

## Plan de Comunicación

### Proyecto Defensorxs Ambientales: “Mujeres y juventudes campesinas e indígenas organizadas alzan su voz por la defensa del medio ambiente, agua y territorio en espacios seguros en El Salvador”

#### Introducción

1

El presente documento tiene como finalidad visibilizar las acciones que se realizarán en torno al proyecto cofinanciado por la Unión Europea (UE), que tiene como propósito contribuir al empoderamiento y protección de personas defensoras de derechos humanos (DD. HH.), especialmente de mujeres y juventudes campesinas e indígenas en tres departamentos de El Salvador, siendo estos Ahuachapán, La Libertad y Sonsonate.

Los grupos destinatarios del proyecto se localizan en 50 comunidades de 14 municipios de los departamentos de Ahuachapán (1. Guaymango, 2. Jujutla, 3. San Francisco Menéndez), Sonsonate (4. Acajutla, 5. Izalco, 6. Nahuizalco, 7. Nahulingo, 8. Santa Catarina Masahuat) y La Libertad (9. Chiltiupán, 10. Jicalapa, 11. La Libertad, 12. San José Villanueva, 13. Tamanique, 14. Teotepeque). La población destinataria es de 708 juventudes campesinas e indígenas entre 18 y 30 años (492 mujeres) organizados en 36 colectivos, 6 de ellos auto reconocidos como indígenas.

En este proyecto participan en consorcio UNES, FECORACEN y OXFAM. UNES (@UNES\_ElSalvador) con 35 años de experiencia, promueve la sustentabilidad en beneficio de la naturaleza y de los pueblos más vulnerables, el enfoque de derechos, la ecología política y la perspectiva de género – ecofeminismo. FECORACEN (@fecoracen), conformada por 18 cooperativas fundadoras en el marco de la reforma agraria de 1980, cuenta con amplia experiencia de acompañamiento a comunidades rurales, indígenas y campesinas por la defensa de los derechos ambientales. OXFAM a nivel mundial trabaja con más de 4,100 organizaciones asociadas, así como aliados y comunidades en más de 90 países. Oxfam en El Salvador Oxfam\_CA), incluye experiencias en gestión y monitoreo de proyectos de cooperación relacionados con DD. HH. y derechos ambientales, y ha implementado proyectos y campañas exitosas en donde las juventudes organizadas en su rol de ciudadanía activa han propuesto mayor inversión en derechos y protección social.

Adicionalmente, esta Estrategia de comunicación se construyó de manera colaborativa con las socias del proyecto, haciendo uso de la metodología de “[Hackeo Cultural](#)” para la construcción de narrativas transformadoras, impulsada junto a Oxfam.

Las actividades incluidas en este plan se basan en las condiciones establecidas en el manual de comunicación y visibilidad de la UE y respetan las indicaciones de las políticas de visibilidad de las organizaciones ejecutoras.

### 3. Capítulo I. Estrategia General de Comunicación

#### 1. Objetivos generales de comunicación

##### Horizonte narrativo (visión a largo plazo):

"Mujeres y juventudes campesinas e indígenas organizadas con voz y poder de decisión en la defensa del agua, tierra y territorio, en espacios seguros, en El Salvador"

##### Objetivo general de comunicación:

Amplificar las voces de las mujeres y juventudes campesinas e indígenas defensoras del agua, la tierra y el territorio, para la exigencia de sus derechos en comunidades de Ahuachapán, La Libertad y Sonsonate en El Salvador.

##### Objetivos específicos de comunicación:

1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras ambientales y pueblos indígenas.
2. Visibilizar las acciones de defensa de los bienes comunes realizadas por juventudes, mujeres y pueblos indígenas vinculados en el proyecto, a través de medios de comunicación alternativos, comunitarios, a nivel nacional e internacional sobre la problemática ambiental.
3. Promover espacios para que las juventudes, mujeres y pueblos indígenas se posicionen y ejerzan acciones de contraloría con prácticas innovadoras en comunicación para la denuncia y defensa del territorio, tierra y agua.

#### 2. Grupos objetivo

##### 2.1. En el país/países donde se ejecuta la acción

##### Grupos objetivos primarios:

- Comunidades defensoras de los territorios y de los bienes naturales vinculadas al proyecto.
- Organizaciones locales y territoriales aliadas a las organizaciones ejecutoras del proyecto.
- Medios de comunicación comunitarios y alternativos.
- Instituciones del Estado y tomadoras/es de decisión a nivel local y nacional.

