



PLAN ESTRATÉGICO DE  
COMUNICACIÓN Y  
DIFUSIÓN

2020-2024

**PAZ**  
**CON DIGNIDAD**

## ÍNDICE

|   |           |
|---|-----------|
| 1. Introducción                                 | <b>3</b>  |
| 2. Contexto                                     | <b>3</b>  |
| 3. Diagnóstico DAFO                             | <b>4</b>  |
| 4. Tipos de Comunicación                        | <b>5</b>  |
| 5. Estilos de Comunicación                      | <b>5</b>  |
| 6. Objetivos Estratégicos                       | <b>5</b>  |
| 7. Población Sujeto                             | <b>7</b>  |
| 8. Metodología                                  | <b>7</b>  |
| 9. Herramientas de Comunicación y difusión      | <b>8</b>  |
| 10. Estructura y funciones área de comunicación | <b>11</b> |
| 11. Dinamización en redes sociales - RRSS       | <b>12</b> |
| 12. Sistema de evaluación                       | <b>13</b> |

## 1. Introducción

Desde Paz con Dignidad consideramos que la comunicación juega un papel fundamental en nuestro rol como actor político y como herramienta de transformación social para contribuir a la construcción de una ciudadanía crítica. Por tanto, cuando nos referimos a la comunicación hacemos referencia a todo un campo de ideas relacionado con lo político. De este modo, poner en el centro de nuestro trabajo la comunicación es apostar por cómo intercambiamos y procesamos información hacia dentro de la asociación y con nuestras aliadas políticas, es decir, lo que pensamos y decimos y, por otro lado, cómo difundimos nuestra actividad política, en definitiva, lo que somos y hacemos.

Entendemos la comunicación más allá de su carácter puramente instrumental como medio de transmisión. Consideramos que la comunicación juega un papel fundamental en nuestro rol como actor político, en la construcción de una ciudadanía crítica y en el fortalecimiento de las organizaciones y movimientos sociales con los que nos posicionamos. De este modo, se convierte en un proceso de acción solidaria que contribuye a potenciar el tejido social y la participación.

La comunicación es un proceso fundamental para el diálogo entre los pueblos y una herramienta para la transformación social. La información, cuyo flujo es unidireccional, informa de que lo que acontece, pero una asociación como la nuestra apuesta por una visión multidireccional y participativa. No sólo elaboramos mensajes, sino que acompañamos los procesos necesarios para que sean nuestras aliadas políticas las protagonistas de su propia historia, sobre todo en aquellos lugares y momentos históricos donde la voz y la palabra son negadas.

## 2. Contexto

Sigue persistiendo una falta de transparencia respecto a las políticas de cooperación y la solidaridad internacional y, aunque se haya avanzado en esto, falta mucho por hacer, ya que la transparencia burocrática solicitada en los últimos años en las organizaciones tercer sector no es suficiente. La “jerga técnica” de las organizaciones, el limitado impacto de los resultados de los proyectos de educación para la transformación social y de cooperación, y el escaso - y en no pocas ocasiones desacertado - tratamiento de los problemas globales del desarrollo y de la solidaridad internacional en los medios de comunicación hegemónicos, es el resultado de que la sociedad en general esté desinformada.

Existe por tanto una preocupación, compartida entre las organizaciones del sector, y nos enfrentamos a un problema comunicativo por diferentes cuestiones:

- El estancamiento y desinformación en las políticas de solidaridad y la cooperación internacional
- Utilización del discurso que utilizan los medios de comunicación hegemónicos.
- Incapacidad de ofrecer por parte de las ONGs la imagen real ajustada de su misión y desempeño
- Escaso conocimiento que manifiesta la ciudadanía sobre estas cuestiones.

Por tanto, con esta estrategia se pretende además contribuir a cubrir el déficit informativo que existe desde el ámbito de la solidaridad internacional. Desde Paz con Dignidad entendemos que, con una adecuada estrategia de comunicación y difusión en los proyectos y procesos que acompañamos de cooperación y educación, favorecemos a ejercer una transformación de la opinión pública si situamos las temáticas de solidaridad internacional en la agenda de los medios de comunicación y en el discurso de la ciudadanía en general.

