



Plan de Visibilidad y Comunicación del Programa BioCAN

Susana Parra
Petra Mikkolainen

1 de noviembre de 2011



Tabla de contenido

1	Introducción	1
2	Públicos Meta	3
2.1	Público Meta Principal	3
2.2	Público Meta Secundario.....	3
3	Objetivo General.....	5
4	Objetivos Específicos.....	5
5	Resultados Esperados	5
6	Actividades por Resultado.....	6
7	Pautas.....	12
7.1	Relaciones con Medios de Comunicación.....	12
7.2	Mensajes	13
7.3	Elementos de Identidad Amazónica para la Comunidad Andina	14
7.4	Regionalidad.....	15
7.5	Enfoques Transversales	15
7.6	Lenguaje y Ortografía en las Comunicaciones	16
7.7	Recursos Audiovisuales	18
7.8	Uso de los Logos	20
8	Monitoreo y Evaluación	21
9	Duración y Plan de Acción Indicativo	22
10	Sostenibilidad	23
	Anexo 1 Presupuesto	24
	Anexo 2 Sitio Web	26
	Anexo 3 Lista de Materiales de Visibilidad.....	28

Abreviaciones

CAAAM	Consejo de Ministros de Medio Ambiente de la Comunidad Andina y el Comité Andino de Autoridades Andinas
CAN	Comunidad Andina
CCPICAN	Consejo Consultivo de los Pueblos Indígenas en la Comunidad Andina
FCG	Finnish Consulting Group
MAEF	Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia
msnm	Metros sobre el nivel del mar
ONG	Organización no gubernamental
PIRAA	Plataforma de Información Ambiental Amazónica
SGCAN	Secretaría General de la Comunidad Andina
UCN	Unidad de Coordinación Nacional
UCR	Unidad de Coordinación Regional

1 Introducción

Para dar a conocer los resultados y alcances del Programa BioCAN se ha previsto la elaboración e implementación de un Plan de Visibilidad y Comunicación.

El Programa BioCAN tiene el propósito de fortalecer de manera integrada las experiencias subregionales existentes en la Comunidad Andina, y promover modelos adecuados de gestión sostenible de los recursos de la biodiversidad amazónica de los países andinos.

El Objetivo General del Programa es “Contribuir al Desarrollo Sostenible de los Países Miembros de la Comunidad Andina, que permita mejorar la calidad de vida de sus poblaciones amazónicas y la reducción de la pobreza, a través del fortalecimiento de la gestión ambiental”.

El Objetivo Específico del Programa es “Mejorar la gestión sostenible de la biodiversidad en la Amazonía de los Países Miembros de la Comunidad Andina, promoviendo la gobernabilidad, interculturalidad y participación plena de todos los actores, que privilegie la equidad de género, fortalezca la interacción entre los niveles de gobierno y potencie las sinergias existentes intra e inter-regionalmente, enmarcada en la Estrategia Regional de Biodiversidad de la CAN, la Agenda Andina Ambiental y las Estrategias Nacionales de Biodiversidad”.

Para cumplir con estos objetivos, se han definido componentes y resultados esperados, como se presenta en el cuadro:

COMPONENTES			
FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	SISTEMAS DE INFORMACIÓN	PLANIFICACIÓN TERRITORIAL	INCENTIVOS PARA EL MANEJO SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD
RESULTADOS			
Toma de decisiones apropiadas, respecto a la gestión de la biodiversidad y desarrollo sostenible, de los actores involucrados (público, privado y sociedad civil), que promueva la institucionalidad y el fortalecimiento de capacidades en los niveles regional, nacional, subnacional y local.	Gestión integral de la información ambiental amazónica fortalecida, a través de mecanismos equitativos de generación y acceso que propicien capacidades en las escalas local y nacional y un modelo de coordinación regional	Planeamiento territorial fortalecido para el Desarrollo Sostenible de la Amazonía, vinculado a las políticas públicas de los Estados Miembros, que propicien la participación activa de los actores locales y regionales.	Condiciones tecnológicas y de gestión mejoradas, para el desarrollo de economías locales basadas en el uso sostenible de la biodiversidad, con respeto al conocimiento tradicional.
COMPONENTE TRANSVERSAL			
Gestión sostenible de la biodiversidad amazónica fortalecida a través de la implementación de un mecanismo financiero para el apoyo de iniciativas locales que promuevan la implementación de los componentes del Programa BioCAN			

Todos los resultados esperados de los componentes BioCAN, implican una necesidad de apropiación por parte de los beneficiarios de los aportes del Programa a la gestión de la biodiversidad de la Amazonía. Eso hace necesario el uso de herramientas de comunicación concretas que permitan dar visibilidad, rotación, uso y manejo a estos productos y a su vez visibilicen el trabajo desarrollado por BioCAN.

Para el desarrollo del Plan se presentan como antecedentes directos, los siguientes trabajos en comunicación institucional realizados:

- La Estrategia de Comunicación de la Secretaría General de la Comunidad Andina, que brinda lineamientos generales sobre la integralidad del discurso institucional, sus alcances y objetivos en general.

- La Estrategia de Comunicación para el Programa BioCAN, realizada en el 2009 por la consultora Luisa Gómez.

El presente Plan de Visibilidad y Comunicación apunta a un posicionamiento de la Amazonía sostenido en el reconocimiento de sus valores de biodiversidad y cultura, visibilizando el compromiso conjunto de los cuatro países de la región, a través de los esfuerzos realizados por el Programa BioCAN, para conseguir una eficiente gestión medioambiental.

La coordinación de las actividades de comunicación estará principalmente a cargo de la Unidad de Comunicación del Programa BioCAN conformado actualmente por la Asesora Socio-Ambiental. Sin embargo, todos los miembros del equipo BioCAN tienen la responsabilidad de aportar elementos a los productos y actividades. Además, en el curso del Programa BioCAN, cuando sea del caso, se considerará la necesidad de contratar asistentes o especialistas en temas puntuales, por ejemplo para las campañas comunicacionales. Se cargarán los costos relacionados a la línea 1.4 del POA.

2 Públicos Meta

2.1 Público Meta Principal

El público meta principal, es el **PÚBLICO GENERAL (Grupo 1)**. Es una audiencia que por las características de los principales canales de comunicación actuales, siempre será receptora y se beneficiaría de los mensajes sobre temas relacionados con la gestión ambiental amazónica, especialmente en el marco de diferentes campañas comunicacionales previstas en el Plan de Visibilidad y Comunicación.