##### Grupos objetivos secundarios:

- Población salvadoreña (personas con interés en temas ambientales y de DDHH)

##### 2.2. Dentro de la UE (según proceda)

- Medios de comunicación internacional.
- Interlocución con organizaciones internacionales de DDHH.

- Población europea, principalmente basada en Bruselas y España.

### 3. Objetivos específicos

En esta sección, se especifican los objetivos concretos de comunicación para cada grupo destinatario:

Grupos destinatarios		Objetivos específicos																		
<b>Grupos destinatarios nacionales primarios:</b>																				
<b>Comunidades defensoras de los territorios y de los bienes naturales vinculadas al proyecto.</b>	50 comunidades de 14 municipios de los departamentos de Ahuachapán, Sonsonate y La Libertad	OE2: Visibilizar las acciones de defensa de los bienes comunes realizadas por juventudes, mujeres y pueblos indígenas vinculados en el proyecto.																		
<b>Organizaciones locales y territoriales aliadas a las organizaciones ejecutoras del proyecto.</b>	6 colectivos que reciben un fondo de innovación y lo implementan para posicionar los retos y demandas de juventudes defensoras.	OE3: Promover espacios para que las juventudes, mujeres y pueblos indígenas se posicionen y ejerzan acciones de contraloría con prácticas innovadoras en comunicación para la denuncia y defensa del territorio, tierra y agua.																		
<b>Medios de comunicación comunitarios y alternativos.</b>	<p>30 colectivos de juventudes con mayor liderazgo en contraloría comunitaria sobre conflictos territoriales en alianza 5 medios aliados en campañas de sensibilización y 49 organizaciones y juntas comunitarias de agua.</p> <p>Medios de comunicación.</p> <table border="1" data-bbox="528 1659 1072 2029"> <thead> <tr> <th>Medio</th> <th>Cobertura</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Radio Sensunat</td> <td>(Sonsonate)</td> </tr> <tr> <td>Radio Victoria</td> <td>(Cabañas)</td> </tr> <tr> <td>GatoEncerrado (digital)</td> <td>(nacional)</td> </tr> <tr> <td>Radio YSUCA</td> <td>(nacional)</td> </tr> <tr> <td>Diario CoLatino</td> <td>(nacional)</td> </tr> <tr> <td>Revista La Brújula (digital)</td> <td>(nacional)</td> </tr> <tr> <td>ARPAS</td> <td>22 radios comunitarias distribuidas en todo el país</td> </tr> <tr> <td>106.9 Radio</td> <td>Nacional</td> </tr> </tbody> </table>	Medio	Cobertura	Radio Sensunat	(Sonsonate)	Radio Victoria	(Cabañas)	GatoEncerrado (digital)	(nacional)	Radio YSUCA	(nacional)	Diario CoLatino	(nacional)	Revista La Brújula (digital)	(nacional)	ARPAS	22 radios comunitarias distribuidas en todo el país	106.9 Radio	Nacional	OE2: Visibilizar las acciones de defensa de los bienes comunes realizadas por juventudes, mujeres y pueblos indígenas vinculados en el proyecto, a través de medios de comunicación alternativos, comunitarios y a nivel nacional sobre la problemática ambiental.
Medio	Cobertura																			
Radio Sensunat	(Sonsonate)																			
Radio Victoria	(Cabañas)																			
GatoEncerrado (digital)	(nacional)																			
Radio YSUCA	(nacional)																			
Diario CoLatino	(nacional)																			
Revista La Brújula (digital)	(nacional)																			
ARPAS	22 radios comunitarias distribuidas en todo el país																			
106.9 Radio	Nacional																			

**Radio Bálsamo** Zaragoza

Aliados en campañas de sensibilización.

Medio	Cobertura
FOCOS TV	Nacional
Factum	Nacional
Radio YSKL	Nacional
EFE	Internacional
Telesur	Internacional

Aliados en campañas de sensibilización.

Institución
Alianza por la Defensa de los Derechos de las Mujeres Rurales. Vía Campesina

Organizaciones de la MESAMA.

