



Proyecto Páramos:

Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte

Proyecto Páramos: Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte

Estrategia de Comunicaciones 2015 - 2018



Financia La Unión Europea



Coordina el IAvH

Proyecto Páramos:
Biodiversidad y Recursos Hídricos
en los Andes del Norte



Estrategia de Comunicaciones **2015 - 2018**

#SomosPáramo



Financia La Unión Europea



Coordina el IAvH



Financia La Unión Europea



Coordina el IAvH

Ejecutan: Carder, WWF, CVC, Corponariño, Corpochivor, CDMB y UICN-Sur.



En sintonía con el planeta



Con la orientación técnica de
Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
y Parques Nacionales Naturales.



MINAMBIENTE



#SomosPáramo

Estrategia de Comunicaciones 2015 - 2018

Introducción

1.Objetivo General

2.Audiencias o grupos destinatarios

3.Herramientas de comunicación, indicadores y presupuesto

4.Canales y mecanismos de implementación de la estrategia

5.Equipo de la estrategia de comunicación

Anexos

**Proyecto Páramos:
Biodiversidad y Recursos Hídricos
en los Andes del Norte**

“La comunicación debe ser parte de la agenda de investigación de un proyecto: la investigación sin comunicación no existe, la comunicación sin investigación es vacía”

Robert Hofstede, (2016)
Intervención, taller Agenda de Investigación

Introducción

El proyecto Páramos: Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte es financiado por la Unión Europea y tiene como objetivos contribuir al mantenimiento de la capacidad de regulación hidrológica y la biodiversidad del ecosistema Páramo en áreas clave focalizadas de los andes del norte y fortalecer la capacidad de gestión articulada de las comunidades e instituciones involucradas en el manejo de los páramos.

El logro de estos objetivos sugiere el compromiso de entidades gubernamentales, empresa privada, gremios, comunidades habitantes de los páramos y usuarios de los servicios ecosistémicos. Así las cosas, la presente estrategia de comunicaciones tiene como reto llegar a diversas audiencias, fortalecer las líneas de trabajo del proyecto: estrategias de conservación, sistemas productivos sostenibles e incentivos para la conservación y acompañar los planes de trabajo de los nodos de páramo focalizados: Santurban – Berlin, Rabanal, Los Nevados, Las Hermosas, Ángel - Chiles – Quitasol (Colombia), Chimborazo (Ecuador) y Piura (Perú).

La presente estrategia identifica sus audiencias a partir de los tres resultados contemplados para el proyecto y a partir de la identificación de las audiencias establece herramientas de comunicación, indicadores y presupuesto, para después centrarse en los mecanismos de implementación de la estrategia.

