



FEDERACIÓN ARAGONESA DE SOLIDARIDAD PLAN DE COMUNICACIÓN 2012-2014



“Al fin y al cabo, somos lo que hacemos para cambiar lo que somos”.
Eduardo Galeano

Colabora:



1. INTRODUCCIÓN

Este documento refleja el proceso de reflexión llevado a cabo por la Comisión de Difusión y Campañas de la Federación Aragonesa de Solidaridad, FAS, en torno a las características de la comunicación de la Federación tanto interna como externa. Es así como este plan de comunicación recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación que guiarán su funcionamiento comunicativo durante el periodo 2012-2014.

Esta herramienta es una guía de propuestas y principios flexible y adaptable, pero al mismo tiempo incluyente y transversal a toda la Federación, desde su secretaria técnica a cada una de las comisiones de trabajo que la constituyen. Este Plan de Comunicación es un documento de trabajo, no sólo para la Comisión de Difusión, sino un documento que deberán tener en cuenta todas y cada una de las comisiones de la FAS si queremos lograr su objetivo principal: *que la FAS tenga un estilo de comunicación horizontal, organizada y cooperativa*. Lo cual quiere decir que, en su comunicación, se implique a muchas personas (tanto personal voluntario como remunerado) en el uso de herramientas comunicativas a través de la formación y la participación.

Para definir la presente estrategia se ha analizado lo realizado por la FAS en el ámbito de la comunicación, nuestras fortalezas y debilidades. Hemos efectuado un estudio-análisis de los recursos externos al alcance, nuestras amenazas y oportunidades. Con base en dichos análisis, se ha definido este Plan de Comunicación.

2. PRINCIPIOS Y ACTITUDES DE COMUNICACIÓN

Antes de comenzar a definir objetivos debemos establecer los principios que guiarán el mensaje y la labor de comunicación de la FAS.

2.1 Transparencia

La FAS comunicará con transparencia, estimulando la presentación de informes claros y precisos sobre el trabajo que hace y sobre el destino de los fondos que recibe. Además mostrará disposición y facilitará toda la información que le sea solicitada cumpliendo las normativas y legalidades vigentes, por una parte en cuanto a obligaciones de informes, memorias y auditorias, por otra parte en cuanto a la privacidad y acceso a la información.

2.2 Seriedad y coherencia

La FAS comunicará siempre verificando la información comunicada, informando y sensibilizando sobre realidades contrastadas, y manteniendo informadas a todas las partes implicadas. Dará a conocer todos los conflictos de interés reales o potenciales explicando las causas de la situación. Evitará cualquier muestra de parcialidad.

2.3 Pluralidad

La FAS procurará en su comunicación consensuar la opinión de sus miembros. Por otra parte, evitará en su comunicación imágenes, textos y vídeos que no muestren la realidad plural y diversa, que presenten enfoques idílicos, exóticos, acusatorios o que demuestren la superioridad de unos sobre otros.

2.4 Proactividad

La FAS aportará en cada mensaje propuestas para mejorar la situación contra la que se lucha. En cuanto a su funcionamiento comunicativo, la FAS desarrollará acciones creativas y audaces para generar mejoras, haciendo prevalecer la libertad de elección sobre las circunstancias del contexto. Decidirá en cada momento lo que se debe hacer y cómo se va a hacer.

2.5 Las personas primero

La FAS mostrará la realidad de las personas en su entorno sociocultural, dando presencia y voz a los protagonistas de los países del Sur y a la realidad del Norte; mostrando las capacidades, responsabilidades y motivaciones de los mismos en el trabajo de desarrollo. Evitará cualquier tipo de discriminación en su comunicación, ya sea étnica, sexual, religiosa, política, social o económica.

2.6 Enfoque de género

La FAS promoverá en su comunicación, de forma transversal, la información sobre las desigualdades de género. Mediante su comunicación transmitirá y sensibilizará sobre la injusticia de las desigualdades de género, y defenderá el trabajo y el derecho a la equidad.