### 3. Diagnóstico DAFO

Partimos de un análisis DAFO para visualizar la situación actual de Paz con Dignidad en cuanto a la Comunicación:

| SITUACIÓN INTERNA   |  |
|---|--|
| DEBILIDADES   | FORTALEZAS   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• PcD carece de un plan de comunicación anterior.</li> <li>• Indefinición de funciones y tareas de las personas responsables en los diferentes territorios/ delegaciones/ áreas</li> <li>• Ciertos problemas de comunicación y coordinación interna entre áreas de trabajo y delegaciones</li> <li>• No existe un grupo de comunicación específico en PcD.</li> <li>• Hiperactividad en determinadas épocas del año que saturan a la persona responsable de comunicación</li> <li>• Dependencia de fondos públicos para la persona de comunicación que generan dinámicas de trabajo sujetas a tiempos de ejecución y justificaciones.</li> <li>• Necesidades formativas en temática de comunicación en el equipo de PcD</li> <li>• No se prioriza la comunicación entre las funciones de las personas trabajadoras</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Plan estratégico general de PcD elaborado y recoge líneas estratégicas de comunicación.</li> <li>• Varias personas contratadas y socias activas de PcD están formadas en comunicación, de modos diferentes y complementarios.</li> <li>• Una trabajadora se dedica desde 2018 a jornada completa a tareas de comunicación.</li> <li>• PcD tiene gran experiencia en el desarrollo de materiales comunicativos y de difusión.</li> <li>• La política de comunicación seguida hasta el momento tiende hacia un estilo democrático y participativo que incluye a todos los actores de la organización.</li> <li>• Se conocen herramientas de comunicación para transitar hacia estrategias de comunicación segura</li> <li>• Existe un grupo de EduComunicación que refuerza el área de Comunicación</li> </ul> |
| SITUACIÓN EXTERNA   |  |
| AMENAZAS  | OPORTUNIDADES  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad general de las ONGD pequeñas y medianas para acceder a los medios de comunicación hegemónicos.</li> <li>• Dificultad de trasladar correctamente el mensaje de PcD utilizando los canales de comunicación convencionales (marcado carácter político de los mensajes). La propia naturaleza de los materiales producidos por PcD (OMAL, Tantaka) dificulta su difusión en medios comerciales.</li> <li>• Dificultad de hacer resaltar mensajes en Internet y de que estos lleguen realmente a las personas destinatarias, dada la saturación de la red</li> <li>• “Competencia” medios alternativos.</li> <li>• Los "mensajes de odio" que calan tan fácilmente en la sociedad</li> <li>• Hiperactividad en determinadas épocas del año que saturan la agenda.</li> <li>• Recortes en los presupuestos proyectos de cooperación y educación de los que se sustenta el personal de comunicación</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• PcD realiza actividades muy especializadas para las que se pueden elaborar estrategias de comunicación muy concreta (OMAL, Educación)</li> <li>• La valoración que hacen de los procesos de comunicación otras asociaciones, ONGD y movimientos sociales es muy buena.</li> <li>• Entre las ONGD no está extendido ni trabajado el punto de vista crítico sobre comunicación/ marketing y ONGD.</li> </ul>  |

#### 4. Tipos de la Comunicación

En Paz con Dignidad transitamos en dos tipos de comunicación:

**A. Comunicación interna.** Hace referencia a todos aquellos procesos comunicativos que involucran sólo a los miembros que forman parte de Paz con Dignidad. Es decir, personas asociadas, colaboradoras, equipo técnico y órganos de dirección. Algunas de las acciones de comunicación dirigidas a las plataformas, redes y coordinadoras de ONGD en las que PcD participan se pueden considerar de comunicación interna.

**B. Comunicación externa.** Se dirige a públicos externos a la misma (medios de comunicación, ciudadanía en general, universidades, administraciones públicas, etc). Algunas de las acciones de comunicación dirigidas a las plataformas, redes y coordinadoras de ONGD en las que PcD participan se pueden considerar de comunicación externa. La iniciativa de comunicar no siempre parte de la entidad en un primer momento.

En cualquier caso, sólo hablaremos de comunicación cuando existe un intercambio. Si solo exponemos información sin recibir feedback hablamos de simple difusión, que también será legítima en muchos casos.

#### 5. Estilos de Comunicación

La seña de identidad de Paz con Dignidad es la investigación, la formación, la elaboración de materiales, la sensibilización, la movilización y la incidencia, en temáticas como: feminismo; sostenibilidad ambiental y cambio climático; cultura de paz/no-violencia; sostenibilidad de la vida; poder corporativo; alternativas para una ciudadanía global comprometida; y la **educomunicación**. Si bien la comunicación comprende también el ámbito interno de la organización (cómo nos comunicamos, qué cultura organizacional tenemos, etc.)