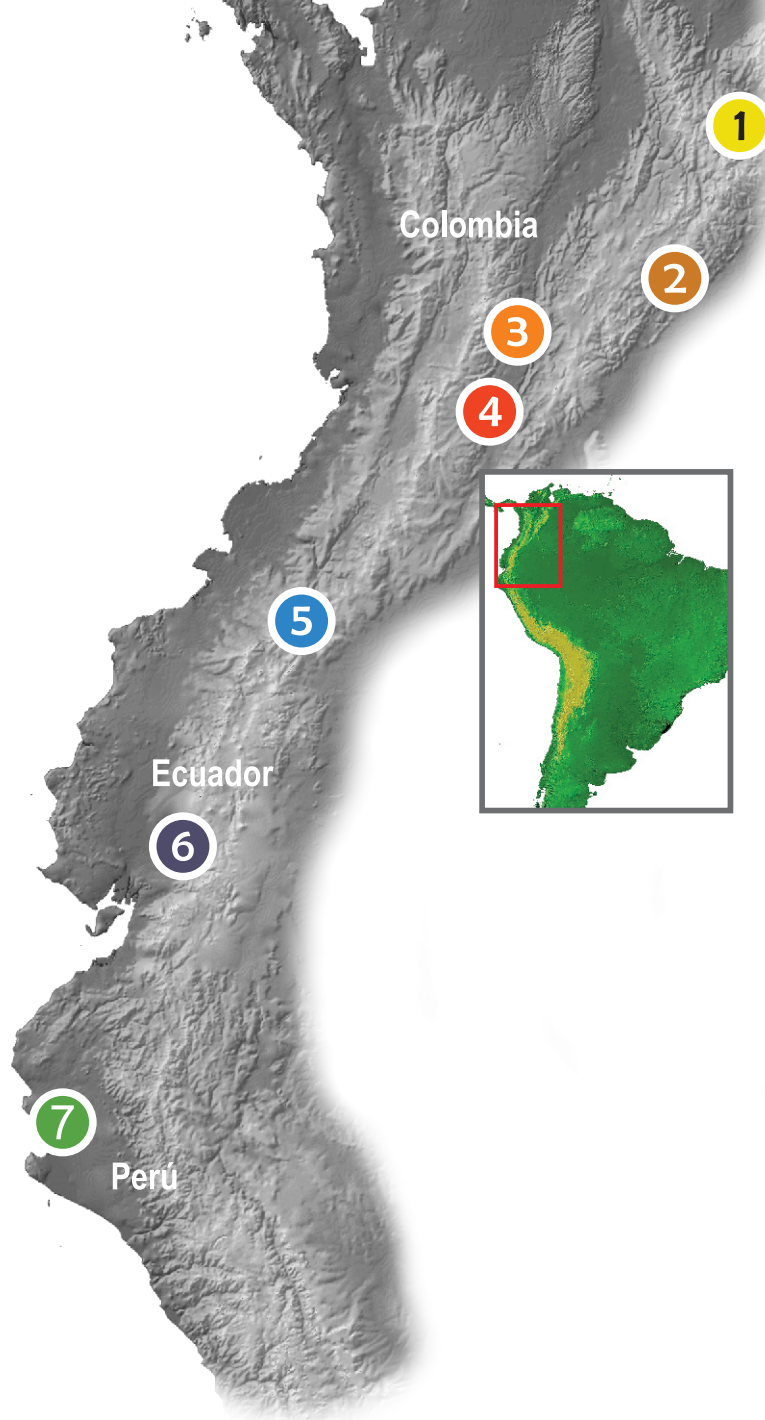
1. Objetivo General

Implementar actividades de comunicación que lleven al fortalecimiento de la capacidad de las comunidades e instituciones involucradas para gestionar acciones a favor de los páramos, la biodiversidad y la regulación de los recursos hídricos.