El público general se refiere a poblaciones amazónicas o no amazónicas, ciudadanos de la CAN, o poblaciones de países fuera de la CAN, dependiendo del contexto y objetivos de las actividades, a quienes se les dirigirán mensajes comunicacionales específicos. Un grupo importante dentro de este público meta son los actores locales amazónicos que pueden ser gobiernos locales y regionales, comunidades locales, Pueblos Indígenas, asociaciones comunitarias y de mujeres, y pequeñas empresas, entre otros.

2.2 Público Meta Secundario

El grupo que forma el público meta secundario del Plan de Visibilidad y Comunicación es el grupo de **ACTORES CLAVE del Programa BioCAN (Grupo 2)**. Ese grupo está conformado por:

A. Los actores que participan en la ejecución de las actividades del Programa

Existen tres grupos de actores que participan en la ejecución de las actividades del Programa BioCAN:

Organizaciones co-ejecutoras y los Puntos Focales

Estas son organizaciones que trabajan con la SGCAN como ejecutores o socios en la implementación de proyectos o actividades que forman parte del Programa.

En este grupo se incluyen también los Puntos Focales (los Ministerios del Ambiente de los Países Miembros) por su rol protagonista en la coordinación de las actividades del BioCAN en sus respectivos países.

Estos proyectos y actividades planificadas, pueden ser por ejemplo, parte del Componente 1, Fortalecimiento Institucional, donde se implementarán entre otras actividades cursos de capacitación. También pueden ser actividades de fortalecimiento de nodos nacionales de un sistema de información regional en el marco del Componente 2, proyectos piloto de ordenamiento territorial del Componente 3 o de uso sostenible de la biodiversidad del Componente 4.

Comités Técnicos

El Programa BioCAN conforma Comités Técnicos de acuerdo con las necesidades del Programa para orientar técnicamente las acciones definidas.

En el 2011, se ha reactivado un Comité Técnico sobre sistemas de información (establecido en la fase de instalación del Programa BioCAN), constituido como un foro técnico de coordinación, consulta y consenso para las actividades previstas para la puesta en marcha de la Plataforma de Información Ambiental Amazónica (PIRAA).

Organizaciones ganadoras del Fondo Concursable BioCAN

Estas organizaciones son las que se adjudicarán una subvención financiera para ejecutar proyectos propuestos en el marco del Fondo Concursable BioCAN, estas podrán ser ONG, Organizaciones Comunitarias de Base y empresas que promueven el uso sostenible de la biodiversidad en la Amazonía de los países andinos.

B. Otros programas regionales y nacionales, agencias de cooperación internacional, institutos de investigación, universidades, y empresas

Otros programas regionales y nacionales, agencias de cooperación internacional, institutos de investigación, universidades, y empresas hacen parte de este público meta por el interés del BioCAN de promover sus productos y herramientas acerca de estos actores y para encontrar sinergias.

C. Los miembros del Comité de Supervisión

Los integrantes del Comité de Supervisión son la Secretaría General de la Comunidad Andina (SGCAN), el Consejo de Ministros de Medio Ambiente de la Comunidad Andina y el Comité Andino de Autoridades Andinas (CAAAM), y el Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia (MAEF).

Además, se tomará en cuenta autoridades pertinentes que están involucradas en la integración regional.

3 Objetivo General

“Contribuir a difundir y visibilizar la riqueza biológica y cultural de la región amazónica de los Países Miembros de la CAN”.

4 Objetivos Específicos

Los Objetivos Específicos son:

“Difundir el trabajo conjunto de los Países Miembros de la CAN en la gestión ambiental de la región amazónica realizada en el marco del BioCAN”, y

“Contribuir a la consolidación de los objetivos de los 4 componentes del Programa BIOCAN”.

5 Resultados Esperados

Se espera lograr los siguientes resultados a través de la implementación del Plan de Visibilidad y Comunicación:

Resultado 1: La importancia estratégica de la Amazonía de los países andinos es difundida y visibilizada a través de campañas temáticas de comunicación.

Resultado 2: Públicos meta informados de las actividades y productos del Programa BioCAN.

Resultado 3: Plan de Visibilidad y Comunicación implementado, monitoreado y evaluado.

6 Actividades por Resultado

RESULTADO 1: La importancia estratégica de la Amazonía de los países andinos es difundida y visibilizada a través de campañas temáticas de comunicación

1.1. Diseñar e implementar una campaña de comunicación (tema por definir)

Se definirá el tema de la campaña en la reunión del Comité de Supervisión del Programa BioCAN en enero 2012. Además, si el Comité de Supervisión así lo decide, las dos campañas se pueden combinar en una campaña más amplia. En tal caso, las Actividades 1.1 y 1.2 del presente Plan se fusionarían en una.

Tomando en cuenta los recursos humanos limitados en la Unidad de Comunicación de BioCAN, se recomienda encargar la ejecución de esta actividad parcialmente o totalmente a otra organización especializada en la ejecución de campañas comunicacionales.

Se coordinará con el Área de Comunicación de la SGCAN para la producción de spots y otros materiales de visibilidad. Igualmente, los comunicadores de la SGCAN pueden brindar apoyo en la difusión de las campañas a través de los canales de la CAN (TVCAN, RadioCAN, y los medios de comunicación nacionales con quienes la SGCAN tiene un contacto). Las Áreas de Comunicación de los Ministerios del Ambiente también participarán estrechamente en la difusión de la campaña.

Público meta: Grupos 1 y 2

1.2 Diseñar e implementar una campaña sobre biocomercio (por confirmar)¹.

El POG plantea la implementación de una campaña sobre biocomercio a través de las siguientes actividades:

- Actividad 4.1.3 Articular las estrategias nacionales e implementar una estrategia subregional para la promoción de los productos de biocomercio, y
- Actividad 4.3.5 Diseñar e implementar una estrategia de promoción de los productos de las cadenas seleccionadas.

El financiamiento de esta campaña será cargado a dichas actividades. Asimismo, el liderazgo de su planificación, ejecución y evaluación estará a cargo del Especialista Temático del Componente 4. La Unidad de Comunicación de BioCAN apoyará con la coordinación de las actividades con el Área de Comunicación de la SGCAN.

¹ En caso que se combine las dos campañas en una sola por una decisión del Comité de Supervisión del Programa BioCAN, es posible que se reemplazará el tema de biocomercio por un otro tema.

