

NAZIOARTEKO ELKARTASUNA

-

SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

PLAN DE COMUNICACIÓN

2022 - 2026

Aprobada actualización en asamblea ordinaria de personas asociadas celebrada el 29/06/2024, para poder llevar a cabo su evaluación, así como, la posterior elaboración participativa del nuevo Plan de Comunicación 2022-2026.

- **Año aprobación:** 2021
- **Elaboración:** Nazioarteko Elkartasuna - Solidaridad Internacional
- **Participación:** Activistas y personas voluntarias de las organizaciones de la Red 1948 – 2018
- **Fotografías:** Nazioarteko Elkartasuna – Solidaridad Internacional
- **Coordina:** Ibon Herrero Morilla

Agradecimientos especiales a las personas activistas y voluntarias que participaron en el proceso de consulta e investigación por los valiosos aportes y reflexiones que contribuyeron de forma significativa a la elaboración del presente documento.

1. INTRODUCCIÓN	4
2. HISTORIA, MISIÓN, VISIÓN Y MODELO DE COOPERACIÓN.....	6
3. LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL	7
4. ÁMBITOS ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL	9
5. VISIÓN INFORMATIVA Y ESTILO DE COMUNICACIÓN.....	10
6. EJES DE COMUNICACIÓN: OBJETIVOS, METAS E INDICADORES	11
7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	18
8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA.....	19
9. REDES Y COMUNICACIÓN.....	20
10. OBJETIVO ESTRATÉGICO, METAS, INDICADORES Y RESPONSABLE.....	21
11. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN 2022-2026.....	26

1. INTRODUCCIÓN

El uso del lenguaje que realizamos en nuestra comunicación no tiene un uso meramente descriptivo, prescribe un determinado orden valorativo que puede jerarquizar posiciones sociales: infravalorar o sobrevalorar determinadas situaciones. El lenguaje es una convención social que ayuda a conformar la realidad y nos enseña a ver el mundo.

Por medio de la comunicación externa realizada y multiplicada por las redes sociales y los medios de comunicación, logramos transmitir a la sociedad de manera que quede impreso en nuestro universo, la situación y realidad en la que viven las sociedades en las que trabajamos, dejando constancia no solo de las desigualdades entre países y las situaciones de emergencia y catástrofe que se viven más acentuadamente cuando falta un desarrollo sostenible

En nuestra comunicación, el lenguaje que usamos debe estar orientado a conseguir procesos de solidaridad en cada persona y en la sociedad en su conjunto, logrando, con esos procesos, contribuir de manera positiva a cambiar la realidad.

El lenguaje es un instrumento de comunicación y de cohesión social. La expresión lingüística se inserta en un proceso más complejo de comunicación social, en el que las palabras son un instrumento o vehículo de transmisión de ideas. Por tanto, no hay lenguaje neutro. Toda expresión lingüística es interpretada por quienes la reciben y ahí confluyen muy diversos elementos: sujeto, objeto, realidad social, tradición, valores culturales, concepciones de justicia, etc.

A través de la comunicación para la solidaridad se generan cambios de actitud que desencadenan la acción solidaria necesaria para lograr tanto objetivos de desarrollo sostenible como de dignidad humana en cualquier persona que requiera de esa respuesta solidaria por parte de sus semejantes.

Las ocho características de esta comunicación para la solidaridad son:

- Incluir la perspectiva LGTBI en la comunicación e introducir en el lenguaje y en las imágenes las actividades que realizan, han realizado o van a realizar las personas LGTBI, sus intereses, sus aportaciones y sus necesidades. En definitiva, visibilizarlas, situarlas en el mundo y reflejar de qué manera participan en él.
- El tacto informativo: cuidando con detalle el tratamiento informativo y comunicativo de aquellos colectivos vulnerables a quienes se dirigen las intervenciones e iniciativas solidarias.
- La contextualización: mostrando no solo los hechos que se quieren comunicar y en ocasiones denunciar, sino desentrañando las causas y su contexto político, económico, social, climatológico, etc. Y, mostrando también las posibles consecuencias en caso de no realizar la intervención en ese contexto.
- A estos efectos, el lenguaje es un reflejo de nuestra situación social y también un elemento auxiliar que colabora en construir el lugar de mujeres y hombres, a mantenerlo o cambiarlo. La palabra, hablada o escrita, opera de forma silenciosa, y a veces de forma no tan silenciosa, en el mantenimiento o la construcción de estereotipos y referentes sexuales que pueden suponer un freno a los avances sobre la igualdad sexual o, por el contrario, estimular el cambio.
- La cesión del protagonismo: dejando el espacio y el tiempo, imagen y palabra suficientes a los protagonistas de la acción solidaria que se comunica y de la que se informa.
- Incluir la perspectiva de género en la comunicación e introducir en el lenguaje y en las imágenes las actividades que realizan, han realizado o van a realizar las mujeres, sus intereses, sus aportaciones y sus necesidades. En definitiva, visibilizarlas, situarlas en el mundo y reflejar de qué manera participan en él.
- La excelencia profesional: poniendo todas las aptitudes, conocimientos y ética al servicio de la realidad que se muestra con especial responsabilidad ante el papel sensibilizador que se desempeña.

- El afán de veracidad: mostrando la realidad tal cual es, sin divulgar escenas y situaciones escabrosas, pero sin maquillar la realidad de manera que parezca idílica o paradisiaca.
- La creatividad: para lograr transmitir al receptor la realidad susceptible de solidaridad que se plantea y las situaciones que viven esas personas: poniendo rostro a la información y ejemplificando tanto la necesidad como su remedio.