Páramo de Sumapaz
Foto: María Victoria Sarmiento





1. Santurbán – Berlín
2. Rabanal
3. Los Nevados
4. Las Hermosas
5. Chiles – Quitasol
6. Chimborazo
7. Piura

ZONAS DE INTERVENCIÓN

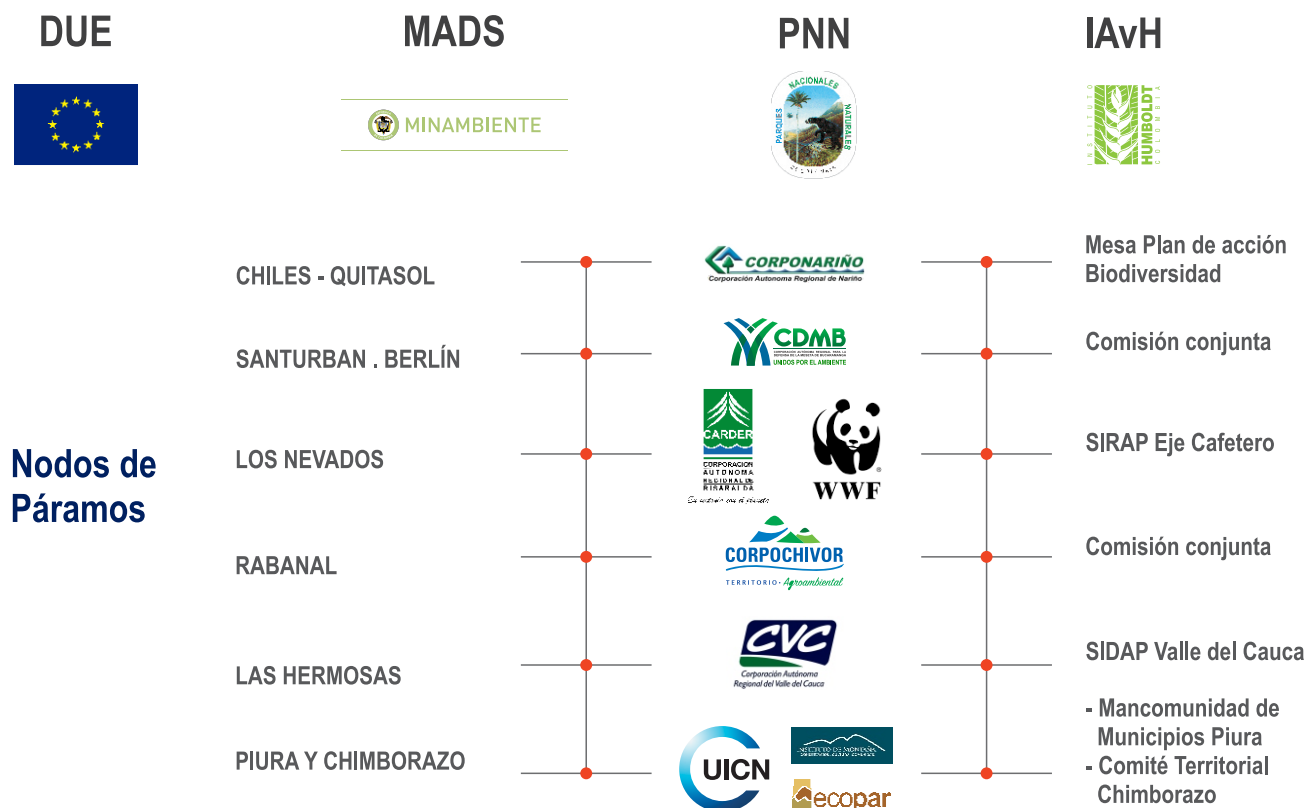
2. Audiencias o grupos destinatarios

2.1. Audiencias Internas: Los beneficiarios y miembros del Comité de Coordinación del proyecto: Corporaciones Autónomas Regionales y la ONG WWF en los 5 Nodos de Páramo para el caso de Colombia y una Organización Internacional UICN - SUR para el caso de Ecuador y Perú. Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y Parques Nacionales Naturales de Colombia. La delegación de la Unión Europea en los tres países Colombia, Ecuador y Perú y los miembros de

cada una de los Comités Territoriales en los nodos de páramos (Ver Figura 1).

Estas audiencias se caracterizan por ser generadoras y productoras de contenidos informativos, mensajes, piezas y acciones comunicativas. Son de gran importancia para el desarrollo de la Estrategia de Comunicaciones, pues ésta, se articula completamente con los Planes de Trabajo de cada nodo.

AUDIENCIAS INTERNAS



2.2. Audiencias Externas: La información generada durante la ejecución del proyecto Páramos, sus contenidos informativos, producción científica y técnica, mensajes, e instrumentos de la caja de herramientas, serán difundidos a través de distintos canales, para que puedan ser recibidos por aquellos en los que la Estrategia de Comunicaciones busca generar un impacto positivo, atendiendo a los objetivos del proyecto, entre los que se cuentan la opinión pública, los gremios y las entidades de gobierno locales y nacionales.

Resultado 1

R1



En 2018 siete espacios de coordinación institucional se ponen de acuerdo y aplican estrategias de conservación y uso sostenible incluyendo instrumentos financieros y de gestión integrada de páramos para apoyar el mantenimiento de servicios ecosistémicos.

Las audiencias asociadas a este resultado son gobiernos locales (departamental y municipal), población rural y urbana de cada uno de los 7 nodos de páramos, organizaciones ambientales, resguardos, cabildos indígenas, asociaciones de productores, asociaciones de acueductos veredales y usuarios del recurso hídrico; gremios locales y regionales; colectivos de comunicaciones y emisoras comunitarias, indígenas y locales.

Objetivos específicos

1. *Optimizar la coordinación interinstitucional a través de sinergias en comunicaciones para el efectivo desarrollo de todas las acciones del proyecto.*

Actividades

- 1.1. Crear y mantener actualizada una base de datos que incluya alcaldías, gobernaciones y tomadores de decisiones de la región en torno al páramo.
- 1.2. Mantener un flujo constante de noticias e hitos del proyecto a través de diferentes canales.
- 1.3. Apoyar la realización de eventos de incidencia política a nivel local y otros encuentros de carácter institucional.
- 1.4. Asesorar la producción de información relevante para los tomadores de decisiones locales.

2. Empoderar a las comunidades a través de actividades de fortalecimiento de capacidades comunicativas para posicionar el proyecto en sus localidades.

Actividades

- 2.1. Promover actividades de comunicación para el desarrollo que procuren la apropiación social del conocimiento.
- 2.2. Vincular emisoras locales comunitarias e indígenas para mantener una difusión constante de mensajes e información noticiosa sobre la gestión integral del páramo.
- 2.3. Promover la participación de la comunidad en la construcción de mensajes frente a la importancia del páramo y sus servicios ecosistémicos.
- 2.4. Producir piezas comunicativas para la divulgación de las experiencias clave de las líneas temáticas del proyecto.
- 2.5. Crear piezas comunicativas a partir de los intercambios de experiencias del proceso y sus resultados.

3. Visibilizar la relación entre las actividades productivas y los servicios ecosistémicos para que los gremios sean aliados de los páramos y faciliten la transformación de las actividades de su sector.

Actividades

- 3.1. Generar piezas comunicativas dirigidas a la comprensión de la corresponsabilidad de los sectores productivos con el páramo.
- 3.2. Apoyar la realización y cubrimiento de intercambios de experiencias.

R2

Resultado 2

Conjunto de recursos / herramientas para la gestión local, desarrollo de instrumentos y conocimiento para mejor toma de decisiones.

Las audiencias asociadas a este resultado son Universidades, ONG, institutos de investigación, comunidad científica, autoridades ambientales y gobiernos locales.