Para esta campaña también se recomienda encargar parcial o totalmente la ejecución de esta actividad a una organización especializada en el tema de ejecución de campañas comunicacionales.

De igual manera, el Área de Comunicación de la SGCAN podrá apoyar en la producción de spots y otros materiales de visibilidad, y los comunicadores de la SGCAN pueden brindar apoyo en la difusión de las campañas a través de TVCAN, RadioCAN así como medios de comunicación nacionales e institucionales en los Países Miembros. Se solicitará también el apoyo de los Ministerios del Ambiente en la difusión de la campaña.

Público meta: Grupos 1 y 2

1.3 Producir una cartilla divulgativa para el posicionamiento de la Amazonía de los países andinos

El Asesor Socio-Ambiental y el Asesor Técnico Principal se encargarán de la formulación de una cartilla divulgativa que presentará información sobre las particularidades de la Amazonía de la Comunidad Andina en comparación con la Amazonía brasilera. Se realizará un trabajo de búsqueda y compilación de información sobre las características medioambientales y culturales de la Amazonía de los países andinos. Además, se pedirá contribuciones de especialistas externos para reflexionar sobre los temas y aspectos de la conservación y uso sostenible de la Amazonía de los países andinos y su futuro, que deberían ser destacados para posicionar el carácter auténtico de la región.

El presupuesto reservado para esta actividad está previsto para ofrecer compensaciones monetarias a especialistas que contribuirán textos a la publicación, y para los costos de diseño e impreso.

Público meta: Grupos 1 y 2.

RESULTADO 2: Públicos meta informados de las actividades y productos del Programa BioCAN.

2.1 Poner en marcha y promover el nuevo sitio web del Programa (ver Anexo 2)

Se recabará información para el diseño e integración de tres páginas: la página institucional del Programa BioCAN, las páginas Nuestra Amazonia Andina y la PIRAA en un solo sitio web.

Se visibilizará y promoverá regularmente el sitio web para lograr una máxima cantidad de usuarios.

Público meta: Grupos 1 y 2

2.2. Diseñar la parte visual de foros de discusión según necesidad.

Desarrollo de los entornos gráficos y las estructuras temáticas de los foros para crear ambientes amigables para los usuarios, siguiendo la línea visual desarrollada por el Plan de Visibilidad y Comunicación del BioCAN.

El especialista encargado de la actividad en la UCR con el apoyo de las UCN, estará a cargo de promover el foro de discusión del momento.

Público meta: Grupo 2

2.3. Diseñar la parte visual de las herramientas de capacitación virtual según necesidad.

Se contratará un comunicador quien, con base en la información técnica, generará la parte visual de las herramientas de capacitación virtual que desarrolle BioCAN en el marco de sus actividades, manteniendo la línea visual establecida en el presente Plan de Visibilidad y Comunicación.

El especialista encargado en la UCR, con el apoyo de las UCN, estará principalmente a cargo de promover la capacitación virtual respectiva, cuando esté dirigido a un grupo cerrado. En caso de las capacitaciones virtuales accesibles a todo público, la Unidad de Comunicación del Programa apoyará al especialista con la difusión.

Público meta: Grupo 2

2.4. Producir y difundir cuatro boletines sobre los avances del Programa

La Unidad de Comunicación de BioCAN brindará los insumos para el desarrollo de su boletín informativo, el cual deberá mantener la misma estructura en cuanto a secciones y línea visual desde el primer número hasta el cierre del Programa.

Este boletín presentará los avances de los cuatro componentes del proyecto, asimismo, incluirá por ejemplo una sección para presentación de artículos de las Unidades de Comunicación de los Ministerios y socios del Programa, una sección editorial; así como una sección sobre identidad cultural amazónica en la región.

Se coordinará con las Áreas de Comunicación de los Ministerios para alcanzar una distribución amplia del boletín.

Se publicará en total cuatro boletines durante la ejecución del Programa BioCAN.

Público meta: Grupo 2

2.5 Producir materiales comunicacionales generales y temáticos (ver Anexo 3).

La mayoría de los materiales comunicacionales mencionados en el Anexo 3 han sido diseñados en el marco de la consultoría de asistencia técnica internacional de corto plazo en 2011.

Además, la Unidad de Comunicación de BioCAN coordinará con el Área de Comunicación de la SGCAN el diseño y preparación de materiales promocionales (bolsitas, bolígrafos, etc.) que mantienen la línea visual del Programa BioCAN. Se procederá a realizar la contratación de los servicios de impresión y otros.

Público meta: Grupo 2 (parcialmente Grupo 1)

2.6 Producir y difundir publicaciones sobre los resultados del Programa.

Publicaciones que se encuentran fuera de la Línea de Acción 1.4 Comunicación del POG incluyen:

- Actividad 1.3.2: Documentación y promoción de intercambios de experiencias.
- Componente 3: Publicaciones sobre ordenamiento territorial:
 - Actividad 3.1.4: Documentar experiencias que sirvan como modelos de aprendizaje en cada país
 - Actividad: 3.2.3: Documentación, difusión y publicación de experiencias
 - Actividad 3.3.3: Documentar experiencias innovadoras de ordenamiento territorial en los países
- Actividad 4.1.4: Producir un documento valorativo sobre los servicios ambientales en la Amazonía de los países andinos de acuerdo a los alcances del Programa BioCAN
- Actividad 4.2.1: Actualizar el estudio sobre el estado del arte del biocomercio en los países de la CAN
- Actividad 4.2.4: Documentación y lanzamiento de documentos sobre mejores prácticas y lecciones aprendidas en cadenas seleccionadas

La diagramación y el diseño de estos productos deberán sujetarse al Plan de Visibilidad y Comunicación de BioCAN, sin embargo, los costos serán cargados a las actividades respectivos del POG. Asimismo, el liderazgo de la producción del documento deberá ser asumido por los especialistas técnicos vinculados a los componentes en coordinación con la Unidad de Comunicación de BioCAN, la cual proveerá solamente las pautas comunicacionales de la identidad corporativa.

- Además, se reserva recursos para producir publicaciones sobre los temas de recursos genéticos y gestión de la vida silvestre según las recomendaciones de los Planes de Fortalecimiento realizados en el marco del Componente 1 del Programa.
- Se prevé también la producción de una publicación final del Programa BioCAN.

Bajo esta actividad se puede considerar también la producción de trípticos informativos de los componentes BioCAN y sus herramientas informáticas según necesidad.