2.7 Sostenibilidad

La FAS en su comunicación hará énfasis de forma transversal sobre la necesidad de la sostenibilidad en aspectos medioambientales, económicos, sociales y culturales. Defenderá el trabajo y la necesidad de integrar esta perspectiva en todas las actividades y estrategias de desarrollo.

3. OBJETIVO GENERAL

Promover una sociedad consciente y crítica de las injusticias y desigualdades que se viven en los países del Sur, fomentando entre la ciudadanía aragonesa principios de solidaridad y transformación social a través de la presencia en los medios de comunicación, la relación con movimientos sociales y el trabajo coordinado de las asociaciones miembro.

4. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de la comunicación de la FAS, en el orden en que se define, es el siguiente:

- Organizaciones federadas y comisiones de las FAS. Este es nuestro público interno.
- Movimientos sociales aragoneses: colectivos, asociaciones, redes, plataformas...
- Actores de la cooperación aragonesa
- Otras coordinadoras autonómicas de ONG de Cooperación al Desarrollo
- Instituciones públicas y privadas con las que interactúa la FAS
- Grupos políticos aragoneses
- Sectores poblacionales que tienen alguna relación con FAS (universitarios/as, maestros, migrantes, periodistas...)
- Otras ONG aragonesas de Cooperación al Desarrollo que no están federadas
- Público interesado en temas de Comercio Justo, Educación para el Desarrollo, Cooperación al Desarrollo y/o Solidaridad
- Público en general

5. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

OE1. Objetivo estratégico de comunicación **externa**: difundir el trabajo coordinado en los diferentes ámbitos de actuación de la FAS, así como incrementar la presencia y difusión del mensaje de la FAS en todos los medios de comunicación disponibles.

OE2. Objetivo estratégico de comunicación **interna**: fortalecer la coordinación en materia comunicativa entre las comisiones de trabajo de la FAS, así como el uso adecuado de herramientas comunicativas por parte de cada una de las comisiones.

6. RESULTADOS ESPERADOS Y ACTIVIDADES

OE1. Objetivo estratégico de comunicación **externa**: difundir el trabajo coordinado en los diferentes ámbitos de actuación de la FAS, así como incrementar la presencia y difusión del mensaje de la FAS en todos los medios de comunicación disponibles.

RE1. Cada ONGD miembro de la FAS difunde las campañas y promueve la participación en su entorno y en los actos conjuntos.

Actv 1. Alimentación de un boletín electrónico donde se socializará y se invitará a las organizaciones miembro de la FAS a participar activamente en las campañas promovidas por las ONGD y la FAS.

Actv 2. Postear y tuitear en perfiles de las organizaciones miembro (viralizando la información a través de las redes sociales).

Actv 3. Crear una base de datos de medios, una agenda actualizada a disposición de todas las ONGD miembro.

RE 2. Se han creado contenidos perdurables para nuestra comunicación 2.0: textos, audio, vídeos, imágenes y presentaciones con sentido autónomo, susceptibles de ser enlazados y compartidos en la Red.

Actv 1. Creación de vídeos informativos o reivindicativos sobre temas de interés para la FAS: Cooperación, Educación para el Desarrollo, Comercio Justo...

Actv 2. Creación de canal TV para difundir los vídeos creados por la FAS o las ONGD miembro (Youtube, Vimeo...).

Actv 3. Alimentación de blogs donde emplearemos un lenguaje más cercano e inmediato sin llegar a ser tan escueto como las redes sociales.

Actv 4. Registro en audio/vídeo de las actividades de interés generadas por la FAS.

RE 3. Se ha establecido un cuadrante de artículos de opinión.

Actv 1. Elaboración de un cuadrante de artículos de opinión anual.

Actv 2. Publicación de artículos en medios de comunicación.

RE 4. Se ha fortalecido la imagen de la cooperación y la solidaridad en Aragón.

Actv 1. Creación, elaboración y puesta en marcha de una campaña de incidencia política común de las organizaciones miembro (ante los recortes presupuestarios en materia de Ayuda Oficial al Desarrollo-AOD).

Actv 2. Difusión del papel que han jugado las ONG de Cooperación al Desarrollo en estos años, de los logros de la cooperación aragonesa, a través de nuestros mensajes y a través de nuestros medios y los medios de comunicación de masas.

