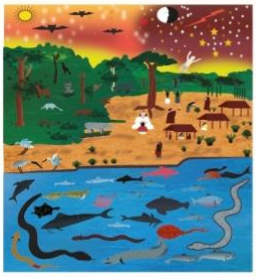

MDE Saweto Perú

Mecanismo Dedicado Específico para Pueblos Indígenas

ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

2017 - 2020

El Mecanismo Dedicado Específico MDE Saweto Perú: Memoria Viva, es una iniciativa vinculada al Fondo de Inversión Forestal financiada por el Banco Mundial, para apoyar a procesos desde y para los pueblos indígenas de la amazonía peruana, en la reducción de la deforestación y la conservación de los bosques tropicales.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES
2017 - 2020

MECANISMO DEDICADO ESPECÍFICO (MDE)
SAWETO PERÚ: MEMORIA VIVA

Este documento ha sido consolidado por Walter Aguirre Ruiz, consultor de WWF-Perú, con los aportes y contribución al diseño de la estrategia de, Lenin Muro Orbezo (AIDESEP) y Gustavo Bustamante Hualca (CONAP), consultores y comunicadores de las organizaciones indígenas nacionales designados para integrar el equipo de comunicaciones del MDE Saweto Perú en el periodo de Abril a Junio de 2017.

ÍNDICE

Siglas y acrónimos 5

I PRESENTACIÓN 7

II DIAGNÓSTICO 10
2.1 MANUAL DE OPERACIONES DEL BANCO MUNDIAL 11
2.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES MDE SAWETO ELABORADO POR WWF-PERÚ, 2016 13
2.3 FICHA DE DATOS DESDE ORGANIZACIONES NACIONALES AIDESEP Y CONAP 15
2.4 TALLER CON COMUNICADORES DE LAS EPs 16
2.5 ÁMBITO DE COBERTURA RADIAL Y COSTOS DE PRODUCCIÓN 18
2.6 APORTES A LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA 21

III ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 23

IV MATRÍZ DE ACTIVIDADES 24

V MENSAJES 28

VI LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS 28

VII ENFOQUES TRANSVERSALES 29

VIII PLATAFORMAS COMUNICACIONALES 30

IX PÚBLICOS 32

X ACTIVIDADES 33

ANEXOS
Anexo 1: Directorio de comunicadores de las EPs
Anexo 2: Ficha de datos y características de organizaciones AIDESEP y CONAP
Anexo 3: Ambito de cobertura radial
Anexo 4: Costos de producción y difusión radial
Anexo 5: Aportes a los objetivos de la estrategia
Anexo 6: Matriz de actividades

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ACONAKKU	Asociación de comunidades nativas Kukama Kukamiria del distrito de Urarinas
AIDESEP	Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana
ANE	Agencia Nacional Ejecutora
ARA	Autoridad Regional Ambiental
ARPI SC	Asociación Regional de Pueblos Indígenas de Selva Central
CART	Central Asháninca del Río Tambo
CCNN	Comunidades Nativas
CI	Conservación Internacional
CODEPISAM	Consejo de Desarrollo de los Pueblos Indígenas de la Región San Martín
COMARU	Consejo Machiguenga del río Urubamba, Abarca la región de Cusco
CONAP	Confederación de Nacionalidades Amazónicas del Perú.
CORPIAA	Coordinadora Regional de los Pueblos Indígenas de AIDESEP Atalaya
CORPI SL	Coordinadora Regional de Pueblos Indígenas San Lorenzo
CTI	Cooperación Técnica Internacional
DGAA	Dirección General de Asuntos Ambientales del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)
EPs	Ejecutores de Sub Proyectos
FECONACA	Federación de comunidades nativas Campa Asháninka
FECONADIC	Federación de Comunidades de Nativas del Distrito de Callería
FEMA	Fiscalía Especializada en Materia Ambiental
FEMIAL	Federación de Mujeres Indígenas Artesanas de Loreto
FENAMAD	Federación Nativa del Río Madre de Dios y Afluentes
GEI	Gases del Efecto invernadero
GORE	Gobierno Regional
MDE	Mecanismo Dedicado Específico, Saweto Perú Memoria Viva
MINAGRI	Ministerio de Agricultura y Riego
MINAM	Ministerio del Ambiente
MINCU	Ministerio de Cultura
OCAM	Organización de Comunidades Asháninca de Mazamari
OCCAAM	Organización Central de Comunidades Aguarunas del Alto Marañón
OEFA	Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental
OOII	Organizaciones indígenas
ORAU	Organización Regional AIDESEP Ucayali
ORPIAN	Organización Regional de Pueblos Indígenas de la Amazonía Norte del Perú
ORPIO	Organización Regional de los Pueblos Indígenas de Oriente
OSINFOR	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales
PIACI	Pueblos Indígenas en Aislamiento Voluntario y Contacto Inicial

PPII	Pueblos indígenas
PNCBMCC	Programa Nacional de Conservación de Bosques para la Mitigación del Cambio Climático
PTRT3	Proyecto Catastro, Titulación y Registro de Tierras Rurales en el Perú, Tercera Etapa
REDD+	Reducción de Emisiones de la Deforestación y Degradación de los Bosques, más la conservación, el aumento y manejo sostenible de los acervos de Carbono en los bosques
REDCIP	Red de Comunicadores Indígenas del Perú
SERFOR	Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre
SERNANP	Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado
SERVINDI	Servicios de Comunicación Intercultural
SINANPE	Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado
UCIFP	Unión de Comunidades Indígenas Fronterizas del Perú
URPIA	Unión Regional de Pueblos Indígenas de la Provincia de Atalaya
WWF	World Wildlife Fund

I. PRESENTACIÓN

El Mecanismo Dedicado Específico (MDE) para Pueblos Indígenas y Comunidades Locales, Saweto Perú, en adelante "MDE Saweto Perú", es una iniciativa presentada ante el Banco Mundial por las organizaciones indígenas nacionales AIDESEP y CONAP, con la finalidad de proveer financiamiento a los pueblos indígenas y comunidades locales (PICL) de la Amazonía peruana, con el objetivo de realizar acciones que contribuyan a disminuir la deforestación de los bosques, mediante la realización de actividades enmarcadas en dos componentes de trabajo en campo.

El MDE Saweto Perú es un proyecto que forma parte de los Fondos Climáticos (CIF) y es una ventana especial del Programa de Inversión Forestal (FIP, *por sus siglas en inglés*) que se ha constituido para dar soporte entre los años 2016 y 2020, a iniciativas de las comunidades indígenas y locales en los países piloto del FIP. En este contexto, busca fortalecer la participación de los pueblos indígenas como partes involucradas, informadas y activas en el FIP y otros procesos de REDD+ a nivel local, nacional y global. El MDE Global se desarrolla en ocho países, entre ellos el Perú.

El MDE Saweto Perú tiene dos componentes en campo; 1) contribuir a los procesos de titulación de las comunidades, brindando asistencia técnica en los procedimientos administrativos y legales para el reconocimiento, registro, demarcación y titulación de las propiedades de estos pueblos; y 2) fortalecer las prácticas de manejo forestal comunitario indígena a través de la implementación de proyectos productivos que apoyen el manejo forestal sostenible, la seguridad alimentaria y la generación de ingresos. Como componente transversal, el MDE Saweto Perú busca asegurar el enfoque de género, la gobernabilidad del proyecto y una administración y manejo financiero eficiente en base a los lineamientos administrativos del Banco Mundial y las especificaciones de WWF-Perú como Agencia Nacional Ejecutora (ANE) de esta iniciativa.

Para atender a estas necesidades de las comunidades indígenas, el MDE Saweto Perú cuenta con un Comité Directivo Nacional (CDN), integrado por 5 representantes de AIDESEP Y 5 de CONAP. En este espacio de gobernanza se aprueban y seleccionan los subproyectos presentados por 18 organizaciones y federaciones bases de ambas organizaciones nacionales, las cuales elaboran y presentan sus subproyectos, sobre un universo de 2 250 comunidades de la Amazonía peruana.

Con el propósito de apoyar a la implementación y ejecución del MDE Saweto Perú, se hace necesario contar con una estrategia de comunicaciones que defina las acciones a realizar para contribuir al posicionamiento de las organizaciones indígenas, junto al Comité Directivo Nacional, en el logro de metas y objetivos planteados. Se busca socializar los avances y resultados que a nivel de todo el proyecto se vayan alcanzando, resaltando la participación y gobernanza, así como el enfoque de género en todos los procesos y trabajos en campo.

Para la implementación de la presente estrategia, se considera adecuado que el MDE Saweto Perú cuente con un equipo que implemente de forma articulada, las acciones comunicacionales propuestas. Este equipo debe estar integrado por profesionales o responsables que designen cada institución: ANE, AIDESEP y CONAP. En caso no se cuente con el equipo completo, se debe igualmente planificar las acciones y comunicar al CDN el cronograma de actividades para precisiones y conocimiento.

En el presente estrategia se definen los objetivos específicos, planteados de forma conjunta por los comunicadores designados por la ANE (Walter Aguirre Ruiz), AIDESEP y CONAP hasta junio de 2017, los mismos que se presentaron y fueron aprobados por el CDN. A partir de ello, se han definido los lineamientos y acciones de trabajo, priorizando el establecimiento de un sistema de articulación desde y hacia las organizaciones y federaciones, para asegurar los canales y flujo de información con los distintos públicos objetivos, y al mismo tiempo contribuir a fortalecer los esfuerzos complementarios de las propias organizaciones de base y las comunidades.

