

Inducción

Incidencia y comunicación

2024

Equipo de la unidad de ICOM



Diego Montero
Diego.monterocerpa@nrc.no
Asistente Técnico
Centro - URR



Natalia Delgado
Natalia.delgado@nrc.no
Asistente Técnica
Occidente



Ángela Peñaloza
Angela.penaloza@nrc.no
Asistente Técnica
Nororient



Dayanna González
dayana.gonzalez@nrc.no
Aprendiz SENA



Karen Dávila
karen.davila@nrc.no
Oficial Comunicación
Ecuador



Daniel Villamar
daniel.villamar@nrc.no
Oficial de Incidencia
Ecuador



Marcela Olarte
marcela.olarte@nrc.no
Líder Comunicación



Milena Ayala
ana.ayala@nrc.no
Oficial Comunicación



David García
david.garcia@nrc.no
Gerente de Incidencia



Tatiana Polanía
tatiana.polania@nrc.no
Oficial Incidencia



Juan Rojas
juan.rojas@nrc.no
Oficial Incidencia

¿Qué es la incidencia para NRC?

¿Cuáles son las prioridades de incidencia para NRC?

¿Qué es la identidad de NRC?

¿Cuáles son los lineamientos de comunicación?



Políticas y guías de incidencia y comunicación



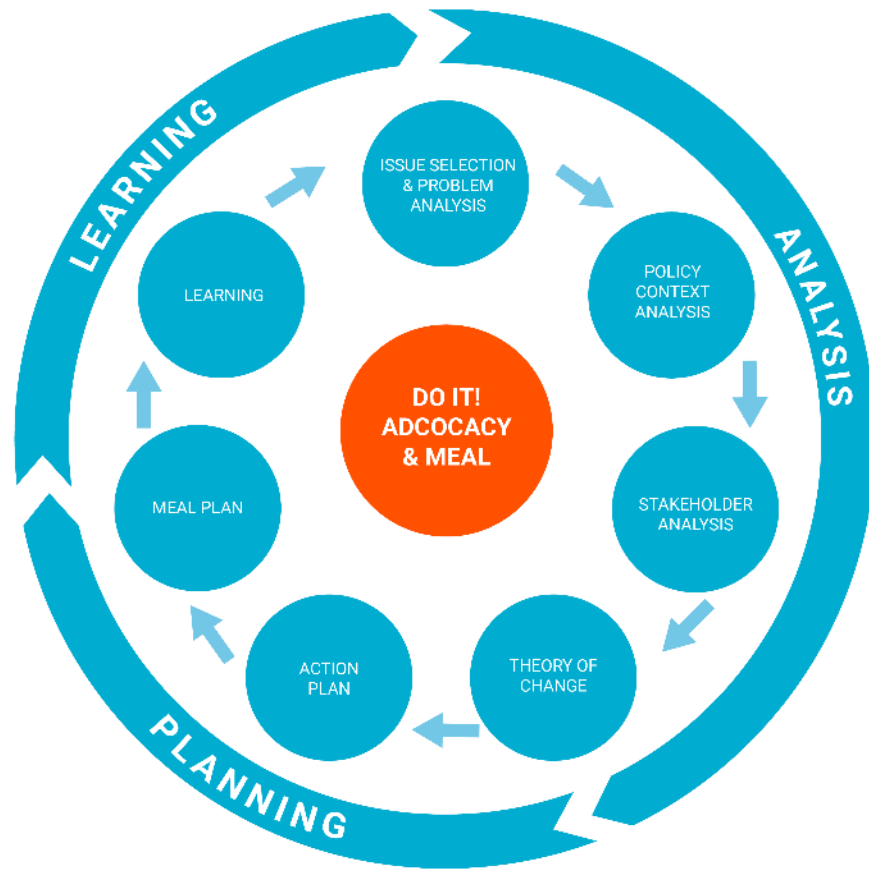
¿Qué es la incidencia para NRC?

Acciones para **influir en las decisiones y, en última instancia, para lograr el cambio** (práctica/comportamiento/política).

Principales herramientas de incidencia: investigar/analizar (recopilación de pruebas); ejercer presión - cabildeo (incidencia privada); trabajar con los medios de comunicación (incidencia pública); campañas (incidencia y movilización colectiva).

¿Cómo hacemos incidencia?