Objetivo específico

1. Difundir las herramientas desarrolladas para una mejor gestión local del páramo.

Actividades

- 1.1. Acompañar los ejercicios de discusión de los Grupos de Trabajo Técnico y asesorar la difusión de sus resultados en eventos académicos.
- 1.2. Asesorar la producción editorial para la publicación de los productos de la caja de herramientas.
- 1.3. Fortalecer plataformas de difusión de herramientas de observación y análisis de biodiversidad como bon in box. <http://geobon.org>

Resultado 3

Políticas Públicas reforzadas.

Las audiencias asociadas a este resultado son las entidades gubernamentales asociadas a la gestión del páramo en Colombia, Perú y Ecuador.

Objetivo específico

1. Movilizar la acción política de los ministerios a través de piezas comunicativas que visibilicen las problemáticas y planteen soluciones para la conservación de los páramos y sus servicios ecosistémicos.

Actividades

- 1.1. Estructurar la información por líneas temáticas para la producción de piezas de comunicación que transmitan recomendaciones de política a los miembros del Comité Consultivo.
- 1.2. Gestionar la participación del proyecto en eventos de interés convocados desde el gobierno nacional de Colombia.



Páramo de Sumapaz
Foto: María Victoria Sarmiento



3. Herramientas de comunicación, indicadores y presupuesto



Herramienta	Indicador	Costo en EUR*2457 COP
Prensa		
1. Campaña medio ambiental Bibo de El Espectador.	1. Un Convenio de cubrimiento temático ejecutado.	€ 101.750
2. Free press.	2. Mínimo 3 salidas por mes en medios.	
3. Espacios institucionales de las entidades socias del proyecto	3. Tres salidas en espacio institucional de TV al año.	
4. Cubrimiento periodístico	4. Tres salidas de periodistas invitados a campo.	
Red de Información interinstitucional (prensa interna)		Recursos de contrapartida
1. Presencia en Website beneficiarios Corporaciones Autónomas Regionales CAR y organizaciones.	1. Mínimo 4 movimientos mensuales de información en páginas web asociadas a la acción.	
2. Aparición en la página de La Unión Europea. http://capacity4dev.ec.europa.eu/paramos/	2. Actualización mensual en la página del donante de las acciones del proyecto.	
3. Boletín digital informativo.	3. Mínimo 4 boletines por año.	
Producción radial y difusión a través de emisoras:		€ 20.350
1. Acciones con emisoras locales: comunitarias e indígenas para la difusión de mensajes y contenidos noticiosos, campañas y mensajes del proyecto Páramos en cada uno de los nodos de trabajo.		
2. Producción de piezas comunicativas para radio. Composición y producción de jingle y cuñas radiales de visibilidad del proyecto.		
Acciones de visibilidad en cadena nacional de radio de mensajes y visibilidad del proyecto Páramos.		

Herramienta	Indicador	Costo en EUR*2457 COP
Imagen y visibilidad gráfica:		
Diseño de imagen del proyecto y diagramación de documentos técnicos, publicaciones, memorias de eventos, pendones, material de mercadeo, presentaciones digitales.	Diagramados y producidos: • 8 pendones • 1 backing de prensa • 8 presentaciones digitales • 1 brochure	€ 25.570
Producción gráfica, impresiones, estampados y otros.	4 productos de material de merchandising (cantidad de unidades de cada producto definido en el momento de la solicitud)	
Producción audiovisual :		
1. Video local: producción de 1 video por nodo de trabajo como parte de la visibilidad del proyecto Páramos, dentro de una campaña de sensibilización frente al uso responsable de los recursos naturales de los páramos.	1. Siete videos institucionales producidos.	€ 28.490
2. Video opinión pública: producción de 1 video sobre la problemática y debate actual de los páramos. ¿Qué es lo que pasa en el páramo?	2. Un video producido.	
3. Video documental: producción de un documental de gran formato para difusión en medios comerciales, con lecciones aprendidas del proyecto y contexto sobre conflicto socio ambiental en el páramo.	3. Un documental de gran formato producido y publicado.	
4. Clips sobre intercambios, sistematización de experiencias y promocionales.	Diez clips producidos.	
Comunicación para el desarrollo:		
1. Identificar y apoyar 1 acción de comunicación para el desarrollo en cada nodo de trabajo.	1. Siete acciones de comunicación para el desarrollo apoyadas.	€ 20.350
Acciones pre identificadas:		
2. Concurso de fotografía e instalación itinerante (todos los nodos).	2. Un concurso y 5 estaciones de la instalación itinerante.	
3. Proyecto radio documental sobre recuperación de la memoria ancestral, “conservación y restauración desde nuestros mayores” en el nodo Chiles-Quitasol.	3. Un proyecto de radio documental producido y difundido.	
4. Intercambios de conocimiento con colectivo de comunicaciones locales.	4. intercambios entre nodos de trabajo.	
5. Construcción conjunta de una estrategia de educación ambiental desde la radio con enfoque étnico en el nodo Chiles - Quitasol.	5. Una estrategia de educación ambiental.	