Del proceso de debate interno en el que lleva años Paz con Dignidad, depende este estilo de comunicación por el que transitamos, y que se basa en un modelo de comunicación democrático-participativo, que considera la dimensión comunicativa como un elemento importante de procesos más amplios de relación horizontal.

Por ello, nuestro estilo de comunicación pretende:

- Buscar la transformación social.
- Centramos en la dignidad de las personas.
- Mediar y canalizar la voz y la palabra de las y los protagonistas legítimos desde el reconocimiento de la identidad personal y colectiva.
- Asumir que el público tiene capacidad para interpretar y decidir.
- Estar abierto a la creatividad, al aprendizaje constante y a la evaluación.
- Situar a la propia asociación como medio y no como fin en sí misma.
- Fomentar la corresponsabilidad comunicacional.
- Mejorar el trabajo interno de la asociación.

#### 6. Objetivos estratégicos

Las líneas consensuadas en el ámbito de la Comunicación recogidas en el Plan Estratégico general de Paz con Dignidad 2018-2021 para alcanzar nuestro objetivo general estratégico como entidad son:

- Fomento de una cultura comunicativa transversal a todas las áreas y territorios.
- Desarrollar y crear discursos que contribuyan a la generación de sujetos políticos y emancipados
- Promover procesos comunicativos participativos y horizontales entre los pueblos de los territorios donde Paz con Dignidad está presente.

Por tanto, nuestros objetivos diferenciando según los dos tipos de comunicación citados anteriormente son:

**a) En cuanto a la comunicación interna:**

- Crear un sistema eficaz de comunicación interna que sistematice y posibilite el aprovechamiento de toda la información generada por Paz con Dignidad, así como por las plataformas y redes en las que participa.
- Mejorar los conocimientos sobre comunicación de las personas vinculadas a Paz con Dignidad (trabajadoras, socias, colaboradoras).
- Apoyar el trabajo de las redes y plataformas sociales en las que Paz con Dignidad participa.

**b) En cuanto a la comunicación externa:**

- Facilitar información sobre el cumplimiento de los derechos humanos en el mundo, la situación de la mujer, la actuación de multinacionales y gobiernos, el deterioro del medio ambiente, modelos alternativos, etc.
- Contribuir a la creación de conciencia y responsabilidad social promoviendo el debate, la reflexión individual y colectiva, la participación y la movilización social.
- Incrementar y mejorar la calidad de las acciones de comunicación externa.
- Concretar el espectro de los públicos objetivo de las acciones de comunicación externa.
- Convertir el trabajo de Paz con Dignidad en un referente para ciertos públicos objetivo (según áreas).
- Apoyar el trabajo de las redes y plataformas sociales en las que Paz con Dignidad participa.

Señalar, que en la estrategia de Educación para la ciudadanía global y transformación social de Paz con Dignidad (2020-2024), también queda recogida de manera explícita la importancia del trabajo en comunicación en uno de sus objetivos estratégicos: OE.6. *"Desarrollar iniciativas y estrategias de comunicación transformadora, interna y externa, que van más allá de la unidireccionalidad generando procesos colectivos para promover el derecho a la información, y que posibiliten una visión crítica de la realidad en la ciudadanía y que a su vez generen diálogo y reflexión."*

**OE.6.1.** *Impulsar la producción, promoción y difusión de contenidos propios (artículos, audiovisuales, cuadernos, etc) que pongan en el centro la sostenibilidad de la vida y que promuevan la construcción de una ciudadanía crítica.*

**OE.6.2.** *Desarrollar estrategias para penetrar los medios de comunicación hegemónicos y fortalecer las alianzas con medios de comunicación alternativos escritos o digitales en los que poder posicionar temáticas trabajadas por Paz con Dignidad y OMAL.*

**OE.6.3.** *Consolidar canales de comunicación propios que promuevan el derecho a la información, el fortalecimiento técnico político de las organizaciones como sujetos políticos y asuman la veracidad como principio.*

**OE.6.4.** *Fomentar una cultura comunicativa transversal a todas las áreas y territorios de Paz con Dignidad e Intensificar nuestra presencia mediática y en movilizaciones populares, así como nuestra participación en redes y alianzas, tanto en el Estado español como a nivel internacional.*

## 7. Población Sujeto

Se diferencian dos tipos de población sujeto según el tipo de comunicación:

Las acciones de comunicación interna están dirigidas a los siguientes actores:

- Personas socias y colaboradoras de Paz con Dignidad
- Trabajadores /as
- Junta directiva