**ORGANIZACIONES MESAMA**

SUBCUENCA	MUNICIPIO	ORGANIZACIÓN		
Río Cauta (aglutina la parte de Guaymango, manglar de Metalío y zona costera).	Acajutla	Asociación Comunitaria Costero Marino y Protectora de Flora y Fauna de Metalío (ASPROFEMA - Comité Ambiental de Metalío).		
		Asociación Productiva de Moluscos Playa Costa Azul.		
		Colectivo de jóvenes de Metalío.		
	Guaymango	Asociación de Desarrollo para las Mujeres de Guaymango - Las Colmenas.		
		ADESCO California.		
		Asociación de Desarrollo Comunitario de Guaymango (ADESCOCUG).		
		Asociación de Mujeres de Morro Grande		
		Colectivo de jóvenes de Guaymango		
		Subcuenca Río El Naranjo.	Jujutla	1. Asociación de Mujeres Jujutlecas.

2. Asociación Comunal Pro-Bosque "Para la protección y Restauración del Bosque salado y su Hábitat" (Asociación Pro Bosque).
3. ADESCO El Quebracho.
4. Asociación para el Desarrollo del Agua de Occidente (ADEAGUA).
5. Asociación de Mujeres de la Barra de Santiago (AMBAS).
6. ADESCO El Ceibillo.

**Subcuenca del río Aguacate – brazo del río Paz (aglutina río Aguacate, manglar de Garita Palmera, zona baja del río Paz y la parte costera del municipio de San Francisco Menéndez.**

**Subcuenca del río Cara Sucia (aglutina el sector de Cara Sucia, Zanjón El Chino, los Bosques de Santa Rita, San Benito y Santa Rita).**

1. Asociación Intercomunitaria para el Desarrollo y la Gestión Sustentable de la Microcuenca El Aguacate (Comité de Microcuenca El Aguacate)– Manglar de Garita Palmera, San Francisco Menéndez.
2. Asociación de Cuenca Hidrográfica Cara Sucia – San Pedro Belén (ACURHCASPEB).
3. Iglesia Luterana Salvadoreña.
4. Asociación Comunal de Agua de Puente Arece (ACAGUAPA).
5. Asociación de Desarrollo Comunal Nueva Esperanza – Santa Rita (ADESCONE).
6. Junta de agua de San Benito.

**Juntas Comunitarias de Agua.**

<b>N°</b>	<b>ZONA DE UBICACION</b>	<b>NOMBRE DE ASOCIACION</b>	<b>MUNICIPIO</b>
1	CASERIO LA CEIBA, CANTON LA CEIBA.	LA CEIBA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
2	CASERIO LOS CONACASTES, CANTON LA CEIBA.	FUENTE DE VIDA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
3	BARRIO EL CALVARIO, CANTON CARA SUCIA.	ACEPROS	SAN FRANCISCO MENENDEZ
4	CASERIO SAN JOSE DE LA MONTAÑA, CANTON EL SACRAMENTO.	JUNTA DE AGUA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
5	CASERIO EL COROZO, CANTON EL COROZO.	ACAAPEC	SAN FRANCISCO MENENDEZ
6	CORTIJO AHUACHAPIO, CANTON SAN BENITO.	ACASAPBD	SAN FRANCISCO MENENDEZ
7	SAN MIGUELITO, CANTON SAN BENITO.	ACASAPSAM	SAN FRANCISCO MENENDEZ
8	EL REFUGIO, CANTON SAN BENITO.	ACASAPREF	SAN FRANCISCO MENENDEZ
9	SAN BENITO, LOS ENCUENTROS, EL CORTIJO, LOS LIRIOS.	ACAAPMAV	SAN FRANCISCO MENENDEZ
10	COLONIA MIRAMAR, CANTON LA CEIBA.	EN PROCESO.	SAN FRANCISCO MENENDEZ
11	COLONIA GRACIAS A DIOS, LA HACHADURA.	ACOBENS	SAN FRANCISCO MENENDEZ
12	NUEVA ESPERAZA, CANTON LA CEIBA.	ACAPAVIS	SAN FRANCISCO MENENDEZ
13	CASERIO EL MARTILLO, CANTON EL JOCOTILLO.	ACAPEMA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
14	CASCO URBANO, SAN FRANCISCO MENENDEZ.	AD-HONOREM	SAN FRANCISCO MENENDEZ
15	LA HACHADURA,	ACAPEMH	SAN FRANCISCO MENENDEZ