Si el Comité de Supervisión así lo decide, se producirá solo una publicación general que abarca todos los componentes del Programa BioCAN.

Público meta: Grupos 1 y 2

2.7 Organizar actividades de visibilidad en el marco de los Encuentros BioCAN

En el marco del Programa BioCAN está previsto organización de uno o varios Encuentros BioCAN que sirven para coordinar acciones con actores involucrados y para visibilizar los logros del Programa. El evento principal en ese sentido es el cierre del Programa.

El costo de organizar dichos eventos será cargado a la Actividad 1.3.3 del POG. Sin embargo, se reserva recursos en el Plan de Visibilidad y Comunicación para contratar servicios creativos de proveedores amazónicos, tales como grupos de música o de teatro, u otros tipos de intervenciones o presentaciones que permitirán visualizar la Amazonía de los países andinos en estos eventos.

En el marco de uno de los encuentros se hará también la premiación uno o varios proyectos que postularon al Fondo Concursable BioCAN. Los recursos monetarios del premio hacen parte de la Actividad 1.3.1 del POG. Por lo tanto, los fondos reservados para esta actividad en el Plan de Visibilidad y Comunicación son únicamente para asegurar la visibilidad de la premiación. Los demás detalles de la premiación serán definidos en el marco de las actividades del Componente 1.3.

En agosto 2011, se organizó una campaña de publicidad sobre el Fondo Concursable BioCAN. La campaña incluyó elaboración de un spot televisivo y radial que fueron difundidos por el medio de TVCAN y RadioCAN así como algunos canales televisivos y radiales nacionales en los países miembros de la Comunidad Andina. Además, un comunicado y una nota de prensa fueron distribuidos ampliamente en listas de distribución especializadas en temas medioambientales en el internet en los 4 países. Las Unidades de Coordinación Nacional y los Ministerios del Ambiente de cada país contribuyeron significativamente en la campaña de visibilidad.

Además, el 18 de agosto, se organizó un evento de lanzamiento del Fondo en la sede de la Comunidad Andina en Lima con la presencia de autoridades ambientales, representantes de organizaciones de sociedad civil y medios de comunicación.

Público meta: Grupos 1 y 2

2.8 Producir materiales audiovisuales para las campañas comunicacionales y publicaciones del Programa

Las distintas campañas y productos comunicacionales del Programa BioCAN, requieren materiales visuales de calidad que permitan reforzar la visibilidad de la riqueza biológica de la Amazonía en los cuatro países, además de ver el impacto del Programa BioCAN, mediante el seguimiento de sus proyectos piloto y los proyectos del Fondo Concursable BioCAN en campo. Para ello se requerirá la contratación de un fotógrafo/filmador, que realice tomas sobre temas que el BioCAN trabaja y sobre las actividades que ejecuta.

Además, la disponibilidad de estos materiales permite que en coordinación con el Área de Comunicación de la SGCAN se produzcan spots televisivos, radiales y otros materiales sobre las actividades del Programa BioCAN.

Se encargará los costos al presupuesto de comunicación (Línea de Acción 1.4 del POG).

Público meta: Indirectamente todos los públicos

2.9 Producir y difundir un documental sobre la Amazonía de la Comunidad Andina

El propósito del documental es de poner en valor las regiones amazónicas de la Comunidad Andina. Se contratará la producción del video a una organización especializada en el tema.

Público meta: Grupos 1 y 2

RESULTADO 3: Plan de Visibilidad y Comunicación implementado, monitoreado y evaluado.

3.1 Implementar actividades de monitoreo y evaluación

Remitirse al capítulo sobre monitoreo y evaluación.

7 Pautas

7.1 Relaciones con Medios de Comunicación

Coordinación con el Área de Comunicación de la SGCAN

La SGCAN cuenta con medios de comunicación como el TVCAN, RadioCAN y también otros medios públicos activos en Facebook, YouTube y Twitter. Es recomendable que el Programa BioCAN busque coordinar actividades conjuntas con el equipo del Área de Comunicación de la SGCAN, que permita la utilización efectiva de estos canales y también lograr el objetivo conjunto de posicionar a la Comunidad Andina así como a la Amazonía de los países andinos.

La presencia de equipos y especialistas profesionales en el Área de Comunicación permite la producción y la distribución de spots televisivos y radiales para difundir información sobre eventos, actividades y logros del Programa.

De todas maneras, para la emisión y distribución de notas de prensa o cualquier encuentro con medios de comunicación externos, se deberá coordinar con el Área de Comunicación de la SGCAN.

El Área de Comunicación de la SGCAN podrá también facilitar el contacto con las Áreas de Comunicación de los Ministerios del Ambiente de los 4 países.

Notas de prensa

La nota de prensa es el instrumento de difusión más importante en la relación con los medios de comunicación. Las notas emitidas con información del Programa deberán ser difundidas desde la SGCAN, con su mismo formato. Además, ellas tienen carácter oficial, por lo que deben ser emitidos por la máxima autoridad de la Institución, es decir, el Secretario General de la Comunidad Andina, quien tiene la facultad de delegar al Director General del Programa.

El texto debe incluir el nombre completo del Programa y se deberá especificar quién lo ejecuta y quiénes son los cooperantes. La nota de prensa no deberá llevar logotipos de los cooperantes o de los auspiciantes.

Características de una nota de prensa:

- Toda nota de prensa deberá responder las siguientes preguntas básicas: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? y ¿para qué?
- La redacción de toda nota de prensa debe ser sencilla y totalmente entendible. Si se utilizan términos o conceptos técnicos es importante que sean acompañados de una pequeña explicación
- Se recomienda utilizar la menor cantidad de adjetivos posibles. Una nota de prensa debe ser objetiva
- Si se utilizan estadísticas, cifras o datos es necesario citar la fuente
- Enviar notas de prensa cuando se tenga algo que decir. No es estratégico enviar boletines de prensa sin contenido o noticia
- De ser el caso, acompañar las notas de prensa con fotografías que puedan ser publicadas
- Al final de una nota de prensa es importante poner un nombre de contacto, las instituciones cooperantes, una dirección mail o un teléfono a donde se pueda contactar en caso de requerir mayor información

7.2 Mensajes

El discurso siempre debe posicionar la Amazonía (de los Países Miembros de la Comunidad Andina) y la Comunidad Andina como institución:

El mensaje de apertura es: “La Comunidad Andina también es amazónica” y el mensaje de cierre “Un aporte de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú para *la conservación y uso sostenible de la Amazonía*”. El final del mensaje de cierre puede cambiar en función del tema tratado o actividad.