Herramienta	Indicador	Costo en EUR*2457 COP
Publicaciones caja de herramientas		
Resultado 2:		
5 publicaciones de resultados de investigación en las líneas de trabajo del proyecto Páramos.	- 5 publicaciones realizadas.	€ 16.280
Eventos:		
1. Producción de eventos de alto nivel conforme a las necesidades del proyecto Páramos, para visibilidad y/o socialización de sus acciones y como parte de la estrategia de incidencia en política pública en los niveles regional, nacional y local.	1. Veinte eventos realizados y documentados con plan de medios.	€ 12.210
2. Celebración anual del día Internacional de las montañas con cubrimiento de prensa.	2. Participación en 2 ediciones del evento.	
3. Stand en ferias, congresos y diversos eventos académicos.	3. Mínimo 2 participaciones por año.	
		€ 225.000



Páramo Huancabamba
Piura - Perú
Foto: F Torres
página siguiente



4. Canales y mecanismos de implementación de la estrategia

El proyecto Páramos se ejecuta con la participación de 5 Corporaciones Autónomas Regionales, una ONG y una organización internacional en Ecuador y Perú.

Con el objetivo de mantener una comunicación constante, clara, asertiva y eficiente, esta Estrategia plantea el siguiente esquema de flujo de la información, entre los beneficiarios y el Instituto Humboldt, con el objetivo de crear una cadena de valor para la información:

Flujo de información entre el equipo de coordinación y el equipo de los nodos

Todos los miembros de la acción, incluidos Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Parques Naturales Nacionales e IAvH, son productores de contenidos susceptibles de convertirse en información de interés noticioso.

Los planes de trabajo de cada uno de los nodos cuentan con una actividad de comunicaciones, con el fin de que las acciones técnicas proyectadas en cada uno de los planes de trabajo estén articuladas con la estrategia de comunicaciones. Se realizará una reunión trimestral con las coordinaciones de nodo y los equipos de comunicaciones para revisar las acciones de comunicación ligadas a dicho plan de trabajo.

Los contenidos susceptibles de convertirse en información noticiosa de interés para cualquiera

de las audiencias, debe ser enviada a la coordinación del proyecto Páramos a través del correo vcangrejo@humboldt.org.co para ser retroalimentada y validada; una vez la información ha sido revisada por la coordinación, puede ser utilizada para su difusión desde las coordinaciones de nodo y a través de los distintos medios locales, regionales o nacionales.

Cada nodo es responsable de difundir entre sus redes las piezas de comunicación desarrolladas en el marco del proyecto, así como usar adecuadamente la imagen del cooperante, teniendo en cuenta el manual de visibilidad de la Unión Europea.

Se dará a conocer que la Unión Europea ha financiado o cofinanciado la acción, de acuerdo con su "Manual de Comunicación y Visibilidad en las acciones exteriores" el cual pueden descargar en este link:

https://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication_and_visibility_manual_es.pdf

Para comunicaciones del proyecto en redes sociales se utilizará el hashtag #SomosPáramo

Así mismo, en las publicaciones en redes sociales se debe mencionar al Instituto Humboldt y la Delegación de la Unión Europea. @inst_humboldt y @UEenColombia

Imagen del proyecto Páramos

El proyecto Páramos hace uso de una imagen para identificarse frente a las audiencias. El uso de esta imagen no reemplaza, de ninguna manera, la presencia de marca de las entidades que participan directa e indirectamente en la ejecución.

En el anexo 1 de este documento, encontrarán el manual de uso de imagen del proyecto Páramos: Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte.





5. Equipo de la estrategia de comunicación

La estrategia cuenta con los profesionales en comunicaciones y coordinadores de los socios beneficiarios, el apoyo de las organizaciones y entidades del comité de coordinación, y el profesional en comunicaciones desde la coordinación del proyecto para su implementación.

Beneficiarios	Contacto	Correo electrónico
CDMB	Ana María Valencia	ana.valencia@cdmb.gov.co
Corpochivor	Cristián Martín	cristian.martin@corpochivor.gov.co
Carder	Oscar Osorio	osorio@carder.gov.co
CVC	Wilson García	wilson.garcia@cvc.gov.co
	Beatriz Canaval	beatriz.canaval@cvc.gov.co
Corponariño	Andrea Zarama	prensacorponarino@gmail.com
	Felipe Arévalo	afarevalo@gmail.com
UICN – Sur	Efrén Icaza	efren.icaza@iucn.org
IAvH	Ma. Cristina Ruíz	mruiz@humboldt.org
Comunicaciones proyecto Páramos	Víctor Cangrejo Guevara	vcangrejo@humboldt.org
Minambiente	Natalia Ochoa	nochoa@minambiente.gov.co
Parques Nacionales Naturales de Colombia	María Isabel Díaz	relacionespublicas@parquesnacionales.gov.co
WWF	Alejandra Salazar	comunicaciones@wwf.org.co

Cada uno de los comunicadores tiene a su vez aliados dentro de su nodo los cuáles también hacen parte del equipo a nivel local y apoyan la creación y difusión de contenidos.