		CANTON LA HACHADURA.		
	17	PUENTE ARCE	ACAGUAPA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
	18	JUJUTLA	ACASAPAC	JUJUTLA
	19	JUJUTLA	AAASALDEGUAY	JUJUTLA
	20	BARRA DE SANTIAGO	ACASALBA	JUJUTLA
	21	GUAYMANGO	VERDES MANANTIALES	GUAYMANGO
	22	GUAYMANGO	MANGOS 1	GUAYMANGO
	23	GUAYMANGO	NUEVA ESTRELLA	GUAYMANGO
	24	JUJUTLA	ASCAUNELOC	JUJUTLA
	25	JUJUTLA	ACASAPMV	JUJUTLA
	26	JUJUTLA	ACASMAEP	JUJUTLA
	27	SAN PEDRO PUXTLA	CORDUGUATEX	SAN PEDRO PUXTLA
	28	SAN FRANCISCO MENENDEZ-	ASOCIACION DE CUENCA	SAN FRANCISCO MENENDEZ
	29	SAN PEDRO BELEN	JUNTA DE AGUA MUNICIPAL	SAN FRANCISCO MENENDEZ
<b>Instituciones del Estado y tomadoras/es de decisión a nivel local y nacional.</b>		20 entidades públicas y privadas que participan en espacios de diálogo en función de las agendas de las juventudes		OE1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras ambientales y pueblos indígenas.
<b>Grupos destinatarios nacionales secundarios:</b>				
<b>Población salvadoreña (personas con interés en temas ambientales y de DDHH)</b>		500,000 personas alcanzadas por campañas de sensibilización.		OE1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras ambientales y pueblos indígenas.
<b>Grupos destinatarios internacionales y dentro de la UE</b>				
<b>Medios de comunicación internacional.</b>		2 medios de comunicación internacionales, al menos uno basado en la UE		OE1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras

		ambientales y pueblos indígenas; y, visibilizar los aportes de la UE para la protección de lxs defensorxs ambientales.
<b>Interlocución con organizaciones internacionales de DD.HH.</b>	Investigación sobre los riesgos que enfrentan las mujeres y juventudes defensoras en su labor de defensa del territorio y sus derechos ambientales.	OE1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras ambientales y pueblos indígenas; y, visibilizar los aportes de la UE para la protección de lxs defensorxs ambientales.
<b>Población europea, principalmente basada en Bruselas y España.</b>	500,000 personas alcanzadas a través de una campaña en redes sociales (contrapartida de Oxfam)	OE1. Posicionar en la narrativa y agenda pública la necesidad de protección a las mujeres, juventudes defensoras ambientales y pueblos indígenas; y, visibilizar los aportes de la UE para la protección de lxs defensorxs ambientales.

## Capítulo II. Actividades de comunicación

### 4. Principales actividades de comunicación

- I. **Presentación del Proyecto**
- II. **Creación conjunta del Plan de Comunicación y Línea Gráfica del Proyecto**  
Responsables: Oxfam y socias
- III. **Entrevistas con medios**



Responsables: Oxfam y socias

**IV. Coberturas mediáticas**

Responsables: Oxfam y socias

**V. Publicaciones en Redes Sociales y páginas web** (campaña, días internacionales, publicaciones para visibilizar las acciones del proyecto – al menos una al mes).

Responsables: Oxfam y socias

**VI. Elaboración de Boletines trimestrales sobre la situación territorial de las juventudes**

Responsables: Oxfam y socias

**VII. Comunicados de prensa**

Responsables: socias

**VIII. Diseño e impresión de publicaciones y materiales generados.**

Responsables: socias

**IX. Producción de contenidos de periodismo comunitario ambientalista, desde una narrativa alternativa.**

Responsable: Fecoracen

**X. Producción de (30) programas o cuñas radiales en la Radio “la Voz de la Vía Campesina”.**

Responsables: Fecoracen

**XI. Publicaciones sobre el Proyecto en las páginas web del consorcio.**

Responsables: Oxfam y socias

**XII. Desarrollo de una campaña para posicionar el valor de la defensoría ambiental, y riesgos que enfrentan mujeres y juventudes defensoras.**

Responsables: Oxfam y socias

Ver cronograma de actividades [aquí](#).