Estos mensajes se usarán principalmente en la elaboración de los materiales básicos de visibilidad del Programa. Las campañas comunicacionales tendrán sus propios mensajes formulados según el tema a tratar.

Se continuará usando el mensaje de la Estrategia de Comunicación de Luisa Gómez “La Amazonía está viva”.

La cartilla divulgativa que será elaborada en el marco de la Actividad 1.3 del presente Plan de Visibilidad y Comunicación, permitirá expandir el discurso sobre la biodiversidad de la Amazonía de los países de la CAN.

7.3 Elementos de Identidad Amazónica para la Comunidad Andina

Los criterios gráficos implementados para representar la Amazonía de la Comunidad Andina, incluyen elementos simbólicos que sintetizan cultura, ecosistema y una visión generalizada de naturaleza, a través de la textura verde que acompaña la gráfica de la línea visual BioCAN, representada en su logotipo.

Tal como lo designa el Manual de Comunicaciones de la SGCAN, no se ha producido ningún logotipo para representar la Amazonía de CAN. Simbólicamente se integran de forma sintética criterios que permitirán, posteriormente, sumar la identidad corporativa de la SGCAN a este concepto gráfico.

Los elementos que se han manejado son:

Textura verde con iluminación. Trabajado sobre malla vectorial que permite dar profundidad al fondo sobre el que se ubicarán los contenidos temáticos a ser trabajados en los materiales de comunicación específicos como carpetas, contratapas, línea editorial; entre otros. A este respecto es necesario aclarar que se recomienda trabajar sobre un color sólido, sólo si la impresión implica manejo de gigantografías o banner en material vinil o acrílico, debido a la dificultad de generar impresión correcta de la malla de difuminación cromática que se entrega.

Árbol, que representa la Amazonía al que sumamos andinidad a través de siluetas de cerros, lo que genera diferencia a los paisajes amazónicos de la zona baja.

Tejido referencial, que alude a los estilos gráficos utilizados por las culturas amazónicas.

Todos estos elementos entran en uso constante a través de la línea visual entregada a BioCAN, que acompaña constantemente los productos finales de la identidad corporativa del Programa, no siendo necesario que estén juntos.

- Referencias técnicas:
 - Colores de impresión: Full color

- Fuentes: Calibri
- Fondo para productos BioCAN:
 - Color: malla vectorizada cromática, full color.
- Documentos desagregados en color:
 - Verde oscuro: PANTONE E 301 - 1
 - C: 40 M:0 Y:100 K:40
 - Verde claro: PANTONE E 304 - 3
 - C: 25 M:0 Y:95 K:20

7.4 Regionalidad

En todos los productos que se elaboren en el marco del presente Plan de Visibilidad y Comunicación, enfatizarán la dimensión regional que permitan reforzar la identidad regional de la Comunidad Andina. El posicionamiento dirigirá discursos sostenidos en el orgullo del aporte que brinda la Amazonía de los países andinos, una zona alta en biodiversidad y cultura, y el valor de la oportunidad para el desarrollo integral de la región.

Igualmente, la comunicación posicionará el aporte y los esfuerzos realizados por BioCAN para apoyar la eficiente gestión de conservación de lo amazónico con implicancia regional. Sin embargo, el posicionamiento del Programa BioCAN jugará un rol menor en el caso de los productos que tienen como objetivo visibilizar la Amazonía de los países andinos.

7.5 Enfoques Transversales

Participación: Un enfoque esencial del Plan de Visibilidad y Comunicación es el de crear una dinámica participativa de comunicación para asegurar un uso dinámico y constante de las herramientas BioCAN por los beneficiarios. Para cumplir este objetivo es clave que los beneficiarios tengan total claridad del uso que pueden dar a estas herramientas.

Especialmente, la PIRAA, los foros de discusión, capacitaciones virtuales y el boletín, permitirán un involucramiento activo de los actores. Igualmente, se facilitarán los medios para que los beneficiarios y otros actores del BioCAN tengan un rol protagonista en los diferentes eventos e intercambios organizados por el Programa en forma de testimonios, presentaciones, u otras intervenciones. Por otra parte, se buscará sinergias con otras organizaciones en la ejecución de las campañas comunicacionales y producción de publicaciones para evitar duplicación de esfuerzos y para fortalecer coordinación entre instituciones que trabajan para el desarrollo sostenible de la Amazonía de los países andinos.

Se identificarán los socios después de definir los temas de las campañas.

Interculturalidad: Las actividades de visibilidad ofrecen una oportunidad para dar a conocer la diversidad cultural amazónica, así como dar voz a los pobladores locales de la región. Ejemplos de dichas oportunidades incluyen:

- Construir junto con el Consejo Consultivo de los Pueblos Indígenas en la Comunidad Andina (CCPICAN) un espacio en la PIRAA sobre temas interculturales amazónicos,
- En los foros de discusión provocar diálogo sobre temas que involucran interculturalidad siempre y cuando sea pertinente,
- Asegurar que las capacitaciones virtuales transversalicen el tema de interculturalidad,
- Dar un espacio a temas relacionados con diversidad cultural amazónica en el boletín de BioCAN,
- Usar los medios de comunicación BioCAN (p.ej. el video institucional, los boletines) para promover aspectos interculturales que se desarrollan en los proyectos piloto y en otras actividades del Programa, por ejemplo las discusiones y conversatorios sobre el territorio,
- Etc.

Equidad de Género: Oportunidades de transversalización de género en las actividades comunicacionales incluyen:

- Valorar la importancia de la equidad de género en el desarrollo sostenible de la Amazonía de los países andinos en la PIRAA,
- En los foros de discusión provocar diálogo sobre temas que involucran la importancia de transversalización de género,
- Asegurar que las capacitaciones virtuales transversalicen el tema de género,
- Dar un espacio a mujeres protagonistas en la gestión de la biodiversidad en el boletín de BioCAN,
- Etc.

7.6 Lenguaje y Ortografía en las Comunicaciones

Es importante que todos los productos comunicacionales de BioCAN sean coherentes en su lenguaje y ortografía.

Se usará el siguiente nombre completo del Programa: **Programa Regional de Biodiversidad en la Amazonía de los Países Miembros de la Comunidad Andina**, y su abreviación es Programa BioCAN (notar uso de mayúsculas y minúsculas). “Proyectos” son solamente los proyectos piloto y las iniciativas financiadas por el Fondo Concursable BioCAN, u otras iniciativas que se desarrollen bajo del Programa BioCAN.