2. HISTORIA, MISIÓN, VISIÓN Y MODELO DE COOPERACIÓN

Solidaridad Internacional trabaja para que la justicia social sea un objetivo alcanzable y para crear una sociedad intercultural e igualitaria, que impida la concentración de riqueza y poder y que evite la privatización de los servicios públicos y los recursos comunales. La educación para la transformación social, permite que cada ser humano adquiera los conocimientos, las competencias, las actitudes y los valores necesarios para forjar un futuro sostenible.

- **HISTORIA**

En 1989 se funda Nazioarteko Elkartasuna - Solidaridad Internacional, (organización no gubernamental de desarrollo declarada de utilidad pública) con la misión de apoyar y dar voz a las personas más empobrecidas de la tierra, en el marco de la Carta Internacional de los Derechos Humanos. Durante estos años hemos sido el cauce para hacer llegar la solidaridad a miles de personas que habitan en las regiones más desfavorecidas del mundo. Hemos incidido en la concienciación en nuestro entorno sobre las causas de la pobreza y de las desigualdades, así como en la incidencia y movilización social para erradicarlas.

- **MISIÓN**

Nuestra misión es la erradicación de la pobreza y las desigualdades mediante una mirada feminista, afrontando sus causas económicas, religiosas, culturales y medioambientales, así como la extensión de la libertad y la igualdad de derechos en el mundo. En coherencia, implementamos programas que contribuyen al desarrollo humano sostenible con el fin de que las personas empobrecidas tomen el control de su propia vida.

- **VISIÓN**

Nuestra visión nace del valor de la fraternidad entre las mujeres y los hombres y trabajamos en lo local con una mirada global y feminista.

- **MODELO**

Nuestro modelo de cooperación fortalece a las Organizaciones de la Sociedad Civil (O.S.C.) de los países donde trabajamos, extiende la fraternidad, la igualdad y la libertad y se sustenta en los valores del feminismo, el laicismo, los derechos humanos, la justicia y la ciudadanía universal. En nuestras iniciativas implementamos un desarrollo social sostenible protegiendo el medioambiente y los ecosistemas.

3. LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

Solidaridad Internacional es una organización caracterizada por la pluralidad y tiene entre sus fines la elaboración y difusión de un mensaje común consensuado en el ámbito de la solidaridad, la ciudadanía universal y la inclusión social. Los mensajes pueden incluirse en distintos formatos: noticias en redes sociales, comunicados de prensa, ponencias, entrevistas, notas de prensa, discursos, etc, y se debe mantener una similitud y unidad de mensaje.

Independientemente del contenido de los mensajes, se debe transmitir una imagen fundamentada en los siguientes aspectos: Solidaridad Internacional es un agente social de referencia en el ámbito de las iniciativas solidarias de cooperación internacional para el desarrollo, la educación para la transformación social y la inclusión. Además, es una entidad transparente, democrática y plural que garantiza el buen uso de los fondos gestionados.

Los mensajes específicos incluirán referencias sobre la visión y modelo que Solidaridad Internacional tiene sobre la cooperación internacional para el desarrollo, la educación para la transformación social y la inclusión social.

El elemento nuclear de nuestro modelo y de nuestra visión es que la persona está en el centro de nuestras intervenciones. Por esa razón, los programas que ejecutamos deben adaptarse a ellas. Tenemos una visión integral de nuestras acciones gracias a la participación en la elaboración, ejecución y evaluación de nuestras iniciativas solidarias.

Trasladamos los mensajes tanto de manera directa como indirecta, a través de los medios de comunicación social.

Solidaridad Internacional busca lograr una participación activa, coordinada y conjunta en la comunicación, de sus iniciativas solidarias con las socias locales en base a los siguientes criterios:

- **PARTICIPACIÓN ACTIVA Y BIDIRECCIONAL EN LA COMUNICACIÓN:**
Solidaridad Internacional promueve la participación activa y bidireccional en la comunicación con los socios/as, destinatarios/as finales, voluntarios/as..., más allá de considerarlos como meros destinatarios de sus mensajes.
- **PROTAGONISTAS DE LA COMUNICACIÓN:**
Las personas, las comunidades, los pueblos y las diversas organizaciones de la sociedad civil son las verdaderas protagonistas de la comunicación, así como, las personas voluntarias, socias o grupo de personas destinatarias finales.

Es importante que, en las noticias de iniciativas solidarias, se identifique a la socia local que ejecuta, a Solidaridad Internacional y a la institución solidaria, pero ni las personas técnicas, ni Solidaridad Internacional, ni la socia local son protagonistas de nuestras noticias, ni de nuestra política de comunicación. Ponemos en el centro de nuestra política de comunicación las actividades llevadas a cabo por las personas y las comunidades, mostrando una imagen que proyecte absoluto respeto por la dignidad de las personas y comunidades que llevan a cabo las distintas actividades.
- **VALORES A TENER EN CUENTA EN LA COMUNICACIÓN:**
Las noticias de nuestras iniciativas solidarias deben transmitir valores de equidad de género, justicia, solidaridad, transformación social y lucha contra la pobreza. Es importante que las imágenes de nuestras noticias recojan la participación activa de las personas (mujeres y/o hombres).
- **CON VOZ PROPIA:**
Es importante que las socias locales mantengan una voz propia en la comunicación tal como recogen algunos códigos de imágenes y mensajes y códigos de conducta. Es muy importante conocer y aplicar las recomendaciones recogidas en los códigos de

PLAN DE COMUNICACIÓN 2016 – 2020 - 2021

imágenes y mensajes por las socias locales, e incorporar en sus estrategias de comunicación externa e interna los principios y criterios de los códigos de conducta.

