobu.es/juego-de-tronos-viaje-del-heroe/>

Para impactar en el comienzo, podríamos empezar con una analogía, un acertijo, un reto, una pregunta o una historia humana. También podríamos introducir una comparación, transmitiendo suspense o algún dato o información que nadie espere. ¿Un recurso infalible? El sentido del humor.

- **Creatividad:** ¿Cómo generar un momento *Wow*? Comenzando de una forma que sorprenda. Algunas opciones:
  - Que la comunicación comience desde el público, por ejemplo a través de la infiltración de una persona cómplice.
  - A oscuras, con una banda sonora y una voz que narre el inicio.
  - Versión teatral, desempeñando algún rol.
  - Lanzando una pregunta y provocando la interacción con el público.

- No solo el comienzo ha de ser impactante, también hay que asegurarse de recalcar el mensaje al final del discurso. Regalando una frase memorable, unas palabras que les lleven a la acción, un broche de oro a una presentación memorable. Si al visualizar la presentación se siente la emoción eso significa que se va por el buen camino.

## ○ **Comunicación:**

- La importancia de equilibrar los mensajes:
  - Verbales: el contenido que se transmite.
  - Paraverbales: la entonación, el volumen, el ritmo, los matices de la voz.
  - Corporales: gestos, mirada (atención al barrido y al contacto visual), movimiento, respiración, silencios escogidos.
- Piensa que el protagonismo no es para quien crea, sino para su público receptor. Hay que hablarle desde la emoción. Una emoción sustentada en evidencias y en un mensaje que les interese. Evitando el uso de muletillas y apostando por los ejemplos, el sentido del humor y la cercanía.

- **Puesta en escena:**

- **Análisis del espacio y medios**

Conocer el espacio y ensayar los movimientos sobre el mismo es requisito indispensable para el éxito. El Salón de Actos de la sede del Instituto Andaluz de Administración Pública fue el sitio escogido. Además, recién remodelado.

En esta jornada se comentó que la tarde anterior al día del evento se celebraría el ensayo con los grupos.

Así fue, ensayando en lo posible no solo el correcto funcionamiento técnico de la presentación sino la comunicación en sí de los grupos. Se preparó la descarga de creaciones digitales para el día siguiente, se comprobó audio, luces y se pensó en los planes "b" y "c" que siempre han de contemplarse.



## ■ **Consejos finales para disfrutar de la comunicación**

¡Disfrutar! Sin duda esa es la recomendación más importante. Cuando se ha creado una presentación atractiva y capaz de transmitir el mensaje que se desea así como instar a la acción, lo que resta es contagiar ilusión. Disfrutar de la comunicación nos permitirá conectar con la audiencia de una forma honesta y auténtica.

### ● **Análisis de la evaluación por pares, autoevaluación y asesoramiento respecto a la conceptualización del proyecto.**

Como suele ocurrir, las debilidades de unos grupos simbolizaban las fortalezas de otros. Se analizaron uno a uno los indicadores de logro sobre:

- Proyecto.
- Estructura y calidad.
- Formato.
- Rúbrica.
- Narrativa.
- Creatividad.
- Habilidades comunicativas.

A raíz de la autoevaluación, del *feedback* recibido por el resto de grupos y del asesoramiento específico, se comenzó a idear la estructura conceptual.

- **Ideación narrativa para la comunicación pública.**

Una vez superado el taller así como analizadas las mejoras y potencialidades llegó el momento de la sesión creativa.

Además del seguimiento continuo de los grupos, estos disponían de una infografía interactiva para la creación de su presentación. Diseñada con la herramienta Genial.ly.

Su estructura guiada la convertía en un proceso *checklist*. Para avanzar en el proceso de preparación comunicativa se partía del paso número 1: **el proyecto**. Si no estaba finalizado conceptualmente se accedía al icono con forma de estrella. En él se descubre el siguiente mensaje:

*"¿Falta algún detalle por cerrar? ¿El proyecto tiene entidad propia?  
Reflexionad y pedid ayuda, el equipo de apoyo está para ayudaros. Si  
pensáis que el proyecto está listo para ser comunicado, seguid el camino  
del "Sí".*

Una vez superado esta fase se pasaba a la número 2: la estructura. Y así con los siguientes: **formato, narrativa, creatividad y comunicación.**

Respecto a los últimos tres pasos (narrativa, creatividad y comunicación) se recomienda el orden establecido aunque suelen trabajarse de forma simultánea.

## Comunicación Embajada del conocimiento



“ La comunicación efectiva es 20% lo que sabes y 80% cómo te sientes con respecto a lo que sabes. ” Jim Rohn.



Azahara G. Peralta @AzaharaTIC para @IAAPJunta

**Descarga aquí la**  
**[Infografía interactiva para el diseño de la presentación.](#)**

También dispones del siguiente código QR para acceder a la infografía, así como de la misma al completo justo debajo:



Infografía *checklist* para el diseño de la comunicación:

URL: <https://view.genial.ly/5d0293ec5d62730f7081bc1e>

## **5. El momento de la Verdad: Presentación de los proyectos en la II Jornada Gestión de Conocimiento en la Junta de Andalucía**

(Sevilla, septiembre 2019)



En este nuestro segundo año, el programa fue el siguiente:

- Evolución de nuestras líneas estratégicas para la Gestión del Conocimiento: Hablar de mejores prácticas y lecciones aprendidas.
- Presentación de los proyectos realizados dentro de la 2ª edición del Programa Embajadoras/es del Conocimiento (2018-2019).
- Mesa de experiencias: trabajo colaborativo y dinamización de proyectos en red.
- Ponencia: “Del dicho al hecho en la Gestión del Conocimiento”; de la teoría a la práctica en la Gestión del Conocimiento en las organizaciones.



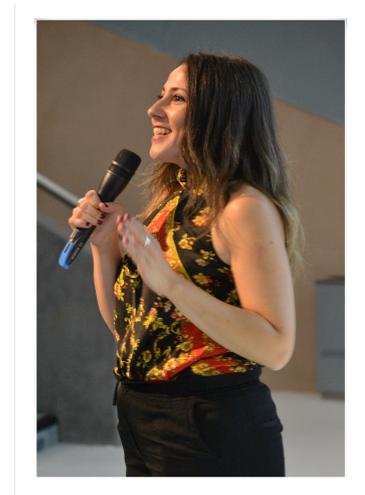
Juan Carlos González, Director del IAAP inaugurando la II Jornada de Gestión del Conocimiento en la Junta de Andalucía.



Fco. Javier Domínguez durante la presentación del Programa de Embajadores y Embajadoras de Gestión del Conocimiento.

Concluidas la bienvenida y la contextualización se dio paso a la presentación de los 7 retos protagonistas del evento.

Azahara G. Peralta (a la derecha) fue la encargada de presentarlos, tras lo cual, cada uno de los retos dispuso de 20 minutos para comunicar sus objetivos y transmitir a la audiencia la importancia de sus proyectos.





Proyectos: Enred@2.0: Revista Digital del Empleado/a Público de la Junta de Andalucía, Cambio Generacional, Pilotaje de Proyectos KM y Curación de Contenidos.



Proyectos: Identificación del Conocimiento Crítico, Biblioteca Humana e Implantando la cultura audiovisual en la Junta de Andalucía

A continuación, una breve descripción de cada una de las **comunicaciones** así como la URL de la **presentación de los** proyectos en sí:

- **Implantando la Cultura Audiovisual en la Junta de Andalucía:** como no podía ser de otra manera, su comunicación fue sorprendente, divertida y muy visual. A través de la figura de “FunciTuber” concienciaron de la importancia de compartir el conocimiento. ¿De qué manera? Tan fácil como grabar la pantalla desarrollando algún procedimiento que conozcamos para facilitar su transmisión a otras personas interesadas.

Accede a la presentación:

<https://www.youtube.com/channel/UC-Uc4AZScs10mQgawP3IN3g>

- **Cambio Generacional en la Junta de Andalucía:** uno de los retos más complejos en su conceptualización precisamente por su elevado grado de necesidad. Este grupo superó diversas fases a través de un proceso de natural frustración. Así es, concretar un problema de tal magnitud requiere de un tiempo considerable. Finalmente aportaron varias vías para abordarlo a través de acciones concretas.