OE2. Objetivo estratégico de comunicación **interna**: fortalecer la coordinación en materia comunicativa entre las comisiones de trabajo de la FAS, así como el uso adecuado de herramientas comunicativas por parte de cada una de las comisiones.

RE 1. Se ha elaborado y puesto en marcha una estrategia de comunicación interna, que permite asegurar la información, motivación, implicación y gestión de todas las ONGD y comisiones que forman la FAS.

Actv 1. Difundir los contactos de las diferentes ONGD de la FAS (a través del directorio, de la web...).

Actv 2. Difundir entre las diferentes comisiones de la FAS los documentos y herramientas relacionadas con la comunicación (plan, manual de estilo, agenda de medios, redes sociales...) para garantizar su buen uso y la uniformidad del mensaje de la FAS.

Actv 3. Difundir periódicamente a las ONGD de la FAS los eventos programados por las comisiones de la FAS para coordinar presentaciones y apariciones en medios.

RE 2. Se ha elaborado y difundido un *Manual de Estilo* para la comunicación en y desde la FAS.

Actv 1. Elaboración y edición del *Manual de Estilo* de la FAS.

Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.

RE 3. Se ha creado un *Calendario de fechas* y un *Fichero de expertos* que servirá como guía de eventos comunicacionales.

Actv 1. Elaboración del *Calendario de fechas* y *Fichero de expertos* de la FAS.

Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.

RE 4. Se ha establecido el protocolo, formatos y ruta para la presentación de piezas de comunicación.

Actv 1. Elaboración y edición del *Protocolo de comunicación* a aplicarse en cada evento que programen las comisiones y la secretaría técnica de la FAS.

Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

(ver tabla anexa 1)

8. INDICADORES Y FUENTES DE VERIFICACIÓN

(ver tabla anexa 2)

9. EVALUACIÓN

TABLA ANEXA 2. INDICADORES Y FUENTES DE VERIFICACIÓN

Actividades	Indicadores	Fuentes de Verificación
OE 1. Comunicación externa		
RE 1.		
Actv 1. Alimentación de un boletín electrónico donde se socializará y se invitará a las organizaciones miembro de la FAS a participar activamente en las campañas promovidas por las ONGD y la FAS.	1. Nº actividades ONGD que se difunden 2. Nº actividades de Huesca y Teruel que se difunden	Boletín electrónico
Actv 2. Postear y tuitear en perfiles de las organizaciones miembro (viralizando la información a través de las redes sociales).	1. Incremento de al menos un 30% la incidencia en redes sociales 2. Aumentado el nº de seguidores de los perfiles de la FAS 3. Aumentado el nº de ONGD de la FAS que cuentan con perfil en redes sociales	1. Perfiles de la FAS 2. Estadísticas de los perfiles de la FAS 3. Perfiles de las ONGD de la FAS
Actv 3. Crear una base de datos de medios, una agenda actualizada a disposición de todas las ONGD miembro.	Nº de medios que hay en la agenda	Agenda de medios
RE 2.		
Actv 1. Creación de vídeos informativos o reivindicativos sobre temas de interés para la FAS: Cooperación, Educación para el Desarrollo, Comercio Justo...	1. Nº de vídeos editados 2. Temáticas de los vídeos 3. Nº visitas a los vídeos	Vídeos editados
Actv 2. Creación de canal TV para difundir los vídeos creados por la FAS o las ONGD miembro (Youtube, Vimeo...).	1. Nº de visitas al canal de televisión 2. Nº de enlaces al canal desde páginas y/o redes	Canal de TV de la FAS
Actv 3. Alimentación de blogs donde emplearemos un lenguaje más cercano e inmediato sin llegar a ser tan escueto como las redes sociales.	1. Nº de blogs 2. Nº de visitas 3. Nº de enlaces al/los blog/s desde páginas y/o redes	Blogs de la FAS
Actv 4. Registro en audio/vídeo de las actividades de interés generadas por la FAS.	1. Se han grabado al menos el 50% de las actividades de FAS 2. Nº de posts y/o tuits de las actividades en páginas y/o redes	Grabaciones
RE 3.		
Actv 1. Elaboración de un cuadrante de artículos de opinión anual.	1. Nº de artículos de opinión que aparecen en el cuadrante 2. Nº de ONGD que escriben los artículos	Cuadrante anual
Actv 2. Publicación de artículos en medios de comunicación.	100% artículos publicados en medios de masas, páginas y/o redes sociales	Artículos de opinión publicados
RE 4.		
Actv 1. Creación, elaboración y puesta en marcha de una campaña de incidencia política común de las organizaciones miembro (ante recortes presupuestarios en materia de AOD).	1. Nº sesiones de preparación de la campaña 2. Logros en la campaña	Campaña diseñada, difundida y puesta en marcha (materiales, vídeos, fotografías, banners...)
Actv 2. Difusión del papel que han jugado las ONG de Cooperación al Desarrollo en estos años, de los logros de la cooperación aragonesa, a través de nuestros mensajes y a través de nuestros medios y los medios de comunicación.	1. Nº de vídeos editados y publicados 2. Notas de prensa enviadas y publicadas 3. Posts en webs, redes sociales, blogs y canal de TV FAS	Vídeos, fotografías, documentos, publicaciones en medios de masas, páginas y/o redes sociales