- **POLÍTICA CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEFINIDA:**
Definida la política con los medios de comunicación basada en la participación conjunta, la definición de criterios y la aplicación de herramientas de comunicación tanto en el país donde se ejecuta la iniciativa solidaria como donde se obtiene la financiación.
- **COORDINACIÓN DE ELABORACIÓN Y DIFUSIÓN DE NOTICIAS:**
Coordinación de iniciativas de gestión de la comunicación digital a través de las tecnologías para la información y comunicación (TIC) que permitan un mayor impacto y alcance de las iniciativas que se ejecutan con las socias locales.
- **INFORMACIÓN OBJETIVA:**
Propiciar el conocimiento objetivo de las diferentes realidades sobre las que pretenden incidir.
- **INTEGRAR A PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN:**
En aquellas iniciativas solidarias de cooperación de gran impacto se buscará integrar a los medios de comunicación social y a algún profesional en la difusión.

4. ÁMBITOS ESTRATÉGICOS DE LA COMUNICACIÓN DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL

Para afrontar los desafíos que conlleva culminar nuestra misión, hemos definido seis ámbitos estratégicos de comunicación para Solidaridad Internacional: Cooperación Internacional para el Desarrollo, Acción Humanitaria, Educación para la Transformación Social, Escuela para la Ciudadanía Universal, Centro de Recursos Africanistas y Voluntariado.

Estos seis ámbitos articulan los objetivos en comunicación que nos proponemos afrontar para el año 2026 y las estrategias de los ejes transversales de:

- Equidad de género y derechos humanos de las mujeres.
- Derechos humanos y ciudadanía universal.
- Defensa de los derechos de las personas LGTBI.
- Derechos de la naturaleza.
- Medioambiente y desarrollo sostenible.
- Codesarrollo.

Para concluir en este Plan de Comunicación 2022-2026, además de las personas activistas y voluntarias, de las socias locales y los agentes estratégicos, también han participado significativamente mediante consultas, reflexiones y aportaciones las organizaciones que integran la Red 1948-2048.

5. VISIÓN INFORMATIVA Y ESTILO DE COMUNICACIÓN

En cuanto a la visión informativa, Solidaridad Internacional combina dos de ellas, la visión contextual, que se basa en la explicación detallada de las causas de la situación de marginación, pobreza, o exclusión y la visión proactiva, es decir, la elaboración y presentación de propuestas e iniciativas para mejorar la calidad de vida de todas las personas en el mundo.

En Solidaridad Internacional hay tantas formas de comunicar como personas responsables de ejecutar. Posteriormente, hay una persona responsable en revisar las noticias publicadas en las páginas de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram y en la web para homogenizar el estilo «solidaridad internacional» de las noticias si fuera necesario.

Solidaridad Internacional ha definido su estilo comunicativo por una simbiosis de varios de los estilos existentes:

- **COMUNICACIÓN ORGANIZADA**
Con carácter general, la comunicación se basa en el estilo denominado comunicación organizada, que obedece a un plan de comunicación previamente establecido, cuenta con herramientas predeterminadas y con una imagen corporativa previamente definida.
- **COMUNICACIÓN IMPROVISADA**
En cualquier caso, y al tratarse de distintos ejes de acción y distintos países con variaciones coyunturales importantes, se tiene presente la llamada comunicación improvisada, que obedece a coyunturas específicas en las que la entidad adapta su comunicación a una fuerte demanda externa, o a momentos de una intensa actividad comunicativa.
- **COMUNICACIÓN EXTERNA**
En la comunicación externa, el estilo es el de la comunicación vertical. La persona responsable de la iniciativa o actividad, comunica y decide las estrategias, los mensajes, y ejecuta las acciones comunicativas en línea con la política de comunicación de la organización.
- **COMUNICACIÓN INTERNA**
En la comunicación interna el estilo es el de comunicación horizontal, implica a muchos agentes: personas del comité directivo, de la plantilla técnica, activistas y personas voluntarias, entidades colaboradoras y asociadas, etc.
- **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**
En el ámbito de las relaciones institucionales, Solidaridad Internacional mantiene la filosofía de la complementariedad, y en este sentido el estilo de comunicación utilizado es la comunicación institucional, que se basa en la transmisión de una organización seria que busca la colaboración con las instituciones.
- **COMUNICACIÓN COOPERATIVA**
Teniendo en cuenta tanto a las ONG como a las instituciones que trabajan en los ejes de acción en los que Solidaridad Internacional trabaja, se utiliza la comunicación cooperativa.

6. EJES DE COMUNICACIÓN: OBJETIVOS, METAS E INDICADORES

Pretendemos la erradicación de la pobreza, afrontando sus causas económicas, religiosas, culturales y medioambientales, así como la extensión de la libertad y la igualdad de derechos en el mundo. En coherencia, implementamos programas que contribuyen al desarrollo humano sostenible con el fin de que las personas empobrecidas de la tierra tomen el control de su propia vida.

Trabajamos en equidad de género, extensión y defensa de los derechos humanos y la ciudadanía universal. A su vez, también creamos específicamente una línea de cooperación internacional en derechos de las personas LGTBI, medioambiente y desarrollo sostenible, derechos de la naturaleza, acción humanitaria, educación para la transformación social, Centro de Recursos Africanistas, codesarrollo y voluntariado.