El planteamiento de la estrategia de comunicaciones del MDE Saweto Perú, ha sido elaborado considerando el diagnóstico realizado con los comunicadores de las 18 organizaciones participantes en el proyecto. Durante el Congreso de las organizaciones que participan como ejecutoras de subproyectos realizado en abril de 2017, se trabajó durante un día el levantamiento de información en plenaria y grupos de trabajo, sobre una ficha de 7 preguntas, las cuales ya habían sido previamente rellenadas por los comunicadores de AIDESEP y CONAP. Durante el Congreso se precisó la información y se validaron los objetivos específicos planteados.

Del mismo modo, se ha realizado el análisis de documentos clave del proyecto, así como la revisión de la estrategia de comunicación elaborada previamente para este proyecto por WWF Perú como ANE durante el año pasado, el cual ha sido la base porque recoge con precisión los lineamientos del proyecto. Este insumo y otros documentos dirigidos a comunidades indígenas de la Amazonía, comprenden el insumo y sustento para la definición e identificación de actividades que se plantean.

La estrategia de comunicaciones debe entenderse como un documento de trabajo orientador y flexible que se encuentra abierto a mejoras y contribuciones, y que tiene la capacidad de adaptarse según se considere necesario y conveniente para los objetivos de desarrollo del proyecto, dada su naturaleza ampliamente participativa y consultiva con las organizaciones y federaciones regionales.

Hay que precisar que todas las acciones comunicacionales de soporte a las acciones y cumplimiento de objetivos del MDE Saweto Peru, buscan visibilizar la participacion y gestión de las organizaciones indigenas nacionales y regionales, pretende también mostrar los aportes hacia la conservación de los bosques mediante los subproyectos que contribuyen a disminuir la deforestación y a mitigar los efectos negativos del cambio climático.

La estrategia de comunicación tiene como objetivo principal, contribuir con el trabajo del CDN, asegurando la información oportuna, fluida y adecuada a la población beneficiaria y los actores clave sobre los objetivos, actividades, resultados esperados y avances en la implementación del proyecto. Además, apoyará las acciones para establecer sinergias con entidades que trabajan en las zonas de influencia del proyecto con objetivos afines para mayor eficiencia en el uso de los recursos y ampliar el impacto de sus actividades.

El nombre de la iniciativa MDE Saweto Perú "Memoria Viva", rinde tributo a los líderes amazónicos que lucharon con su vida por hacer respetar los derechos indígenas y la defensa del medio ambiente en el Perú.

Lima, Julio de 2017

II.- DIAGNÓSTICO

El Perú es el tercer país más grande de Sudamérica, con un área total de 1 millón 285 mil 216 km^2. Es el noveno país en superficie forestal en el mundo, con más de 73 millones de hectáreas de bosques. Posee la segunda extensión de bosques en América Latina y es el cuarto país con bosques tropicales a nivel mundial, siendo uno de los doce países más megadiversos. De este total, cerca de 15 millones de hectáreas son actualmente propiedad o administradas por comunidades nativas. Dicho territorio amazónico es hogar de cerca de 2250 comunidades indígenas. [1]

El proyecto MDE Saweto Perú, considera a un total de 18 organizaciones de la Amazonía peruana como ejecutoras de los subproyectos en el marco de la iniciativa. De ellas, 9 son base de AIDESEP y 9 de CONAP, por lo que todas pueden presentarse a las convocatorias realizadas por el CDN para que en respuesta a las necesidades de sus comunidades afiliadas, logren el financiamiento y apoyo técnico para realizar actividades conducentes a lograr la seguridad jurídica de los territorios mediante el reconocimiento y la titulación (310 y 130 respectivamente). Del mismo modo, los subproyectos pueden impulsar actividades económicas mediante el manejo sostenible de los bosques, procesos que cuentan además con el soporte de WWF Perú como ANE del MDE en el país.

Para plantear los objetivos, lineamientos y acciones a realizar en el marco de la estrategia de comunicaciones, se revisó el Manual de operaciones del Banco Mundial, el documento original de la estrategia elaborada por WWF Perú, se trabajó una ficha de datos con los comunicadores de las organizaciones nacionales AIDESEP y CONAP, del mismo modo, se precisó y amplió ésta información con los comunicadores de las organizaciones y federaciones indígenas mediante un taller realizado en Lima, y se ha levantado información sobre costos para la elaboración de productos de audio y difusión en medios radiales de algunas ciudades amazónicas durante los viajes realizados en los meses de abril, mayo y junio.

Finalmente, es preciso señalar que el objetivo general y los objetivos específicos de esta estrategia, han sido socializados con el Comité Directivo Nacional del MDE Saweto Perú, durante una reunión de coordinación realizada el 10 de marzo. Con los aportes recibidos, se terminó de establecer el enfoque estratégico que hoy se presenta.

A continuación presentamos la información relevante de este diagnóstico que establece la planificación de actividades y será el marco referencial para la toma de decisiones en caso se requiera revisar y precisar en otras acciones vinculadas a la socialización y trabajo con los públicos objetivos que intervienen en la implementación del MDE Saweto Perú.

[1] Banco Mundial y WWF-Perú, Manual de Operaciones – Documento de trabajo para el MDE Saweto Perú, 2016

2.1. Manual de operaciones del Banco Mundial

La Mecanismo Dedicado Específico (DGM por sus siglas en inglés), es una iniciativa mundial que se implementa en 8 países, entre ellos el Perú. Su finalidad es contribuir a que los pueblos idígenas resuelvan mediante sus organizaciones, la problemática que se vincula al territorio y se gestione los recursos del bosque de forma sostenible para contribuir a la lucha contra la deforestación.

El Manual de operaciones proporciona las pautas y los lineamientos para la implementación del proyecto, incluyendo administración, adquisiciones (la contratación de obras, adquisición de bienes, servicios de no consultorías y servicios de consultoría), manejo financiero, cumplimiento con las salvaguardas y el funcionamiento de un mecanismo de resolución de quejas. Este documento precisa también que se debe preparar e implementar una estrategia de comunicación general.

El Manual precisa que se requiere informar a las comunidades nativas acerca del proyecto, asegurar una mejor coordinación con otros esfuerzos complementarios en las mismas áreas, y finalmente, proporcionar información acerca de los avances, retos, logros en la implementación del MDE a todas las partes involucradas y relevantes en Perú. Es decir, tener un sistema de difusión permanente y articulado con todos los públicos.

En el documento se establecen los objetivos específicos a alcanzar, los cuales tienen un fuerte componente divulgativo y emisión de mensajes desde la iniciativa hacia los diversos públicos, sin embargo no se precisa con mayor amplitud la forma de realizar el trabajo comunitario y con las organizaciones indígenas, y sobre cómo conseguir la retroalimentación en el proceso comunicacional.

Lo que se precisa de forma clara, es que la implementación de la estrategia dependerá de que se consigan fondos complementarios al MDE Saweto Perú, por lo que el diseño de la misma debe considerar una flexibilidad al momento de ejecutar las actividades, para que desde otros proyectos se logren alcanzar los objetivos de los proyectos de apoyo pero sin perder los que ya estan establecidos.

En el siguiente cuadro se visibilizan los 3 objetivos definidos en el Manual de Operaciones, los cuales son la base para la definición de los que finalmente se han establecido en la presente estrategia.

OBJETIVOS	RESULTADOS
Objetivo 1 Informar a los **principales grupos** de interés sobre el proyecto, actividades, beneficios, logros y retos.	• Sectores públicos conoce sobre el proyecto, actividades, beneficios y logros, retos y lecciones aprendidas. • Medios de comunicación nacional y regional dan a conocer los mensajes claves/fuerza asociados al proyecto MDE Saweto • Donantes y otros actores tales como ONGs conocen el proyecto, beneficios, logros y retos • La página web de MDE cuenta con información actualizada del proyecto, sus beneficios, actividades, logros y retos
Objetivo 2 Informar a las **comunidades** en las regiones del proyecto sobre el proyecto, sus actividades, beneficios y logros, retos.	• 01 comité directivo informado que incluyen (CDN) y 02 consejos (AIDESEP + CONAP) • 18 organizaciones/federaciones indígenas informadas y con entrenamiento para informar a sus comunidades • Canales de comunicación entre los tres comités directivos y las 18 organizaciones/federaciones indígenas • Herramientas / Material divulgativo sobre (proyecto, actividades, beneficiarios, logros) elaborados, socializados con las 18 comunidades indígenas y distribuidos en las comunidades • Mecanismo de resolución de quejas establecido y operando
Objetivo 3 Fortalecer **sinergias** con otros proyectos de similar naturaleza a través de una mayor visibilidad del proyecto	• Se han establecido importantes alianzas / acciones complementarias con diversos actores entre ellos la cooperación internacional, fondos climáticos, programas nacionales (PNCB, fondo verde), y diversas ONGs.