Las acciones de comunicación externa están dirigidas a los siguientes actores:

- Coordinadoras, plataformas, redes y foros en las que PcD participa.
- Colectivos de la sociedad civil organizada (asociaciones culturales, vecinales, de mujeres, ONGDs, de personas migrantes, etc.)
- Activistas de movimientos sociales y entidades afines.
- Instituciones públicas locales/regionales (ayuntamientos, diputaciones, bibliotecas, delegaciones de igualdad, de participación ciudadana, de educación, de cooperación, responsables políticos y de administraciones)
- Medios de comunicación (alternativos y convencionales)
- Ciudadanía en general
- Comunidad Universitaria
- Institutos de educación secundaria

## 8. Metodología

La metodología empleada en nuestros procesos comunicativos pretende visibilidad a los actores principales de nuestros proyectos y procesos (colectivos sociales, asociaciones, estudiantes de secundaria, colectivo universitario, mujeres, socias locales y demás personas beneficiarias) tanto en los territorios del Estado Español como en los países destinatarios de la ayuda oficial al desarrollo en los que tenemos presencia, desde nuestras propias herramientas y recursos comunicativos.

La metodología en las acciones y procesos de comunicación externa está basada en un enfoque alternativo, no hegemónico y ni de carácter paternalista y asistencialista, donde nuestra preocupación no es ni las campañas de captación de fondos ni el márketing institucional donde el Norte sigue dominado y estando por encima de las organizaciones y personas del Sur. Esta propuesta estratégica comunicacional se basa en un enfoque alternativo que entiende la comunicación como medio para y como fin en sí misma, es decir, como comunicación educativa.

Pretendemos centrar nuestros mensajes en nuestros canales de comunicación en las causas de los problemas y que contextualizan adecuadamente la realidad social, política, económica y cultural de los diferentes contextos.

Se pretende utilizar la comunicación como una herramienta de rendición de cuentas ante la ciudadanía del Estado Español que contribuye con sus impuestos al sostenimiento de las políticas públicas de cooperación internacional y educación para el desarrollo, canalizadas por las Agencias correspondientes. Por lo tanto, nuestra metodología para la comunicación y difusión en los proyectos nos permite asegurar el cumplimiento de los requisitos de visibilidad de las instituciones públicas donantes, además de comunicar adecuadamente los objetivos y resultados del proyecto.

Con respecto a los Medios de Comunicación, caminamos para consolidar una política activa respecto a los medios de comunicación convencionales (periódicos, radio y TV), facilitando nuestra participación en estos y ampliar así el marco para nuestras apuestas políticas. A través

de diferentes formatos para penetrar en los grandes medios de comunicación (comunicados de prensa, notas de Prensa de resultados de éxito, desayunos con medios, ruedas de prensa, artículos, entrevistas o cualquier producto comunicativo que aporte valor añadido a nuestras iniciativas educativas) se pretende favorecer la opinión pública situando las temáticas que abordan nuestras iniciativas en la agenda mediática.

El enfoque en la Comunicación Interna está basado en la participación de todo el personal trabajador en Paz con Dignidad, con el objetivo de buscar el aprendizaje continuo que lleve a la reacción ante cualquier imprevisto para obtener un mayor impacto de nuestras intervenciones. En este sentido, la persona responsable de Comunicación, junto a las personas responsables de los diferentes territorios o áreas de la entidad, elaboran de manera conjunta documentos operativos con acciones de Comunicación y Difusión específicos para cada proyecto. Este documento en un principio es un borrador inicial que se presenta en la formulación de proyectos y son útiles como hoja de ruta para contribuir al logro de los objetivos comunicativos, que en colaboración con las personas beneficiarias de los procesos que acompañamos, concretan los diferentes productos comunicativos resultantes del proyecto y las diferentes acciones. Una vez aprobado los proyectos, se cierra y aterrizará estos documentos operativos de Comunicación y difusión, consensuando y definiendo las diferentes herramientas comunicativas internas a utilizar (grupos de correo electrónico, documentos colaborativos, WhatsApp, Telegram, Signal, etc.), el calendario de reuniones para la coordinación y el documento de dinamización en RRSS (el *#hashtag* único del proyecto que acompaña las publicaciones en redes sociales y los principales mensajes en términos comunicativos para ser adaptados a los distintos grupos destinatarios, etc.). La comunicación no es solo un momento en el ciclo de gestión de los proyectos, sino que se trata de un elemento transversal que se ha de tener en cuenta en todas las actividades del proyecto, por lo que las personas involucradas en los documentos operativos de los Planes de comunicación y Difusión deben estar en continua coordinación.