En los materiales comunicacionales se usará también el texto estándar: **“Un Programa para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en la Amazonía de la Comunidad Andina”**.

Los países que conforman la Comunidad Andina deben aparecer en orden alfabético: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú. Sin embargo, para efectos visuales, cuando se utilice el mapa, en impresos y audiovisuales, podrán aparecer en orden de ubicación.

Es preferible usar el término **“Amazonía de los países andinos”**, o **“Amazonía de los países de la Comunidad Andina/CAN”** lo que refiere al área de trabajo del Programa BioCAN lo que está definido como siguiente:

La región amazónica de los cuatro países está delimitada por el Occidente no desde la divisoria de aguas en la Cordillera Oriental de los Andes, sino desde el límite superior de los bosques subandinos, entre los 1200 y 1500 msnm. Por el Norte, el límite corresponde con la zona de coberturas predominantes de bosques que limitan con las sabanas naturales de la Orinoquia, por el Sur contacta con la provincia biogeográfica del Cerrado y se caracteriza por la dominancia de bosques siempre verde estacionales de transición Amazonía-Cerrado e intercalaciones de sabanas del Cerrado en mesetas y serranías bajas. Por el Este el límite está definido por las fronteras internacionales con Venezuela y Brasil. El criterio fundamental en su delimitación son los aspectos biogeográficos y fisiográficos que caracterizan a la Amazonía.

Por lo tanto, se recomienda evitar el uso de términos “región andino-amazónica” o “Amazonía andina” dado que ellos refieren a una zona que abarca toda la cuenca de la Amazonía de los países andinos, incluso las cabeceras de los ríos en la sierra alta.

La siguiente lista suma lo establecido en tanto uso de mayúsculas y minúsculas en la ortografía consensuada internamente por la SGCAN.

Los términos que deben siempre escribirse con mayúsculas son:

- Comunidad Andina
- Países Miembros
- Estados Miembros
- Países Asociados
- Subregión
- Ministerio del Medio Ambiente
- Área Ambiental
- Área de Comunicación de la SGCAN

- Secretaría General de la Comunidad Andina
- Programa BioCAN
- Pueblos Indígenas

Los demás términos que describan a la integración andina se escribirán con minúscula:

- región andina
- países andinos
- proceso de integración
- integración integral
- subregión andina
- subregional
- amazónico

7.7 Recursos Audiovisuales

Actualmente el Área de Comunicación de la SGCAN no cuenta con suficiente material audiovisual sobre la Amazonía de los países de la región para poder alimentar las publicaciones, spots televisivos y radiales, campañas y otros productos comunicacionales que serán elaborados en el marco del Programa BioCAN.

Dada la importancia de contar con materiales de calidad técnica, es necesario, de un lado, buscar recursos audiovisuales de acceso abierto o bajo costo que puedan ser usados por ejemplo, en las páginas web o presentaciones Power Point. De otro lado, será indispensable producir materiales editables de calidad profesional que permitan sumar un stock propio para uso irrestricto del Programa BioCAN y para uso de la SGCAN.

Los stocks sobre biodiversidad que existen en los distintos países tienen costos de uso variables. Las calidades visuales no son uniformes y frecuentemente las fotos son de baja resolución. A este respecto cabe resaltar que dependiendo de la fuente las imágenes pueden existir por ejemplo con derechos protegidos en el caso que se alquilen para un determinado uso y tiempo, con derechos adquiridos por los términos del contrato. Imágenes “royalty free” se venden para varios usos sin costo adicional.

Además, se establecerá contactos con los socios de los Países Miembros, especialmente las ONG internacionales de conservación e institutos de investigación, para la consecución de imágenes o materiales que ellos tengan y que puedan poner a disposición del Programa BioCAN.

En el marco del Plan de Visibilidad y Comunicación, se han realizado acercamientos con instituciones a fin de proveer al desarrollo comunicacional del Programa con material fotográfico puntual. De estos acercamientos contamos con los siguientes contactos que permitirán generar sinergias institucionales, dado que BioCAN tiene como fortaleza comunicacional contar con canales de difusión regional sobre la conservación de la biodiversidad de la Amazonía de la Comunidad Andina.

Las entidades que han expresado su interés para futura colaboración son las siguientes:

UICN Sur, en el marco del Programa el Clima Cambia, trabajado con la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental, desarrollará material fotográfico regional de uso exclusivo, sin embargo deja abierta la posibilidad de un acercamiento inter-institucional.

Contacto:

Verónica Moreno, Área de Comunicaciones

Veronica.MORENO@iucn.org

La Asociación Peruana para la Conservación APECO desarrolla varios proyectos en la Amazonía peruana; por ello cuenta con material fotográfico de la zona. Tiene la mejor disposición para concretar acercamientos interinstitucionales que generen sinergias a partir de prestar su material fotográfico.

Contacto:

Silvia Sánchez, Directora Dje cutiva

silvia@apeco.org.pe

Instituto Von Humboldt de Colombia, la institución tiene la mejor disposición para realizar un acercamiento interinstitucional con BioCAN, en términos de compartir material fotográfico de la Amazonía colombiana con el Programa.

Contacto:

Claudia María Villa, comunicaciones.

cmvilla@humboldt.org.co

Claudia Alfonso, comunicaciones.

comunicaciones@humboldt.org.co

El Instituto Amazónico de Investigaciones Científicas SINCHI en Colombia también posee material fotográfico sobre la región. (Acuerdo institucional en proceso).

Contacto:

Uriel Murcia García

Coordinador Programa de Investigación

umurcia@sinchi.org.co

Mongabay es un sitio web interesado en propiciar el interés por la vida silvestre a través de publicaciones de diversos utilitarios, entre ellos los fotográficos para masificar criterios de conservación alrededor del mundo.

Contacto:

Rhett Butler

rhett@mongabay.com

<http://www.mongabay.com/>

Además, los siguientes espacios son potenciales proveedores de material fotográfico para el Programa:

- <http://boliviafotostock.blogspot.com/>
- <http://www.fotosearch.es/> (todos los países)
- <http://www.perufotostock.com.pe>

Sin embargo, estos espacios son pagados, el monto que exigen varía de acuerdo al uso de la fotografía, ya sea en alta definición para imprenta o baja para trabajos digitales.