En el objetivo 1, la estrategia priorizará el desarrollo de una estrategia de diseminación de información en base a mensajes claves por temas que serán compartidos con diferentes audiencias, y que dará visibilidad a las experiencias de manejo comunitario, asimismo, dará a conocer los retos y desafíos del proyecto, y sobretodo los logros que se van obteniendo a nivel de indicadores de objetivo, resultado y procesos. Se identificarán voceros indígenas. Se formaran cuadros indígenas que serán voceros.

En la actual estrategia, el primer objetivo específico contempla estos resultados a lograr mediante una serie de actividades que conforman un sistema de fortalecimiento de capacidades a los comunicadores de las 18 organizaciones, a fin de establecer una red de comunicación interna, prepararlos para ser

voceros y aportar de forma conjunta con la experiencia de todos, cuando se requieran sumar esfuerzos para determinadas acciones o situaciones de crisis.
En el objetivo 2, la estrategia buscará asegurar un flujo continuo de información desde el CDN/ANE a los beneficiarios del proyecto que incluya el desarrollo de mensajes claves que ayuden a un mayor entendimiento de los compromisos y responsabilidades asumidos con el proyecto, y al mismo tiempo, a manejar las expectativas locales. Se hará uso de los sistemas y mecanismos de comunicación (modernos y tradicionales) que hoy en día utilizan las organizaciones/federaciones indígenas en su relación con sus bases y comunidades representadas (por ejemplo, programas de radio, red de comunicadores). Para ello, al inicio del proyecto se hará un mapeo de los medios y recursos de comunicación. Con esto se busca garantizar que la información sobre el programa, los proyectos financiados por los fondos, y el avance de los subproyectos, fluya hacia las comunidades.

En base a este objetivo, la presente estrategia ha definido elaborar y antener actualizada una agenda de contactos y medios en cada ámbito de intervención (nacional y local) para que la información fluya hacia los distintos públicos y desde distintos emisores escalonados sin romper la unidad de que el emisor de la información es el Mecanismo como tal. La actual estrategia considera que el uso de las redes sociales y la página web son canales imprtantes para llegar a los públicos mas diversos, del mismo modo la radio se define como el medio de mayor alcance y de mayor utilidad en los ámbitos de las comunidades.

En base a los objetivos planteados en el Manual de operaciones, éstos se han tomado como base el actual diseño de la estrategia mediante actividades y resultados que se presentarán en una matriz de planificación con cronograma de implementación bajo una secuencia lógica.

2.2. Estrategia de comunicaciones elaborada por WWF - Perú

El Manual de operaciones del Banco Mundial, precisa que la ANE, WWF–Perú, debe desarrollar una estrategia de comunicaciones, la misma que fue elaborada en 2016 con una definición estratégica bastante completa. En base a esta exigencia, el documento elaborado por el equipo de comunicaciones de la ANE, define cuatro objetivos específicos para lograr visibilizar la iniciativa y socializar los avances en las zonas de implementación. La primera actividad que plantea este documento, es la realización de un taller de validación de la estrategia, con los comunicadores de las organizaciones indígenas regionales participantes como Eps, la cual se ha realizado recien en Abril de 2017 como parte del proceso constructivo de esta nueva estrategia.

El documento revisado, precisa con bastante detalle los públicos objetivos con los que hay que trabajar y define una matriz de actividades, a la que ahora se complementará con otras actividades y un cronograma para poder establecer

los avances y medir el impacto que se vaya logrando mediante los resultados planteados.
Existe en este documento una importante lista de herramientas de comunicación que servirán de insumos a esta nueva propuesta, ya que es bastante completa y aquí se agregarán algunas de índole más vinculadas a las de intervención desde las organizaciones y federaciones regionales hacia las comunidades.

OBJETIVOS
Objetivo 1 Informar a las comunidades nativas en el Amazonas acerca del proyecto, su importancia, sus actividades y beneficios.
Objetivo 2 Informar a los principales grupos de interés en el Perú sobre los avances en la implementación del proyecto.
Objetivo 3 Promover prácticas forestales sostenibles.
Objetivo 4 Contribuir a fortalecer la coordinación con otros proyectos de similar naturaleza en sus áreas de implementación.

Los objetivos 1 y 2 tiene una mirada informativa y de emisión permanente de datos y cifras sobre los avances. En ambos objetivos se precisan los públicos objetivos con los que se deben trabajar en distintos niveles y acciones. El objetivo 3 se vincula más hacia un aspecto ténico sobre manejo forestal, siendo el soporte comunicacional de importancia para conseguir el posicionamiento de las razones por las que se realizan estas acciones. En la nueva estrategia se plantea que el trabajo comunicacional debe brindar soporte a las acciones que se realicen en el marco de los subproyectos, pero también se propone que en cada subproyecto, se considere un porcentaje del presupuesto para acciones de comunicaciones, donde se podrá apoyar desde la oficina de comunicaciones del MDE Saweto Perú, en cuanto se defina el tipo de materiales requeridos.

El Objetivo 4 es de suma importancia porque es a donde se debe enfocar las actividades que puedan “empaquetarse” en propuestas de planes de implementación de la nueva estrategia. Los objetivos específicos de la nueva estrategia presentarán una estructura flexible para que pueda responder o ajustarse a los objetivos de otros proyectos socios y complementarios, buscando conseguir financiamiento para su implementación. He aquí un trabajo previo de abogacía y de incidencia hacia un público más externo que deberán hacer tanto la ANE como el CDN con el soporte comunicacional y

teniendo claro en cómo de pueden enlazar los objetivos comunes en temática o ámbito de intervención.
En la nueva estrategia, se plantearán acciones y actividades comunicacionales con un enfoque cultural desde los pueblos indígenas, como ferias y actividades de recreación, sugerencias que han sido propuestas por los comunicadores de las organizaciones indígenas nacionales durante la revisión y planteamiento de este nuevo documento.

2.3 Ficha de datos desde las organizaciones nacionales AIDESEP y CONAP

Establecer una red interna de los comunicadores del MDE es uno de los pilares para la implementación de la presente estrategia, ya que al existir 18 organizaciones indígenas participantes como EPs, se presenta una valiosa oportunidad para el trabajo conjunto. Se hace necesario elaborar una base de datos con los nombres, correos electrónicos, teléfonos y direcciones postales de los responsables de comunicaciones de cada organización, lo que nos permitirá implementar las actividades de la estrategia.

La primera etapa de recolección de estos datos, la realizaron los comunicadores de cada una de las organizaciones indígenas nacionales, sin embargo, esta información necesitaba precisar y complementar sobre todo cuando se conoció que de las 18 organizaciones y federaciones, solo un 20 % aproximadamente cuenta con una persona responsable dedicada y con experiencia en las acciones de comunicaciones, las demas organizaciones designan a un técnico o un dirigente de la directiva, o incluso al mismo presidente de la organización para que realice las acciones de difusión mediante redes y pagina web.

La ficha aplicada en esta etapa del diagnóstico contiene 7 preguntas en formato para marcar y anotar, sin embargo, requiere también que los datos sobre alcance de los medios sean precisados por los propios miembros de las organizaciones. Para conocer las acciones que realizan o realizaron en aspectos comunicacionales en el ámbito de sus bases comunales, se hacia necesario que la información fuera proporcinada por los comunicadores.

Ante esta situación de vacíos, durante el Congreso de las organizaciones realizado en abril, se coordinó con la ANE para que cada organización designe a un comunicador que pueda participar en el encuentro nacional y aportar al cumplimiento de la información requerida. Este taller se programó para realizarce entre el 17 y 20 de abril. Para este evento, el equipo de comunicadores de l MDE diseñó la metodologia a emplear para levantar la información de forma amigable y facil, ya que se requerían datos que ayuden a definir las intervenciones comunicacionales con los aliados y en los ambitos adecuados, con los públicos específicos.

2.4 Taller con comunicadores, Lima 17 al 20 de abril.

Para precisar las datos requeridos en las fichas informativas sobre las organizaciones y federaciones que participan como ejecutoras de los subproyectos del MDE Saweto Perú, durante el Primer Congreso realizado en Lima del 17 al 20 de abril, se trabajó con las personas que habían sido designadas como comunicadores por sus organizaciones.

El último día del taller se hizo una jornada de trabajo específicamente sobre el tema de comunicaciones; se explicó los objetivos a lograr en base a una articulación permanente con ellos, precisando que la información y los procesos comunicacionales deben fluir en base a la coordinación, por lo que se anunció que ya se asignó un número de teléfono celular para coordinaciones y al mismo tiempo como canal para el mecanismo de consultas y quejas.

Sin embargo, en esta jornada de trabajo se evidenció que los comunicadores participantes habían sido designados para asistir al taller, sin que esto garantice la continuidad de sus funciones una vez culminado el Congreso.

Ante esta situación, se determinó que para asegurar el proceso comunicacional, se habilitó una línea de celular y el correo electrónico para que las coordinaciones dirigidas a los comunicadores de las organizaciones, las comunicaciones se envíen con copia a los presidentes de las organizaciones, a fin de asegurar que la información sea trasladada.

Directorio de Comunicadores de las EPs (Anexo 1)
De las 18 organizaciones y federaciones, 3 de ellas no tienen ni designaron comunicadores, por lo que esa función la cumplen los presidentes de las organizaciones. Esta situación no garantiza que los procesos a realizar tengan la inmediatez de resultados por las propias actividades que tienen los dirigentes. En este contexto, sería necesario que en el marco de un proyecto mayor, se considere que los comunicadores de las organizaciones reciban un estipendio por sus funciones a fin de asignarles responsabilidades dentro de su organización y en el marco del MDE Saweto Perú.