## 9. Herramientas de Comunicación y Difusión

Para llevar a cabo este Plan estratégico de Comunicación y difusión, desde Paz con Dignidad disponemos de las siguientes herramientas e instrumentos con los siguientes objetivos:

### En comunicación externa:

- **Página web:** Paz con Dignidad [www.pazcondignidad.org](http://www.pazcondignidad.org)

Es la principal herramienta de comunicación externa de Paz con Dignidad. Su función es la de publicar noticias y análisis relacionados con los procesos que PcD impulsa y apoya desde diferentes formatos comunicativos (Notas web, videos, píldoras audiovisuales, imágenes, entrevistas, comics, etc.) para dar a conocer los avances de nuestras acciones. De manera prioritaria, se difundirán contenidos relacionados con nuestros proyectos y estrategias de incidencia social y política, así como reflexiones propias en torno al conjunto de temas que estratégicamente priorizamos y sobre los territorios en los que acompañamos a sujetos transformadores. En el calendario de la web, se vuelcan todas las actividades susceptibles a la participación de la ciudadanía para la difusión de estas.

Es importante dotar de identidad a esta página institucional, de esta manera, siendo una herramienta para todas las áreas y territorios, es especialmente relevante que el área de cooperación y las personas de los diferentes territorios donde trabajamos asuman su alimentación permanente como una labor propia –tanto en lo referente al desarrollo de los proyectos, como a reflexiones y análisis de carácter político sobre los temas que abordamos.

No obstante, no todo lo que hagamos puede ni debe ser incluido en la página web. Disponemos de otras herramientas para dar a conocer aquellas noticias que nos parecen interesantes, pero quizá no tan relacionadas con PcD, o de carácter más coyuntural (Twitter, facebook, Telegram, etc.).

Para la creación de entradas en la web de Paz con Dignidad se dispone de un manual con indicaciones. Estas entradas se guardan como Borrador, se comunica por correo a la responsable de Comunicación, que revisa y publica.

- **Boletines informativos- Mailchimp**

La persona responsable de comunicación elaborará semanalmente un boletín que recoge las novedades publicadas en la web de Paz con Dignidad, y las más relevantes de OMAL y de las plataformas de las que hacemos parte.

Este boletín va dirigido a una lista de correos con los contactos de socios, socias, colectivos, asociaciones, instituciones, personas, etc., afines a la organización, y que se envían quincenalmente, con la intención de mantenerles informados de las últimas noticias y eventos de Paz con Dignidad.

La base de datos para el envío de este boletín deberá ser actualizada periódicamente por todas las personas trabajadoras en los diferentes territorios, con posibles contactos que pensemos que les pueda ser interesante recibir esta información

- **El Blog de Pueblos. El Salto** <https://www.elsaltodiario.com/revista-pueblos>

Un Blog en el medio de comunicación alternativo <https://www.elsaltodiario.com/> con identidad propia, coordinado por la persona de comunicación, con el objetivo de ampliar nuestra apuesta internacionalista desde una perspectiva más amplia que el poder corporativo, en base a textos escritos y a audiovisuales, rellenando el hueco dejado por Pueblos, pero desde un espacio de mayor alcance y que necesita menos recursos. Este blog depende de una red activa de personas con voluntad de participar, tanto externas como internas a PcD, de tal manera que alimente de manera periódica y estable, proponiendo una mirada crítica sobre las diferentes realidades sociales, políticas, económicas y culturales del mundo. Esta red está detallada por países y temáticas, con capacidad de crear artículos/análisis en relación con la coyuntura del momento; a las circunstancias, hechos importantes o históricos, eventuales y cambiantes que determinan la situación actual.

Se publica mensualmente artículos enfatizando la mirada internacionalista y feminista. Es un instrumento de comunicación para fortalecer e impulsar nexos entre organizaciones del Norte y del Sur que trabajan en procesos de transformación social.

Este espacio lo entendemos como un lugar desde donde denunciar, proponer, debatir y sobre todo reflexionar, a través de la publicación de artículos de análisis y opinión. Es una apuesta por la solidaridad que ofrece una mirada crítica sobre las diferentes realidades sociales, políticas, económicas y culturales del mundo, con el objetivo de visibilizar la diversidad de colectivos y movimientos sociales del Estado Español y de otras partes del mundo, así como sus luchas, sobre todo en aquellos lugares y momentos históricos donde la voz y la palabra son negadas, fortaleciendo a su vez su vínculo y participación en otras experiencias comunicativas colectivas.