Las 3 fases de la incidencia



Análisis y diagnósticos



Estrategia y plan de acción



Monitoreo y evaluación





Primera fase

- Seleccionar y priorizar los retos
- Diagnosticar el problema
- Analizar el contexto político e identificar amenazas y oportunidades
- Realizar un análisis de poder para identificar a las partes interesadas



Segunda fase

- Definir la teoría del cambio.
- Redacción e implementación de la estrategia y plan de acción.
- Definición del impacto; resultados/resultados intermedios.
- Definición de productos y actividades



M&E

- Contribución. Valor agregado
- Identificación de lo que hay que monitorear.
- Hacer seguimiento a los resultados cuantitativos y cualitativos.
- Revisión y ajuste periódicamente de la estrategia



Trabajo conjunto

- Ventajas y desventajas
- Identificar y centrarse en prioridades.
- Desarrollar y aplicar una estrategia complementaria.
- Mantener la flexibilidad y permitir opciones de inclusión/exclusión en relación con las iniciativas conjuntas.

A man with dark hair, wearing a maroon shirt and a blue vest, is holding a white and blue Steren megaphone to his mouth. He is looking off to the side. The background shows a wooden building with laundry hanging on a line. A semi-transparent dark grey box is overlaid on the bottom half of the image, containing the text 'Prioridades de incidencia'.

Prioridades de incidencia



Objetivo 1:

Aumentar la tasa de reconocimiento de la **condición de refugio**.



Objetivo 2:

Promover el acceso **oportuno y efectivo a la asistencia inmediata y de emergencia** para las personas afectadas por las crisis humanitarias.



Objetivo 3:

Promover un plan de la **Declaración de Cartagena** ajustado a las necesidades y contexto actual.





Objetivo 4:

Contribuir al acceso a oportunidades de empleo y/o trabajo para **jóvenes refugiadas y migrantes.**



Objetivo 5:

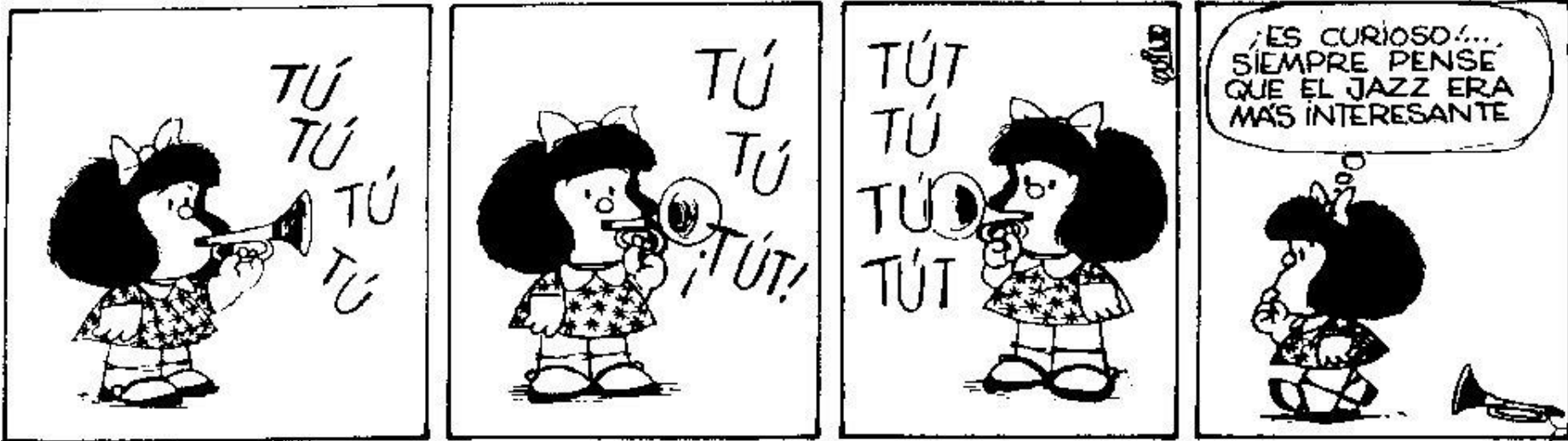
Promover la implementación de la **Declaración de escuelas Seguras.**



A group of people, seen from behind, are walking along a narrow path through a dense, lush forest. They are wearing white t-shirts with the NRC logo and text. The forest is filled with tall trees and thick undergrowth, with sunlight filtering through the canopy.