Fichas de datos y características de Organizaciones (Anexo 2 AIDESEP, Anexo 2 CONAP)
Las fichas de datos sobre las organizaciones regionales recogen información respecto a la dinámica de actividades que realizan con las instituciones socias en cada zona. Lamentablemente los comunicadores designados no aportaron mayor información a la ya consignada previamente en las fichas, debido a que no todos conocían las acciones realizadas por la organización. Sin embargo, se ha logrado precisar una agenda completa sobre los correos institucionales, teléfonos y la existencia de páginas web y redes sociales. A continuación resaltaremos los datos mas importantes que ayudarán a tomar decisiones.

Comunicación interna: **Respecto a cómo se comunican entre los dirigentes y dirigentes de comunidades**					
	Usan e-mail	Usan boletín interno	Usan teléfono	Usan redes sociales	Otros (Radiofonia, Congresos, oficios)
AIDESEP	**100 %**	**22 %**	**100 %**	**78 %**	**56 %**
CONAP	**66 %**	**11 %**	**89 %**	**33 %**	**56 %**

Las organizaciones base de AIDESEP presentan una mayor organización respecto a canales de comunicación. Todas tienen y usan el correo electrónico para sus comunicaciones internas y en la misma proporción el teléfono, herramientas que garantiza tener comunicación inmediata. Las federaciones base de CONAP tienen todavía un trabajo pendiente de usar más las tecnologías para establecer el contacto inmediato.

Comunicación externa: **Respecto a cómo se comunican con población de comunidades**					
	Usan Programa de Radio	Usan Spots radio	Usan Megáfonos locales	Usan Paneles o Pizarrines	
AIDESEP	**44 %**	**56 %**	**33 %**	**44 %**	
CONAP	**0 %**	**0 %**	**89 %**	**33 %**	

La comunicación hacia las comunidades, tienen también en las organizaciones bases de AIDESEP como las que más usan la radio con programas propios y spots de difusión, los mismos que son pagados por las propias organizaciones o con apoyo de alguna institución. Esta experiencia de trabajo radial no se observa todavía en CONAP. Sin embargo, a nivel comunal, las organizaciones base de CONAP destacan por el uso de herramientas mas locales y puntuales como los megáfonos.

Comunicación externa con instituciones: **Respecto a cómo se comunican con actores institucionales**					
	Usan Página web	Usan Redes sociales	Participan en ferias regionales	Organizan talleres	Otros (cartas)
AIDESEP	**67 %**	**100 %**	**22 %**	**67 %**	**89 %**
CONAP	**0 %**	**33 %**	**44 %**	**33 %**	**89 %**

Las organizaciones base de AIDESEP emplean la internet mediante las páginas web y redes sociales (aún con las limitaciones de conectividad en la Amazonía), como herramientas de comunicación externa con instituciones socias e interesadas en los proceso de la zona. Sin embargo, las bases de CONAP aún no han considerado el uso de las TICs para comunicarse electrónicamente, por lo que destacan en su experiencia para el envío de comunicación física mediante cartas, así como la participación en eventos feriales.

Aliados para financiar materiales: Instituciones que pueden auspiciar elaboración de materiales					
	Para impresos	Para radio	Para audiovisuales	Para talleres	
AIDESEP	**GORE/ Municipios/** ONGs	**GORE/ Medios/ ONGs**	**Medios / ONGs**	**GORE/ Municipios/ ONGs**	
CONAP	**GORE/ Municipios**	**GORE/ Medios/ ONGs**	**GORE/ Municipios**	**GORE/ Municipios**	

Las organizaciones mantienen relaciones armoniosas con los GORE y con los municipios provinciales y distritales. Esto les permite eventualmente contar el auspicio para la producción de materiales o realización de los congresos. En algunos casos han precisado también que las ONG como DAR, Raiforest Norway, WWF-Perú, brindan apoyo por lo que las identifican como aliados.

Temas para acciones comunicacionales y materiales: Interés para trabajar los temas					
	Titulación 1alto/5bajo	Reconocimiento 1alto/5bajo	Manejo Forestal 1alto/5bajo	Gobernanza 1alto/5bajo	
AIDESEP	**2**	**1.6**	**2.6**	**3.4**	
CONAP	**3.6**	**3.6**	**2.2**	**3**	

Las organizaciones y federaciones han logrado precisar los temas que les interesa difundir y profundizar respecto a la importancia y su vinculación con el MDE Saweto Perú. Esta situación en base al puntaje anotado, ubica que el **Reconocimiento** es un tema de alto interés para las bases de AIDESEP. Para CONAP el **Manejo forestal** comunitario tiene una alta importancia, lo que las complementa respecto a los intereses temáticos para empezar un proceso de difusión.

Nivel de impacto por tipo de materiales					
	RADIO	AUDIOVISUAL	IMPRESOS	ALTERNATIVOS	
AIDESEP	**Alto**	**Alto**	**Regular**	**Bajo**	
CONAP	**Alto**	**Alto**	**Regular**	**Bajo**	

La importancia del medio radial se ha consolidado como la herramienta comunicacional de mayor alcance, impacto y facilidad de acceso. En algunos casos las organizaciones cuentan o contaban con un programa de radio o el auspicio para difundir spots, lo que contribuye al proceso informativo. La radio es un canal que se debe emplear en todas las acciones comunitarias y urbanas. Es necesario también que, al trabajarse, se considere la traducción de los materiales a la mayor cantidad de lenguas amazónicas de los pueblos que participan como público objetivo en el MDE Saweto Perú.

Fuente: Elaboración propia

2.5 Ámbito de cobertura radial y costos de producción y difusión

(Anexo 3 y Anexo 4)

Al identificarse que la radio es el medio de comunicación de mayor cobertura y bajo costo para las actividades que se requieren comunicar, en el Congreso realizado en abril, cada organización identificó y señaló en un mapa de su región, las radios de mayor sintonía y los ámbitos de cobertura, a fin de identificar con mayor claridad los espacios y programas donde hay que difundir los mensajes y spots. En base a estos mapas se ha resumido en una lista las radioemisoras y costos.

En los Anexos 3 y 4 se identifican de forma clara la ubicación por cada una de las organizaciones y regiones. Incluso una misma radio coberutura el ámbito de 2 o más organizaciones, por lo que al momento de pautear la difusión de spots, se debe revisar a detalle para no duplicar costos y optimizar los recursos.

MDE Saweto Perú

Ambito de cobertura radios en regiones

Organización Nacional	Región	Organización	Lengua	Radio	Costo Radial Promedios S/.	Televisión
AIDESEP	JUNIN	ARPI SL		Amazónica AM/FM (provincia de Satipo Super Éxito (local) Satipo (local) Ruta (local)		TV Satipo (local) Tv Movistar TV Claro
	SAN MARTIN	CODEPISAM		Milenium (Lamas) Tropical (Tarapoto) Latina (San Jose Sisa)	**Milleniums/720.00** (Mensual) 4 spots de 30" diarios	
	UCAYALI	CORPIAA	Shipibo	Sensación 90.93 FM (Atalaya) Sepahua (Sepahua)		
		ORAU	Shipibo	FM Stereo 100 (Pucallpa)		
	LORETO	CORPI SL		Libertad (Prov Datem) Datem (Prov Datem) Radio Noticias (Yurimaguas) Oriente (Yurimaguas)	**Oriente S/12.00** (por pasada de spot) 1 spot de 30" **Radio Noticias S/10.00**	
		ORPIO		La Voz de la Selva (Iquitos) Ucamara (Nauta)	**La Voz de la Selva S/40.00** (por pasada de spot) 1 spot de 40"	TV Amazonía
	MADRE DE D	FENAMAD		Madre de Dios		
	AMAZONAS	ORPIAN P		Marañon (Bagua) Kampangis (Nieva) Kanus 96.7 FM		
	CUSCO	COMARU		Quillabamba		

MDE Saweto Perú

Ambito de cobertura radios en regiones

Organización Nacional	Región	Organización	Lengua	Radio	Costo Radial Promedios S/.	Televisión
CONAP	LORETO	ACONAKKU		La Voz de la Selva	**La Voz de la Selva S/ 40.00** (por pasada de spot) 1 spot de 40"	
		FEMIAL		La Voz de la Selva	**La Voz de la Selva S/ 40.00** (por pasada de spot) 1 spot de 40"	
	JUNIN	CART		Amazónica AM y FM (provincia de Satipo Super Éxito (local) Satipo (local) Ruta (local)		TV Satipo (local) Tv Movistar TV Claro
		FECONACA		Amazónica AM y FM (provincia de Satipo Super Éxito (local) Satipo (local) Ruta (local)		TV Satipo (local) Tv Movistar TV Claro
		OCAM		Amazónica AM y FM (provincia de Satipo Super Éxito (local) Satipo (local) Ruta (local)		TV Satipo (local) Tv Movistar TV Claro
	AMAZONAS	OCCAAM		Imaza (Imacita) Marañon AM (Bagua)		
	UCAYALI	FECONADIC		FM Stereo 100 (Pucallpa)		
		UCIFP		FM Stereo 100 (Pucallpa)		
		URPIA		Sensación 90.93 FM (Atalaya) Sepahua (Sepahua)		

Fuente: Elaboración propia

2.6 Aportes a los objetivos de la Estrategia de comunicaciones (Anexo 5)

Con el objetivo de socializar y validar los objetivos específicos de la nueva estrategia de comunicaciones, durante el taller realizado en abril con los comunicadores designados por las organizaciones y federaciones ejecutoras de subproyectos, se presentaron los obejtivos para recoger sus aportes, los cuales ha servido de insumos para incrementar las actividades planteadas en la matriz presentada en el siguiente punto.