**5. Herramientas de comunicación elegidas**

- **Presentaciones en PowerPoint** con el resumen de las principales acciones, objetivos, necesidades del proyecto, que será utilizada en reuniones interinstitucionales.
- **Banners y mantas de identificación del proyecto.** Se utilizarán en todos los eventos que se desarrollen.
- **Folder, tríptico y afiche** con los logos de las instituciones ejecutoras y de la Unión Europea.

- **Formato para cartas y listados de asistencia con logos de las instituciones ejecutoras y de la Unión Europea.** Se utilizarán en cada uno de los eventos programados en el marco de la acción.
- **Materiales promocionales para los eventos y capacitaciones** con los logos del consorcio y la Unión Europea: camisetas, cuadernos, lapiceros, pegatinas, pañoletas, agendas y bolsas con los logos del consorcio y la Unión Europea.
- **Audio descriptivo del proyecto para las cuñas y los programas radiales** que mencione al consorcio y a la Unión Europea.
- **Redes sociales y páginas web del consorcio:** elaborar formatos estándar para las redes sociales (estáticos - FB, TW, IG- entradas y salidas de videos horizontales y verticales, historias) con la línea gráfica del proyecto, incluyendo los logos de las organizaciones participantes y la Unión Europea.
- **Portada, contraportada y hojas internas para la investigación** con la línea gráfica del proyecto, logos del consorcio y la Unión Europea.
- **Formato para boletín** con la línea gráfica del proyecto, logos del consorcio y la Unión Europea.

## 6. Línea gráfica

El desarrollo de la propuesta gráfica es un esfuerzo en conjunto de UNES, FECORACEN y Oxfam, quienes acordaron que la esta debería tener un enfoque juvenil, además de comunicar que tratamos un tema medioambiental. Además de esto, se tomó en cuenta la necesidad de tener elementos accesibles para ser compartidos y utilizados fácilmente entre las organizaciones participantes.

Las organizaciones que conforman el consorcio están obligadas a visibilizar la marca de la Unión Europea. El emblema de la UE es la marca visual más importante que se utiliza para reconocer el origen y garantizar la visibilidad de la financiación de la UE. Aparte del emblema, no podrá utilizarse ninguna otra identidad visual.

El emblema de la UE y la declaración de financiación correspondiente («Cofinanciado por la Unión Europea» en este caso) deben figurar en los informes, folletos, desplegados, posters, boletines informativos y otras publicaciones impresas o electrónicas que se realicen en el marco de este proyecto. En el caso de formatos auditivos, como programas radiales, deberá mencionarse.



### Cintillo

El cintillo del proyecto fue desarrollado respetando la guía gráfica de la UE y Oxfam.



### Colores

Se eligió una combinación de colores multifuncional, utilizando el color **verde** para denotar el aspecto Medio Ambiente, el **morado** como el elemento juvenil y el **amarillo** evocando positivismo y energía.



**Morado** #53297D

CMYK 85. 100. 0. 0

**Verde** #44841A

CMYK 76. 3. 100. 18

**Amarillo** #FBC43A

CMYK 0. 22. 100. 0

### Tipografía:

Se eligió la familia **Roboto** como tipografía principal por su adaptabilidad a diferentes productos y por ser una fuente de libre descarga.

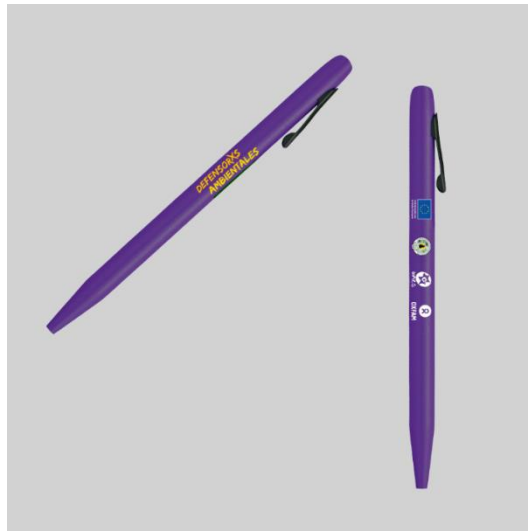
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
0123456789 (!@#\$%&.,?;:)

- Roboto Thin
- Roboto Light
- Roboto Regular
- Roboto Medium
- Roboto Bold
- Roboto Black
- Roboto Thin Italic
- Roboto Light Italic
- Roboto Italic
- Roboto Medium Italic
- Roboto Bold Italic
- Roboto Black Italic

La tipografía **Futura** se utilizará como tipografía opcional: Futura Book se utilizará para título y Futura regular como opción para cuerpo de documentos.