En concordancia con el plan estratégico institucional y con el marco teórico y estratégico expuesto hasta el momento, Solidaridad Internacional desarrolla su comunicación en los ejes que se describen a continuación:

- **COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO**

Solidaridad Internacional es una organización sin ánimo de lucro independiente, que fomenta la fraternidad en el mundo, y se sustenta en los valores de la libertad, la justicia el laicismo y la ciudadanía universal.

Trabajamos en regiones muy desfavorecidas que solo cuentan con el apoyo de solidaridad e implementamos un desarrollo social y colectivo en nuestras líneas de actuación, valorizando al medio ambiente y la vida animal como recurso de desarrollo humano sostenible.

Objetivo Estratégico 1
Difundir las iniciativas de cooperación internacional para el desarrollo
Meta Operativa 1.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa solidaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa y el contexto, justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. I.M.E.1.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa solidaria de cooperación internacional, se habrá subido una noticia a las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa solidaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos. Meta operativa 1.2 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado, que recoja una descripción de la actividad abreviada, además del país y área donde se lleva a cabo la actividad. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. I.M.E.1.2.1 En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria, se habrá subido una noticia de la misma, a las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

Meta Operativa 1.3.

Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional debe contar con una noticia en redes sociales, por cada uno de los resultados de la iniciativa. Además, tiene que recoger: una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, el país y el área. Es necesaria también una foto por cada una de las actividades del resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y a continuación publicar el video como noticia en Twitter, Facebook e Instagram.

I.M.E.1.3.1 Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 75.000 euros, debe contar con una *microsite* que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión, se incorporará en la *microsite* un video de la iniciativa.

Meta Operativa 1.4.

Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 295.000 euros, debe contar con una noticia publicada en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión la noticia, esta será publicada en las cuentas de Twitter, Facebook, Instagram y YouTube de Solidaridad Internacional.

I.M.E.1.4.1 Cuando la iniciativa solidaria supere el presupuesto de 295.000 euros, se publicará una noticia en un medio de comunicación local con cada iniciativa.

Meta Operativa 1.5.

Al finalizar un proyecto de cooperación internacional, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes.

I.M.E.1.5.1 En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria de cooperación internacional, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

- **ACCIÓN HUMANITARIA**

Nuestras acciones humanitarias tienen en su centro a las personas y fortalecen las capacidades locales de resiliencia, prevención y respuesta en la gestión de riesgos.

Objetivo Estratégico 2

Difundir las iniciativas de acción humanitaria

Meta operativa 2.1

Cada iniciativa humanitaria en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa humanitaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.

I.M.E.2.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa humanitaria, se habrá publicado una noticia a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa humanitaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

Meta operativa 2.2

Cada iniciativa humanitaria debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado que recoja una descripción de la actividad abreviada, además del país y área donde se lleva a cabo la actividad. También, son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.

I.M.E.2.2.1 En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

Meta Operativa 2.3.

Cada iniciativa humanitaria debe contar con una noticia en redes sociales por cada uno de los resultados. A su vez, también recogerá una breve descripción y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y a continuación publicarlo como noticia en, Twitter, Facebook e Instagram.

I.M.E.2.3.1 Cada iniciativa humanitaria que supere los 75.000 euros, debe contar con una *microsite* que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión se incorporará en la *microsite* un video de la iniciativa.

Meta Operativa 2.4.

Cada iniciativa humanitaria que supere los 295.000 euros, debe lograr contar con una noticia publicada en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión, la noticia será publicada en las cuentas de Twitter, Facebook, Instagram y YouTube de Solidaridad Internacional.

I.M.E.2.4.1 Cuando la iniciativa solidaria supere el presupuesto de 295.000 euros, se publicará una noticia en un medio de comunicación local con cada iniciativa.

Meta Operativa 2.5.

Al finalizar un proyecto de acción humanitaria, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes.

I.M.E.2.5.1 En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria de acción humanitaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante,

una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

- EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Solidaridad Internacional impulsa la educación inclusiva e intercultural, la coeducación, la igualdad, la libertad, la fraternidad, la ciudadanía universal y el desarrollo sostenible:

Objetivo Estratégico 3
Difundir las iniciativas de educación para la transformación social
Meta operativa 3.1 Cada iniciativa de educación para la transformación social en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos. I.M.E.3.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de educación para la transformación social, se subirá una noticia, con tres fotos, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma. Meta operativa 3.2 Cada iniciativa de educación para la transformación social, debe contar con una noticia y tres fotos por cada una de las actividades. I.M.E.3.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia con tres fotos de la misma a las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Meta Operativa 3.3. Al finalizar un proyecto de Educación para la Transformación Social, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes. I.M.E.3.3.1 En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una

iniciativa solidaria de Educación para la Transformación Social, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.

- ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL.

La Escuela de Ciudadanía Universal de Solidaridad Internacional tiene dos líneas formativas:

- Una línea en DERECHOS HUMANOS, que organiza acciones formativas, presenciales y virtuales.
- Y, otra línea de intervención orientada, específicamente, a población extranjera. Se trata de la línea en «COMPETENCIAS CLAVE» que desarrolla los conocimientos, las capacidades y aptitudes que la Unión Europea considera básicas para la inclusión social, la ciudadanía activa y la empleabilidad de una persona en el entorno en el que vive.