Los aportes por cada objetivo específico se presentan a continuación:

Objetivos Específicos	Aportes
OE 1	ORAU: Trabajar en la gestión de contenidos mediante Publicaciones
	COMARU: Apoyo para gestionar las redes sociales y el manejo de equipos de comunicación
	ARPI: Fortalecer a los comunicadores indígenas con los que ya se trabajó e impulsar mecanismos de comunicación y difusión
	Los comunicadores indígenas ya tienen referencia en materiales realizados, metodología y forma de comunicar
	FENAMAD: Fortalecer en el uso de nuevas tecnologías: edición de audio y video. Ejm CN Shintuya / En medios de comunicación sobre radio e internet / Iniciación política de los jóvenes comunicadores, metodología
	Establecer la cuota de género en la gestión de la comunicación
	Incluir a las etnias en el proceso comunicacional
	Incluir el respeto y el aspecto intercultural
	Incluir aspectos legales en comunicación e información
	FECONACA: Incluir a las federaciones para fortalecimiento
	Se requiere mayor capacidad técnica instalada en materiales
	Radiofonía como herramienta de comunicación comunal
OE 2	ORAU: A través de la radio (FM) y radios urbanas considerar que es limitado y ver posibilidad de radio UHF.
	Radiofoníatomar en cuenta como elemnto de transmisión de información en base a horarios, idioma de CCNN y lugares de coberturas
	Promover encuentrso físicos como congresos, asambleas
	COMARU: Considerar programa radial “La voz del pueblo machiguenga”
	Trabajar con el MTC en el equipamiento de antenas para radios
	Promover el manejo de la radio UHF con los promotores o comunicadores de las CCNN
	COMARU: Alquila espacio radial en zona urbana
	Identificar a comunicadores comunales en sitios estratégico
	Aprovechar los altoparles de las comunidades y usar otros elementos con sonidos alternativos como manguaré
	Trabajar con motoristas de transporte como aliados
	Los materiales audiovisuales que sean de la realidad de las comunidades, hay que verse en la pantalla
	Utilizar los teléfonos Gilat en caso sea necesario

OE 3	Correo electrónico
	Oficio
	Tríptico
	Agenda de instituciones
	Rebote en otros medios electróicos
	Informes técnicos
	Video institucional
	Mesas de diálogo indígenas
	Ferias locales
	Agenda de festividades
	Eventos nacionales e internacionales
	Promover eventos académicos en universidades
	Promover / Organizar concursos de microteatro con institutos y univeridades
	Feria cultural y científica como el estudio del suelo y artesanías
	Promover participación de comunicadores con certificación en coorganización con otras instituciones
	Cartilla informativa del MDE
	Material con conceptos ambientales
OE 4	Buscar financiamiento para la producción de materiales metodológicos, ejm Ministerio de educación
	Vincularnos con otras instituciones en temas de interés afines
	Participar de actividades culturales con los municipios
	Publicaciones, comisión de congreso
	Confiep indígena
	Fondo binacional con Ecuador
	Red de comunicadores indígenas
	Inserción de profesionales en oficinas de gobiernos locales (Gerencias indígenas)

Fuente: Elaboración propia

III.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

La presente estrategia se ha estructurado desde el enfoque de los pueblos indígenas para contribuir no solo al posicionamiento de la iniciativa MDE Saweto Perú, se busca también mostrar el trabajo conjunto y articulado que se realiza desde las organizaciones nacionales y regionales mediante una serie de actividades que ayuden a visibilizar las acciones de trabajo en campo lideradas por las propias organizaciones en favor de las comunidades.

En este sentido, se ha definido un objetivo general y cuatro objetivos específicos que ayudarán durante el proceso de implementación del MDE Saweto Perú, valorando el aporte y contribución de los pueblos indígenas para la conservación de los bosques y para reducir los efectos negativos del cambio climático.

Objetivo general

Contribuir a la iniciativa de los pueblos indígenas y sus organizaciones, a través del apoyo comunicacional a la implementación del MDE para garantizar la conservación del territorio y el uso sostenible de sus recursos en el ámbito de la Amazonía peruana.

Objetivos específicos

1.- Fortalecer las capacidades comunicacionales en las organizaciones participantes en la iniciativa MDE a través de un sistema de capacitación que promueva el uso de herramientas de comunicación.

2.- Informar a las comunidades en las regiones amazónicas sobre las actividades, beneficios, logros y retos de la iniciativa MDE

3.- Informar a los principales grupos de interés sobre las actividades, beneficios, logros y retos de la iniciativa MDE para promover acciones complementarias a favor de las EPS

4.- Fortalecer sinergias con otros proyectos y actores de similar naturaleza a través de una mayor visibilidad de la iniciativa MDE.

IV.- MATRIZ DE ACTIVIDADES (ANEXO 6)

Objetivos Específi	Plataforma	actividades	Público	Resultado	2017		2018		2019		2020		2021	
					1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S
OE1 Fortalecer las capacidades comunicacionales en las organizaciones participantes en la iniciativa MDE a través de un sistema de capacitación que promueva el uso de herramientas de comunicación.	Comunicación institucional	Elaboración y actualización de directorio de contactos institucional medios de comunicación y actores vinculados a la iniciativa MDE	Comunicadores de organizaciones indígenas del MDE	Las organizaciones cuentan con un responsable que conoce emplea las herramientas comunicacionales para la gestión de la información con sus públicos internos y externos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Comunicación institucional	Elaboración de documentos de gestión comunicacional: Manual de marca, guias para publicación en redes, Campañas comunicacio	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas			X	X	X	X		X		X	
	Comunicación institucional	Elaboración e implementación de un mecanismo de comunicación interna con las Federaciones y Organizaciones para la implementac de acciones comunicacionales: protocolo, formatos, enlaces y cana (WWF, CONAP, AIDESEP)			X	X			X					
	Comunicación institucional	Integracion y articulación a un sistema o red de comunicadores indígenas a nivel nacional e internacional con equipo comunicacion desde las organizaciones indígenas					X	X	X	X				
	Comunicación para desarrollo e interculturalidad	Programa de fortalecimiento de capacidades en diseño y aplicación herramientas comunicacionales para soporte a subproyectos de la iniciativa MDE: - **Comunicación asertiva**: redaccion de notas informativas, comunicados, pronunciamientos, redacción para gestión institucio búsqueda de información online, formas de comunicar, legislación periodismo - **Comunicación Digital**: uso de las TICs, herramientas digitales, redes sociales, página web, fotografía. - **Comunicación comunitaria**: dinámicas, juegos, eduentretenimiento, uso de radiofonia	Comunicadores y Representantes de Organizaciones y Federaciones ejecutoras de subproyectos			X	X	X	X	X		X		X	
		Programa de fortalecimiento de capacidades sobre los procesos de titulación y gestión forestal: concepto, importancia, antecedentes, requisitos					X	X	X					
		Programa de fortalecimiento en Vocería y Relaciones Públicas: conferencia de prensa, organización y realización de eventos, vinculación con medios de comunicación y oficinas de comunicacio públicas y privadas, elaboración del directorio de Instituciones y m de comunicación regional y local.					X		X					
	Comunicación institucional	Monitoreo del OE 1 por actividad					X		X		X		X	