Por lo tanto, se prevé la contratación de un comunicador/filmador profesional que realice tomas sobre temas que el BioCAN trabaja y sobre las actividades que ejecuta (ver Actividad 1.5 del Plan de Visibilidad y Comunicación).

Estas tomas deberán ser en alta definición, con sonido profesional y fotografías con calidad técnica. Es decir, el material fotográfico deberá ser entregado en formato TIFF a 300 dpi y formato Raw. Los videos deberán ser realizados en formato Full HD; se entregará al Programa los masters de las tomas en campo a fin de alimentar el stock audiovisual del Área de Comunicación de la SGCAN.

También es esencial disponer de mapas adaptados, por ejemplo, para visualizar el área de trabajo de BioCAN, las áreas piloto de OT y USB en los diferentes materiales comunicacionales. Se producirán diferente tipos de mapas bajo el Componente 3 Ordenamiento Territorial los que servirán también para el uso comunicacional.

7.8 Uso de los Logos

Los materiales comunicacionales producidos por el Programa BioCAN o por cualquier organización que recibe fondos del Programa BioCAN (como ganadores del Fondo Concursable, proyectos piloto del BioCAN, etc.) deben contener los logos de:

- la Comunidad Andina (sólo en casos excepcionales se usará el logo de la SGCAN)



- el Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia (MAEF) (en español)
- el logo del Programa BioCAN

Se ubica el logo de la CAN a la izquierda, y el logo de MAEF a la derecha. Solamente el logo de MAEF puede aparecer al mismo nivel con el logo de la CAN.



El siguiente logo de BioCAN ha sido descartado y no deberá ser usado en ningún contexto.



Por regla general, se usarán los logos de los Ministerios del Ambiente o de sus organizaciones asociadas cuando el producto o evento implica un carácter nacional. Por otro lado, en contextos regionales no se usarán los logos de los Ministerios.

8 Monitoreo y Evaluación

Al final del año 2011 se iniciará una consultoría de asistencia técnica internacional sobre monitoreo y evaluación del Programa BioCAN en general. En el marco de dicha consultoría, se definirán las actividades e indicadores relacionados al Plan de Visibilidad y Comunicación.

En este Plan se reservan recursos para contratar recursos externos para llevar a cabo actividades de monitoreo y evaluación según las recomendaciones de la consultoría antes mencionada.

9 Duración y Plan de Acción Indicativo

Actividades	2011			2012												2013												Observaciones		
	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Resultado 1 La Importancia Estratégica de la Amazonía de los países andinos es difundida y visibilizada a través de campañas temáticas de comunicación.																														
1.1 Diseñar e implementar una campaña de comunicación (tema por definir).																														El momento de la campaña/de las campañas depende de las decisiones del Comité de Supervisión.
1.2 Diseñar e implementar una campaña sobre biocomercio (tema por confirmar)																														
1.3 Producir una cartilla divulgativa para el posicionamiento de la Amazonía de los países andinos																														Compilación de materiales y redacción de enero a octubre, publicación al final del 2012.
Resultado 2 Públicos meta informados de las actividades y productos del Programa BioCAN.																														
2.1 Poner en marcha y promover el nuevo sitio web del Programa.																														Contratación de la empresa y diseño de contenidos antes de marzo 2012. Lanzamiento en marzo 2011.
2.2 Diseñar la parte visual de foros de discusión según necesidad.																														Según necesidad.
2.3 Diseñar la parte visual de las herramientas de capacitación virtual según necesidad																														Según necesidad.
2.4 Producir y difundir cuatro boletines sobre los avances del Programa																														Preparación 2 meses antes de la publicación, 4 publicaciones.
2.5 Producir materiales comunicacionales generales y temáticos																														Diseño e impreso de materiales en octubre y noviembre 2011.
2.6 Producir y difundir publicaciones sobre los resultados del Programa																														(Depende de la decisión del Comité de Supervisión)
2.7 Organizar actividades de visibilidad en el marco de los Encuentros BioCAN																														Depende de los momentos de los Encuentros.
2.8 Producir materiales audiovisuales para las campañas comunicacionales y publicaciones del Programa																														Contratación del fotógrafo/filmador en marzo-abril 2012, ejecución mayo-junio 2012.
2.9 Producir y difundir un documental sobre la Amazonía de la Comunidad Andina																														Iniciar el proceso de contratación de la producción en febrero 2012, lanzamiento del documental en noviembre 2012.
Resultado 3 Plan de Visibilidad y Comunicación, implementada, monitoreada y evaluada.																														
3.1 Implementar actividades de monitoreo y evaluación																														Detalles serán definidos en el marco de la consultoría sobre monitoreo y evaluación del Programa BioCAN.

10 Sostenibilidad

Las Áreas de Comunicación de los Ministerios del Ambiente tendrán un rol clave en la difusión de las campañas comunicacionales, promoción de eventos, publicaciones y productos del Programa BioCAN. Por otro lado, la colaboración con los socios especialmente en el marco de las campañas comunicacionales permitirá lograr un mayor impacto y replicabilidad de los productos y esfuerzos.

En la SGCAN, la sostenibilidad del posicionamiento de la temática de la biodiversidad amazónica radicará en la transferencia de la gestión de la PIRAA al Área Ambiental y al Área de Comunicación de la SGCAN.

Algunos materiales de visibilidad, como el banner de 5 cuerpos (ver Anexo 3), serán diseñados para visibilizar la temática amazónica regional, incorporando el logotipo BioCAN solamente en un espacio discreto a fin de permitir posteriores usos y apropiación por parte de la SGCAN.

Cabe resaltar que todos los productos a entregar, serán piezas originales, en formatos editables, por lo que el Área de Comunicación de la SGCAN podrá hacer las modificaciones pertinentes al material, para su uso.

Piezas socializadas como el Boletín BioCAN, ofrecen una oportunidad para ser apropiados por el Área Ambiental, a fin de contar con una pieza que difunda el tema específicamente ambiental de la SGCAN.

El Programa no lanzará páginas propias en los medios de comunicación sociales como Facebook o Twitter, por lo que usará las cuentas de la SGCAN para difundir mensajes.

Todos los productos de comunicación quedarán a disposición del Área de Comunicación de la SGCAN.