Objetivo Estratégico 4
Difundir las iniciativas de la Escuela de Ciudadanía Universal
Meta operativa 4.1 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos. I.M.E.4.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de Facebook y de Twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma. Meta operativa 4.2 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, debe contar con una noticia y con tres fotos por cada una de las actividades. I.M.E.4.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia con tres fotos de la misma a la página de Facebook y de Twitter de Solidaridad Internacional.

5. CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS (CREA ÁFRICA)

El CREA-África contribuye en la mejora de la capacidad de participación y acción de las personas voluntarias y de los colectivos que participan en su incidencia social y en su aportación a la construcción de una ciudadanía universal. Impulsamos a los grupos sociales, culturales y deportivos para avanzar en la convivencia intercultural y en lograr el cumplimiento de los derechos humanos.

CREA-África tiene TRES LÍNEAS:

- La línea de CREA – MUJERES
- La línea de CREA – DEPORTE
- La línea de CREA – FORTALECIMIENTO de ASOCIACIONES

Objetivo Estratégico 5
Difundir las iniciativas del Centro de Recursos Africanistas
Meta operativa 5.1 Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos. I.M.E.5.1.1 En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de facebook y de twitter de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.
Meta operativa 5.2 Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas debe contar con una noticia y con tres fotos por cada una de las actividades. I.M.E.5.2.1 En los tres días posteriores a la realización de una actividad del Centro de Recursos Africanistas, se habrá publicado una noticia con tres fotos en la página de Facebook y de Twitter de Solidaridad Internacional.

6.6. UN VOLUNTARIADO SOCIAL PARA UN MOMENTO DE CRISIS SISTÉMICA

El voluntariado de Nazioarteko Elkartasuna, Solidaridad Internacional se enmarca en un contexto socio-cultural de crisis multidimensional que sitúa los intereses del mercado por encima de los derechos de los pueblos, las personas y la naturaleza, y que se asienta en una sociedad heteropatriarcal y colonial:

- **Crisis social:** resultante de las prácticas del capitalismo, que ha desencadenado situaciones de mayor pobreza, desigualdad e injusticia y generado procesos de exclusión, especialmente para las mujeres y los colectivos más vulnerables.
- **Crisis de cuidados:** ha significado abordar críticamente el modelo previo de reparto de responsabilidades de los cuidados.
- **Crisis ecológica:** el actual sistema productivo implica la explotación indiscriminada de los recursos naturales en el que se basa el sistema capitalista.
- **Crisis económica:** derivada de las consecuencias que han provocado los excesos cometidos por la economía financiera y el poder de las empresas transnacionales (precarización en el empleo, deslocalización de la producción, vulneración de los derechos laborales y sindicales, privatización de recursos comunes y públicos y un debilitamiento democrático general de los Estados y de los servicios públicos).
- **Crisis política:** reducción de la participación de la ciudadanía a lo puramente electoral en las democracias representativas.
- **Crisis cultural:** producida por la imposición de modelos occidentales y la propagación de servicios y productos seudoculturales que responden a la obtención de beneficios para las transnacionales; mercantilizando la vida de las personas, la naturaleza, las políticas culturales, los medios de comunicación y el ocio.

7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

A partir de lo expuesto hasta el momento se definen a continuación las estrategias en las que se basa nuestra intervención en materia de comunicación:

- **LA COMUNICACIÓN EN EL CENTRO DE LA EJECUCIÓN.**
Las personas responsables de la ejecución serán las encargadas de publicar la tarea o actividad mediante noticias en el canal de Twitter, Facebook, Instagram y YouTube y de elaborar la ficha web.
- **LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE NUESTRA COMUNICACIÓN**
La persona está en el centro de nuestras intervenciones. El fin de nuestras iniciativas es mejorar la vida de estas. En este sentido, nuestra comunicación focaliza en dicha perfección.
- **LA COMUNICACIÓN EN EL CENTRO DE LA COLABORACIÓN CON LAS SOCIAS.**
Colaboramos con nuestras socias locales en poner la comunicación en el centro de la ejecución. Una comunicación de las noticias en donde se visibilice la colaboración y donde se informa de quién es nuestra socia y de sus funciones. También informaremos de la institución solidaria que apoya el proyecto.

Se priorizará publicar, directamente, la noticia a nuestras páginas en redes sociales, fundamentalmente porque:
 - Si se comparte la noticia, se comparte nuestra página, no es así si compartimos la noticia de la página de nuestra socia ya que no se divulga ni nuestra página, ni nuestra elaboración.
 - Nuestra socia local, en diversas ocasiones no hace mención con la necesaria claridad que el proyecto pertenece a Solidaridad Internacional (evitaremos NESI u otras denominaciones que devalúen nuestra marca).
 - Es importante que la noticia arranque con la ciudad o el país ya que nos facilita la búsqueda de las noticias relacionadas con la intervención en una zona y la propia página
- **LA COMUNICACIÓN COMO MOTOR DE LA COLABORACIÓN EN RED.**
La colaboración y coordinación en la comunicación de las distintas actividades de las iniciativas mejora los puentes entre organizaciones, estrecha vínculos y posibilita un futuro de trabajo compartido más ambicioso. Mejora la comunicación interna entre entidades, fortaleciendo el trabajo en red.
- **LA COMUNICACIÓN COORDINADA EN REDES SOCIALES.**
Buscar la interacción con las entidades sociales en redes sociales. La comunicación coordinada en estas plataformas visibiliza la experiencia de trabajo compartido.
- **LA COMUNICACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**
Buscar la interacción desde las entidades sociales con los medios de comunicación profesionales locales para multiplicar la visibilidad.

8. HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación es necesaria para avanzar en nuestra misión y para una necesaria difusión de las actividades realizadas. Una comunicación efectiva requiere de herramientas y planificación.

- **PÁGINA WEB:**
 - Página web institucional de Solidaridad Internacional. Cada iniciativa solidaria se trasladará a la web mediante la confección de una ficha por proyecto.
- **TWITTER, FACEBOOK E INSTAGRAM DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL:**
 - Páginas que difunden noticias estrictamente vinculadas a las distintas actividades e iniciativas solidarias de Solidaridad Internacional en:
 - Cooperación internacional para el desarrollo
 - Educación para la transformación social
 - Acción humanitaria
- **FACEBOOK DE ELEANOR CAMPOAMOR:**
 - Página que difunde noticias relacionadas con los derechos humanos de las mujeres y la equidad de género, y el activismo que se puede desarrollar en los mismos en todo el mundo, especialmente noticias de las sociedades donde trabajamos.
- **FACEBOOK DE ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL:**
 - Página que difunde noticias estrictamente vinculadas a las distintas actividades e iniciativas solidarias de la Escuela de Ciudadanía Universal de Solidaridad Internacional:
 - Competencias clave para la inclusión social.
 - Derechos humanos
 - Interculturalidad
 - Coeducación
 - «Tolerancia 0» con las violencias machistas
 - Resolución de conflictos
- **FACEBOOK DE SI ACTIVISTA INTERNACIONAL:**
 - Página que difunde noticias relacionadas con las personas activistas en derechos humanos y el activismo de los mismos, especialmente en las sociedades donde trabajamos.
 - Página que difunden noticias relacionadas con los derechos civiles y políticos de las sociedades donde trabajamos.
- **FACEBOOK DE 1948-2048:**
 - Página que difunde noticias relacionadas con los derechos humanos en todo el mundo, especialmente en las sociedades donde trabajamos.
 - Página que difunde noticias relacionadas con derechos humanos de las sociedades donde trabajamos.
- **FACEBOOK Y TWITTER DE CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS**
 - Página que difunde noticias positivas de África y de los centros de afrodescendientes de todo el mundo, especialmente las publicaciones de las sociedades donde trabajamos.
 - Página que difunde noticias de las tres líneas del Centro de Recursos Africanistas:
 - · Programa CREA MUJERES
 - · Programa CREA DEPORTE
 - · Programa CREA FORTALECIMIENTO DE ASOCIACIONES

- YOUTUBE DE SOLIDARIDAD INTERNACIONAL
 - Canal de videos que difunden las iniciativas solidarias en las distintas «Listas de distribución».

9. REDES Y COMUNICACIÓN

- «Coordinadora de ONGD de Euskadi»: plataforma vasca de Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo.
- «HARRESIAK APURTUZ»: coordinadora vasca de apoyo a inmigrantes.
- «GRUPO PRO-ÁFRICA- AFRIKAREN ALDE»: consorcio de ONGD vascas que trabajan en África y comparten interés por los problemas específicos de este continente y por buscar sinergias para afrontarlos.
- LOS DERECHOS HUMANOS NO TIENEN FRONTERAS Solidaridad Internacional, Mugarik Gabe, Manos Unidas, Asociación Colombia Euskadi, Solive - Solidaridad Vedruna y Mundubat Ongd participan conjuntamente, desde Vitoria-Gasteiz, en la extensión de los Derechos Humanos y su cumplimiento.
- RED 1948-2048: Plataforma internacional de organizaciones sociales en favor del cumplimiento de la Carta Internacional de Derechos Humanos.
- GNDR - Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la reducción de desastres (Global Network of civil society For Disaster Reduction) // La Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la Reducción de Desastres es la mayor red internacional de organizaciones comprometidas a colaborar juntas para mejorar las vidas de las personas afectadas por desastres en todo el mundo.
- «SOLIDAR», Red europea de ONGD involucradas en actividades de cooperación al desarrollo; ayuda humanitaria; y educación para el desarrollo en pro de la justicia social en Europa y en el mundo. A su vez, Solidar es miembro de la «Confederación Europea de ONGD de Emergencia y Desarrollo»- «CONCORD», (por sus siglas en inglés).
- Alianza Global por los Derechos de la Naturaleza. Plataforma mundial para incentivar el reconocimiento y la implementación efectiva de los Derechos de la Naturaleza
- GNDR - Red Global de Organizaciones de la Sociedad Civil para la reducción de desastres (Global Network of civil society For Disaster Reduction) Red internacional de organizaciones comprometidas a colaborar para mejorar las vidas de las personas afectadas por desastres en todo el mundo.
- RED 1948-2048: Plataforma internacional de organizaciones sociales en favor del cumplimiento de la Carta Internacional de Derechos Humanos. Pasaporte Internacional. Escuela de Ciudadanía Universal
- PARIS COMMITTEE ON CAPACITY BUILDING (PCCB): plataforma creada en 2015 con el cometido de fortalecer capacidades, en países en desarrollo. Esta plataforma es dependiente de la UNFCCC (United Nations Framework Convention on Climate Change-Convención Marco de NNUU sobre Cambio Climático).