Manual de uso

Imagen Proyecto Páramos
2015 - 2018

Contenido

- Descripción
- Proporción
- Utilizando el nombre del proyecto
- Área de reserva
- Paleta de color
- Uso blanco y negro
 - Proporción
 - Utilizando el nombre del proyecto
- Pantones 1 sola tinta
- Prueba de tamaños
- Uso en promocionales
- Uso en gran formato
- Papelería

Introducción

El proyecto Páramos: Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte, requiere una imagen que lo identifique en el medio de la gestión ambiental. Por ello lanzamos esta nueva imagen con la que pretendemos evocar este ecosistema y los servicios que presta a la vida de las personas en Colombia, Ecuador y Perú, en donde se ejecuta el proyecto.

En este manual encontrará una descripción completa de sus características y recomendaciones de uso en cualquier objeto promocional o material impreso y digital.

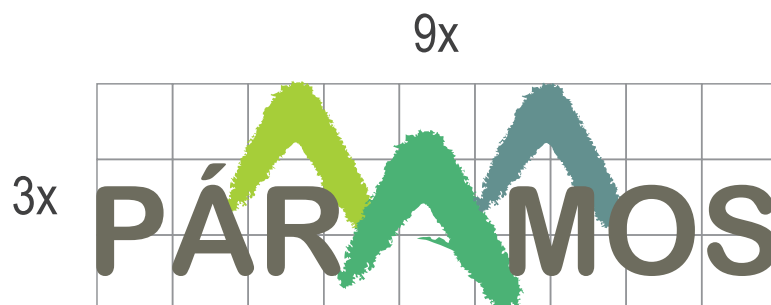


Descripción

El logotipo está compuesto por cuatro elementos, la parte central constituida por la palabra páramos en la fuente Arial rounded. La letra A central es remplazada por un primer ícono en forma de montaña y de color verde. A cada lado se encuentra un ícono igual de menor tamaño que en conjunto simulan una cadena de montañas.

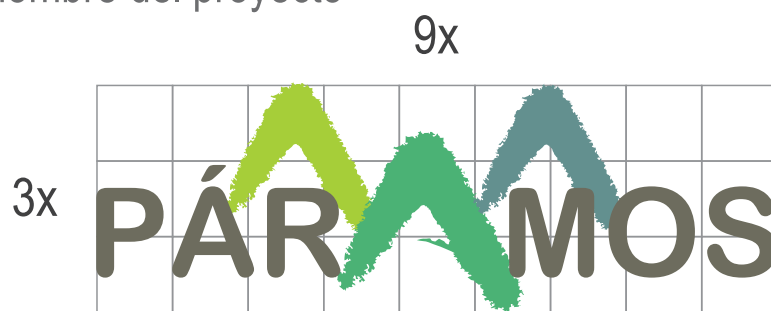
Cuando es requerido el logo viene acompañado del título del proyecto escrito en Arial Narrow, centrado en la parte inferior.

Proporción



Proporción

Utilizando el nombre del proyecto



1/2x

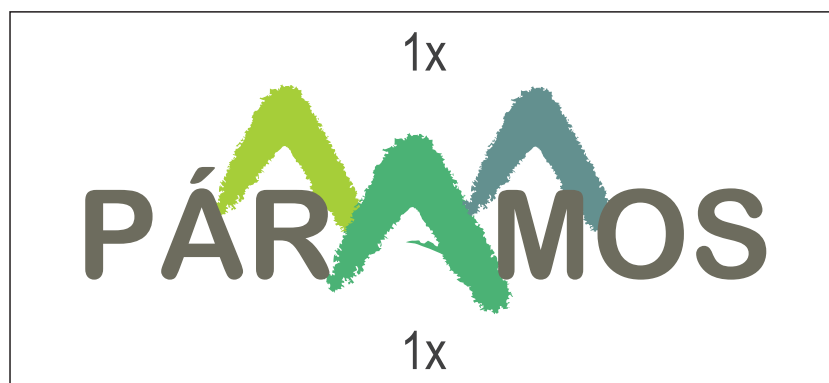
Proyecto Páramos:
Biodiversidad y Recursos Hídricos
en los Andes del Norte

7x

Fuente
Arial Rounded
MT Boldt

Fuente
Arial Narrow

Área de reserva



*Para todos los casos donde haya un fondo de color o foto el logo debe utilizarse con reserva