**Artículos promocionales de visibilidad contemplados en el proyecto:**





Ver paquete de línea gráfica [aquí](#)

## 7. Insumos que requieren revisión caso por caso previa a su divulgación

Los artículos promocionales que sean aprobados en este plan de comunicaciones podrían utilizarse durante la vida del proyecto para actividades pertinentes, considerando la necesidad y valor agregado que estos productos generarán a las actividades.

Los productos comunicacionales que impliquen contenido temático o posturas deberán ser enviados a la Gestora de Proyectos de la Delegación de la Unión Europea en El Salvador, para una revisión caso por caso. Estos productos pueden ser: posicionamientos, comunicados de prensa, notas conceptuales, investigaciones, placas conmemorativas, publicaciones, podcast, cortometrajes, spots publicitarios, cuñas radiales, activos digitales y otros tipos de producciones similares

En cuanto a productos reiterativos, como programas radiales semanales, se deberá enviar a aprobación una nota conceptual que describa los programas de manera global, incluyendo la forma en que se incluirán los créditos al proyecto y a la UE durante estos programas.

El plazo que requerirá la Unión Europea de revisión de los productos es de cinco días hábiles, y sin su aprobación estos insumos comunicacionales no podrán ser reproducidos total ni parcialmente.

## 8. Publicaciones en Redes Sociales

Las publicaciones en redes sociales que promuevan o socialicen actividades del proyecto, no deberán pasar por aprobación caso por caso de la DUE. El contenido de las redes sociales debe cumplir los requisitos de visibilidad anteriormente expuestos y debe mencionar claramente el apoyo que la UE brinda al proyecto. Los socios deben mencionar y/o etiquetar a la Unión Europea en El Salvador.

En cuanto a la comunicación en redes sociales, las socias podrán proponer a la UE la publicación de actividades conjuntas en redes sociales con el fin de maximizar el alcance y el impacto.

La creación de cuentas en redes sociales específicas para los proyectos o programas no está permitida, salvo que se acuerde lo contrario de antemano con la UE.

## 9. Cláusulas de excepción

En toda publicación realizada de cara al proyecto se deben incorporar las siguientes cláusulas de excepción según sea el caso:

**a. Para las publicaciones en papel o en formato electrónico:**

*«La presente publicación ha sido financiada/ cofinanciada por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».*

**b. Para los sitios web y las cuentas en redes sociales:**

*«Este/a <sitio web/cuenta> ha sido financiado/a / cofinanciado/a por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».*

**c. Para vídeos y otro material audiovisual:**

*«Este/a <vídeo/película/grabación> ha sido financiado/a / cofinanciado/a por la Unión Europea. Su contenido es responsabilidad exclusiva de <nombre del autor/socio> y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Unión Europea».*

## Fotografías y contenido ético

### a) Aspectos técnicos, de consentimiento y de archivo

Cada una de las actividades desarrolladas con financiamiento del proyecto será documentada con fotografías, las que a su vez deberán cumplir con los siguientes requisitos para ser utilizadas en informes y/o publicaciones:

1. Solicitar previamente el permiso verbal para tomar fotografías a los niñas, niños, adolescentes y jóvenes o a personas adultas, y en caso de publicar las imágenes, se debe obtener el permiso escrito de las personas fotografiada (en caso de niñas y niños, debe ser firmado por su madre, padre o tutor).
2. Las imágenes captadas deben respetar la integridad de las personas.
3. 300 dpi de resolución (tomadas con al menos 6 mega píxeles)
4. Nombre del autor
5. Nombre y breve descripción del evento (3 líneas).
6. Fecha, hora y lugar

### **b) Consentimiento fotográfico**

Oxfam no puede hacer uso de fotografías y videos que no tengan consentimiento escrito o grabado de las personas.