10. OBJETIVO ESTRATÉGICO, METAS, INDICADORES Y RESPONSABLE

OE1: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
1.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa solidaria donde se describa: país y área donde se lleva a cabo la iniciativa, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	1.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa solidaria, se habrá subido una noticia a la página de Twitter, Facebook y de Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa solidaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país
1.2. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado. Deberá recoger una descripción de la actividad abreviada, además del país y área donde se lleva a cabo la actividad. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	1.2.1. En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país
1.3. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional, debe contar con una noticia en redes sociales, por cada uno de los resultados que recoja una breve descripción y las actividades llevadas a cabo para lograr dicho resultado, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para posteriormente subirlo al canal de YouTube, primeramente, y posteriormente publicar el video como noticia en Twitter, Facebook e Instagram.	1.3.1. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 75.000 euros, debe contar con una <i>microsite</i> que recoja una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión se incorporará en la <i>microsite</i> un video de la iniciativa.	R. país

1.4. Cada iniciativa solidaria de cooperación internacional que supere los 295.000 euros, debe lograr contar con una noticia publicada en un medio de comunicación local, como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión, la noticia será publicada en Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	1.4.1. Se publicará en medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa humanitaria cuyo presupuesto supere los 295.000 euros.	R. país
1.5. Al finalizar un proyecto de cooperación internacional, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes.	1.5.1. En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria de cooperación internacional, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país

OE2: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE ACCIÓN HUMANITARIA		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
2.1. Cada iniciativa humanitaria en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa humanitaria donde se describa el país y área donde se lleva a cabo la iniciativa, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	2.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa humanitaria, se habrá publicado una noticia en la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la iniciativa humanitaria, contexto y justificación y enumeración de resultados que se pretenden lograr, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país

2.2. Cada iniciativa humanitaria, debe contar con una noticia por cada una de las actividades relevantes de cada resultado que recoja una descripción de la actividad abreviada, además de país y área donde se lleva a cabo la actividad. Son necesarias tres fotos, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos.	2.2.1. En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa humanitaria, se habrá subido una noticia de la misma a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país
2.3. Cada iniciativa humanitaria contará con una noticia en redes sociales por cada uno de los resultados. Recogerá una breve descripción del resultado y las actividades llevadas a cabo para lograrlo, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades del resultado, además de identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión es aconsejable realizar un video por resultado de la iniciativa solidaria, para a continuación subirlo al canal de YouTube y posteriormente subir el video como noticia a Twitter, Facebook e Instagram.	2.3.1. Cada iniciativa humanitaria que supere los 75.000 euros debe contar con una <i>microsite</i> que recogerá una breve descripción de los resultados y las actividades llevadas a cabo, además del país y área. Es necesaria una foto por cada una de las actividades de cada resultado, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión se incorporará en la <i>microsite</i> un video de la iniciativa.	R. país
2.4. Cada iniciativa humanitaria que supere los 295.000 euros, debe lograr contar con una noticia publicada en un medio de comunicación local como mínimo, en el periodo de vida de la ejecución de la iniciativa. Para lograr mayor impacto en la comunicación y difusión de la noticia, esta será publicada en Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	2.4.1. Se publicará en un medio de comunicación local una noticia relacionada directamente con cada iniciativa humanitaria cuyo presupuesto supere los 295.000 euros.	R. país
2.5. Al finalizar un proyecto de Acción Humanitaria, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes.	2.5.1.. En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria de Acción Humanitaria, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país

OE3: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE EDUCACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
3.1. Cada iniciativa de educación para la transformación social en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.	3.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	Responsable EPTS
3.2. Cada iniciativa de educación para la transformación social debe contar con una noticia y tres fotos por cada una de las actividades de las iniciativas.	3.2.1. En los tres días posteriores a la realización de una actividad de educación para la transformación social, se habrá subido una noticia con tres fotos de la misma, a las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	Responsable EPTS
3.3. Al finalizar un proyecto de Educación para la Transformación Social, se publicará información cuantitativa sobre el nº de personas beneficiadas por la ayuda, clasificadas por sexo, edad, edad y otras características pertinentes.	3.3.1. En los 15 días posteriores a la realización de una actividad relevante de una iniciativa solidaria de Educación para la Transformación Social, se habrá subido una noticia, de la misma, a la página de la antigua Twitter, hoy X, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia identificará el país y el área donde se va a llevar a cabo la actividad relevante, una breve descripción de la misma, identificar la socia local, la institución solidaria y los agentes estratégicos en el caso de haberlos, además de tres fotos.	R. país

OE4: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DE LA ESCUELA DE CIUDADANÍA UNIVERSAL		
Meta operativa	Indicador/es	Responsable
4.1 Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma,	4.1.1. En el trimestre posterior a la aprobación de la iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la	Responsable Escuela Ciudadanía Universal

con tres fotos.	página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	
4.2. Cada iniciativa de la Escuela de Ciudadanía Universal, debe contar con una noticia y con tres fotos por cada una de las actividades de las iniciativas.	4.1.2. En los tres días posteriores a la realización de una actividad de la Escuela de Ciudadanía Universal, se habrá subido una noticia con tres fotos, de la misma, a la página de y de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	Responsable Escuela Ciudadanía Universal

OE5: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DEL CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS

Meta operativa	Indicador/es	Responsable
4.2 Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, en el primer trimestre después de su aprobación, debe contar con una noticia inicial que recoja una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma, con tres fotos.	4.1.3. En el trimestre posterior a la aprobación del Centro de Recursos Africanistas, se habrá subido una noticia, con tres fotos, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional. Esta noticia contará con una memoria abreviada de la iniciativa donde se describa la misma.	Responsable Centro Recursos Africanistas
4.3. Cada iniciativa del Centro de Recursos Africanistas, debe contar con una noticia con tres fotos por cada una de las actividades de las iniciativas.	4.1.4. En los tres días posteriores a la realización de una actividad del Centro de Recursos Africanistas, se habrá publicado una noticia con tres fotos de la misma, a la página de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	Responsable Centro Recursos Africanistas

OE6: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS DEL VOLUNTARIADO

Meta operativa	Indicador/es	Responsable
4.3 Cada iniciativa del voluntariado debe contar con una noticia que recoja de manera abreviada un texto donde se describa la misma y tres fotos.	4.1.5. Por cada iniciativa del voluntariado se elaborará una noticia con tres fotos y se subirá a las cuentas de Twitter, Facebook e Instagram de Solidaridad Internacional.	Responsable Actividad Voluntariado

11. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN 2022-2026

Parte esencial de este Plan de Comunicación es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos específicos y de las acciones prioritarias contenidas en este Plan, en concreto, así como la evaluación de su implementación mediante la ejecución de una serie de indicadores que midan los resultados.