- **Tantaka TV:** <https://www.tantaka.tv/eu/>

Una televisión social por internet lanzada en noviembre de 2018. Un proyecto de información alternativa impulsado por las organizaciones Mugarik Gabe, Euskadi-Cuba y Paz con Dignidad, que pretende visibilizar la diversidad de colectivos y movimientos sociales de Euskal Herria y de otras partes del mundo, así como sus luchas. Y que se define como una televisión social:

- Internacionalista: Apuesta por la solidaridad entre los pueblos, buscando nexos comunes de las opresiones y posibilitando la articulación de agendas.

- Feminista: Porque el futuro será feminista o no será. Y por ello trabajamos sobre nuevos imaginarios emancipadores, desde la erradicación de las desigualdades entre sexos-géneros.
- Diversa: Sus protagonistas son personas con horizontes culturales, funcionales e identitarios diversos que nos enriquecen.
- Sostenible: Pone la vida en el centro desde el cuidado y respeto al medio ambiente.

- **Redes sociales**

Todo aquello que se publica en la web de Paz con Dignidad y en El Blog de Pueblos, es enlazado para su difusión en estas redes sociales.

- **Facebook:** <https://www.facebook.com/pazcondignidad/>
- **Twitter:** <https://twitter.com/PazconDignidad>
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/pazcondignidad/>

Estas herramientas además son la más viables para compartir noticias, eventos, actividades, campañas, comunicados, etc. de otras organizaciones/colectivos de las que somos afines, pero que no es contenido pertinente para subirlo a la web. O noticias diversas relacionadas con nuestro trabajo, pero que son de carácter más coyuntural.

Consolidamos estrategias de dinamización en redes sociales, y para ello, en los documentos operativos de Comunicación y difusión definidos en los proyectos deben promover acciones concretas en RRSS para interactuar en el entorno digital, que consiste en dinamizar nuestros perfiles para contribuir a organizar el calendario mensual de publicaciones

- **Canal de YouTube:** <https://www.youtube.com/channel/UCAj8dXq65fam-axkoTAXeoA/featured>

Herramienta comunicativa donde se llevan a cabo la retransmisión en directo de seminarios, ciclo de charlas, congresos, etc. desarrolladas desde Paz con Dignidad y donde se alojan los audiovisuales grabados y editados resultantes de los proyectos.

- **Canal Oficial de Telegram:** : <https://t.me/pazcondignidad>

Es un canal en el que se comparten los eventos más destacados publicados en la página web de Paz con Dignidad semanalmente. Esta herramienta es un canal público de difusión de PcD que pretende complementar la difusión vía web y redes sociales, con el objetivo que algunas noticias de especial significación lleguen a los dispositivos móviles de la gente cercana a PcD.

Solo la responsable de comunicación gestionará el canal, sin abrumar con contenidos (no se trata de publicarlo todo, solo 2 noticias por semana), y con la misión de guardar equilibrios de temas, áreas y territorios.

#### En comunicación interna:

- **Listas de correos:**

Se crean listas de correos para la comunicación de las comisiones, grupos de trabajo, y órganos de gestión o decisión, siendo algunas de carácter permanente como la lista de trabajadorxs, la lista de la junta directiva, o de la comisión feminista, o de carácter temporal, como la lista de la Comisión de Estructura:

Las listas de correos No sirven hacer difusión de noticias, eventos, actividades, etc. de los diferentes territorios y aéreas.

- **Grupo Telegram Info- Paz con Dignidad**

El grupo Info- Paz con Dignidad pretende aglutinar a todos los compañeros y compañeras de Paz con Dignidad con el objetivo de compartir y dar difusión a noticias/comunicados/tuits/posts relacionados con todas las actividades de Paz con Dignidad de los diferentes territorios y áreas.

## **10. Estructura y funciones área de comunicación**

Es importante explicitar que la responsabilidad de la comunicación en Paz con Dignidad es una cuestión de todos y todas las personas trabajadoras de Paz con Dignidad. Somos una organización política cuya misión fundamental es comunicarse con la sociedad, articularse con sujetos organizados y transformadores.