Paleta de color



CMYK	RGB	Hexadecimal
------	-----	-------------

C 40	R 168	#A8CF45
M 0	G 207	
Y 100	B 69	
K 0		

CMYK	RGB	Hexadecimal
------	-----	-------------

C 40	R 105	#699392
M 0	G 147	
Y 20	B 146	
K 40		

CMYK	RGB	Hexadecimal
------	-----	-------------

C 70	R 84	#54B479
M 4	G 180	
Y 73	B 121	
K 0		

CMYK	RGB	Hexadecimal
------	-----	-------------

C 56	R 114	#727376
M 47	G 114	
Y 61	B 101	
K 21		

Uso blanco y negro

PÁRAMOS



Proporción

Utilizando el nombre del proyecto
Blanco y negro

PÁRAMOS

Proyecto Páramos:
Biodiversidad y Recursos Hídricos
en los Andes del Norte



Proporción

Pantones 1 sola tinta

PÁRAMOS

Proyecto Páramos:
Biodiversidad y Recursos Hídricos
en los Andes del Norte

Pantone 417C

Prueba de tamaños

PÁRAMOS

5 cm

PÁRAMOS

4 cm

PÁRAMOS

3 cm

PÁRAMOS

2 cm

PÁRAMOS

PÁRAMOS

PÁRAMOS

PÁRAMOS

*El tamaño mínimo de uso en impresos y plataformas digitales es de 2 cm

Uso en promocionales



Uso en gran formato



Pendón



Backing

Papeleria



Anexos 2. Redes sociales de socios

Miembros del Comité Coordinación	Twitter 	Facebook 	Página web 
Delegación de La Unión Europea	@UEenColombia 10.840	https://www.facebook.com/ueincolombia	http://capacity4dev.ec.europa.eu/paramos/
Ministerio de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible	@MinAmbienteCo 270.072	https://es-la.facebook.com/MinisteriodeAmbiente yDesarrolloSostenible/	https://www.minambiente.gov.co
Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt	@inst_humboldt 36.861	https://www.facebook.com/instituto.humboldt	http://www.humboldt.org.co/
Corporación Autónoma Regional de Risaralda - Carder	@CarderRisaralda 2.449	https://es-la.facebook.com/carder.risaralda.7	http://www.carder.gov.co/
Corporación Autónoma Regional de Nariño - Corponariño	@Corponarino 1.225	https://www.facebook.com/Corponari%C3%B1o-Pasto-163088163708568/	http://www.corponarino.gov.co/
Corporación Autónoma Regional del valle del Cauca CVC	@CvcAmbiental 5.585	https://es-la.facebook.com/Informativo-CVC-100977033292341/	http://www.cvc.gov.co/
Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga CDMB	@CARCDMB 7.133	https://es-la.facebook.com/CARCDMB	http://www.cdmb.gov.co/
Corporación Autónoma Regional de Chivor	@CORPOCHIVOR 4.182	https://es-la.facebook.com/Corpochivor-Corporaci%C3%B3n-Aut%C3%B3noma-Regional-de-Chivor-169547966440296/	http://www.corpochivor.gov.co/
Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza – UICN / América del Sur	@UICN_SUR 3.070	https://es-la.facebook.com/UICN.SUR	https://www.iucn.org/es/sobre/union/secretaria/oficinas/sudamerica/
Parques Nacionales Naturales de Colombia	@ParquesColombia 137.384	https://es-la.facebook.com/ParquesNaturalesdeColombia	http://www.parquesnacionales.gov.co/

Estado actual de las oficinas de comunicación – socios beneficiarios

Beneficiario	Of. Comunicaciones	Eq. Producción	Espacios y/o herramientas de comunicación
CVC	Posee una oficina liderada por Wilson García. Cuenta con 3 profesionales de planta y 8 contratistas que cumplen la función de enlace en cada una de las regionales.	No cuentan con equipos, la producción de piezas la contratan al canal regional Telepacífico	1. Programa Cuentos Verdes (TV – 5 minutos – lunes a viernes – 12:55 M y 8:25 PM) 2. Informativo CVC (TV – 30 minutos – martes 7:30 PM) 3. Periódico Cuentos Verdes (3.000 ejemplares despachados por correo físico) y publicado en página web. 4. Tres Canales de youtube Cuentos Verdes - Informativo e Institucional. 5. Boletines de prensa (para 500 medios entre regionales y nacionales). 6. Página Web www.cvc.gov.co 7. Redes sociales (Facebook, twitter) 8. Blog http://cvcambiental.blogspot.com.co/
Carder	Cuenta con una oficina de comunicaciones liderada por Oscar Osorio.	La Corporación posee capacidad de producción audiovisual, cuenta con un profesional de edición, equipos y sala de edición. Cuenta también con cámaras de video y fotografía y un equipó Dron para tomas aéreas.	1. Espacio de televisión de 4 min. diarios en el canal regional Telecafé. 2. Free press en CNC Noticias. 3. Se proyecta un espacio ambiental en Caracol Radio y en la emisora de la Policía Nacional. 4. Convenios con prensa escrita La Tarde y El Diario del Otún, de Risaralda. 5. Articulación con emisoras y canales de Tv comunitarios. 6. Redes: twitter, facbook, canal youtube, instagram. 7. Realiza y distribuye Noticarder, un boletín oficial con una frecuencia de 2 veces al mes.
CDMB	Cuenta con una oficina de comunicaciones liderada por Ana María Valencia. Se encuentra en proceso de conformación del nuevo equipo de profesionales. Maneja 6 líneas estratégicas entre las que se encuentra una línea dedicada a los páramos. Su plan de acción se estructura con base en la educación ambiental y la comunicación participativa como ejes transversales.	La Corporación posee capacidad de producción audiovisual. Cuenta también con cámaras de video y fotografía y un equipó Dron para tomas aéreas.	1. Espacio permanente en el canal TRO. 2. Convenio con emisoras comunitarias enfocado al sector rural. 3. Proyecto de capacitación a emisoras comunitarias. 4. Proyecto de creación de la emisora comunitaria para Santurban (meta de comunicación para el nodo). 5. Estrategia “Unidos por el ambiente” enfocada a difundir información y mensajes a través de medios alternativos como volates, perifoneo, anuncios parroquiales, etc.