Objetivos Específi	Plataforma	actividades	Público	Resultado	2017		2018		2019		2020		2021	
					1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S
OE2 Informar a las comunidades en las regiones amazónicas sobre las actividades, beneficios, logros y retos de la iniciativa MDE	Comunicación institucional	Producción de materiales de identidad visual y de marchandising: Banner, cuadernillos, lapiceros, polos, gorros, etc	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas; comunidades indígenas; instituciones públicas vinculad a la gestión indígena; plataformas de coordinación interinstitucional; Medios y líderes de opinión, Otros organismos e iniciativas relevantes en la zona de intervención; Donantes	Comunidades de 18 organizaciones informadas sobre los objetivos y alcances de la iniciativa MDE, mediante acciones de comunicaci masiva y comunitaria, qu impulse la participación en las convocatorias para EPS y contribuya al posicionamiento de las organizaciones	×	×								
	Comunicación institucional	Elaboración y administración del portal web del MDE (con versión inglés) que incluya el sistema electrónico del mecanismo de consu quejas			×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	Nuevas tecnologías de la información	Creación y administración de redes sociales del MDE: Facebook, Twitter, Flickr, Youtuber			×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	Comunicación institucional	Elaboración del mecanismo de consultas y quejas del MDE				×	×							
	Comunicación institucional	Elaboración de un folleto sobre el procedimiento para consultas y quejas del MDE					×	×						
	Comunicación institucional	Capacitación y socialización sobre el mecanismo de consultas y que del MDE	Comunicadores y Representantes de Organizaciones y Federaciones ejecutoras de subproyectos				×	×			×			
	Comunicación masiva	Producción y difusión de Spot radiales	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas, población de las comunidades		×	×		×		×		×		
	Comunicación masiva	Elaboración y difusión de notas de prensa			×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	Comunicación masiv y comunicación para el desarrollo e interculturalidad	Elaboración de una cartilla con preguntas y respuestas sobre la iniciativa MDE				×	×							
	Comunicación institucional	Gestionar alianzas con medios de comunicación locales en cada ám de Eps para la implementación de acciones comunicacionales: entrevistas, programas especiales, intervención en eventos ambie				×	×		×	×		×	×	
	Comunicación masiv y comunicación para el desarrollo e interculturalidad	Elaboración y difusión de reportajes radiales sobre los avances de subproyectos (traducidos) de las Eps				×	×	×	×	×	×	×	×	×
		Elaboración de infografía del MDE: Presentación, Componentes, Funcionamiento, Participación de OOII, Componentes, Implementa				×	×							
		Elaboración de infografías - Hoja de ruta para el reconocimiento y registro de ccnn. - Hoja de ruta para demarcación y titulación de ccnn.				×	×			×	×			
		Elaboración de folletos - Proceso para el reconocimiento y registro de ccnn. - Proceso para demarcación y titulación de ccnn.				×	×			×	×			
		Gestionar entrevistas radiales a Dirigentes y líderes de OOII (vocer sobre sobre titulación y gestión forestal, en el marco del MDE, en ámbito de cada Eps				×	×							
	Comunicación para desarrollo e interculturalidad	Elaboración de calendario de eventos regionales en el ámbito de EPS para participación en ferias informativas				×	×							
		Organización de Módulo con actividades y materiales para interve en ferias informativas: proyección de videos, películas, juegos, rule informativa, reciclado, etc					×	×		×	×			
		Campaña de comunicación comunitaria en ámbito de Eps sobre importancia de seguridad jurídica y contribución a conservación de bosques, considerando públicos por comunidad: motoristas, pescadores, amas de casa, equipos de futbol				×	×	×	×	×	×	×	×	
	Comunicación institucional	Monitoreo del OE2 por actividad					×	×			×	×		

Objetivos Específi	Plataforma	actividades	Público	Resultado	2017		2018		2019		2020		2021	
					1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S
OE3 Informar a los principales grupos de interés sobre las actividades, beneficios, logros y retos de la iniciativa MDE para promover acciones complementarias a favo de las EPS	Comunicación institucional	Elaboración de una base de datos con Organizaciones, grupos de interés, actores clave y cooperantes, vinculados al MDE para el intercambio de información e implementación de acciones conjun	Comunicadores y Representantes de Organizaciones y Federaciones ejecutoras de subproyectos	Actores de nivel regiona y nacional conocen los objetivos, alcances y logros de la Iniciativa MD y realizan acciones que contribuyen a la gestion de las EPS.		x								
	Abogacía	Desayunos de trabajo de CDN con líderes de opinión en regiones y	Medios de comunicación y líderes de opinión			x								
	Comunicación institucional	Registro fotográfico de las principales actividades e hitos clave de iniciativa del MDE	Comunicadores y Representantes de Organizaciones y Federaciones ejecutoras de subproyectos				x			x				
	Comunicación institucional	Elaboración de video explicativo sobre funcionamiento de la iniciat MDE traducida a lengua nativa	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas; comunidades indígenas; instituciones públicas vinculad a la gestión indígena; plataformas de coordinación interinstitucional; Medios y líderes de opinión, Otros organismos e iniciativas relevantes en la zona de intervención; Donantes				x							
	Nuevas tecnologías de la información	Elaboración de videos (cápsulas informativas) en lengua nativa y subtitulos en español sobre los resultados de las convocatorias del EP´s, montos, y promocion del portal web (invitar a ver información página del MDE)				x		x		x		x		
	Comunicación masiva	Elaboración de video y difusión sobre la buena práctica en titulaci gestión forestal promovida por la iniciativa MDE en ccnn					x			x				
	Comunicación masiv y comunicación para el desarrollo e interculturalidad	Elaboración de reportajes radiales y difusión de testimonios sobre l impacto de la Iniciativa MDE en ccnn					x	x						
	Comunicación institucional	Elaboración de material informativo impreso de la iniciativa MDE: Presentación, Componentes, Funcionamiento, Participación de OC Componentes, Implementación (brochure, tríptico, folleto)				x	x			x	x			
	Comunicación masiva	Elaboración y difusión de notas de prensa a nivel regional y nacional			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nuevas tecnologías de la información	Boletín mensual electrónico sobre la iniciativa MDE, sus progresos resultados				x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Comunicación masiva	Boletín semestral físico sobre la iniciativa MDE, sus progresos y resultados				x		x		x		x		x
	Nuevas tecnologías de la información	Campaña en redes sociales (Fanpage en Facebook y Twitter)				x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Comunicación grupal y abogacía	Participación en espacios académicos y sociales mediante un módu informativo con materiales y herramientas de la iniciativa MDE				x		x		x		x		x
	Comunicación grupal y abogacía	Visitas guiadas con medios de comunicación a ccnn que implementa subproyectos	Medios de comunicación y líderes de opinión				x		x			x		
	Comunicación institucional	Monitoreo del OE3 por actividad	Actores institucionales				x	x	x	x	x	x	x	x

Objetivos Específ (OE)	Plataforma	actividades	Público	Resultado	2017		2018		2019		2020		2021	
					1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S
OE4 Fortalecer sinerg con otros proyectos y actores de similar naturaleza a través de una mayor visibilidad la iniciativa MDE	Comunicación institucional	Revisión, clasificación y priorización del mapeo de sinergias con las que cuentan y/o coordinan las federaciones / organizacione	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas; instituciones públicas vinculadas a la gestión indígena; plataformas de coordinación interinstitucional; Medios y líderes de opinión, Otros organismos e iniciativas	Organizaciones participantes de la iniciativa MDE realizan junto a otros actores, acciones conjuntas a favor de los pueblos indígenas en base a las sinergias implementadas		x	x	x	x					
	Comunicación grupal y abogacía	Proponer e implementar una agenda de trabajo conjunta con las sinergias priorizadas.	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas				x	x	x	x				
	Comunicación grupal y abogacía	Realización de reuniones de información e intercambio de experiencias de forma periódica	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas; instituciones públicas vinculadas a la gestión indígena; plataformas de coordinación interinstitucional; Medios y líderes de opinión, Otros organismos e iniciativas			x	x				x	x		
	Nuevas tecnologías de la información	Establecer y gestionar una plataforma virtual colaborativa sobr buenas prácticas de gestión forestal "Mi Bosque"	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas			x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Nuevas tecnologías de la información	Elaborar e implementar una estrategia conjunta de redes social difusión de banners, hashtag y posts	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas			x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Comunicación institucional	Sistematizar y publicar los avances de las EPS en base a los componentes del MDE	Entidades, representantes y comunicadores de organizaciones indígenas; comunidades indígenas; instituciones públicas vinculadas a la gestión indígena; plataformas de coordinación interinstitucional; Medios y líderes de opinión, Otros organismos e iniciativas					x			x			x
	Comunicación grupal y abogacía	Organizar un Foro de discusión sobre la problemática forestal y perspectivas, capacidades y recursos para su solución	Comunidades y público en general				x		x		x		x	
	Comunicación institucional	Monitoreo del OE4 por actividad	Actores institucionales				x	x	x	x	x	x	x	x

V.- MENSAJES

Los mensajes principales que se han definido para la implementación de la estrategia debe girar en torno a dos mensajes fuerza, los mismos que serán empleados, con las precisiones y contexto de cada público, como conceptos generales de socialización del MDE Saweto Perú.

- El MDE Saweto Perú es una iniciativa diseñada e implementada por las organizaciones indígenas de la Amazonía peruana para contribuir a resolver las demandas de la agenda indígena en el Perú.

- Las acciones implementadas de forma directa por las organizaciones indígenas para el Reconocimiento y Titulación de territorios, así como en Manejo forestal comunitario, contribuyen a reducir las amenazas de la deforestación y aportan a continuar con la conservación de los bosques que realizan los pueblos indígenas.

VI.- LÍNEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Para la implementación de la presente estrategia, se seguirán los siguientes lineamientos[2]:

- Para el diseño e implementación de los planes de comunicación y actividades, en base a la presente estrategia, se buscará activamente el soporte institucional de las organizaciones y federaciones indígenas, así como para el trabajo en redes y el establecimiento de sinergias.
- Todas las acciones y actividades deben resaltar la contribución de los pueblos indígenas a la conservación de los bosques, así como el aporte a la adaptación y mitigación del cambio climático.
- El diseño de planes y actividades tomarán en cuenta las particularidades de la comunicación en el contexto sociocultural específico donde se van a expresar, en atención a aspectos como los protocolos y estándares de comunicación interpersonal, los mecanismos y procesos de comunicación organizacional y el consumo de medios de comunicación tradicionales y alternativos.
- Dada la dispersión poblacional y la implementación de acciones en áreas remotas, se buscará identificar y formar líderes con habilidades de comunicación, de las organizaciones y federaciones ejecutoras de los subproyectos, respecto a información clave sobre el proyecto y construir su legitimidad y asegurar el apoyo, apropiación y participación de la población.
- Se definirán mensajes clave generales y específicos para cada público objetivo sobre los objetivos específicos, la situación forestal y la necesidad de un manejo forestal sustentable y la importancia de la titulación como medida protectora de las comunidades indígenas amazónicas y del ecosistema.