A partir de esta premisa, concretamos tareas:

- **Responsable de comunicación en la Coordinación colegiada**

**Su función es la de:**

- garantizar el seguimiento y evaluación a los objetivos estratégicos del plan de comunicación;
- garantizar el buen uso de las herramientas de comunicación;
- garantizar los equilibrios entre áreas en aspectos comunicativos;
- trasladar a la coordinación colegiada aspectos específicos de especial significación;
- Evaluar la implicación personal, de territorios y áreas en la estrategia de comunicación.

- **Responsable de comunicación de Paz con Dignidad**

**Su función es la de:**

- Gestionar las diferentes herramientas de comunicación de PcD, algunas de manera exclusiva (redes sociales, canal de Telegram, Boletín), otras de manera compartida (web PcD, El blog de El Salto)
- Garantizar la alimentación periódica y permanente de las herramientas de PcD, en colaboración con el conjunto del equipo de trabajo, de cara a visualizar el trabajo de Paz con Dignidad, actividades principales y posiciones.
- Coordinar, crear y alimentar un calendario anual/semestral donde identificar eventos políticos/sociales/culturales relevantes (visitas oficiales, cumbres, foros, etc.).
- Desarrollar una política activa respecto a los medios de comunicación más convencionales, facilitando nuestra participación en estos y ampliando el marco para nuestras apuestas políticas.
- Promover la realización de videos y coordinar la comunicación y difusión de los que se están haciendo o están contemplados en proyectos
- Mantenimiento de un sistema de seguimiento y evaluación de los contenidos comunicativos y de las herramientas de las que nos hemos dotado, tanto en el marco de la relación con la coordinación colegiada, como en el grupo de EduComunicación

- Elaboración de la Memora anual de Paz con Dignidad y apoyo a otros materiales (monográfico OMAL).
- Garantizar la actualización de la comunicación a la regulación sobre protección de datos.
- Ser la persona de referencia en comunicación para todas y cada una de las personas que conformamos PcD;
- Ser la representante de comunicación en la CST;
- Comunicarse con la persona responsable en la Colegida de comunicación para cualquier asunto relacionado con sus 5 funciones principales;

#### o **Grupo de EduComunicación**

Sus funciones son las de:

- Dar seguimiento y evaluar a los objetivos estratégicos de comunicación;
- Dar seguimiento y evaluar el uso de las herramientas (bueno uso, alimentación, problemas técnicos, etc.);
- Debatir sobre la idoneidad de ciertas publicaciones;
- Planificar campañas institucionales de peso;

#### o **Personas Trabajadoras en los diferentes territorios:**

Sus funciones son las de:

- Hacer un reporte mensual sobre las actividades político-institucionales en las que hayan participado y sobre las derivadas de su trabajo, para posteriormente subir una nota en la web de lo más relevante y representativo.

## **11. Dinamización de Redes Sociales- RRSS**

Desde el enfoque de la difusión e incidencia, para Paz con Dignidad las nuevas plataformas digitales y las Tecnologías de la Información y la Comunicación tienen un papel relevante por su importante grado de penetración social y su utilidad en el trabajo para la transformación social. Nuestra dinamización de las RRSS tiene la finalidad de fomentar el debate y la participación y no solo de informar.

Para llevar a cabo estrategias esta dinamización, se promueve la realización de videos y/o pequeñas píldoras audiovisuales como resultado de nuestras acciones, que fomenten el feedback entre nuestros seguidores. Para que la publicación de estos materiales comunicativos lleve a un impacto real en las RRSS, cada territorio y área identifica y consolida una lista de perfiles (de personas y colectivos) aliadas que nos permitirán llegar a otros públicos y hacer replicar nuestros mensajes.

Este plan de dinamización se convierte en un documento de trabajo que resulta de utilidad para:

- Organizar el calendario mensual de publicaciones
- Basarse en la periodicidad y tipos de contenidos: cuándo publicar, sobre qué actividad o material, como organizar estrategia de difusión de cada actividad o material, etc.
- Ver hashtags más utilizados y copiar/pegar conceptos

Tanto en los materiales comunicativos como en las acciones a desarrollar en nuestros proyectos, se deben promover estrategias de difusión en RRSS, que deben ser consensuadas por todas las personas implicadas en la ejecución de los proyectos. Estas estrategias deben contemplar tres fases en la publicación de los mensajes:

1. Vinculados a la difusión previa, con estrategias de generación de expectativas, intriga
2. Durante el desarrollo de la actividad o elaboración del material pedagógico, compartiendo momentos, contenidos, imágenes, videos cortos, hilos en Twitter, etc.

3. Para trasladar conclusiones o aprendizajes una vez finalizado las actividades y publicados los materiales pedagógicos.