Estado actual de las oficinas de comunicación – socios beneficiarios

Beneficiario	Of. Comunicaciones	Eq. Producción	Espacios y/o herramientas de comunicación
Corpochivor	La oficina de comunicaciones se conformó en 2016 y se encuentra en proceso de fortalecimiento y contratación de los profesionales necesarios. Una de las primeras tareas en el primer semestre de 2016 fue la actualización del logo institucional	No cuenta con equipo de producción audiovisual ni profesionales en imagen.	1. Convenios con los medios radiales y diarios impresos: Boyacá 7 Días, El Tiempo, Caracol Radio y emisoras comunitarias de la jurisdicción.
Corponariño	La Corporación cuenta con 4 profesionales en comunicación: Jennifer Rey, comunicación interna; Andrea Zarama, comunicación externa; Carlos Bastidas, Educación ambiental; Felipe Arévalo, biodiversidad y servicios ecosistémicos. La oficina de comunicaciones no se encuentra conformada aún, ni cuenta con presupuesto propio.	Cuentan con algunas cámaras de fotografía, video y micrófonos; no cuentan con sala y equipos de edición.	1. Boletín interno mensual. 2. Carteleras y tvs con contenido informativo ambiental. 3. Producción gráfica para eventos y campañas. 4. Calendario ambiental. 5. Convenios con medios locales de comunicación. 6. Audiencias públicas. 7. Canales digitales: spark, intranet y whatsapp.

4. Página de la UE

Capacity4dev.eu, es la plataforma principal en línea que el donante ha puesto al servicio de todos los proyectos implementados en cada una de las regiones del mundo por sus delegaciones, para el intercambio de conocimientos sobre el desarrollo, la política y la cooperación internacional. Allí, en la ventana PROJECTS, se encuentra un vínculo para el proyecto Páramos, en el que encontrarán noticias y actualizaciones.

5. Medios potenciales locales y regionales por nodo.

- **Nodo Nevados - Carder:** La Tarde, El Otún (Pereira), La Crónica (Quindío), La Patria (Caldas) y El País (Caldas y Risaralda), Eje Noticias (Manizales), El Nuevo Día (Tolima), emisora de la Policía, Olímpica Estéreo, Caracol Radio y RCN Radio.
- **Nodo Santurban - CDMB:** Olímpica Stereo, Vetuliana Stereo, La Cariñosa, Onda 5, Quiubo Radio, Típica Radio (en Tona, llega hasta la zona de Berlín), Vanguardia Liberal (No es muy fuerte en la zona de páramo), Canal Tro.
- **Nodo Chiles-Quitasol - Corponariño:** Diario del Sur, Radio Viva Ipiales, RCN (diócesis de Nariño), Radio las Lajas (Caracol en Ipiales), Radio

Ecós de Pasto (Fundación Juan Lorenzo Lucero), Radio Paja Blanca, Telepacífico.

- **Nodo Rabanal - Corpochivor:** RCN Radio Tunja, Caracol Radio Tunja, Vital St. (Lenguazaque y Cucunuba), Lenguazaque EST, San Juan St. (Villapinzón), Independencia St. (Ventaquemada), Radio Amigos de Chocontá, La Consentida (Chocontá), Radio Cielo Azul (Simijaca, Guacheta y Raquira), Nueva Vida FM St. (Fuquene, Guacheta y Raquira), Ondas del Porvenir (Samacá), Triunfo St. (Saboya y Samacá), Teleguacheta, Telesantiago (Tunja), Kanal 6 Claro (Tunja), Televilla (Villapinzón, Boyacá 7 Días, El Diario (Boyacá), Voces Regionales (Boyacá).



«La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva del proyecto “Páramos: Biodiversidad y Recursos Hídricos en los Andes del Norte”, y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea»