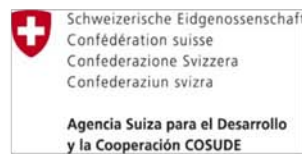




Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad (2013-2017)



*Al servicio
de las personas
y las naciones*



INDICE

BASAL...

Comunica (presentación)...3

Cuenta (quiénes somos, alcance, misión, resultados esperados, líneas de acción, visión).....4

Sienta sus pautas (concepciones y política comunicativas, perspectiva de género).....5

Tiende puentes (coprotagonistas y oportunidades de capacitación).....10

Aterrizo (contextos, oportunidades, limitaciones o frenos y recursos disponibles).....11

Dialoga (objetivos comunicativos, ejes temáticos, caracterización de los mensajes y medios a emplear)...15

Se identifica (valores e identidad visual)...18

Actúa (caracterización y tratamiento comunicativo de los públicos, plan de acción y cronograma).....19

Deja huellas (del monitoreo y la evaluación)...28

Define (términos de uso frecuente)...31

Anexo 1. Plan de Acción...36

Anexo 2. Temas para la capacitación en el 2013...47

Comunica (presentación)

¿Qué comunicación queremos? Esta pregunta se la hizo el equipo gestor de BASAL y las respuestas aunque variadas, apuntaron a sentidos comunes:

- que sea clara, comprensible, oportuna, creativa, diversa,
- que propicie verdadera interacción entre los seres humanos,
- que hable del futuro pero también del presente, del ambiente y de la economía, de hombres y de mujeres,
- que se contextualice a las realidades locales, a sus historias, valores culturales y códigos comunicativos,
- que facilite el diálogo entre la gente que hace ciencia y quienes cultivan la tierra,
- que se conozcan los resultados del saber popular y del fruto de investigaciones,
- que movilice a la acción, al cambio. Ese que hace posible la adaptación ante los desafíos e impactos del clima.
- pero también que sensibilice y comprometa a actores diversos, desde autoridades locales hasta nacionales; desde el personal técnico y profesional de los Centros de Investigación y de las Empresas Agropecuarias, hasta los productores y productoras individuales o cooperativistas.

Todos esos deseos fueron escuchados, repensados y comunicados a través de esta Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad del Proyecto BASAL, que en lo adelante será un importante insumo de trabajo para sus protagonistas. En las páginas que siguen están recogidos no solo nuestros sueños, sino cómo creemos que podemos acercarnos a ellos, sumando voces y esfuerzos, proponiendo, implementando y evaluando.

Es un intento colectivo, que nos ha hecho crecer como equipo y que nos desafía en el día a día, para que ni una sola letra de esta Estrategia sea dicha en vano. Para que cada uno de nosotros, cada una de nosotras, pueda contar de muchas formas lo que propone BASAL para la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario cubano, y que las esencias no se pierdan, ni el entusiasmo, ni las ganas de ser parte de este empeño.

Cuenta (quiénes somos, alcance, misión, visión, objetivo, resultados esperados, líneas de acción)

Nombre del proyecto

Bases Ambientales para la Sostenibilidad Alimentaria Local (BASAL)

Slogan

Adaptación es vida.

Para una producción sostenible de alimentos en Cuba.

¿Quiénes somos?

Un proyecto impulsado por mujeres y hombres de los sectores de la agricultura, de la ciencia y el medio ambiente en Cuba, junto a representantes de los gobiernos locales y de la cooperación internacional. Es liderado por la Agencia de Medio Ambiente (AMA) del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), acompañada por el Ministerio de la Agricultura (MINAG). Lo implementa el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) con la participación del *Joint Research Center* (JRC) de la Unión Europea (UE), que apoya la realización de actividades científicas. Además recibe el respaldo financiero de la UE y de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).

Alcance:

Se implementa en los municipios de Los Palacios, en Pinar del Río; Güira de Melena, en Artemisa y Jimaguayú, en Camagüey entre el 2013 y el 2017. Su alcance llegará también a otros 30 territorios cubanos, donde se compartirán conocimientos, metodologías, herramientas y lecciones replicables para enfrentar los desafíos del cambio climático.

Misión del proyecto Bases Ambientales para la Sostenibilidad Alimentaria Local (BASAL):

Contribuir con el desarrollo socio-económico y ambiental de Cuba, al apoyar la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario local y nacionalmente. Se trata de identificar y aplicar buenas prácticas, promover la aplicación de resultados científicos en la agricultura, consolidar el intercambio de información y conocimientos entre actores clave, así como facilitar herramientas útiles para la toma de decisiones asociadas al enfrentamiento del cambio climático y sus impactos.

La visión:

El proyecto BASAL es reconocido en Cuba por su contribución al desarrollo socio-económico y ambiental, mediante la promoción y aplicación de buenas prácticas agropecuarias para la adaptación al cambio climático, adecuadas a las condiciones locales. En este sentido, ha devenido una plataforma útil para la gestión y el intercambio de información y conocimientos, la articulación y la toma de decisiones de autoridades y actores de los sectores científico, medioambiental y agropecuario, local y nacionalmente. Ha mostrado una metodología género-sensible, con indicadores de impacto factibles para el seguimiento y evaluación de las acciones

realizadas, así como una concepción estratégica y participativa de la comunicación, desarrollada durante el período de implementación y gestión del proyecto.

En Cuba BASAL ha logrado extender prácticas agropecuarias más sostenibles para la producción de alimentos, que consideran las medidas de adaptación ante el cambio climático. Muchas de ellas han sido validadas por políticas, estrategias y programas ministeriales, así como por planes agropecuarios a nivel local. En general, son mayores los niveles de conciencia y acceso a información actualizada sobre los impactos y tendencias del cambio climático para la isla, particularmente sobre los desafíos en el sector agropecuario y la capacidad de actuación de los seres humanos para disminuir las vulnerabilidades.

Sienta sus pautas (concepciones y política comunicativas, perspectiva de género)

Concepciones y política comunicativas

La comunicación es transversal a la vida. Forma parte natural de nuestro actuar: nos permite identificarnos, conocernos, acercarnos, participar, comprometernos, transformar, crear y recrear sentidos y valores, aprender y desaprender prácticas, socializar informaciones y experiencias. La comunicación es fundamental para generar conciencia sobre determinados problemas y facilitar la búsqueda de soluciones ante estos. Provee de argumentos que ayudan a la toma de decisiones y anima a las personas a apoyar iniciativas que les benefician.

Por eso para BASAL la comunicación es estratégica ante los desafíos de la adaptación al cambio climático y la sostenibilidad alimentaria. Los procesos comunicativos que genere han de contribuir al logro de sus objetivos. De ahí que la comunicación se tenga en cuenta desde los inicios del proyecto, para que acompañe armónicamente el diseño de sus etapas, la implementación de las acciones previstas, su monitoreo y evaluación posteriores.

El equipo implicado en la gestión de BASAL reconoce la utilidad de la comunicación para:

- lograr una coordinación colectiva
- compartir sentidos y propósitos comunes
- crear una percepción clara y coherente del proyecto, que evite falsas expectativas, desanime o confunda
- aprovechar las capacidades comunicativas de los seres humanos y las infinitas posibilidades del ingenio creativo y la construcción colectiva
- generar procesos educativos y de sensibilización que concienticen a las personas acerca de la necesidad de cambiar prácticas arraigadas, que afectan el medio ambiente y ponen en riesgo la vida presente y futura.

BASAL asume el desafío de adentrarse en temáticas complejas, pero altamente sensibles como la sostenibilidad alimentaria, el cambio climático y sus implicaciones para Cuba. Nace con una **Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad** que incorpora las aspiraciones y sugerencias de múltiples actores. Su construcción ha

tenido un carácter participativo, que aspira a mantener en su implementación. Asume los acumulados y experiencias de otras personas, instituciones y proyectos en el ámbito de la comunicación y el trabajo medioambiental, para no duplicar esfuerzos y optimizar los recursos disponibles.

Algunas premisas enmarcan este esfuerzo:

-La planeación estratégica de la comunicación responde a la comprensión por parte del equipo de BASAL de la utilidad de estos procesos cuando se impulsan proyectos de transformación. La estrategia es por tanto, un importante insumo que adquiere su verdadero valor en el trabajo cotidiano y colectivo, donde se integran capacidades y potencialidades.

-Para el cumplimiento de los objetivos comunicativos se tienen en cuenta las posibilidades de diferentes soportes, medios y lenguajes, así como se integran oportunamente los niveles de comunicación interpersonal, grupal, comunitario, institucional y masivo, según las circunstancias y las características de los actores comunicativos o interlocutoras.

-Las acciones comunicativas se integran de manera armónica e intencionada a la planificación del proyecto, tratando de aprovechar al máximo cada oportunidad para compartir los propósitos, sentidos y propuestas de BASAL, es decir, en apoyo a sus objetivos y resultados esperados.

-La información y el conocimiento son derechos y recursos fundamentales para la toma de decisiones y no deben privatizarse. BASAL invita a compartir saberes, experiencias y a enriquecer ese acervo común sobre temáticas de interés vinculadas a la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario.

-Se establecen flujos de información a partir de la estructura del proyecto-estimulando la transparencia, la horizontalidad a todos los niveles, sin sobresaturación informativa-, que faciliten las comunicaciones entre los diferentes equipos que impulsan BASAL, así como de estos hacia otros interlocutores locales, nacionales e internacionales. Además ayudará a socializar resultados de investigaciones y buenas prácticas agropecuarias, para mostrar que es posible adaptarse al cambio climático en las condiciones de Cuba.

-La diversidad que aportan múltiples actores a BASAL es entendida como una riqueza para las propuestas comunicativas, donde convergen conocimientos científicos, tradicionales, locales, etc.

-Se privilegia el diálogo como forma de comunicación, porque permite el intercambio de ideas y la construcción colectiva de saberes; así mismo se estimula la escucha activa, capaz de aprovechar los aportes de otras, de otros, siempre en un marco de respeto (estimular que así sea en reuniones, talleres y otros espacios convocados por BASAL).

-Por su carácter participativo la construcción y actualización de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad ha de implicar a la mayor cantidad posible de actores clave, utilizando diferentes vías para ello. El desarrollo de las acciones planificadas involucrará a diversos interlocutores del nivel nacional y municipal. El monitoreo de lo realizado será responsabilidad de quienes responden por el Resultado 2 y la evaluación (parcial y final) será encargada a consultores o consultoras externos.

-El monitoreo y la evaluación son esenciales para identificar desviaciones, necesidades de giros a lo previsto, alertas y oportunidades de la coyuntura, por eso se intentará evaluar parcial y/o totalmente los resultados de acciones de interés para el proyecto,

campañas o etapas vencidas. Solo así se podrá reestructurar la Estrategia o validar sus prácticas.

-Los errores también serán fuente de aprendizaje, por eso es importante analizar lo que se hace, extraer las lecciones y compartirlas sobre la marcha del proyecto. Cuando finalice no habrá oportunidad para volver a hacer, al menos dentro de BASAL.

-El reconocimiento de los logros, tanto individuales como colectivos, es un asunto a abordar también a través de los canales establecidos para la comunicación dentro del proyecto. Animar a las personas, invitarlas a continuar comprometidas con BASAL, agradecerles su tiempo, sus esfuerzos y aportes, es una efectiva manera de tender puentes, de alimentar las relaciones humanas e institucionales.

-El fortalecimiento de capacidades comunicativas de los equipos que trabajan en función de los objetivos de BASAL se hará de maneras diversas, explorando las propias fortalezas de sus integrantes y personas colaboradoras, las debilidades y obstáculos que encuentran y las necesidades sentidas en su quehacer cotidiano.

-La capacitación en comunicación podrá incorporarse en los espacios de trabajo de los diferentes equipos o por medio de productos comunicativos que se les compartan, evitando recargarles con encuentros presenciales, según sea posible.

-Se valoran las capacidades y las experiencias de todas las personas vinculadas de una forma u otra a BASAL, por lo que son tratadas como sujetos y no como objetos de los procesos comunicativos. Además de escuchar a quienes desempeñan roles directivos, se potencia la voz de la gente de base, de los productores y productoras.

-Se garantiza que las prácticas y producciones comunicativas generadas desde el proyecto, no sean discriminatorias por razones de género, regionalismo, edad, religión, raza, orientación sexual o nivel educacional.

-La prealimentación en el proceso comunicativo es un buen punto de partida para la creación, al posibilitar un encuadre más enriquecedor o una puesta en común de ideas devenidas insumo para el comunicador o comunicadora responsable del producto o acción comunicativa específica. Esto permitirá identificar mejor qué conocen o no las personas sobre el tema a abordar.

-La producción comunicativa de BASAL está en sintonía con los énfasis de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad para cada etapa y es utilizada de manera oportuna por los diferentes actores del proyecto. A través de ella se invita a las personas a la acción, recreando un clima de cercanía, humanizado y diáfano.