Accede a la presentación:

<https://view.genial.ly/5d8374c0c4f33f0f5c1d76f6/presentation-cambio-generacional-20>

- **Enred@2.0: Revista Digital del Empleado/a Público de la Junta de Andalucía:** este proyecto ya iba precedido por el éxito. Con un aumento exponencial impresionante de visitas, mostraron el proceso de creación así como las posibilidades de interacción. También animaron a publicar, y además, tuvieron a bien compartir la primicia del próximo número en directo.  
Accede a la revista:  
<http://www.revistaenreda2.es/>

Tras el necesario descanso para comentar primeras impresiones, prosiguieron las presentaciones:

- **Curación de contenidos en materia de Gestión del Conocimiento:**  
El término “Infoxicación” dio la clave para la acción de “curar contenido”. El exceso de información al que estamos sometidos hace necesario un filtrado y una selección de la información (de calidad) que leemos. Solo con información de calidad se podrá construir conocimiento enriquecido. He aquí otra de las fases de la curación de contenido, el enriquecimiento comunitario del mismo. Apuesta clara por la inteligencia colectiva.  
Accede a la presentación:  
<https://view.genial.ly/5d8121d0b7e84f0f6c7b7f25>

- **Identificación del conocimiento crítico:**

Con una puesta en escena impactante (y con la complicidad de Reyes Boralla), este grupo representó una situación cercana: ¿qué ocurre cuando se incorpora alguien nuevo al equipo? ¿Cómo se le transmite el conocimiento? En este caso, en una oficina de empleo. A través del antes y el después (de los mapas de conocimiento crítico) nos permitieron descubrir todo lo que podemos mejorar si utilizamos las herramientas adecuadas.

Accede a la presentación:

<https://view.genial.ly/5cc4c77fdb97e30f5d51d80e>

- **Biblioteca humana:**

Como era de esperar, su presentación fue capaz de dar vida al conocimiento hasta hace unas décadas solamente transmisible mediante la escritura. Diversos vídeos permitieron aprender a través del conocimiento narrado. Experiencias inspiradoras que abren la puerta a que la administración pública priorice la transmisión de conocimiento de persona a persona.

Accede a la presentación:

<https://view.genial.ly/5d663282961a560fa9c8aec9>

- **Pilotaje de Proyectos de Gestión de Conocimiento:**

Sin soporte digital, dos de sus componentes nos hicieron sentir como en un teatro. La emoción cobró protagonismo. Resaltaron la importancia del proceso del propio pilotaje de proyectos, concienciando sobre la necesidad de la implicación con la administración pública y de la mejora continua.

Accede a la [\*\*Guía abierta sobre Gestión del Conocimiento\*\*](#)

URL:

<https://ws168.juntadeandalucia.es/iaap/gestiondelconocimiento/guia-abierta/>

Una vez finalizadas las presentaciones, y tras una emocionante acogida, tuvo lugar la mesa redonda moderada por Reyes Boralla. En ella, los grupos compartieron inquietudes, aprendizajes y resultados. También animaron a otras personas a participar en próximas ediciones. De hecho, gran parte de los participantes de esta edición repetirán en la siguiente.



A la izquierda, Reyes Boralla, moderadora y coordinadora del equipo de Gestión del Conocimiento del Instituto Andaluz de Administración Pública con una representación de los equipos de trabajo

Tras la mesa de experiencias, Javier Martínez Aldanondo (Knoco, Catenaria) conectó con el público por completo al provocar la reflexión colectiva. Con su ponencia: “Del dicho al hecho en la gestión del conocimiento” abordó las principales claves sobre las que sustenta el conocimiento en el S.XXI, partiendo de los proceso de aprendizaje y

comunicativo. ¿El factor más importante? Sin duda el humano. Las personas siempre protagonistas del motor del cambio.

Las organizaciones por tanto presentan un reto considerable: identificar en primer lugar el conocimiento que poseen, valorarlo, conectarlo y desarrollarlo.



Javier Martínez Aldanondo durante su ponencia: "Del dicho al hecho en la Gestión del Conocimiento".



Instantánea final del grupo en la II edición del Programa Embajadoras/es del Conocimiento.

## Lecturas recomendadas

Entre las obras que han sido consultadas para la elaboración de la guía se encuentran las siguientes. Se anima a su lectura para profundizar en la comunicación, una temática tan relevante como emocionante:

Álvarez, G. El arte de presentar. 2012.

Leith S. ¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama. 2011.

Morel R. Neurocopywriting. 2019.

Reynolds, G. Presentación Zen. 2010.

Salas C. Storytelling. La escritura mágica. 2017.



Gestión del  
Conocimiento











JUNTA DE ANDALUCIA



Gestión del  
Conocimiento



Programa Embajadoras/es del Conocimiento