La evaluación de este Plan de Comunicación es parte de la evaluación estratégica institucional de Solidaridad Internacional.

Nuestro sistema de evaluación estratégica institucional ofrece a la organización la posibilidad de aprender de su experiencia, tomar decisiones adecuadas y rendir cuentas. Los resultados del proceso de seguimiento se registran en varios informes:

- **Informe de avance:** en él se reportan los logros frente a los objetivos marcados por nuestra misión, a las actividades y a las metas del plan estratégico institucional. Este informe es de gran utilidad para la directiva, la dirección y para las personas coordinadoras de la Solidaridad Internacional, ya que permite identificar las fortalezas y debilidades de la gestión y emprender un plan de mejora.
- **Informes técnicos:** contempla la sistematización de las experiencias desarrolladas, los aprendizajes adquiridos y las metodologías validadas. Estos informes corresponden a cada proyecto y ofrece la posibilidad de conocer en detalle los procesos en desarrollo bajo la responsabilidad de Solidaridad Internacional.
- **Informes finales:** en él se reportan los resultados globales de un proyecto o programa con el propósito de rendir cuentas.

11.1 SISTEMA DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO PLAN DE COMUNICACIÓN

El seguimiento se efectuará de forma continua a lo largo de la implantación del Plan y nos va a permitir "medir" en tiempo real la evolución y el desarrollo de las estrategias; pudiendo corregir y subsanar posibles carencias en su implantación aprobando nuevas metas a partir de los resultados obtenidos.

El proceso de evaluación es un ejercicio continuo y paralelo a la gestión de las iniciativas que desarrolla Solidaridad Internacional, y por esta razón hace parte integral del ejercicio de planeación estratégica. Los indicadores y las metas propuestas son las señales que permiten a lo largo de la gestión identificar los ajustes a realizar para garantizar la viabilidad y el logro de los objetivos.

Se realizará una primera evaluación en el año 2024. Las personas responsables elaboraran una evaluación de su ámbito que refleje tanto el seguimiento y el grado de cumplimiento, en el periodo establecido, de los objetivos estratégicos, las metas y los indicadores. La Dirección coordinará la evaluación y la Presidencia la presentará a la Directiva, esta recogerá la información conjunta.

Este proceso nos va a permitir medir los resultados y ver cómo estos van cumpliendo las metas. Con la evaluación del año 2024 pretendemos hacer un "corte" que compare el objetivo planteado con la realidad. Además, de ser una información valiosa para corregir y documentar la evaluación final en el 2026.

El sistema de evaluación y seguimiento de Solidaridad Internacional tiene como referentes los siguientes documentos:

- Solidaridad Internacional. Plan Estratégico de Educación para la Transformación Social 2022 - 2026 (objetivos, actividades, indicadores y metas)
- Socías Locales. Plan Estratégico (objetivos, actividades, indicadores y metas).
- Normativa de las instituciones solidarias que afecten a las iniciativas aprobadas con respecto a la comunicación

Otras herramientas para apoyar la evaluación de Solidaridad Internacional son:

- Las fichas de proyectos y programas (cobertura geográfica, población, sujeto, fuentes de financiación, instituciones solidarias, socia local, agentes estratégicos, resultados y actividades, tiempos y recursos)
- Las líneas de base, diagnósticos, informes y demás instrumentos utilizados para el levantamiento de datos, informes.

11.2 RESPONSABLES DEL SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Las personas de que depende la gestión del sistema de monitoreo y evaluación al Plan de Comunicación 2022-2026 de Solidaridad Internacional son las personas coordinadoras de cada uno de los países.

El sistema de seguimiento y evaluación para el Plan Estratégico de Solidaridad Internacional contempla fuentes primarias y secundarias. Entre las primarias están las socías locales, quienes ejecutan directamente las iniciativas solidarias, y fundamentalmente sus plantillas técnicas. Dentro de las fuentes secundarias se contemplan indicadores estadísticos, documentos de experiencias, metodologías y planes de Solidaridad Internacional.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE METAS	RESPONSABLES DE COMUNICACIÓN DE INICIATIVAS Y ACTIVIDADES
DIRECTIVA - DIRECCIÓN - PERSONA COMUNICACIÓN BILBAO	PERSONA RESPONSABLE DE COOPERACIÓN Y ACCIÓN HUMANITARIA POR PAÍS
	PERSONA RESPONSABLE EDUCACIÓN PARA TRANSFORMACIÓN SOCIAL
	PERSONA RESPONSABLE ESCUELA CIUDADANÍA UNIVERSAL
	PERSONA RESPONSABLE CENTRO DE RECURSOS AFRICANISTAS
	PERSONA RESPONSABLE ACTIVIDADES DEL VOLUNTARIADO