-Sin demeritar la calidad de la información que se brinda, la producción comunicativa del proyecto intenta movilizar la creatividad, con estéticas aportadoras.

-La contextualización a las realidades locales, el conocimiento de sus respectivas identidades, las tradiciones culturales, los códigos y prácticas particulares de actores con quienes se desea interactuar, resultan fundamentales para lograr empatía y sensibilizarles con los ejes temáticos de interés. En la medida de lo posible se intenciona que se utilicen recursos locales para visibilizar el proyecto en los municipios.

-Se alimenta una relación sistemática y colaborativa con la prensa especializada en temas ambientales y agrícolas, con el apoyo de las direcciones de información y comunicación del CITMA y el MINAG.

-Se vincula y apoya proyectos comunicativos vigentes que por sus valores, alcance, soporte comunicativo, contenidos y públicos, le permitan a BASAL comunicar sus mensajes sustantivos.

-El arte (la pintura, el humor, la fotografía, el teatro, la poesía, la música, el repentismo, etc.) es considerado una excelente vía de comunicación para sensibilizar e incidir en determinados sectores.

-La visibilidad de BASAL se centrará en un primer momento, en dar a conocer sus propósitos y pertinencia en el contexto cubano, para luego enfatizar en las alternativas que muestren que es posible la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario, incluyendo buenas prácticas y herramientas replicables localmente.

-La producción comunicativa propia pondrá especial atención a los seres humanos en los procesos de adaptación al cambio climático y a su calidad de vida. Además incorporará el enfoque económico siempre que sea posible e intentará centrarse en las alternativas que muestren la factibilidad de la adaptación desde el punto de vista ambiental y también económico para el sector agropecuario.

-BASAL cuenta con un Manual de Identidad Visual que pauta cómo presentar su logotipo y los logotipos de los actores nacionales e internacionales que hacen posible este proyecto. Además, pauta sus aplicaciones en diferentes soportes comunicativos. Esto crea y refuerza una imagen, que todas y todos deben usar adecuadamente, cada vez que interactúen a título del proyecto.

-En toda comunicación del proyecto junto con el logotipo de BASAL deben aparecer los logotipos de las instituciones cubanas máximas responsables de su implementación (AMA, MINAG), al igual que los de los donantes (UE, COSUDE) y los de las agencias que implementan el proyecto (PNUD y JRC), en ese mismo orden. También aparecerá el correo corporativo (basal@ama.cu), la dirección postal y números de teléfono de las personas de contacto. Deberá incluirse además la cláusula de exención de responsabilidad que se indica en el Manual de Identidad Visual.

- En todo caso, se respetarán las obligaciones acordadas entre la UE y Naciones Unidas, en el *Acuerdo Marco Financiero y Administrativo (Financial and administrative Framework agreement between the EU and the UN)* de abril de 2003 y retomadas en el Artículo 6 del *Anexo II del Acuerdo de Contribución de la UE con el PNUD* para la ejecución de BASAL (DCI- ALA/ 2011/ 281- 064)¹.

¹Se hace referencia en particular a los siguientes artículos:

6.1.: A menos que la Comisión Europea solicite o acuerde otra cosa, la Organización adoptará todas las medidas apropiadas para dar a conocer que la Acción ha recibido financiación de la Unión Europea. Se hará constar en la información facilitada a la prensa, ante los beneficiarios de la Acción, en todo el material de publicidad pertinente, en los informes, publicaciones y anuncios oficiales, que la acción se realizó «con financiación de la Unión Europea» y se hará figurar de forma apropiada el logotipo de la Unión Europea (doce estrellas amarillas sobre un fondo azul). Tales medidas deberán ser llevadas a cabo de conformidad con el Manual sobre visibilidad y comunicación para acciones exteriores de la Unión Europea redactado y publicado por la Comisión Europea, o con otras líneas directrices acordadas entre la Comisión Europea y la Organización

Queda bien entendido que en los bienes de equipo y vehículos de la Organización podrá figurar prominentemente y de manera habitual el logotipo de ésta y otras indicaciones de su propiedad. Cuando los bienes de equipo o vehículos, u otro material significativo, se hubiera adquirido utilizando fondos proporcionados por la Unión Europea,

Perspectiva de género

BASAL incorpora la perspectiva de género en sus propuestas de comunicación, lo que significa:

- que el cambio climático afecta a hombres y mujeres, pero no en igualdad de condiciones, por lo que hay que visibilizar sus impactos diferenciados, e identificar y eliminar las discriminaciones de que puedan ser objeto unas u otros, fundamentalmente asociados a la vida del campesinado.
- enfocar la realidad incorporando las voces, percepciones, problemáticas y contribuciones de las mujeres y de los hombres, sin privilegiar a unos sobre otras, considerarles a ambos posibles fuentes informativas, protagonistas y testigos de experiencias relevantes en el sector agropecuario.
- usar un lenguaje no sexista e inclusivo, referido tanto a ellas y a ellos.
- establecer condiciones equitativas para la participación de mujeres y hombres en los procesos comunicativos asociados a la construcción, implementación, monitoreo y evaluación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad del proyecto, tanto nacional como territorialmente.
- en el monitoreo y evaluación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad de BASAL incluir indicadores que permitan considerar adecuadamente en qué medida se ha tenido en cuenta la perspectiva de género, e incorporar recomendaciones al respecto.
- develar los prejuicios asociados al género, los estereotipos, las creencias, las prácticas arraigadas y muchas veces legitimadas mediante la cultura popular.
- difundir estadísticas e informaciones desagregadas por sexo, vinculadas a la seguridad alimentaria y al medio ambiente.
- visibilizar oportunidades de transformación y adaptación al cambio climático, que potencien la participación equitativa en roles de género no tradicionales; compartiendo necesidades, oportunidades, capacidades y fortalezas, diferenciadas en mujeres y hombres.
- reflejar el protagonismo -tanto de mujeres como de hombres- en el proceso de adaptación al cambio climático en el sector agropecuario.

la Organización incluirá en tales vehículos, bienes de equipo o material significativo una indicación apropiada de tal hecho (incluido el logotipo de la Unión Europea (doce estrellas amarillas sobre un fondo azul), siempre que ello no comprometa los privilegios e inmunidades de la Organización ni la seguridad del personal de la Organización.

6.2: El tamaño y la prominencia del logotipo y reconocimiento de la Unión Europea deberán ser claramente visibles, de tal modo que no se cree confusión alguna que dé lugar a que se identifique la Acción como una actividad de la Organización, o en cuanto a que los bienes de equipo y material sean propiedad de la Organización, o que los privilegios e inmunidades de la Organización sean aplicables a la Acción.

6.3: Toda publicación de la Organización referente a la Acción, en cualquiera forma y por cualquier medio, incluso Internet, deberá incluir la siguiente cláusula de exención de responsabilidad o una similar: «Este documento se ha realizado con ayuda financiera de la Unión Europea. Las opiniones expresadas en el mismo no reflejan necesariamente la opinión oficial de la Unión Europea».

6.5: La publicidad referente a la contribución de la Unión Europea citará el importe de dicha contribución en euros (€ o EUR), en su caso entre paréntesis. Las publicaciones e informes de la Organización elaborados en cumplimiento de las directrices legislativas de ésta y con arreglo a las mismas, quedan excluidos de la presente disposición.

6.8: La Organización facilitará a la Administración contratante la dirección de Internet donde se ha publicado la información mencionada en el párrafo precedente y autoriza la publicación de dicha dirección en la página Internet de la Administración contratante. La Organización garantiza que la obligación de publicación es aplicada igualmente por los Socios descritos en el Anexo I del presente Acuerdo, en lo que respecta a los contratos y subvenciones concluidos por éstos y que han sido financiados por la Administración contratante.

- contar con productos comunicativos (propios o ajenos) específicos dirigidos a acciones afirmativas para cerrar brechas de género, en correspondencia con la información del diagnóstico de género, promovido por BASAL.
- desarrollar capacitaciones enfocadas en comunicación y género, que le den herramientas a los comunicadores y comunicadoras con vínculos con BASAL así como a los equipos encargados de la implementación de este proyecto género sensible, a nivel nacional y municipal.
- dejar registro comunicativo de cómo el proyecto incorpora el enfoque de género, de manera que sus aprendizajes puedan ser socializados con otras experiencias interesadas.

Tiende puentes (coprotagonistas y oportunidades para capacitación)

Coprotagonistas:

Junto a los equipos de BASAL a nivel municipal y nacional, se involucrarán comunicadoras y comunicadores de los medios locales y de la productora audiovisual Mundo Latino, con una amplia experiencia en la realización audiovisual vinculada a temáticas ambientales. También profesionales de la comunicación del CITMA, del MINAG y el PNUD, que tienen una sostenida relación con la prensa especializada en el tratamiento de los temas agrícolas y ambientales, así como una variada producción comunicativa para públicos diversos.

Se propiciará la participación activa de estudiantes universitarios, sobre todo de las carreras de Comunicación Social (de las Universidades de La Habana, Pinar del Río y Camagüey) y de diseño gráfico del Instituto Superior de Diseño (ISDi). La oportunidad de formularles demandas al estudiantado y profesorado de estas especialidades es una forma de contribuir a su formación profesional mientras realizan ejercicios creativos que tendrán una aplicación práctica.

Capacitación:

El fortalecimiento de capacidades es una tarea permanente para BASAL y también la posibilidad de irradiar conocimientos y habilidades a otras personas clave. Si se desea que la comunicación trascienda el campo profesional, del que se ocupan especialistas en esta materia, para ser un ámbito vital del proyecto, en el que cada vez más hombres y mujeres participen; habrá que profundizar en sus prácticas comunicativas para enriquecerlas.

Un diagnóstico inicial de necesidades formativas establece dos direcciones fundamentales:

- Temáticas clave para el desarrollo del proyecto (efectos del cambio climático, posibilidades de adaptación, seguridad alimentaria, gestión participativa de proyectos, agricultura sostenible, desarrollo local, manejo sostenible de recursos naturales, etc.).
- Concepciones, habilidades y prácticas comunicativas (orientadas a la comunicación grupal y comunitaria, comunicación ambiental, perspectiva de género, metodologías participativas, campañas de comunicación, recursos y lenguajes de la comunicación, entre otros).

Estas propuestas podrán ser enriquecidas a partir de los diagnósticos previstos en el proyecto, las necesidades y potencialidades de las personas implicadas en BASAL, las exigencias de los contextos de actuación y de la coyuntura cubana.

El plan de acción anual deberá contemplar los momentos, vías, recursos y personas implicadas en las capacitaciones, teniendo en cuenta la actualización de

los intereses y urgencias a tratar. Podrán incluir tanto a los equipos BASAL, a autoridades y periodistas, como a representantes de la ciencia y del campesinado.

Aterriza (contextos, oportunidades, limitaciones o frenos y recursos disponibles)

El cambio climático es un hecho. En Cuba sus consecuencias se evidencian en la variabilidad del régimen hídrico, el aumento de la temperatura mínima del aire y del nivel del mar; los riesgos de pérdidas en la agricultura y otros sectores de la economía e incluso, de vidas humanas. Ante tales situaciones cada vez más personas e instituciones se interesan por moderar estos impactos. A favor de estos empeños está la voluntad del estado cubano, expresada en su política ambiental vigente y ratificada en los lineamientos económicos y sociales de la Revolución.

El Programa de Enfrentamiento al Cambio Climático, aprobado por el Parlamento Cubano en diciembre de 2009, describe la estrategia de adaptación. En respuesta a ese programa nacional, el MINAG elaboró su Programa de Enfrentamiento al Cambio Climático para el Sector Agropecuario y Forestal. La actividad agropecuaria está directamente afectada por la variabilidad de los fenómenos climáticos. La agricultura es un sector vital para el presente y el futuro de la isla. Sólo si se tienen en cuenta las vulnerabilidades ante el cambio climático y se ponen en práctica medidas de adaptación, se podrán asumir tales desafíos. La adaptación al cambio climático requiere además, cambios culturales, modificar actitudes personales, familiares, comunitarias y territoriales.

BASAL actúa localmente, en sintonía con las estrategias de desarrollo local de los tres municipios implicados (Los Palacios, Güira de Melena y Jimaguayú), pero sin perder el interés por extender el alcance de sus resultados a otros territorios, e incidir en autoridades locales y de organismos nacionales, para que estos esfuerzos favorables a la adaptación ante las variaciones climáticas, alimenten políticas y planes nacionales.

Precisamente otra oportunidad del actual contexto cubano es el reimpulso a las estrategias de desarrollo local, que colocan al municipio como espacio fundamental del desarrollo sostenible, lo que implica fortalecer el papel de los gobiernos locales y la articulación de actores a ese nivel. Esto requiere jerarquizar los planes generales de ordenamiento territorial y urbano, la implementación de programas de preservación y rehabilitación de recursos naturales, la capacitación en gestión ambiental y aplicación de regulaciones y penalizaciones por violaciones, a favor de la conservación y el uso racional de los recursos naturales.

Se está estimulando el uso de fuentes renovables de energía y la introducción de resultados científicos en diferentes ámbitos que tributen al mejoramiento de las condiciones de vida de la población cubana. Todo lo anterior plantea oportunidades para el fortalecimiento de capacidades, el acceso a la información especializada, la gestión del conocimiento en busca de soluciones apropiadas a las problemáticas locales y la identificación de potencialidades para la autogestión. Varias iniciativas se localizan en diferentes sectores y territorios cubanos, en función de estos objetivos estratégicos para Cuba hoy.

El tema central del que se ocupa este proyecto es altamente sensible, políticamente pertinente, cercano y de interés para los decisores y las decisoras, para el

campesinado, el personal científico y la población en general. Lo que facilita la implementación de esta Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad.

La presencia a nivel local de universidades, centros de investigación, medios de comunicación, politécnicos de agronomía, cooperativas, entre otras instituciones y organizaciones, permite contar de ante mano con una plataforma sobre la que es posible continuar aportando. Pero al mismo tiempo representa un desafío para que las contribuciones que se hagan a través de BASAL concienticen, compartan mensajes claros, positivos, que impulsen y movilicen a actuar de otra manera, reduciendo vulnerabilidades, teniendo en cuenta los aportes de la ciencia y también la experiencia de quienes en el campo, ya aplican buenas prácticas.

Estos cambios nunca son a corto plazo, ni la comunicación por sí sola podrá lograr tan altos propósitos. Se trata de concatenar acciones coherentemente, de "aterrizar" en las realidades locales donde actuará el proyecto y de apuntar a dianas bien precisas para no malgastar tiempo, ideas ni recursos.

Pistas a partir del diagnóstico de comunicación

Una primera aproximación a los contextos territoriales y a los marcos institucionales en los que se mueve BASAL, muestra como **aspectos positivos** para la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad los siguientes:

-El proyecto desde sus inicios define de manera participativa la ruta comunicativa a seguir.

-Cuenta con personas formadas y dedicadas profesionalmente al trabajo comunicativo o con vocación para él.

-En los territorios donde interviene BASAL existen medios locales de comunicación (prensa plana, radio, televisión) que serán claves para los procesos comunicativos del proyecto.

-La realización de diagnósticos territoriales (de recursos, de género, de comunicación, etc.) que permiten contar con un mapa más exacto de los escenarios donde actúa, así como profundizar la caracterización de los públicos y sus intereses y necesidades comunicativas.

-Se han identificado potenciales articulaciones con otras experiencias afines y proyectos que se están implementando en los municipios seleccionados por BASAL.

-Contexto político-administrativo e institucional favorable a la línea estratégica de comunicación que propone BASAL.

-Se dispone de un cúmulo de conocimientos e información útil para los objetivos de BASAL, fruto de las investigaciones científicas desarrolladas en todo el país.

-La población campesina tiene, de manera general, un nivel alto de educación y capacidades comunicativas.

-Quienes aportan el financiamiento reconocen la pertinencia de la comunicación para la gestión del proyecto y han acumulado experiencias al respecto.

-Se intenciona el intercambio de información y el aprender desde la experiencia de otros y otras. BASAL aspira a ser un referente práctico que muestre cómo actuar.

-La población cubana tiene referencias y nivel de información sobre el cambio climático y sus consecuencias para la isla.

-Existen diversos espacios en los medios de comunicación que regularmente abordan las temáticas de interés para el proyecto, fundamentalmente sobre medio ambiente, agricultura y economía.

-La prensa cubana le está dando seguimiento informativo a la implementación de los lineamientos de la política económica y social de la Revolución.

Como limitantes o aspectos negativos:

-No se ha completado la caracterización de los públicos de interés para el proyecto.

-Las personas implicadas en el desarrollo del proyecto pueden sentirse sobrecargadas con las exigencias comunicativas.

-La sobresaturación de información que genera rechazo o imprecisiones.

-Los plazos establecidos no siempre permiten realizar procesos comunicativos participativos, con prealimentación y evaluación.

-Baja percepción de las vulnerabilidades existentes en los territorios, así como de las consecuencias y potencialidades de la acción humana para generar un cambio necesario.

-Poco aprovechamiento de la información disponible a partir de resultados científicos relacionados con el sector agrícola y la temática ambiental.

-En el actual contexto nacional la prioridad por la producción de alimentos y la obtención de resultados económicos, no siempre tiene en cuenta sus costos ambientales.

-Expectativas enfocadas en las oportunidades materiales que suele posibilitar un proyecto con financiamiento de la cooperación internacional.

-Los resultados no se percibirán a corto plazo. Se trata de una apuesta al futuro.

-Se abordarán procesos complejos con terminología muy específica, que no siempre son comprensibles para la mayoría de las personas.

-Hay posibilidades desiguales para implementar la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad en los tres municipios de actuación.

-Existen dificultades en términos generales con el acceso a internet (inexistencia de conectividad o conexiones muy lentas).

-Aunque funcionan en el país varias redes de intercambio de información y conocimientos, no hay precisión con respecto a las vías más efectivas para compartir información con los diferentes actores del proyecto.

Recursos con los que contamos para la comunicación:

Recursos humanos

- Un equipo de especialistas en comunicación (profesionales del audiovisual y profesionales de la comunicación social en algunos de los centros que participan en el proyecto).
- El equipo de la dirección nacional del Resultado 2 (integrado por tres especialistas, con título de Máster y dentro de los centros de investigaciones, diez especialistas –dos con doctorados y cuatro con titulación de Máster).
- Equipos de dirección nacional de los Resultados 1 y 3.
- Equipos municipales por cada uno de los resultados.

Medios tecnológicos y de comunicación propios:

- Para el primer año utilizaremos los equipos existentes en nuestros centros (set de video, computadoras, cámaras fotográficas, impresoras, fotocopadoras, teléfonos fijos y móviles, correo electrónico, etc.)
- En el segundo año del proyecto debe disponerse de nuevos equipos de cómputo (desktop y laptop), impresora, fotocopadora, cámaras de video y de foto.
- Conectividad entre los institutos nacionales y los coordinadores municipales, además entre el CITMA y el MINAG.
- Relaciones de trabajo para la realización audiovisual con Mundo Latino.

Medios tecnológicos y de comunicación ajenos:

- Medios de comunicación a nivel local.
- Revistas de los institutos o centros de investigación.
- Sitio web de la AMA.
- Publicaciones del PNUD (sitio web, Humanum, MDG in LAC, otros).
- Libros y revistas relacionados con estos temas.
- Audiovisuales de interés.
- Boletines (“El Productor” del MINAG y el boletín digital de la Red Agraria de Cambio Climático).
- Espacios televisivos como “De sol a sol” (MINAG).
- Fondos y equipamiento de los Centros de información de institutos de investigación del CITMA y MINAG.
- Prensa especializada en estas temáticas (digital, radial, televisiva e impresa).

Recursos financieros:

Se dispone de un presupuesto definido en el proyecto para cubrir costos comunicativos (366 mil USD en 5 años). Una parte de este monto está destinado a financiar acciones y producciones comunicativas a nivel local y otras de alcance nacional.

Dialoga (resultados comunicativos esperados, ejes temáticos, caracterización de mensajes y medios a emplear)

Resultado comunicativo principal

- Generados procesos de comunicación e intercambio de información y conocimientos que favorezcan la gestión del proyecto BASAL y el cumplimiento de sus objetivos.

Para esto se determinan los siguientes **resultados específicos**:

1-Facilitadas la toma de decisiones, la actuación colectiva y la comunicación a lo interno del proyecto BASAL, a través de flujos informativos y la implementación de prácticas comunicativas acordes con su Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad(*Comunicación interna*).

2-Fortalecidas las capacidades y habilidades de autogestión comunicativa de mujeres y hombres, con vínculos con BASAL, que manifiestan su empoderamiento a través de la participación activa en procesos de adaptación al cambio climático y la promoción de una agricultura más sostenible en Cuba (*Capacitación*).

3-Socializados y aprovechados conocimientos e informaciones sobre la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario, que se enfocan en las consecuencias del cambio climático para Cuba (y los territorios de actuación de BASAL), las medidas género-sensible propuestas para mitigar esos efectos y buenas prácticas que pueden ser replicables(*Difusión*).

4-Sensibilizados y comprometidos con los propósitos del proyecto, actores clave para BASAL, que se apropian de sus sentidos estratégicos, lo que favorece la sostenibilidad de esta propuesta más allá del tiempo comprendido para su implementación (2013-2017) (*Incidencia*).

5-Reconocidas por actores clave las contribuciones de diferentes instituciones y donantes participantes en el proyecto BASAL, a favor de la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario cubano (*Visibilidad*).

- **Ejes temáticos generales**

- 1.-Cambio climático, vulnerabilidades y adaptación (con enfoque de género y atendiendo a problemáticas ambientales locales).

- 2.-Agricultura sostenible (conectada con la calidad de vida).

- 3.-Uso sostenible de los recursos naturales (perspectiva cultural e histórica, asociada a buenas prácticas agrícolas).

4.-Desarrollo sostenible (a nivel local con énfasis en las dimensiones ambiental,económica y socio-cultural).

5.- Equidad de Género (herramientas de planificación y gestión género-sensibles).

Caracterización de los mensajes:

- Los mensajes que comparte BASAL atienden las características y necesidades de los grupos metas o públicos.
- Seleccionan códigos comunes a sus interlocutores y privilegian la sencillez, precisión y claridad en la expresión de las ideas.
- Están contextualizados a las realidades y posibilidades locales. Recrea cultura, tradiciones e historias a nivel territorial.
- Son creativos, amenos y estéticamente adecuados.
- Su enfoque es humanista.
- Son abiertos al debate, interpelan a las personas, les invitan a pensar (se), a desempeñar un rol activo en el proceso de codificación y recepción del mensaje.

Los medios a emplear. Propios y ajenos.

Se tendrá en cuenta la **comunicación interpersonal**: cara a cara en encuentros de trabajo o eventos. Para esto se podrán auxiliar de tarjetas personales, presentación en *powerpoint*, carpeta del proyecto, envío de cartas personalizadas o de productos específicos (folletos, guías, carteles, agendas, etc.). También por medio de soportes tecnológicos como puede ser el uso del teléfono, del correo electrónico (personales o del proyecto) o un chat por internet.

Se aprovechará la **comunicación grupal** sobre todo en el diseño de talleres, espacios formativos o reuniones de trabajo, así como en la socialización de informaciones de interés a una lista electrónica con contactos de determinadas personas que puedan interactuar entre sí.

Para compartir informaciones con los diferentes grupos metas se utilizan una gama de medios impresos, digitales y audiovisuales, siempre que se valore oportunamente el objetivo de esta producción comunicativa, sus interlocutores, su factibilidad temporal y económica, las posibilidades de uso y distribución, entre otros aspectos.

Se puede contar con:

-una carpeta de presentación del proyecto (que se use a lo largo de su implementación para llevar y/o entregar documentos y productos comunicativos en reuniones u otros espacios. Tendrá la información básica del proyecto: objetivos y/o resultados

esperados, líneas estratégicas de acción, quiénes son sus actores fundamentales, los donantes, el alcance geográfico y temporal, slogan y mensajes sustantivos, correo, contacto y web).

-videos, spot televisivos y cuñas radiales (que sean empleados en espacios grupales, comunitarios y difundirlos a través de medios de comunicación locales y nacionales).

-boletín trimestral (impreso y electrónico que dé cuenta de los avances y desafíos del proyecto durante su implementación. Será un insumo para estrechar los vínculos entre los actores clave en los territorios y a nivel nacional).

-pancartas y gigantografías (con mensajes sustantivos que puedan situarse en sitios públicos y que en la medida de lo posible no envejezcan y puedan utilizarse más allá de una acción puntual).

-pegatinas con la identidad visual del proyecto, su slogan o mensajes sustantivos (que puedan situarse por ejemplo en las pc en los Centros de Información e investigación, en los politécnicos y otras instituciones relacionadas con los propósitos del proyecto).

-sitio web de BASAL (para socializar información básica sobre el proyecto y nutrirla sistemáticamente de reportes sobre su implementación. Puede ser una vía de contacto con un público internacional y también fuente de verificación para los donantes).

-libro de memoria Foro-BASAL(estaré disponible en cada momento estratégico para el proyecto, con la invitación abierta a las personas para que dejen en sus páginas comentarios, sugerencias, deseos para BASAL. Estas opiniones pueden citarse en otros productos comunicativos o servir como fuente de verificación en las evaluaciones previstas).

-listas electrónicas(podría contarse con dos listas, una para actores implicados en el proyecto directamente -protagónicos y gestores-, que a través de ella conozcan cómo marcha la implementación del mismo a nivel nacional y local. Otra lista conformada con otros contactos de interés para BASAL, teniendo en cuenta el consentimiento de las personas incluidas. Se podrá aprovechar para circular información sustantiva sobre los ejes temáticos del proyecto o las acciones previstas en este. Debe evitarse la saturación informativa, la replicación de mensajes personales, de cadenas de *spam* o contenidos pesados que sobrecargan la red. Hay que proteger los contactos de las personas incluidas en las listas, establecerse una frecuencia de envío de información, responsabilidades ante la administración de estas listas, la manera en que se alimentarán y si precisan moderación).

-archivo fotográfico con instantáneas de los momentos más importantes del proyecto, que se complementarán con una información básica (lugar, fecha, nombre de la actividad, participantes, autor de la foto). Se guardarán sobre todo aquellas imágenes con más valores estéticos y calidad técnica (por sus dimensiones y resoluciones apropiadas para impresión).

-espacios en medios de comunicación y en publicaciones propias del CITMA, el MINAG y el PNUD (a través de noticias, reportajes a fondo, historias de vida, entrevista a actores clave del proyecto, galería de imágenes, etc.)

-materiales (impresos y audiovisuales) de apoyo a la capacitación de productores y productoras (o para el uso de extensionistas que incluyan información sobre la situación a nivel territorial, la necesidad de la adaptación al cambio climático, las medidas apropiadas, etc.)

-presencia en redes sociales por internet o especializadas en cuestiones climáticas para visibilizar los esfuerzos de BASAL e intercambiar experiencias más allá del territorio cubano).

-participación en eventos (con el diseño previo de un plan de comunicación que integre insumos comunicativos según los propósitos que persigue BASAL al estar en ese evento).

Se identifica (identidad visual y valores)

La **identidad** se conforma por ideas, experiencias, imágenes, prácticas y también por los valores en los que se cree y que sustentan nuestro actuar. BASAL cuenta con un Manual de Identidad Visual, que propone coherentemente un sistema de signos y de medios incluido su identificador, las gráficas y sus aplicaciones hasta los contextos en los que se desarrollan.

La propuesta de identidad visual fue el resultado de una tesis de graduación (año 2012) del Instituto Superior de Diseño (ISDi), y tomó en cuenta los códigos del documento "*Joint Visibility Guidelines*" de la Unión Europea, al ser esta uno de los financiadores de BASAL. Además se compartió y analizó en el Taller creativo (marzo de 2013) para la elaboración de la presente Estrategia, espacio que permitió incorporar consideraciones del equipo gestor de BASAL, en función de facilitar la apropiación cotidiana de la identidad.

Una de las recomendaciones de esta tesis, devenida Manual de Identidad, es que como parte de la producción comunicativa, se garantice la calidad mediante una impresión resistente a las agresiones climatológicas y que a la vez, no atente contra la naturaleza. Se trata de hacer **sostenible** no solo el concepto que se comunica, sino también la forma que se elige para ello.

Como referente para la construcción del imago tipo se usó la síntesis de un grano de arroz en representación del alimento básico de la comida cubana.

Valores

BASAL se identifica con los siguientes valores, que han de expresarse en su práctica y también en el discurso de sus actores clave:

-Eficacia (voluntad de hacer corresponder las metas trazadas con los resultados a obtener, de manera oportuna y viable).

-Eficiencia (expresada en prácticas que optimicen y aprovechen al máximo los recursos disponibles y las potencialidades identificadas).

-Coherencia (capacidad de ajustarse a los propósitos expresados por el proyecto y de lograr unidad entre el decir y el hacer).

-Trabajo en equipo (confianza en la complementariedad, en las potencialidades de la construcción colectiva y de la corresponsabilidad).

-Sostenibilidad (ambiental, económica y social. Se consideran esenciales a los seres humanos en los procesos de adaptación al cambio climático y en la puesta en práctica de una agricultura más sostenible).

-Compromiso (responsabilidad ética con los propósitos y gestión del proyecto, con la defensa de la vida presente y futura. Apego a los valores declarados).

Actúa (caracterización de los públicos, plan de acción y cronograma)

Para esta Estrategia de Comunicación y Visibilidad se ha segmentado al público atendiendo a los actores identificados por el proyecto BASAL de la siguiente manera:

Tipo de públicos o grupos meta	Relación	Actores clave
Gestor Son actores que participan en la estructura de gestión del proyecto. Comparten visiones y propósitos comunes para alcanzar los resultados esperados, en un ambiente de corresponsabilidad y trabajo colectivo.		Decisores y decisoras
Protagonista/ Participante (prioritario) Se trata de aquellas personas, grupos o instituciones que resultan directamente favorecidas por el desarrollo del proyecto. Su implicación es fundamental para el logro del objetivo estratégico de BASAL.		Productores y productoras
De alianzas Instituciones y personas que se vinculan de alguna manera con el proyecto a partir de valores, sentidos y propósitos comunes. Con ellas se establecen relaciones de colaboración mutua, en las que las partes implicadas salen beneficiadas.		Personal técnico y profesional
De incidencia Incluye instituciones y actores clave que no participan en las acciones fundamentales del proyecto, pero que es conveniente que conozcan de sus intenciones y resultados porque pudieran convertirse en públicos de alianza o participante.		

Caracterización de los segmentos del público y su tratamiento comunicativo

Esta es una primera aproximación a los tipos de públicos con los que se trabajará comunicativamente desde el proyecto BASAL. En la medida que se tengan los resultados de los diagnósticos territoriales se podrá precisar más la caracterización de los diferentes segmentos (teniendo en cuenta el nivel educacional, los contextos, el sexo, las edades promedio, las prácticas y posibilidades comunicativas, etc.).

Tipos de públicos/ Actores clave	Relación institucional, sectorial o con el proyecto	Ámbito de actuación (local, nacional, interna-	Necesidad de información y formación sobre temáticas clave	Acceso a fuentes y medios de información	Objetivos comunicativos específicos	Línea de mensajes

		cional)				
Gestor / Decisores y decisoras	Equipo gestor del proyecto: -Comité Directivo Nacional (AMA, MINAG, MINCEX, DONANTES, PNUD) -Oficina de ImplementaciónNaci onal (Director, Planificador, Coordinador MINAG, Coordinadores/as Nacionales de Resultado, PNUD, Asistentes de Administración, Finanzas, Logística) -Consejo Técnico Asesor -Consejo de Coordinadores Institucionales (CITMA y MINAG)	Nacional	-Gestión de proyectos. -Enfoque de género. - Comunicación .	-Correo electrónico -internet - publicaciones especializada s -medios masivos de información (nacionales)	1-Generar consensos e intercambio de información sobre objetivos, alcances, maneras de hacer y resultados de BASAL, a partir de la conciliación de intereses locales y nacionales, anteponiendo metas compartidas. 2-Lograr corresponsabilidad en la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad.	-Orientados a concretar acuerdos, a implicar, a demandar información precisa. -Deben expresar con claridad lo que se desea de la otra persona, dejar explicitados los propósitos del mensaje y agradecer la contribución que se reciba. Compartir los resultados finales. -Ofrecer un trato cercano y respetuoso.
Gestor / Decisores y decisoras	Equipo gestor del proyecto: -Oficina de Implementación Municipal (coordinadores/as de resultados institucionales del MINAG y CITMA) -7 institutos de investigación -Grupos de trabajo territoriales -Juntas de Coordinación territoriales -Coordinadores provinciales y municipales(CITMA y MINAG)	Local	Gestión de proyectos -Enfoque de género - Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -correo electrónico - publicaciones especializada s	1-Generar consensos e intercambio de información sobre objetivos, alcances, maneras de hacer y resultados de BASAL, a partir de la conciliación de intereses locales y nacionales, anteponiendo metas compartidas. 2-Lograr corresponsabilidad en la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad.	-Orientados a concretar acuerdos, a implicar, a demandar información precisa. -Deben expresar con claridad lo que se desea de la otra persona, dejar explicitados los propósitos del mensaje y agradecer la contribución que se reciba. Compartir los resultados finales. -Ofrecer un trato cercano y respetuoso. -Tender puentes entre los diferentes equipos territoriales.
Gestor/ Decisores y decisoras	Donantes/ Unión Europea y Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)	Internacio -nal	Gestión del proyecto BASAL	-Correo electrónico -internet - publicaciones especializada s	1-Mantener el intercambio de información sobre la gestión del proyecto BASAL.	-Transparencia informativa y adecuación a los códigos comunicativos habituales o normados por cada donante. -Precisión, calidad y pertinencia de los mensajes que se compartan. -Mantener un trato cortés y cercano. -Contextualizar los mensajes para facilitar la comprensión de sus contenidos. -Identificar quiénes serán los interlocutores que

						mantendrán ese intercambio a nombre del proyecto.
Protagonista o participante/ productores y productoras	-Campesinas -Campesinos (ANAP) -Cooperativas (ANAP) -Entidades productivas estatales (MINAG)	Local	-Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Equidad de Género.	-medios masivos de información (nacionales y locales) - comunicación popular -teléfono	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL. (1ra etapa) 2-Argumentar los beneficios directos que obtendrán si se adaptan al cambio climático. 3-Identificar y promover buenas prácticas agrícolas que favorezcan la adaptación al cambio climático. 4-Facilitar el acceso a información útil vinculada a los ejes temáticos de Basal, a partir de necesidades específicas.	-Aprovechar los códigos culturales, las tradiciones y la historia locales. -Mensajes breves, ilustrativos, que apelen a imágenes mentales y visuales (fotos, caricaturas, ilustraciones). -Partir de las propias experiencias y maneras de decir del campesinado. -Priorizar sus voces. -Apelar a su sentido familiar y comunitario. -Persuadirles para que comprendan que la propuesta de Basal será beneficiosa para ellos y ellas y que su implicación es fundamental, por eso son el grupo meta prioritario. -Priorizar mensajes positivos, que muestren que sí es posible adaptarse y tener dividendos económicos favorables. -Mensajes que interpelen, que muevan a la acción.
Protagonista o participante/ personal técnico y profesional	-Científicos -Científicas (CITMA) -Institutos y Centros de Investigación (CITMA, MINAG)	Local y nacional	-Equidad de Género. - Comunicación -Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales.	-medios masivos de información (nacionales y locales) -correo electrónico - publicaciones especializadas	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal. (1ra etapa) 2-Mostrar las posibilidades que le ofrece este proyecto para difundir y aplicar resultados de investigaciones, que tributen a la agricultura sostenible. 3-Fortalecer sus capacidades comunicativas para el intercambio de informaciones y conocimientos con el campesinado y otros grupos meta.	-Cercanos, que les inviten a ser parte activa de Basal y beneficiarse de su lógica, aportando sus conocimientos y también recibiendo saberes a partir de la experiencia del campesinado (las buenas prácticas). -Comprometerles con la identificación y promoción de las buenas prácticas. -Acercarles a las necesidades y características de los contextos, a las problemáticas de las poblaciones locales y a sus costumbres, maneras de hacer y decir.
Protagonista o participante/ personal técnico y profesional	Extensionistas (MINAG)	Local	-Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Equidad de Género - Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono - comunicación popular	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal. (1ra etapa) 2-Mostrar las posibilidades que le ofrece este proyecto para difundir y aplicar resultados de investigaciones, que	-Cercanos, que les inviten a ser parte activa de Basal y beneficiarse de su lógica, aportando sus conocimientos y también recibiendo saberes a partir de la experiencia del campesinado (las buenas prácticas). -Comprometerles con la

					tributen a la agricultura sostenible. 3-Fortalecer sus capacidades comunicativas para el intercambio de informaciones y conocimientos con el campesinado y otros grupos meta.	identificación y promoción de las buenas prácticas. -Acercarles a las necesidades y características los contextos, a las problemáticas de las poblaciones locales y a sus costumbres, maneras de hacer y decir.
Protagonista o participante/ Decisores y decisoras	Gobiernos (provincial/municipal)	Local	-Desarrollo local sostenible -Equidad de Género -Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -impresos (documentación, carteles, etc.)	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal para el desarrollo local. (1ra etapa) 2-Argumentar la necesidad de atender las vulnerabilidades del sector agropecuario ante el cambio climático a nivel local. 3-Ofrecer informaciones sobre las alternativas viables para la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario. 4-Sensibilizar para que se apliquen las herramientas propuestas por Basal.	-Mensajes respetuosos, breves, con carácter informativo y formativo. -Garantizar la transparencia informativa. -Incluir demandas precisas cuando se les solicita algún tipo de apoyo o se les convoca a alguna acción del proyecto. -Valorar los aportes que pueden hacer al proceso propuesto por Basal (son actores prioritarios). -Enfocar los mensajes hacia las ganancias para el ámbito local y la gestión del desarrollo a ese nivel. -Tener en cuenta que se trata de actores que disponen de poco tiempo por el cúmulo de responsabilidades que asumen. -Enfatizar las posibilidades de complementar a través de las propuestas de Basal varios Lineamientos de la política del Partido y la Revolución (ambientales, económicos y científicos). -Ser propositivos, mostrar que es posible adaptarse y que hacerlo es favorable para la producción de alimentos (y una agricultura más sostenible), tema muy sensible en el actual contexto cubano. -Mensajes precisos que les compartan información sustantiva y confiable, que evidencie las relaciones entre adaptación y planificación, y la utilidad de las herramientas aportadas por BASAL para el desarrollo local.
Protagonista o participante	-AMA (CITMA)	Local y nacional	-Equidad de Género -	-medios masivos de información	1-Facilitar el acceso a información útil vinculada a los ejes temáticos de	-Mensajes precisos, útiles para la toma de decisiones. -Niveles de información

te/ Decisores y decisoras			Comunicación - Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales	(nacionales y local) -Correo electrónico - publicaciones especializada s -internet -impresos (carteles, folletos, etc.)	BASAL y su implementación, a partir de necesidades específicas de este grupo meta. 2- Garantizar que puedan participar en la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad de BASAL. 3-Comprometerles con los propósitos del proyecto más allá del tiempo de su implementación.	actualizada sobre BASAL, su implementación y resultados. -Mensajes motivadores, que les movilicen y convoquen a ser parte activa del proyecto. -Destacar la utilidad de sus contribuciones al proyecto y mostrar los aportes que hace BASAL a los sentidos fundamentales de estas instituciones (su objeto social).
Protagonista o participante/ Decisores y decisoras	MINAG (Dirección de Ciencia y Técnica)	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales	-medios masivos de información (nacionales y locales) -correo electrónico - publicaciones especializada s -internet	1-Facilitar el acceso a información útil vinculada a los ejes temáticos de Basal y su implementación, a partir de necesidades específicas de este grupo meta. 2- Garantizar que puedan participar en la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad de BASAL. 3-Comprometerles con los propósitos del proyecto más allá del tiempo de su implementación.	-Mensajes precisos, útiles para la toma de decisiones. -Niveles de información actualizada sobre BASAL, su implementación y resultados. -Mensajes motivadores, que les movilicen y convoquen a ser parte activa del proyecto. -Destacar la utilidad de sus contribuciones al proyecto y mostrar los aportes que hace Basal a los sentidos fundamentales de estas instituciones (su objeto social).
De alianzas/ Decisores y decisoras y personal técnico	Sociedad civil: -ANAP -ACTAF -ACPA	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático - Agricultura sostenible -Equidad de Género	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa). 2-Facilitar de manera sistemática el acceso a información útil vinculada a los ejes temáticos de BASAL y su implementación, a partir de necesidades específicas de este grupo meta. 3-Favorecer la colaboración y complementariedad, aprovechando la presencia en territorios	-Mensajes que identifiquen oportunidades de colaboración y complementariedad mutua. -Enfatizar que BASAL reconoce los acumulados y las experiencias valiosas de otras organizaciones en el sector agropecuario y desea conocerlas, porque las asume como una oportunidad. -Invitarles a socializar sus resultados, a participar de las capacitaciones que se convoquen u otros espacios.

					comunes y el vínculo con el campesinado y el personal técnico-profesional del CITMA y el MINAG.	
De alianzas/ Decisores y decisoras	Sociedad civil: FMC	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático - Agricultura sostenible -Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales. - Comunicación con enfoque de género.	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -impresos (carteles, folleto etc.)	1-Compartir información sobre los propósitos de BASAL y la oportunidad que ofrece para atender las necesidades específicas de las mujeres y facilitar su participación activa en los procesos de adaptación al cambio climático en el sector agropecuario. 2-Favorecer la colaboración y complementariedad, aprovechando la presencia en territorios comunes y el interés de BASAL por el enfoque de género.	-Mensajes que identifiquen la sensibilidad de BASAL hacia la realidad y potencialidades de las mujeres. -Convocarlas a ser parte de BASAL, a compartir información útil al proyecto, colaborar con él e implicarse activamente en su implementación. -Apelar al sentido familiar, comunitario, a la "cultura del cuidado" que por lo general asumen las mujeres y desde ahí relacionar las contribuciones que hace BASAL al presente y al futuro: seguridad alimentaria, calidad de vida, mitigación de vulnerabilidades, uso racional de los recursos. -Aprovechar sus conocimientos, la tradición oral que permite recuperar prácticas útiles menos agresivas al entorno. -Las mujeres son esenciales en la educación y conducción familiar y en la trasmisión de buenos modales, aprender prácticas responsables en el sector agropecuario será una señal de buena educación para nuestro campesinado. Ellas son fundamentales en la promoción y aplicación de esas medidas.
De alianzas/ Decisores y decisoras. Personal técnico y profesional	Organismos de la Administración Central del Estado: -Ministerio de Educación (enseñanza técnico-profesional: Politécnicos Agropecuarios) -Ministerio de Informática (MIC) Ministerio de Educación Superior (Centros de investigación,	Local y nacional	-Equidad de Género -Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible. -Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales. -Desarrollo local sostenible.	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -intranet -correo electrónico -medios audiovisuales -tradiciones culturales (humor, teatro, etc.)	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa). 2-Compartir información actualizada y diversificada, con decisores y decisoras de estas instituciones, de modo que se sensibilicen	-Dentro de estos Ministerios se particularizan las universidades y politécnicos que forman al futuro personal técnico y profesional del sector agropecuario, pero también de la comunicación. Con ellos quiere Basal compartir mensajes clave sobre la importancia de adaptarnos al cambio climático. -La comunicación social, el

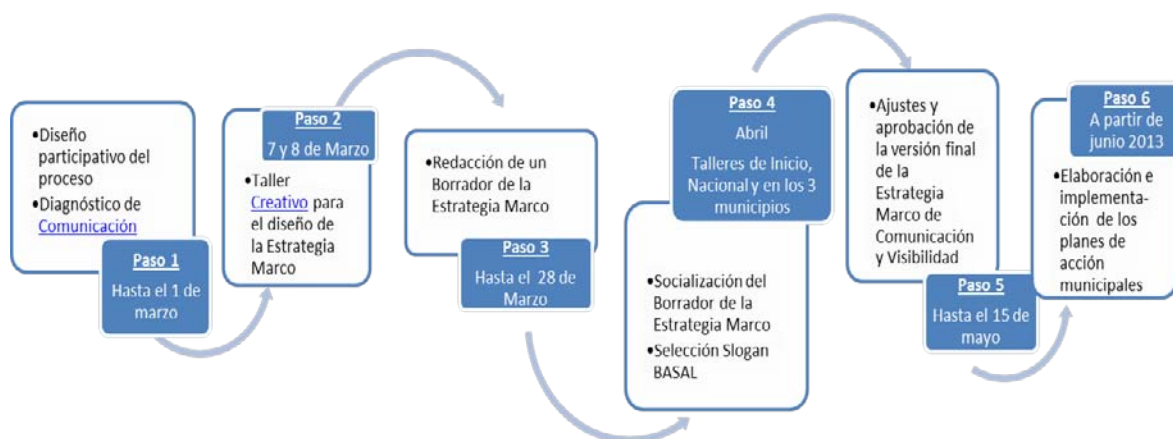
	Universidades) -Ministerio de Cultura (Casas de Cultura, Instituto Superior de Arte con su Facultad de Medios Audiovisuales).		- Comunicación	-impresos (carteles, folletos, etc.)	con los propósitos del proyecto y su utilidad para la formación de las nuevas generaciones y de la población en general. 3-Posibilitar que las propuestas de Basal se conozcan y sean valoradas por sectores determinados de la juventud cubana.	arte, la educación y la cultura, son vías efectivas para compartir sentidos y movilizar a los seres humanos, desde ese entendido quiere comunicarse con este grupo meta, Basal.
De alianzas/ Decisores y decisoras. Personal técnico	Organismos de la Administración Central del Estado: -Ministerio de Economía y Planificación (Instituto de Planificación Física) -Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos. -EMNDC. -Oficina Nacional de Estadísticas (ONEI)	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Uso tradicional y sostenible de los recursos naturales.	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico. -impresos (carteles, folletos, etc.)	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa). 2-Compartir información actualizada y diversificada, con decisores y decisoras de estas instituciones, de modo que se sensibilicen con los propósitos del proyecto y favorezcan la complementariedad que permite BASAL.	Con ellos quiere Basal compartir mensajes clave sobre la importancia de adaptarnos al cambio climático y hacerlos comprender que son actores fundamentales para ello, por sus respectivos roles a nivel local y nacional.
De alianzas/ Decisores y decisoras. Personal técnico y profesional	-CITMA (Dirección de Comunicación) -MINAG (Agencia de Información y Comunicación para la Agricultura, AGRINFOR) -Productora Mundo Latino	Nacional	-Desarrollo local sostenible -Equidad de Género -Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -internet -audiovisual	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa). 2-Lograr corresponsabilidad en la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad.	Para BASAL la comunicación es una dimensión que atraviesa su planeación e implementación. Este grupo meta con su experiencia y voluntad de colaborar ayudará a la producción comunicativa de BASAL, sus relaciones con la prensa, la capacitación, en síntesis a la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad. Son parte activa de la familia del proyecto.
De alianzas/ Decisores y decisoras. Personal técnico y profesional (periodistas, realizadores)	ICRT (Radio y TV) Otros medios de difusión (periódicos y revistas especializadas, Agencias de Noticias, prensa digital)	Internacional local y nacional	-Desarrollo local sostenible -Equidad de Género -Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Desarrollo local sostenible -Equidad de Género	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -internet -audiovisual	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal y la oportunidad que representa para Cuba. 2-Facilitar el acceso a información relevante a las agendas de los medios de difusión masiva sobre temas centrales para BASAL (cambio climático, agricultura sostenible, medidas de adaptación, género sensible, etc.). 3-Lograr presencia de temas de interés para	Este grupo meta permitirá llegar a otros segmentos de la población a través de los medios masivos, de ahí la importancia de que consideren a BASAL y su equipo como aliados para abordar cualquiera de las temáticas básicas para el proyecto. Se les ha de compartir el acceso a fuentes confiables, con posibilidades de intercambiar diáfanoamente. Debe predominar la idea de

					BASAL en estos medios.	colaboración. Basal puede facilitar insumos comunicativos, imágenes, testimonios de actores clave, invitaciones a actividades del proyecto, oportunidades de capacitación, etc.
De alianzas/ Personal técnico y profesional	Otros proyectos afines a los propósitos de BASAL que actúan en los mismos territorios	Local y nacional	-Desarrollo local sostenible -Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Equidad de Género -Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa).	-Mensajes que identifiquen oportunidades de colaboración y complementariedad mutua. -Enfatizar que Basal reconoce los acumulados y las experiencias valiosas de otras organizaciones en el sector agropecuario y desea conocerlas, porque las asume como una oportunidad. -Invitarles a socializar sus resultados, a participar de las capacitaciones que se convoquen u otros espacios.
De incidencia / Decisores y decisoras	-MINAG (Viceministerio de Cultivos Varios, Ganadería, otras direcciones del MINAG que se identifiquen). -CITMA	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático -Agricultura sostenible -Desarrollo local sostenible -Equidad de Género	-medios masivos de información (nacionales y locales) -correo electrónico. -documentación Impresa.	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL, así como la oportunidad que sus resultados representan para el sector agropecuario cubano. 2-Despertar el interés de estos actores por la propuesta de BASAL.	-Mensajes respetuosos, breves, con carácter informativo y formativo. -Enfocar los mensajes hacia las ganancias para los sectores de la ciencia, el medio ambiente y la agricultura. -Tener en cuenta que se trata de actores que disponen de poco tiempo por el cúmulo de responsabilidades que asumen. -Enfatizar las posibilidades de complementar a través de las propuestas de BASAL varios Lineamientos de la política del Partido y la Revolución (ambientales, económicos y científicos).
De incidencia / Decisores y decisoras. Productores y productoras	-Entidades productivas Estatales (MINAG) Extensionistas (MINAG) - Cooperativas agropecuarias (ANAP) (todos de otros territorios donde no actúa todavía BASAL)	Local	-Adaptación al cambio climático - Agricultura sostenible -Equidad de Género	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -impresos (carteles, documentos, folletos breves)	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto Basal, así como la oportunidad que sus resultados representan para los sectores agropecuario, de la ciencia y el medio ambiente cubanos. 2-Despertar el interés de estos actores por la propuesta de BASAL.	Compartirles la posibilidad de beneficiarse de la lógica propuesta por BASAL, aportando sus conocimientos y también recibiendo saberes a partir de la experiencia del campesinado de los territorios donde actúa el proyecto (las buenas prácticas).
De	Investigadores e	Local	-Adaptación	-medios	1-Dar a conocer los	Compartirles la posibilidad

incidencia / Personal técnico y profesional	investigadoras, personal académico de otros territorios donde no actúa todavía BASAL		al cambio climático - Agricultura sostenible -Equidad de Género -Desarrollo sostenible	masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -internet - publicaciones especializadas	propósitos y pertinencia del proyecto BASAL, así como la oportunidad que sus resultados representan para los sectores agropecuario, de la ciencia y el medio ambiente cubanos. 2-Despertar el interés de estos actores por la propuesta de BASAL.	de beneficiarse de la lógica seguida por BASAL, aportando sus conocimientos y también recibiendo saberes a partir de la experiencia del campesinado (las buenas prácticas).
De incidencia / Personal técnico y profesional, (especializado en comunicación)	Profesionales de la comunicación social: -Asociación de comunicadores sociales (ACCS) -Unión de Periodistas de Cuba (UPEC) -Organización Nacional de Diseño (ONDi)	Local y nacional	-Adaptación al cambio climático - Agricultura sostenible -Equidad de Género -Desarrollo sostenible - Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -internet - publicaciones especializadas	1-Dar a conocer los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa). 2-Despertar el interés de estos actores por la propuesta de BASAL.	Este grupo meta representa al sector profesional de la comunicación. De ahí que sea importante presentarle a BASAL y su equipo como aliados para abordar cualquiera de las temáticas básicas para el proyecto.
De incidencia / Decisores y decisoras. Personal técnico y profesional	Otros proyectos con propósitos similares que actúan en municipios donde podrían aplicarse las propuestas de BASAL	Local y nacional	-Desarrollo local sostenible -Equidad de Género -Adaptación al cambio climático - Agricultura sostenible - Comunicación	-medios masivos de información (nacionales y locales) -teléfono -correo electrónico -impresos.	1-Difundir los propósitos y pertinencia del proyecto BASAL y la oportunidad que representa para la articulación y la colaboración mutua (1ra etapa).	-Enfatizar que BASAL reconoce los acumulados y las experiencias valiosas de otros proyectos en el sector agropecuario y desea conocerlas, porque las asume como una oportunidad. -Invitarles a acercarse para que conozcan de BASAL y sus resultados.

Plan de acción y cronograma

La elaboración de esta Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad de BASAL ha seguido el camino que se muestra en el siguiente esquema:



Para la conformación de esta Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad, se realizaron varias acciones, con la participación de parte del equipo gestor nacional y local de BASAL. También se contó con una asesoría externa. Estos momentos tuvieron énfasis participativo y formativo. A continuación relacionamos algunos de ellos:

- Reunión inicial con el Equipo Gestor de BASAL y la especialista en Comunicación.
- Encuentro para aprobar una ruta de construcción de esta Estrategia.
- Diagnóstico inicial a partir de instrumentos como entrevistas, observación y análisis de contenido.
- Taller creativo con actores vinculados al proyecto que permitió contar con insumos básicos para la elaboración de la Estrategia.
- Redacción de un borrador de la Estrategia de Comunicación y Visibilidad.
- Elaboración de un Plan de comunicación para el Taller de inicio.
- Votación electrónica para seleccionar el slogan.
- Presentación en el Taller de inicio de BASAL de una síntesis de la Estrategia en construcción. Segunda votación (y final) para seleccionar el slogan.
- Socialización y aprobación de la Estrategia Marco entre actores claves.
- Presentación de las propuestas para el trabajo comunicativo en los Talleres de inicio a nivel municipal y conformación de los equipos que se ocuparán de este ámbito.
- Encuentro con los equipos municipales que trabajarán directamente la comunicación para ajustar el diagnóstico a nivel local y la elaboración de sus respectivos planes municipales de comunicación. Esbozo del boletín de BASAL.
- Integración de los planes de acción municipales.
- Implementación, seguimiento y monitoreo.

La propuesta de acciones indicativas para lograr la elaboración de los Planes de Comunicación y Visibilidad de cada municipio durante 2013 y para la propia implementación de esta Estrategia entre el 2013 y el 2017 se adjunta al presente documento (Anexo 1).

Deja huellas (del monitoreo y la evaluación)

El **monitoreo y seguimiento** del trabajo comunicación permitirá hacer reflexiones sobre la práctica para conocerla profundamente, criticarla, atender las nuevas demandas y exigencias del contexto y poder decidir sobre los rumbos de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad. Esto supone la comparación del desarrollo y resultados de lo propuesto a partir de indicadores construidos por los actores de BASAL. Se convierte por tanto, en un instrumento para la gestión sistemática del proyecto y en un apoyo a su equipo gestor, que puede mejorar el desempeño del proyecto.

Al mismo tiempo se convierte en un proceso comunicativo, que contribuye a la apropiación de los sentidos y propósitos de la Estrategia seguida, por parte de las personas implicadas en el monitoreo. De esa mirada sistemática surgirán recomendaciones para incorporar a la nueva práctica, enriquecerla y transformarla.

¿Qué nos interesa monitorear?

- Las actividades y procesos comunicativos incluidos en los respectivos planes de acción nacional y locales.
- Los procesos formativos vinculados a la comunicación.
- Los resultados y el alcance de los productos comunicativos promovidos por BASAL.
- La incorporación de la dimensión comunicativa en otros momentos diseñados desde los resultados 1 y 3.
- La gestión de información promovida desde el resultado 2.
- La efectividad de los flujos de información del equipo gestor.
- Los niveles de participación del público prioritario y otros actores clave en los procesos comunicativos.
- La presencia de los valores y mensajes sustantivos para BASAL en medios de difusión masivos locales y nacionales.
- La apropiación de la identidad de BASAL por parte de públicos determinados.
- La visibilidad de los logotipos de las instituciones y donantes implicados en BASAL.

De este seguimiento está encargado el equipo directamente responsabilizado del Resultado 2 y establecerá cómo lo realizarán (frecuencia, momentos, actores, logística necesaria, maneras de socializar los resultados e incorporar sugerencias a la práctica). Podrán contar con el apoyo de estudiantes de Comunicación Social en sus períodos de práctica preprofesionales u otros ejercicios docentes, previa coordinación con el personal docente correspondiente.

Evaluación

BASAL incluye dos momentos para la evaluación de su Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad: una intermedia (2015) y una final (2017).

Nos interesa considerar tanto el proceso de implementación como sus resultados. La evaluación parcial permitirá dejar recomendaciones (atendiendo a logros y dificultades hasta esa fecha, prácticas a modificar o potenciar y el análisis de frenos y oportunidades de los contextos internacional, nacional y locales) que serán tenidas en

cuenta en la actualización de la Estrategia, donde se incluirá acciones para el período 2015 y 2017. Para esto se contratará a un consultor o una consultora.

Algunos de los propósitos de estas evaluaciones podrían ser:

- Definir en qué medida se han alcanzado los resultados propuestos en la Estrategia y los objetivos comunicativos sugeridos para cada tipo de público.
- Constatar la pertinencia o no de la planeación de la comunicación como parte de la gestión integral del proyecto.
- Valorar la capacidad de respuestas efectivas en materia de comunicación ante las demandas del contexto y de los públicos (imprevistos).
- Analizar la inclusión de la perspectiva de género en la producción comunicativa y/o en acciones puntuales de comunicación.
- Identificar cómo las personas implicadas vivencian los procesos comunicativos y cómo se concibió su participación en ellos (relación entre lo planificado y lo resultante).
- Conocer el impacto que determinados productos o acciones comunicativas logran sobre públicos específicos.
- Evaluar cuál ha sido la contribución de la comunicación al desarrollo del proyecto BASAL.
- Indicar sugerencias que ayuden al monitoreo, seguimiento y evaluaciones venideras (indicadores, metodología, frecuencia, participación de actores, etc.).

Como **características** del proceso de evaluación aspiramos a que sea:

- participativo (tanto en su diseño, sus etapas, la socialización de sus resultados, incorporar sugerencias a la nueva práctica)
- colectivo (interviene el equipo gestor o una parte de este, con la facilitación del consultor/a)
- educativo (favorece el aprendizaje sobre los errores y aciertos, es un momento de crecimiento para el equipo)
- comunicativo (que explote las posibilidades de diferentes medios, recursos comunicativos y también que se cuente creativamente)
- contextualizada (que atienda las características y posibilidades de los contextos en que actúa el proyecto).

Fuentes para la evaluación:

Informes anuales, producción comunicativa propia, archivo fotográfico, presencia en otros medios de comunicación e información, referencias directas de actores clave (a través del libro de memoria Foro- BASAL, entrevistas, encuestas, grupo focal, taller, sondeo de opinión, etc.).

Indicadores

La elaboración de los indicadores para monitorear y evaluar el trabajo comunicativo ha de partir de la mirada colectiva de actores del proyecto BASAL. La propuesta se podrá

complementar y ampliar como resultado de los diagnósticos territoriales y también de la propia experiencia que se tenga durante la implementación de esta Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad.

Algunas preguntas pueden guiar la definición de los indicadores:

- ¿Quién(es)? (considerar a mujeres y hombres, atendiendo a la segmentación de públicos)
- ¿Hasta cuándo? (alcance temporal)
- ¿Dónde? (alcance territorial)
- ¿Qué? (es lo logrado)
- ¿Con qué calidad? (pueden considerarse elementos subjetivos y objetivos).

Por ejemplo:

- Al menos del 50 % de las acciones del proyecto a nivel municipal y nacional han sido registradas y archivadas en el **banco organizado de imágenes**, que recoge las diferentes etapas y actividades promovidas por BASAL desde sus inicios y a diferentes niveles (nacional y territoriales).
- Todas las **producciones audiovisuales** propias de BASAL se presentan y debaten en los tres municipios y ante actores clave nacionalmente (cantidad de proyecciones y asistentes).
- Se dispone de un **archivo audiovisual** con 20 productos comunicativos que se utilizan para sensibilizar en torno a la adaptación ante el cambio climático en el sector agropecuario.
- La **identidad visual** deBASAL, junto a los logotipos de las instituciones y donantes implicados en el proyecto, se aplica en los documentos y otros productos comunicativos generados por su equipo gestor. En los municipios el público protagonista ha empleado recursos locales para socializar la información del proyecto y su identidad.
- El 70 % de las **opiniones sobre el proyecto** recogidas en el libro Foro BASAL son favorables.
- El sitio web de BASAL en un año recibió **mil visitas** (más del 50% de América Latina).
- Se mantiene una comunicación sistemática con periodistas de al menos seis medios de comunicación nacional, cuatro medios locales y dos, internacionales, interesados en BASAL y las temáticas que le son afines. Como resultado han publicado ocho **reportes de prensa** sobre el proyecto (alcance local, nacional e internacional).
- **Capacitadas 75 personas** entre los tres municipios en temas de comunicación, que aprovechan esos saberes para la promoción de las medidas género-sensible favor de la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario.
- Presencia en al menos dos **eventos nacionales e internacionales** al año que den visibilidad al proyecto.

- **Productos comunicativos propios** (impresos y audiovisuales) expresan adecuadamente la perspectiva de género. (referida a balance entre voces de hombres y mujeres, uso de fotografías que no privilegian a uno sobre otra y del lenguaje inclusivo, etc.).
- Los Centros de Información a nivel local han incrementado el número de usuarios y usuarias (de 300 mensual a 456 en el primer año del proyecto).
- Las **listas de distribución** de información de BASAL suman **760 contactos** en su primer año, entre el personal técnico y profesional vinculado al proyecto, como de otros actores, interesados en estos contenidos. En 50 envíos ofreció informaciones actualizadas sobre la implementación del proyecto.

Define (términos de uso frecuente)

Información sobre las instituciones y donantes participantes en BASAL:

Instituciones nacionales:

Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA)	CITMA es el órgano rector de la política ambiental cubana y coordina el Programa Nacional de Enfrentamiento al Cambio Climático y su implementación sectorial, a través de la Agencia de Medio Ambiente
Agencia de Medio Ambiente (AMA)	La Agencia de Medio Ambiente es una Organización Superior de Dirección del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, fundada el 6 de marzo de 1995. Aporta conocimientos científicos y técnicos, y ofrece servicios especializados para el ordenamiento y manejo de los recursos naturales, la conservación y rehabilitación de ecosistemas, la prevención y evaluación de desastres naturales, y la adaptación al cambio climático en función de lograr un desarrollo económico y social sustentable, y fomentar una cultura ambiental en la población. Tiene subordinadas a las siguientes instituciones: Instituto de Meteorología, Instituto de Oceanología, Instituto de Ecología y Sistemática, Instituto de Geografía Tropical, Instituto de Geofísica y Astronomía, Acuario Nacional de Cuba y Museo Nacional de Historia Natural.
Ministerio de la Agricultura (MINAG)	El Ministerio de la Agricultura (MINAG) es el órgano rector de la política agropecuaria cubana y ha elaborado su Programa de Enfrentamiento al Cambio Climático para el Sector Agropecuario y Forestal, el cual define la estrategia del sector para la evaluación y el enfrentamiento a los principales impactos del cambio climático. Por el MINAG participa como responsable de la coordinación general la Dirección de Ciencia e Innovación Tecnológica. También participan en el proyecto las Direcciones de Cultivos Varios y Ganadería y el Grupo Empresarial Agroindustrial de Granos, la Dirección de Capital Humano, la de Informática y la de Atención a la Base Productiva y las Asociaciones agropecuarias (ANAP, ACTAF, ACPA). Participan como ejecutores técnicos a nivel nacional el Instituto de Investigaciones de Ingeniería Agrícola (IAgric) y el Instituto de Suelos (IS). Asimismo, un rol importante jugará la Red Agraria de Cambio Climático (RACC). Como ejecutores técnicos a nivel territorial participan la Unidad de Ciencia y Técnica "Vavilov" del Instituto de Investigaciones Fundamentales de Agricultura Tropical (INIFAT) en Güira de Melena y la Estación experimental de Pastos y Forrajes (EPPF) del Instituto de

	Investigaciones en Pastos y Forrajes (IIPF) en Jimaguayú. Entidades productivas y productores individuales de los municipios de Los Palacios, Güira de Melena y Jimaguayú serán beneficiados por el proyecto con información, capacitación, insumos y equipamiento agropecuario.
--	--

Agencias implementadoras:

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)	<p>El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) trabaja desde hace décadas al nivel mundial y en Cuba con el objetivo de fortalecer las capacidades nacionales y locales que permiten avanzar en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), entre ellos el de incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales e invertir la pérdida de recursos del medio ambiente.</p> <p>En Cuba, el Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo 2008-2012 (MANUD), incluye el Medio Ambiente y Energía, la Seguridad Alimentaria y el Desarrollo Humano Local como tres de las cinco prioridades en apoyo a las estrategias nacionales presentadas por el Gobierno de Cuba, que están en línea con los ODM y con otros compromisos asumidos por el país, en el marco de las cumbres y conferencias de las Naciones Unidas. Además, el Programa de País del PNUD 2008-2012 tiene definida la mejora de la protección del medio ambiente y el uso racional de los recursos naturales para lograr un desarrollo económico y social sostenible como una de las cuatro áreas prioritarias identificadas para la cooperación con Cuba. Actualmente un nuevo Programa de Cooperación para el período 2014- 2018 se encuentra en proceso de aprobación.</p> <p>Desde hace 20 años, el PNUD trabaja desde una carpeta ambiental desarrollando un importante trabajo en el fortalecimiento de capacidades nacionales para la gestión ambiental y el cumplimiento de los compromisos de Cuba en los acuerdos multilaterales ambientales. Asimismo, se han llevado a cabo exitosas acciones demostrativas en el terreno, facilitando así la transferencia de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p>
JointResearch Center (JRC)	<p>La misión del JRC (Centro Común de Investigación), como servicio científico interno de la Unión Europea (UE), es la de proporcionar apoyo científico y técnico independiente y basado en evidencia a las políticas de la UE, a lo largo de todo su ciclo. Trabajando en estrecha colaboración con las Direcciones Generales responsables de las políticas de la UE, el JRC aborda retos sociales clave al mismo tiempo que estimula la innovación, a través del desarrollo de nuevos métodos, herramientas y estándares, y comparte su conocimiento con los Estados Miembros de la UE, la comunidad científica y socios internacionales.</p>

Donantes:

Unión Europea (UE)	<p>La Unión Europea (UE) es una asociación económica y política singular de 27 países europeos que abarcan juntos gran parte del continente. La UE junto con sus Estados Miembros constituyen el mayor donante a escala mundial, destinando aproximadamente 53 000 millones de Euros anuales para ayudar a los países de menor renta, esto es más del 50% de la ayuda oficial total. Los objetivos principales de la política de desarrollo de la UE son: erradicar la pobreza de forma sostenible y promover la democracia,</p>
---------------------------	--

	<p>la paz y la seguridad.</p> <p>La UE y Cuba convergen en su interés por preservar y contribuir al fortalecimiento de sus relaciones y lazos de cooperación, que también debe considerarse en el contexto más amplio de los lazos históricos entre la UE y la región de América Latina y del Caribe. En mayo del 2010, la UE adoptó el primer Documento de Estrategia País y Programa Indicativo Nacional para la cooperación europea con Cuba para el periodo 2011-2013. El documento, elaborado en estrecha colaboración con las autoridades cubanas, prioriza tres sectores estratégicos de intervención para la cooperación con Cuba durante ese período para un total de 20 millones de euros, concretamente: (i) Seguridad alimentaria, (ii) Medio ambiente y adaptación al cambio climático, y (iii) Intercambio de experiencia y conocimientos, capacitación y estudios. El proyecto BASAL es la traducción práctica del segundo sector estratégico que la UE financia con 7 millones de Euros.</p>
<p>Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)</p>	<p>La Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE) ha acompañado a la sociedad cubana durante la última década en un proceso de desarrollo pacífico y participativo, que respeta la equidad de género. El programa de COSUDE se ha destacado por el apoyo a la formación y fortalecimiento de las capacidades locales propias de la gestión y el desarrollo, con el fin de encontrar soluciones para el mejoramiento de las condiciones de vida de la población cubana. En los 10 años de presencia en Cuba, se han sistematizado proyectos e iniciativas locales para el fomento de la investigación, intercambio de experiencias, acceso a la información y a nuevas tecnologías. La innovación agropecuaria, producción de viviendas con materiales locales, seguridad alimentaria y generación de energía con fuentes alternativas, también han formado parte de la agenda de la Cooperación Suiza en Cuba. De acuerdo con la política de COSUDE y con objetivos nacionales, desde 2006 se ha implementado la estrategia de transversalización del enfoque de género en todo el programa para identificar y contribuir a la eliminación de las brechas entre mujeres y hombres, que aún persisten en la sociedad cubana.</p>

Definiciones y mensajes sustantivos para BASAL

Acá compartimos algunos términos de uso frecuente en la implementación del proyecto y también en la elaboración de sus mensajes clave:

-Cambio climático: se trata de un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables (*Definición de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático*).

-Adaptación al cambio climático: se refiere a los ajustes en sistemas humanos o naturales como respuesta a estímulos climáticos proyectados o reales, o a sus efectos, que pueden moderar el daño o aprovechar sus aspectos beneficiosos (*Definición del Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático -IPCC, por sus siglas en inglés*).

-Capacidad de adaptación: es la capacidad de un sistema para ajustarse al cambio climático a fin de moderar los daños potenciales, aprovechar las consecuencias positivas, o soportar las consecuencias negativas (*Definición del Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático -IPCC, por sus siglas en inglés*).

-Agricultura sostenible: es aquella agricultura que pretende hacer compatibles la conservación de los recursos naturales y la protección del ambiente con la producción de cantidades suficientes de alimentos para garantizar el bienestar de las generaciones presentes y futuras (*Definición tomada del Módulo de Formación Ambiental Básica, Proyecto CUB/98/G32- Capacidad 21*).

-Enfoque de género: el enfoque de género es una visión científica, analítica y política sobre las mujeres y los hombres. Provee instrumental teórico y metodológico para analizar las relaciones de género en contextos específicos y construir propuestas que promuevan equidad. Permite señalar las limitaciones y las oportunidades que mujeres y hombres de diferentes grupos socioeconómicos o culturales enfrentan por sus roles de género. Además, permite conocer y distinguir lo que es natural de lo que está social y culturalmente construido y, en ese proceso, renegociar los límites entre lo natural, que es casi inflexible, y lo social, que es relativamente transformable.

-Sostenibilidad alimentaria: es necesario construir una estrategia a largo plazo de producción sostenible de alimentos que tome en cuenta las dificultades actuales en el aprovechamiento de la tierra y el agua, las prácticas agrícolas, el fortalecimiento de servicios de apoyo y el uso de la energía. Esta estrategia debe considerar además las barreras existentes que impiden hacer un uso óptimo de la información ambiental y de los resultados científicos para lograr un sector agropecuario mejor adaptado al cambio climático. En este sentido, BASAL implementa y socializa acciones concretas, fruto de los aportes de la ciencia o de la experiencia práctica del campesinado. Además asume un enfoque intensivo, al concentrar sus acciones en un número limitado de municipios para maximizar el impacto en esas localidades y generar una metodología más sólida que pueda extenderse progresivamente a otros territorios con similares producciones de alimentos e impactos ambientales. Responde a una concepción intersectorial, al abordar integralmente diferentes temas y problemáticas, con la participación de múltiples actores y entidades que aportan sus experiencias y conocimientos. (*Documento del proyecto BASAL*).

-Gestión participativa del proyecto: referida a la gestión y dirección del proyecto, desde el diseño, planificación e implementación de su Estrategia de Intervención, hasta los mecanismos de seguimiento y monitoreo de su impacto. Se tiene en cuenta el fortalecimiento de las capacidades, en cuanto a la formación de los recursos humanos implicados y la conformación de equipos de trabajo interrelacionados en los niveles locales y nacional. Se privilegian procesos participativos de modo que las acciones planificadas respondan realmente a los problemas y necesidades de los diferentes actores y territorios de actuación.

-Desarrollo local: se privilegia en el proyecto el nivel local, en correspondencia con el actual proceso de descentralización que vive el país. La información disponible a partir de los diagnósticos iniciales, que identificarán vulnerabilidades y problemas existentes en los tres municipios, facilitará la toma de decisiones relativas a la adaptación. A su vez se involucrarán a las autoridades locales en la elaboración e implementación de las medidas de adaptación al cambio climático en el sector agropecuario, contextualizadas a sus respectivas realidades, lo que enriquecerá las herramientas disponibles como los Modelos de Ordenamiento Ambiental y las Estrategias Municipales de Desarrollo (EMD). El proyecto también facilitará la incorporación a las EMD de elementos relevantes de los Modelos de Ordenamiento, con alcance a otros municipios, donde también se sensibilizarán actores clave para que puedan realizar sus propios planes de ordenamiento. Se trabajará en alianza con el Centro de Desarrollo Local (CEDEL) y los gobiernos locales. (*Documento del proyecto BASAL*).

-Pertinencia: se refiere a la adecuación de los objetivos del proyecto a los problemas, necesidades y prioridades reales de los grupos meta y beneficiarios a los que se supone que se dirige el proyecto, y al entorno físico y político en el que opera. (*Definición tomada de Manual de ROM, Monitoreo Orientado a Resultados, Comisión Europea, 2012*).

-Eficiencia: Es la relación entre los insumos y los resultados. Es decir, en qué medida los medios y actividades se han convertido en resultados, así como la calidad de los resultados alcanzados. (*Definición tomada de Manual de ROM, Monitoreo Orientado a Resultados, Comisión Europea, 2012*).

-Eficacia: es el grado en el que un proyecto logra sus resultados planeados. (*Definición tomada de Manual de seguimiento y evaluación de resultados, PNUD, 2002*)

-Impacto: es el resultado final o a largo plazo, atribuible a una intervención para el desarrollo. Ejemplos: mayor nivel de vida, mayor seguridad alimentaria, mayores ingresos de exportaciones, mayor nivel de ahorro debido a una disminución de importaciones. (*Definición tomada de Manual de seguimiento y evaluación de resultados, PNUD, 2002*).

Sostenibilidad: Es la probabilidad que los beneficios producidos por el proyecto continúen después de que se termine el período de apoyo externo. Los factores clave que causan impacto en la probabilidad de sostenibilidad incluyen: (i) apropiación por los beneficiarios; (ii) apoyo/coherencia de la política; (iii) tecnología apropiada; (iv) entorno; (v) aspectos socioculturales; (vi) igualdad entre mujeres y hombres; (vii) capacidad de gestión institucional; y (viii) viabilidad económica y financiera. (*Definición tomada de Manual de ROM, Monitoreo Orientado a Resultados, Comisión Europea, 2012*).

Anexo 1. Plan de Acción para la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad del proyecto BASAL

Sección 1. Acciones indicativas para la elaboración de los Planes de Comunicación y Visibilidad a nivel local durante 2013												
Acciones indicativas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1.1 Conformar el Equipo Técnico Nacional												
1.2 Identificar a la persona responsable de la Comunicación y Visibilidad en cada municipio-si no se ha identificado todavía- y los actores que participarán en la implementación.												
1.3 Encuentro de trabajo con las personas que guiarán en los tres municipios el proceso de diagnóstico de comunicación y de elaboración de sus respectivos planes de comunicación. <i>Objetivos:</i> - Socializar Versión final de la Estrategia de Comunicación - Acordar los instrumentos para el diagnóstico de comunicación a nivel local - Definir el diseño del taller de construcción de los planes de comunicación municipales. - Esbozar una propuesta del boletín de BASAL.												
1.4 Aplicar instrumentos de diagnóstico y procesar la información resultante a nivel local.												
1.5 Socializar con el equipo nacional los resultados del diagnóstico para identificar demandas que se puedan atender centralmente.												