Actividades	Indicadores	Fuentes de Verificación
OE 2. Comunicación interna		
RE 1.		
Actv 1. Difundir los contactos de las diferentes ONGD de la FAS (a través del directorio, de la web...).	Nº medios por los que se han difundido los contactos de las ONGD	1. Directorio ONGD FAS 2. Web FAS actualizada
Actv 2. Difundir entre las diferentes comisiones de la FAS los documentos y herramientas relacionadas con la comunicación (plan, manual de estilo, agenda de medios, redes sociales...) para garantizar su buen uso y la uniformidad del mensaje de la FAS.	1. Nº de mails enviados con los documentos de comunicación 2. Nº de documentos subidos a la Intranet de la FAS 3. Nº de Asambleas y reuniones de comisiones en los que se difunden los documentos	1. Listas internas de las comisiones de la FAS 2. Intranet de la FAS 3. Actas de las Asambleas y de las reuniones de las comisiones
Actv 3. Difundir periódicamente a las ONGD de la FAS los eventos programados por las comisiones de la FAS para coordinar presentaciones y apariciones en medios.	Nº de mails enviados con los eventos de las comisiones de la FAS	Listas internas de las comisiones de la FAS
RE 2.		
Actv 1. Elaboración y edición de Manual de Estilo de la FAS.	1. Nº de artículos/posts/tuits que usan correctamente las recomendaciones del Manual 2. Nº de ONGD que lo usan	Manual de Estilo
Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.	Nº de ONGD que asisten a la Asamblea	Acta de la Asamblea
RE 3.		
Actv 1. Elaboración del Calendario de fechas y Fichero de expertos de la FAS.	1. Nº de artículos/posts/tuits que se publican en las fechas decididas 2. Nº de ONGD responsables de las publicaciones	Calendario de fechas y Fichero de expertos de la FAS
Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.	Nº de ONGD que asisten a la Asamblea	Acta de la Asamblea
RE 4.		
Actv 1. Elaboración y edición del Protocolo de comunicación a aplicarse en cada evento que programen las comisiones y la secretaría técnica de la FAS.	1. Nº de veces que se pone en marcha el protocolo 2. Nº de ONGD que lo usan	Protocolo de comunicación
Actv 2. Presentación en Asamblea del mismo.	Nº de ONGD que asisten a la Asamblea	Acta de la Asamblea

9. EVALUACIÓN

La ejecución de este plan de comunicación se concretará en las planificaciones anuales.

El seguimiento del mismo se hará por parte de la comisión de Difusión y Campañas de la FAS, quien velará por su correcta ejecución. Al final de cada año habrá una evaluación del Plan Anual.

Anualmente se presentará a la Asamblea General un breve informe del seguimiento del Plan para su conocimiento.

Al finalizar el plazo de vigencia de esta planificación, se realizará una evaluación final del nivel de cumplimiento de los indicadores y resultados que aportará información relevante para la elaboración del siguiente Plan de Comunicación.