La periodicidad prevista de publicaciones en las RRSS de Paz con Dignidad:

- En Facebook: alrededor de 1-2 publicaciones al día (lunes a viernes, principalmente\*).
- En Twitter: alrededor de 4 publicaciones semanales (lunes a viernes, principalmente\*).
- En Instagram: alrededor de 1 publicación semanal (lunes a viernes, principalmente\*).

*\*Se pueden realizar distintas publicaciones también en fin de semana si hay fechas o eventos clave en el calendario.*

Para esta dinamización de difusión en RRSS, es necesario:

- Diseñar el contenido y los mensajes en cada publicación en colaboración con las personas implicadas en la ejecución de los proyectos. Es imprescindible adaptar los mensajes a las RRSS: caracteres, elementos visuales, imagen, etc. u otros como el emplazamiento y un eslogan efectivo, y seguir las instrucciones de difusión y publicidad de la institución financiera y marcan las bases reguladoras.
- Definir el público objetivo (target) al que nos vamos a dirigir en cada publicación, que puedan potenciar y multiplicar el alcance de los resultados.
- En relación con las menciones en las RRSS (etiquetar perfiles) etiquetar desde nuestros perfiles a organizaciones, plataformas, entidades aliadas, personas reconocidas, etc. en las diferentes publicaciones diarias previstas. Para ello, es importante la creación de un listado que recoja perfiles susceptibles a etiquetar por proyecto, y que sea enriqueciendo mensualmente.
- La utilización del *#hashtag* en las publicaciones, creado exclusivo para cada proyecto, consensado en los Plan de Comunicación interna junto a la colaboración de todas las personas implicadas en la ejecución. Todas las publicaciones deber ir acompañados del *#hashtag* principal del proyecto para posicionar publicaciones y hacer partícipe a las personas seguidoras de las cuentas oficiales de la organización. Este *#hashtag* facilita el seguimiento de las acciones por RRSS y la medición de su impacto. Junto a esta etiqueta principal, deben ir *# secundarios*, y para ello, se debe atender a:
  - Hashtags de días relevantes. Si hay tendencias del momento, se adopta esa etiqueta (siempre que tenga que ver lo que estamos contando, de alguna forma). De este modo, conseguimos que sean replicados por más búsquedas y más repercusión. *#DíaInternacionalErradicaciónPobreza #DíaMundialDeLaTolerancia #DíaMundialDeLaInfancia #DíaDeLosDDHH ...*
  - Es importante que estos *hashtags* no sean excesivamente largos ya que no serán tan utilizados. Los *#* de más éxito no son tan largos como, por ejemplo, *#DíaInternacionaldeLaEliminacióndeLaViolenciacontralasmujeres*. En este caso, nombraremos esta fecha, pero hablaremos de *#contralaviolenciadegennero*, que es el *hashtag* oficial utilizado.
  - Incluir *hashtags* sobre conceptos de los contenidos. ¿De qué hablamos? Ejemplos: *#Resiliencia #DerechosHumanos #feminismo #SostenibilidadDeLaVida #ecologismo #cuidados #DerechosDeLaMujer*

## 9. Sistemas de evaluación

Este Plan lleva a tener que disponer de una metodología de seguimiento y evaluación, que ofrezca información sobre el avance y los logros, con dos objetivos claros:

1.- La toma de decisiones

2.- La adaptación del Plan a diferentes situaciones con las que nos podemos encontrar

El seguimiento y la evaluación se llevarán a cabo a través de las siguientes herramientas que marcan el proceso a seguir:

- Plan de acción anual. Elaborado en el último trimestre del año, donde se reflejen los objetivos del plan y establezcan los compromisos y los indicadores de logros a conseguir esa anualidad.
- Informes de seguimiento. Se elaborará en el tercer trimestre del año, en base al trabajo realizado en el primer semestre. Se compara con el Plan de acción anual, para evaluar el trabajo y readaptar en caso de que fuera necesario.
- Revisión anual de ejecución del plan: se presentará en el segundo trimestre del año.

La recogida de datos y medición de indicadores se elaborará a través de una hoja de ruta que permita valorar los avances en los diferentes documentos operativos de comunicación y difusión elaborados para cada proyecto para las diferentes áreas y territorios.

Como instrumentos de seguimiento utilizamos los informes finales y/o de seguimiento de los proyectos presentados a las instituciones financieras, que servirán de insumo para revisar el cumplimiento de esta estrategia.