Anexo 1 Presupuesto

Actividad	Medios	Costos (EUROS)	Observaciones
Resultado 1 La Amazonía de los países andinos es visibilizada a través de campañas temáticas de comunicación.			
1.1 Diseñar e implementar una campaña de comunicación (tema por definir).	Unidad de Comunicación de BioCAN Consultor en comunicaciones/empresa/organización Asesor Técnico Principal Alquiler de medios	50,000.00	Actividad 1.4.6 del POG.
1.2 Diseñar e implementación de una campaña sobre biocomercio (tema por confirmar)	Especialista Temático en Uso Sostenible de la Biodiversidad Unidad de Comunicación de BioCAN Consultor en comunicaciones		Parte de las Actividades 4.3.5 y 4.1.3 del POG
1.3 Producir y difundir una cartilla divulgativa para el posicionamiento de la Amazonía de los países andinos	Asesor Técnico Principal Asesor Socio-Ambiental	4,000.00	
Resultado 2 Públicos meta informados de las actividades y productos del Programa BioCAN.			
2.1 Poner en marcha y promover el nuevo sitio web del Programa.	Contratación de una empresa con especialización en diseño gráfico, multimedia y producción audiovisual Unidad de Comunicación de BioCAN Especialista Temático en Sistemas de Información	6,000.00	Actividad 1.4.2 del POG.
2.2 Diseñar la parte visual de foros de discusión según necesidad.	Unidad de Comunicación de BioCAN Especialista Temático en Sistemas de Información		Se realiza con recursos internos.
2.3 Diseñar la parte visual de las herramientas de capacitación virtual según necesidad	Contratación de un especialista o una empresa	16,000.00	
2.4 Producir y difundir cuatro boletines sobre los avances del Programa	Área de Comunicación de la SGCAN apoyará con la parte visual. Unidad de Comunicación de BioCAN.		Se realiza con recursos internos.
2.5 Producir materiales comunicacionales generales y temáticos	Servicios de Impresión Área de Comunicación de la SGCAN	20,000.00	Parte de la Actividad 1.4.3 del POG.

2.6 Producir y difundir publicaciones sobre los resultados del Programa	Especialista Temático en Ordenamiento Territorial Especialista Temático en Uso Sostenible de la Biodiversidad Asesor Técnico Principal Unidad de Comunicación de BioCAN Servicios de diseño e impresión	24,000.00	Los €24,000.000 reservados para esta actividad son únicamente para publicaciones sobre recursos genéticos y gestión de la vida silvestre, y para la publicación final. Los demás publicaciones hacen parte de las actividades 1.3.2, 3.1.4, 3.2.3, 3.3.3, 4.1.4 y 4.2.4 del POG. (Pendiente confirmación del Comité de Supervisión)
2.7 Organizar actividades de visibilidad en el marco de los Encuentros BioCAN	La Unidad de Comunicación de BioCAN Consultor en Comunicaciones Contratación de proveedores amazónicos	24,000.00	Este presupuesto es solamente para actividades comunicacionales en los eventos. Los demás costes de los Encuentros BioCAN serán cargados en la actividad 1.3.3 del POG
2.8 Producir materiales audiovisuales para las campañas comunicacionales y publicaciones del Programa	Contratación de un fotógrafo/filmador Compra de imágenes externos	30,000.00	
2.9 Producir y difundir un documental sobre la Amazonía de la Comunidad Andina	La Unidad de Comunicación de BioCAN Área de Comunicación de la SGCAN	35,000	
Resultado 3 Plan de Visibilidad y Comunicación implementado, monitoreado y evaluado			
3.1 Implementar actividades de monitoreo y evaluación	Unidad de Comunicación de BioCAN Coordinadores Nacionales Especialistas Temáticos Contratación de servicios de encuesta	5000.00	
TOTAL		214,000.00	

Anexo 2 Sitio Web

Los objetivos del sitio serán:

- Posicionar el tema amazónico de los Países Miembros de CAN.
- Funcionar como el dominio de la PIRAA
- Presentar institucionalmente al Programa BioCAN

El sitio debe incluir por lo menos:

- Una página para posicionar la Amazonía de los países andinos en general incluso equidad de género y temas multiculturales
- Páginas de la PIRAA y sus varios aplicativos/productos
- Información institucional del Programa BioCAN y sus componentes
- Depósito de documentos
- Foros de discusión
- Espacios de capacitación virtual
- Espacios para valorar todos los proyectos financiados en el marco del Programa BioCAN (proyectos piloto, proyectos del Fondo Concursable BioCAN, etc.)
- Noticias y eventos del Programa BioCAN
- Un directorio de biocomercio (parte del Componente 4 del BioCAN)
- Links a otras organizaciones y programas
- Un espacio sobre deforestación, amenazas, cambio climático y gestión de riesgos (relacionado al Componente 3 del BioCAN)

Pautas técnicas:

- El sitio tiene que mantener la estructura visual que provee la SGCAN
- El Programa BioCAN administrará independientemente el sitio web (por confirmar)
- El sitio web tendrá un administrador de contenidos que permita integrar todos los tipos de herramientas virtuales que el Programa BioCAN aplique, como foros de discusión.
- El sitio deberá contener solamente elementos que garanticen su accesibilidad, de manera que los componentes generados, como banners, puedan ser visibles en cualquier navegador y ofrecer facilidades para discapacitados.
- No debe subirse material gráfico, fotográfico o de video, con más de 60 megas, para no tener un sistema lento de descarga para el usuario final.



- El texto que se escribe en un sitio no debe ser excesivo, al contrario, si se desea poner a disposición del usuario mucha información, esta debe ser anexada como pdf, dejando a su criterio la decisión de descarga o no.
- Visualmente no debe introducirse demasiadas llamadas de atención, evitando incluir excesivos banners.
- Herramientas como los boletines electrónicos, deben ser incorporados a sistemas de información inmediata (RSS), para un seguimiento constante de la noticia a quienes se suscriban a este servicio.



Anexo 3 Lista de Materiales de Visibilidad

- Folleto informativo BioCAN
- Banner de pie
- Banner de 5 cuerpos
- Folder A4
- Hoja A4
- Sobre A4
- Formato de documentos internos de BioCAN
- Línea visual de las publicaciones de BioCAN
- Formato de plantilla PPT
- Diseño del primer N° del boletín institucional BioCAN
- Diseño de foros de discussion
- Carátula de CD
- Materiales promocionales (bolsitas, boligrafos, etc.) según necesidad

Nota: Las tarjetas de visita seguirán el modelo estándar indicado en la Estrategia de Comunicación de la SGCAN y no contendrán ninguna identidad visual del Programa BioCAN.