Si se tomará fotografías a un grupo puede:

- Leer el consentimiento fotográfico al pleno y grabarlo en video.
- Pasar el consentimiento fotográfico al inicio del proyecto a las personas que participarán en actividades (ej. talleres). No es válido solo llenar una columna sobre consentimiento fotográfico en la lista de asistencia.
- En casos excepcionales el líder o lideresa de la comunidad pueden firmar el consentimiento fotográfico con la segunda firma del coordinador/a del proyecto.

Puede acceder al consentimiento fotográfico [aquí](#).

### **c) Enfoque de sobre el contenido visual**

**Valores:** Evitar el uso de imágenes que perpetúen las narrativas neocoloniales.

**Personas:** Representamos a las personas con dignidad, no con estereotipos perjudiciales. Mostramos a las personas de forma inspiradora. Presentando a las personas en un contexto, en situaciones reales del día a día, revelamos una imagen honesta del mundo. En lugar de mostrar a las personas en alguna situación de vulnerabilidad como receptoras agradecidas o beneficiarias pasivas, nos centramos en las personas y comunidades que fomentan la autonomía y la autosuficiencia a largo plazo. Cuando hagamos o seleccionemos una fotografía, debemos tener cuidado de no ocultar los rostros de las personas y nunca manipular o falsear una fotografía.

**Entorno:** Nuestro principal interés son las personas. Queremos celebrar la gran riqueza y diversidad del mundo y de las personas que viven en él. Utilizamos imágenes que capten tanto la belleza como la devastación; tanto la visión general como los detalles.

**Toma de imágenes con ética:**

- La recopilación de una imagen nunca debe priorizarse sobre el bienestar de la persona.
- Nos debemos comprometer a defender los derechos de las personas que deciden compartir sus historias con nosotros.



- Pasemos el poder a las personas en la imagen.

### Qué no hacer: Errores comunes

- No utilizar recortes.
- No utilizar efectos de color.
- No utilizar imágenes en blanco y negro.
- No retratar a víctimas indefensas.
- No ocultar los rostros de las personas con diseños (a menos que se trate de un caso de protección de identidad).
- Evitar las imágenes muy retocadas.
- Mostrar siempre el mundo real, pero desde una perspectiva positiva.
- No utilizar imágenes en las que no se muestra el contexto o no sucede nada.

## Capítulo III. Indicadores de resultados

A continuación, se detallan los indicadores que permitirán medir los resultados de las actividades de comunicación dirigidas en el proyecto:

- Se han elaborado tres presentaciones oficiales del proyecto, una de arranque, una intermedia y una de cierre para compartir las actividades y resultados del proyecto.
- Durante los primeros ocho meses del proyecto, se cuenta con un Plan de Comunicación y Línea Gráfica validada por las socias y la Unión Europea.
- Las socias y Oxfam han participado en al menos 5 entrevistas en medios de comunicación socializando el proyecto o los resultados del mismo.
- Durante la ejecución del proyecto, se han ejecutado al menos 3 coberturas escritas y digitales, por año, mencionando al proyecto.
- Al menos dos boletines por municipio se han desarrollado durante el ciclo del proyecto.
- Al menos tres comunicados se han publicado sobre el lanzamiento del proyecto, sobre prácticas innovadoras y cierre del proyecto.
- Al menos 2,000 impresiones se han generado en el marco del proyecto y con cobertura en 14 municipios en Ahuachapán, La Libertad y Sonsonate.
- Al menos 30 programas radiales o cuñas se han generado en el marco del proyecto.



- Al menos 32 videos, infografías y contenidos de periodismo comunitario ambientalista, desde una narrativa alternativa, se han desarrollado durante el proyecto.
- Se han publicado al menos 8 publicaciones web en las páginas web del consorcio durante el ciclo del proyecto.
- Al menos 500,000 personas son alcanzadas por campañas de comunicación para posicionar el valor de la defensoría ambiental en El Salvador
- Al menos 500,000 personas son alcanzadas por campañas de comunicación para posicionar el valor de la defensoría ambiental en la UE (contrapartida de Oxfam).

## **10. Disposiciones de retroalimentación**

El Plan de Comunicación Estratégica será liderado por las personas responsables de comunicación del consorcio y la coordinación del proyecto.

Las actividades que incluye este plan serán evaluadas por el equipo del proyecto, incluyendo a una oficial de Monitoreo, Evaluación y Aprendizaje, que se reunirá periódicamente para revisar los avances de la acción.