1.6 Talleres municipales con actores claves para elaborar el Plan de Comunicación municipal, considerando las pautas que establece la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad de BASAL.												
1.7 Redacción, revisión y aprobación del Plan de Comunicación de cada municipio y socialización con el equipo nacional para integrar los tres planes a la Estrategia Nacional.												
1.8 Inicio de la implementación del Plan de Acción Nacional y los respectivos Planes de Acción Municipales.												

Sección 2. Acciones indicativas para la implementación de la Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad

Resultado comunicativo principal: Generados procesos de comunicación e intercambio de información y conocimientos que favorezcan la gestión del proyecto BASAL y el cumplimiento de sus objetivos.

Resultado específico	Acciones indicativas	2013	2014	2015	2016	2017	Responsables	Otros Participantes	Públicos o grupos meta
1. Facilitadas la toma de decisiones, la actuación colectiva y la comunicación a lo interno del proyecto BASAL, a través de flujos informativos y la implementación de prácticas comunicativas acordes con su Estrategia Marco de Comunicación y Visibilidad	1.1. Elaborar y distribuir versión corta de la Estrategia de Comunicación y Visibilidad del proyecto, así como un folleto con indicaciones y sugerencias para desarrollar los procesos comunicativos del proyecto.						Asesora metodológica, Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Gestor
	1.2. Circular de manera regular otros textos útiles para implementar la Estrategia de Comunicación y Visibilidad.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales		Gestor
	1.3. Actualizar y distribuir el Manual de Identidad de BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Diseñador (a) identificado al efecto	Gestor
	1.4. Estudiar los flujos de información del Equipo Gestor de BASAL y proponer un sistema de flujos de información funcional.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Facultad de Comunicación Social de la UH	Gestor

(comunicación interna).	1.5. Realizar encuentros por Resultados del proyecto para identificar las acciones estratégicas planificadas y conformar un plan de coberturas anual y un Plan de Comunicación para estas acciones.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, equipos de trabajo por resultados	Gestor; Protagonista/ Participantes; de Alianzas; de Incidencia
	1.6. Diseñar nuevas tarjetas de presentación del Equipo Gestor (nacional y locales) y una carpeta de presentación del proyecto BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Diseñador (a) identificado al efecto	
	1.7. Desarrollar el proceso editorial del boletín de BASAL y distribuir el boletín una vez terminado.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	OIN	Gestor
	1.8. Conformar y mantener actualizado el archivo audiovisual y fotográfico de BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad (nacional y municipal)		Gestor
	1.9. Envío de la producción comunicativa propia de BASAL, así como enlaces de sitios web donde aparezca alguna referencia a BASAL.						Coordinadora del proyecto (PNUD)		Gestor (Donantes)
	1.10. Circular invitaciones personalizadas para acciones específicas del proyecto.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Gestor (Donantes)

1.11. Compartir síntesis informativas de las acciones desarrolladas por BASAL (texto e imágenes).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Gestor (Donantes)
1.12. Aprovechar la celebración de fechas significativas para desarrollar actividades y enviar felicitaciones (<i>Ej. 17 de mayo, Día del campesinado cubano; 15 de enero, Día de la ciencia cubana; 5 de Junio, Día Mundial del Medio Ambiente; 14 de marzo, Día de la prensa cubana</i>).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista/ Participante; De Alianzas; De incidencia
1.13. Entregar a decisores locales sistemáticamente información de su interés sobre la implementación y resultados del proyecto a nivel local.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista/ Participante (decisores locales)
1.14. Invitar a decisores locales a acciones estratégicas del proyecto.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista/ Participante (decisores locales)
1.15. Elaborar un producto comunicativo dirigido a decisores locales, según sus necesidades informativas y responsabilidades.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	OIN, OIM	Protagonista/ Participante (decisores locales)

2. Fortalecidas las capacidades y habilidades de autogestión comunicativa de mujeres y hombres, con vínculos con BASAL, que manifiestan su empoderamiento a través de la participación activa en procesos de adaptación al cambio climático y la promoción de una agricultura más sostenible en Cuba (capacitación).	2.1. Precisar necesidades formativas del equipo gestor nacional y local, así como de actores específicos del público de Alianzas que apoyarán en la implementación de la Estrategia de Comunicación y Visibilidad.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales		Gestor; De Alianzas
	2.2. Implementar acciones de capacitación en los temas identificados (<i>Ver en el Anexo 2 los temas ya precisados. Cada año se incorporarán temas según se defina por los Equipos Técnicos de Comunicación a nivel nacional y local</i>)						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, Miembros de los diferentes mecanismos de coordinación del proyecto.	
3. Socializados y	3.1. Diseñar, lanzar y actualizar de manera regular el sitio web de BASAL						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Protagonista/ Participante; De alianza; De incidencia

aprovechados conocimientos e informaciones sobre la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario, que se enfocan en las consecuencias del cambio climático para Cuba (y los territorios de actuación de BASAL), las medidas género-sensible propuestas para mitigar esos efectos y buenas prácticas que pueden ser replicables (difusión).	3.2. Garantizar la cobertura de la prensa nacional e internacional en momentos estratégicos para BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Direcciones de Comunicación e Información del CITMA y MINAG, PNUD	Gestor; Protagonista/ Participante; De alianza; De incidencia
	3.3. Organizar intercambios: 1) entre productores y productoras que muestren buenas prácticas a favor de la adaptación al cambio climático; 2) con experiencias implementadas por otros proyectos y organizaciones. De modo que se cuente con material para difusión.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad, OIN, OIM	Productores y productoras, Otros proyectos y organizaciones	Gestor; Protagonista/ Participante; De alianza; De incidencia
	3.4. Identificar los productos comunicativos realizados por otros proyectos y organizaciones en temas sustantivos para BASAL (como referencia o para reproducirlos-si fuera posible- y distribuirlos a los públicos del proyecto).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad, OIN, OIM	Otros proyectos y organizaciones	Gestor; Protagonista/ Participante
	3.5. Elaborar y distribuir productos comunicativos propios (manuales, instructivos, carteles, audiovisuales, cuñas radiales, spots televisivos, artículos).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales, OIN, OIM	Mundo Latino, otros especialistas de la comunicación, Consejo Técnico Asesor del proyecto	Protagonista/ Participante; De Alianzas; De Incidencia

3.6. Desarrollar procesos de sistematización de experiencias significativas del proyecto y garantizar productos comunicativos para su difusión.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad, OIN, OIM	Consejo Técnico Asesor del proyecto	De Alianzas; De Incidencia
3.7. Identificar de conjunto con instituciones clave (Ej. MINAG, CITMA, INRH, otras) vías para el intercambio de información y conocimientos entre el sector agropecuario y científico, que BASAL pueda potenciar (redes, centros de información, publicaciones, etc.).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad, OIN, OIM	Instituciones nacionales seleccionadas	Protagonista/ participante; De Alianzas; De Incidencia
3.8. Acceder a espacios formativos o eventos clave convocados por otros proyectos y organizaciones para compartir las experiencias y los resultados de BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista/ participante; De Alianzas; De Incidencia
3.9. Insertar estudiantes de la carrera de Comunicación Social y de medios audiovisuales en procesos comunicativos de interés para BASAL.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Facultades de Comunicación Social, Facultad de Medios Audiovisuales del ISA	Protagonista/ participante; De Alianzas; De Incidencia
3.10. Entregar productos comunicativos propios para el fondo de las bibliotecas de centros universitarios, centros de investigación, institutos politécnicos agropecuarios, etc.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Protagonista/ participante; De Alianzas; De Incidencia

4. Sensibilizados y comprometidos con los propósitos del proyecto, actores clave para BASAL, que se apropian de sus sentidos estratégicos, lo que favorece la sostenibilidad de esta propuesta más allá del tiempo comprendido para su implementación (2013-2017) (incidencia).	4.1. Identificar oportunidades de colaboración con el boletín "El Productor", el programa de Sol a sol de la TV nacional, el boletín de la Red Agraria de Cambio Climático del MINAG y otros medios para incluir información de interés, a partir de los propósitos de BASAL.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista o Participante; De incidencia
	4.2. Desarrollar campañas comunicativas anuales según tema que se identifique participativamente.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	Protagonista/participante; De Alianzas; De Incidencia
	4.3. Incorporar a estudiantes del ISDi en la elaboración de carteles con mensajes clave para los públicos prioritarios de BASAL.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Protagonista/participante; De Alianzas; De Incidencia
	4.4. Enviar a decisores de instituciones claves información básica y actualizada sobre el proyecto, enfocada a temas de su interés.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	OIN, OIM	De Alianzas; De Incidencia
	4.5. Identificar eventos y acciones estratégicas organizadas por instituciones clave (Ej. MINAG, CITMA, INRH, otras) y propiciar participación del equipo gestor de BASAL para presentar los propósitos, pertinencia y resultados de este proyecto.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales, OIN, OIM		De Alianzas; De Incidencia

4.6. Convocar a instituciones clave (Ej. MINAG, CITMA, INRH, otras) para que apoyen y participen de propuestas formativas, producciones comunicativas o cualquier otra actividad de interés para BASAL.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales, OIN, OIM		De Alianzas; De Incidencia
4.7. Organizar visitas de la prensa especializada (nacional, local e internacional) a sitios de intervención donde puedan constatarse buenas prácticas para la adaptación el cambio climático.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	OIN, OIM	De Alianzas; De Incidencia
4.8. Mantener una lista de contactos de la prensa especializada en temáticas de ciencia, medioambiente y agricultura para enviarles información de su interés e invitarles a acciones puntuales.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	OIN, OIM	De Alianzas; De Incidencia
4.9. Elaborar boletines de prensa para informar previamente sobre acciones que interesa sean reflejadas por la prensa.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		De Alianzas; De Incidencia
4.10. Coordinar acciones de capacitación con el Círculo especializado en temas de la ciencia y el medio ambiente de la UPEC.					Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Técnicos y especialistas vinculados al proyecto	De Alianzas; De Incidencia

	4.11. Valorar los concursos que se entregan a los profesionales de la prensa y la comunicación para identificar la posibilidad de que BASAL estimule los trabajos relativos a algunas de las temáticas de su interés (concurso de periodismo Gilberto Caballero, el de periodismo audiovisual joven Ania Pino, el premio Espacio de la ACCS, etc.).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		De Alianzas; De Incidencia
5. Reconocidas por actores clave las contribuciones de diferentes instituciones y donantes participantes en el proyecto BASAL, a favor de la adaptación al cambio climático en el sector agropecuario cubano (visibilidad).	5.1. Diseñar y distribuir pancartas, gigantografías, artículos promocionales, pegatinas, que consideren las particularidades locales e incluyan mensajes sustantivos y elementos de la identidad visual del proyecto (slogan, logotipo de BASAL y de las instituciones participantes).						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad		Gestor; Protagonista/ Participante; De alianza; De incidencia
	5.2. Identificar los locales y áreas de las cooperativas, empresas y otras instituciones que participan del proyecto BASAL, con medios propios o con carteles diseñados al efecto.						Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales		Gestor; Protagonista/ Participante; De alianza; De incidencia

Anexo 2. Temas de capacitación para implementar en el 2013 la acción indicativa 2.2. Implementar acciones de capacitación en los temas identificados

Tema	Responsable	Otros participantes
Comunicación grupal para facilitar el desarrollo de las reuniones del equipo gestor (durante encuentros o reuniones de trabajo).	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, Miembros de los diferentes mecanismos de coordinación del proyecto.
Comunicación ambiental, con énfasis en el cambio climático (a través de una selección de lecturas útiles que se circulen por correo; incluir notas sobre el tema en el boletín de BASAL).	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	
Técnicas participativas de trabajo en grupo	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, OIN, OIM
Cómo construir indicadores (en un encuentro con el grupo responsabilizado de la Comunicación y otros del equipo gestor para capacitarse y conformar en la práctica los indicadores de comunicación de la Estrategia).	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, Equipo Técnico Nacional de comunicación y equipos
Recursos comunicativos. La fotografía.	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, Equipo Técnico Nacional de comunicación y equipos municipales, otros actores interesados del equipo gestor
Saber contar. La redacción.	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad y equipos municipales	Especialista identificado (a) al efecto, Equipo Técnico Nacional de comunicación y equipos municipales, otros actores interesados del equipo gestor
Metodología participativa para hacer audiovisuales (orientado al equipo de Mundo Latino y los que trabajan audiovisual de AMA y el MINAG).	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Especialista identificado (a) al efecto, Equipo Técnico Nacional de comunicación y equipos municipales, otros actores interesados del equipo gestor
Campaña de comunicación (para identificar cuál va a ser la primera campaña de comunicación de BASAL, a	Equipo técnico nacional de Comunicación y Visibilidad	Especialista identificado (a) al efecto, Equipo Técnico Nacional de comunicación y equipos municipales, otros actores interesados del equipo gestor

implementarse en el 2014)		
---------------------------	--	--