---

[2] Definido en base a los Lineamientos de la propuesta de Comunicación elaborada por WWF – Perú, 2016.

- Se procurará que los mensajes clave y contenidos sean elaborados en conjunto con representantes de las organizaciones representantes de la población indígena amazónica para asegurar la pertinencia cultural de los mismos e incentivar su apropiación.
- Se promoverá la participación de los representantes de las organizaciones indígenas amazónicas para el diseño de los materiales gráficos, de manera que se pueda promover la identificación, apropiación y difusión por parte de las propias organizaciones y comunidades.
- Se trabajará conjuntamente con las organizaciones o federaciones en la preparación e implementación de actividades de comunicación, fortaleciendo sus conocimientos, competencias y capacidades de comunicación, reconociendo e incorporando sus propuestas y empoderándolos como socios activos para la implementación del proyecto.
- Las actividades y materiales de comunicación reflejarán en lo posible las tradiciones, costumbres y estilos de vida de la población para fomentar su identificación, empatía y apropiación de los mensajes.
- La información producida buscará presentarse en un formato amigable, sin tecnicismos, de manera clara y directa, y predominantemente visual.
- Se valorará la traducción de materiales a lenguas locales cuando sea necesario y oportuno para los objetivos del proyecto.
- Se aprovechará como oportunidad para la comunicación, la atención que suscitan las fechas emblemáticas del calendario ambiental y locales, festividades y eventos de alta concurrencia, como ferias, fiestas patronales, aniversarios de fundación, carnavales, entre otros.

VII.- ENFOQUES TRANSVERSALES

Para implementar la presente estrategia, es necesario que todas las intervenciones consideren desde el momento de la planificación, los siguientes enfoques de manera específica en base a los públicos a los que se dirigirán las acciones.[3]

- **PARTICIPACIÓN**
  Se reconoce la participación protagónica, activa y sustantiva de los pueblos indígenas amazónicos como una premisa y condición para el éxito de la estrategia de comunicación. Por ello se motivará un ambiente que fomente la apropiación y genere el empoderamiento de las poblaciones indígenas, ofreciéndoles espacios para recoger sus ideas y prioridades, y reconociéndolas como agentes clave para su propio desarrollo.
- **INTERCULTURALIDAD**
  El enfoque de interculturalidad promueve el reconocimiento, la puesta en valor, la convivencia y el respeto entre las distintas identidades étnicas y culturales, enmarcadas en las diferentes prácticas, conocimientos y sabidurías propias. En el marco de la presente estrategia, se reconocerá y valorará la

[3] Enfoques de la propuesta de Comunicación elaborada por WWF-Perú, 2016

diversidad cultural, y se prestará especial atención a las particularidades de los contextos socio-culturales locales para las comunicaciones.

- **EQUIDAD DE GÉNERO**
  El enfoque de género visibiliza las diferentes oportunidades que tienen varones y mujeres en una determinada sociedad o cultura, así como las relaciones existentes entre ellos y ellas, y los distintos papeles que socialmente se les asignan por el hecho de haber nacido varón o mujer. Las actividades se aprovecharán para contribuir al empoderamiento de las mujeres y a relaciones de género equitativas. Se prestará atención en el levantamiento de información diferenciada por género y en la promoción del involucramiento activo de las mujeres en las actividades de comunicación.
- **ENFOQUE DE DERECHOS**
  El enfoque de derechos defiende la importancia de integrar los temas relativos a los derechos humanos en los marcos analíticos y de programación de las distintas organizaciones que trabajan en temas de desarrollo. La estrategia de comunicación buscará promover mediante sus actividades el conocimiento y la defensa de los derechos humanos de las poblaciones indígenas amazónicas.

VIII.- PLATAFORMAS COMUNICACIONALES[4]

Las plataformas a emplearse consideran el tipo de intervención más adecuada según los públicos a los cuales se desea llegar para las intervenciones necesarias. Las distintas actividades deben considerar estas plataformas, para organizar de forma eficiente la intervención en diveros espacios y para el cumplimiento de los objetivos específicos.

- **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**
  La visibilidad institucional de la iniciativa MDE Saweto Perú, requiere mostrar el liderazgo de las organizaciones indígenas amazónicas en todos los momentos y espacios. La identidad visual y el logotipo es la herramienta inicial que permitirá mediante un Manual de marca, precisar los usos correctos en materiales comunicacionales y de marchandising como banners, hojas membretadas para documentos, sobres membretados, arte gráfico para publicaciones y otros de intervención comunal. La participación en espacios de discusión sobre derechos y temás indígenas es de vital importancia para posicionar el liderazgo en la temática indígena nacional y subnacional. La iniciativa debe ser identificada mediante su participación en diversos espacios académicos, definición de políticas públicas, agenda indígena y de participación ciudadana.
- **COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO E INTERCULTURALIDAD**
  Los enfoques de interculturalidad y de comunicación para el desarrollo proponen atender los conceptos, procesos y usos de la comunicación propios de la localidad donde se desarrollan las actividades programáticas con especial atención al contexto sociocultural local para de esta manera asegurar que la información brindada sea relevante y pertinente, así como una mejor identificación, apropiación y compromiso con las actividades y objetivos del proyecto. En esta línea, las acciones, los mensajes y los materiales de

[4] Definidos en base a la propuesta de Comunicación elaborada por WWF-Perú, 2016

comunicación deben 1) dialogar con la cultura nativa, entendida como la red de instituciones, costumbres y normas –implícitas y explícitas– locales y tradicionales, y 2) promover su participación en su diseño e implementación.

- **COMUNICACIÓN COMUNITARIA**
  Empleo de espacios, herramientas y mecanismos de comunicación comunitaria para informar sobre el proyecto, sus avances, logros y beneficios para la población. Algunos ejemplos de estos medios son los megáfonos, radios comunitarias y de mercados, perifoneo, reuniones y asambleas, entre otros.
- **COMUNICACIÓN GRUPAL**
  Es utilizada cuando se presentan grupos fundamentalmente homogéneos y que mantienen intereses y un objetivo en común. Desarrolla un sentido de identidad y unidad de grupo, estimula el diálogo, la cohesión y la cooperación interpersonal. Algunos ejemplos de este tipo de acciones son los talleres, simposios, foros, seminarios y asambleas. Se utilizará para generar sinergias y alianzas estratégicas.
- **ABOGACÍA**
  La abogacía es una práctica de las comunicaciones dirigida a la construcción de alianzas y la búsqueda de influencia en los procesos de toma de decisiones y construcción de percepciones sobre un asunto específico. Para ello, utiliza herramientas de comunicación e información para interceder a favor de una causa -mediante el uso a argumentos, evidencia y la construcción de empatía- y persuadir a agentes clave, ya sea para su colaboración, acción o toma de decisión. La abogacía implica el mapeo de potenciales socios, las reuniones gestión de intereses con agentes clave y la constitución de alianzas. Utiliza tanto la comunicación interpersonal y grupal, como medios de comunicación masiva.
- **EDU-ENTRETENIMIENTO**
  El edu-entretenimiento es un enfoque de las comunicaciones que combina el juego con la educación para motivar el aprendizaje y el cambio social. Se utilizar el arte y actividades lúdicas para transmitir mensajes y conocimientos de manera amigable, sencilla, familiar y entretenida. Es especialmente pertinente en contextos donde la educación formal es escasa, no hay un acceso generalizado a medios de comunicación masiva y existe una arraigada tradición oral, como es el caso de las comunidades indígenas Amazónicas. Algunos ejemplos de estos medios son las exhibiciones itinerantes, las radionovelas, el teatro participativo o de títeres y las historietas, entre otros.
- **COMUNICACIÓN MASIVA**
  Tiene como objetivo llevar los mensajes clave e información a audiencias más grandes, a través del uso de los medios de comunicación. Algunos ejemplos son los spots radiales, programas televisivos, artículos periodísticos, etc.
- **NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y REDES SOCIALES**
  El uso de nuevas tecnologías de la información permite acceder a información de manera más inmediata y menos intermediada. Uso de nuevas tecnologías de la información y redes sociales para informar al usuario, promover opinión acerca de un tema, su adhesión a una causa y motivar su acción.

IX.- PÚBLICOS

Los principales públicos objetivos identificados para la implementación de la estrategia, han sido asociados por afinidad y por ser de alto interés para las acciones de implementación del MDE Saweto Perú. Estos actores claves identificados en el proceso de diagnóstico y en base a la propuestde de comunicaciones elaborada previamente por WWF-Perú, son las que a continuación se presentan y en base a las siguientes categorías.

- **ENTIDADES Y REPRESENTANTES DE POBLACIONES INDÍGENAS AMAZÓNICAS**
  - Organizaciones y federaciones indígenas ejecutoras de los subproyectos del MDE Saweto Perú
  - Comunidades indígenas de la Amazonía peruana base de las organizaciones y federaciones ejecutoras de los subproyectos
  - Dirigentes, líderes y promotores indígenas
  - Dirigentes y miembros de las organizaciones nacionales: AIDESEP y CONAP

- **INSTITUCIONES PÚBLICAS VINCULADAS A LA GESTIÓN INDÍGENA**
  - Gobiernos regionales amazónicos
  - Direcciones regionales agrarias, ARAs
  - SUNARP
  - Ministerio de Agricultura y Riego, Ministerio de Producción, MINCETUR, Ministerio del Ambiente, PNCBMCC, SENANP, SERFOR
  - Organismo de evaluación y fiscalización ambiental
  - Congreso de la República, Comisiones de trabajo

- **PLATAFORMAS DE COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL**
  - Comité Directivo Nacional (CDN)
  - Mesas de Concertación

- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LÍDERES DE OPINIÓN**
  - Medios de comunicación local (principalmente, radial)
  - Coordinadora Nacional de Radio
  - Periodistas y personajes públicos reputados a nivel local y nacional

- **OTROS ORGANISMOS E INICIATIVAS RELEVANTES EN LA ZONA**
  - ONGs: Instituto Nacional de Desarrollo de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos, Cooperación, Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA)
  - Organismos de cooperación internacional: Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Forest Stewardship Council, Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Rainforest Fund.
  - Iniciativas de titulación de tierras que trabajan en al área: DCI-PNUD, PTRT-3, FIP

- **COMUNIDAD DE DONANTES**
  - Banco Mundial
  - Programa de Inversión Forestal (FIP)
  - Bengo
  - Norad

X.- ACTIVIDADES[5]

- **Infografías**

  Diseño de material infográfico que explique los objetivos del proyecto, sus fases de implementación, las zonas donde se lleva a cabo, cuáles son los criterios de elegibilidad para recibir apoyo del proyecto y qué resultados espera obtener.

  Infografía – hoja de ruta para la titulación de tierra

  Infografía que explique la importancia de titular la tierra, el proceso y los requisitos para lograrlo, y el rol del proyecto Saweto como apoyo para la titulación de las comunidades indígenas amazónicas.

- **Spots radiales**

  Se elige la radio como principal medio masivo para la difusión de información, pues es el más consumido por la población local en las zonas de intervención del proyecto. Se elegirán aquellas radios de mayor audiencia a partir del mapeo de medios de comunicación realizado.

  Se considerará la producción de uno o más spots que aborden los siguientes temas: problemática de deforestación y degradación de los bosques en la Amazonía, objetivo del proyecto e inicio de sus actividades, qué se está haciendo, por qué es importante, qué rol cumplen las comunidades para la gestión forestal y qué impacto se espera que tenga el proyecto para las personas.

  Los spots estarán protagonizados por al menos un hombre y una mujer indígenas amazónicos que darán su voz al proyecto para transmitir una sensación de cotidianidad y familiaridad, y generar empatía.

- **Fortalecimiento de las capacidades de vocería de líderes y lideresas indígenas amazónicos/as**

  Se busca mejorar su relación con los medios de comunicación y ejercer una vocería más eficaz que logre difundir y posicionar los mensajes clave del proyecto relacionados con las actividades de titulación y buenas prácticas de gestión ambiental que promueve.

[5] Los materiales se han considerado desde el borrador del Plan de comunicaciones elaborado por WWF Perú, 2016

- **Campaña en redes sociales**
  Se elaborarán banners con fotografías y mensajes clave sobre la situación de deforestación y degradación del bosque, y las soluciones que propone el proyecto. Se diseñará en coordinación con el equipo de comunicaciones del MDE y de ser posible con los comunicadores de las organizaciones ejecutoras de subproyectos utilizando un hashtag para la campaña.

- **Diseño y administración de sitio web**
  Se diseñará un sitio web para la difusión del proyecto, sus progresos y resultados deben ser mostrados de forma clara y concisa. En este portal web se debe considerar también la habilitación de un canal para el mecanismo de consultas y quejas, pudiendo ser éste el punto central para consolidar todas las solicitudes que lleguen mediante este mecanismo.

- **Elaboración y difusión de notas de prensa**
  Se redactarán y difundirán notas de prensa que cumplirán dos funciones principales: 1) Dar cuenta sobre los objetivos del proyecto, su agenda de actividades y los resultados de las acciones que se vienen llevando a cabo, y 2) Informar la dimensión de la problemática de conservación forestal y el estado de situación en materia de manejo forestal y de titulación de las tierras. Estas piezas informativas serán difundidas a través de la base de datos de correos electrónicos de prensa, el sitio web y las redes sociales.

  Para ello se deberá mantener una base de datos con información de contacto de periodistas locales, regionales y a nivel nacional que se encuentren en la zona o cubran temas relacionados.

- **Reportajes radiales sobre avances clave del proyecto**
  Reportajes que informen a la comunidad sobre los progresos en la titulación de tierras de las comunidades, los beneficios que ello traerá y los resultados de las prácticas de gestión forestal sostenible. Se abordará la noticia desde la perspectiva de la población, visibilizando transformaciones e impactos en la vida de las personas, su cotidianidad, tradiciones y estilos de vida con la intención de mostrar el proyecto y sus progresos en un contexto de familiaridad y estrecha relación con la vida en las comunidades.

- **Visitas guiadas con medios de comunicación**
  Coordinar visitas con medios de comunicación televisiva y radial a zonas de implementación del proyecto donde se aprecie la deforestación y la degradación de los bosques para preparar informes especiales que relaten la magnitud de este problema y el trabajo del proyecto por ofrecer una solución. Coordinar previamente para identificar representantes de las comunidades que puedan ofrecer testimonio y acompañar a la misión. Se recomiendo realizar estas visitas cuando puedan apreciarse ya resultados

preliminares del proyecto. Pueden aprovecharse misiones de evaluación, pero es importante asegurar el tiempo necesario en la agenda para ofrecer a los periodistas las facilidades para conversar con personajes clave y visitar las zonas de intervención.

- **Búsqueda de alianzas con medios de comunicación radial locales**
  Concertar reuniones de abogacía donde se presente el proyecto para solicitar el apoyo de los medios de comunicación radial. Llevar brochure informativo sobre el proyecto y presentación amigable. Sensibilizar a los directivos de los medios de comunicación sobre la necesidad de proteger los bosques y la importancia del proyecto para este fin. Explicar claramente cuál es el rol esperado del medio de comunicación, cómo puede contribuir a los objetivos de desarrollo del proyecto y cuál sería la retribución por su colaboración: reconocimiento como una empresa social y ambientalmente responsable, por ejemplo.

- **Diseño de identidad visual del proyecto y merchandising**
  Elaborar logotipo y materiales de visibilidad y merchandising del proyecto (stickers, gorras, polos, lapiceros y libretas) con el propósito de posicionar el proyecto en la comunidad. El diseño del logotipo puede recoger las propuestas de representantes de las comunidades y tomar como referencia alguna planta, árbol o ave popular en la zona.

- **Boletín mensual electrónico y físico sobre el proyecto, sus progresos y resultados**
  Boletín mensual que muestre las últimas noticias sobre los avances en la implementación del proyecto y sus resultados, así como la información más importante sobre el proyecto. La estructura propuesta es la siguiente:

  - Información permanente sobre el objetivo central del proyecto
  - Enlace a sitio web del proyecto, el de la WWF y el Banco Mundial
  - Reseña de un agente comunitario para la conversación forestal (entrevista o perfil)
  - Imágenes y videos
  - Datos estadísticos sobre la recuperación de bosques y titulación de comunidades indígenas
  - Calendario de actividades
  - Zonas de implementación

- **Registro gráfico y audiovisual de las principales actividades e hitos clave del proyecto**
  Cobertura fotográfica y audiovisual de las actividades más importantes del proyecto para difundir a medios de comunicación y otros públicos objetivo. Recojo de testimonio y registro fotográfico de ciudadanos que han sido beneficiados por el proyecto, donde se visibilice el impacto de sus

resultados en la vida de las personas y el rol central que cumplen las comunidades indígenas para la conservación forestal. Difusión a través del sitio web, redes sociales y envío a medios de comunicación.

- **Búsqueda de alianza con medios de comunicación radial locales**
  Mapeo de medios de comunicación radial locales y coordinación de reuniones de abogacía para establecer alianzas para la programación de contenidos relacionados con el proyecto: temáticos e informativos.

- **Organización de foro sobre la problemática forestal** que convoque a todas las instituciones que trabajan en temas relevantes para el proyecto para compartir experiencias, dialogar, identificar objetivos y desafíos comunes y estrechar lazos de cooperación y coordinación. Se buscará identificar las capacidades, debilidades, recursos y acciones en curso para encontrar oportunidades para establecer sinergias y complementar las actividades de conversación forestal y titulación de territorios de las comunidades indígenas amazónicas que se vienen implementando en la zona. Se promoverá el reconocimiento de objetivos comunes y planes de acción concertado para mayor eficiencia e impacto de las actividades a partir del trabajo conjunto.

- **Coordinaciones telefónicas y reuniones de información e intercambio de experiencias**
  Se buscará mantener una comunicación fluida y regular con otros actores clave que trabajan en el área de la conversación forestal y titulación para mantener actualizado al equipo con información y conocer el resultado de las actividades que llevan a cabo otros actores clave. Se valorará la importancia de sostener reuniones periódicas de coordinación e intercambio de información.