Asuntos complementarios

La incidencia siempre incluye un componente estratégico y táctico para cambiar políticas o prácticas a favor de nuestra población



Recomendaciones para hacer Incidencia

- Preguntarse qué piensa NRC sobre la situación.
- Articular nuestros análisis con políticas o prácticas.
- Determinar con mucha claridad a quién influenciar, cómo podemos influenciar y los medios.
- Incidir para el cambio – “no a lugares comunes”.
- Evaluar nuestro impacto – incluyendo nuestra contribución.
- Repetir – Repetir y Repetir.

Privado vs público



“En la acción de incidencia promovemos que la voz de la población sea escuchada & promovemos que ellos y ellas incidan en sus iniciativas”

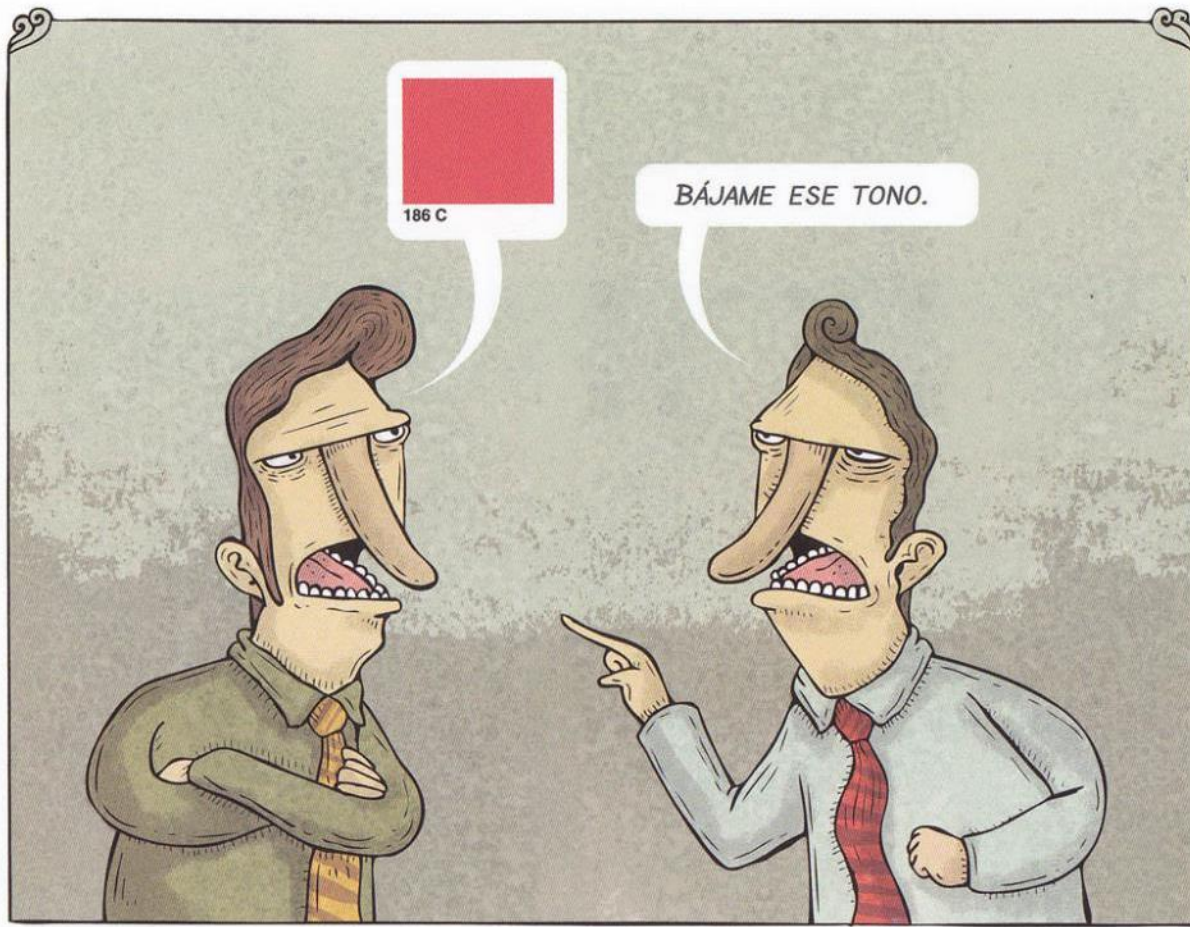
Nuestros enfoques



NRC líneas **ROJAS** y Medios (información pública)

Líneas Rojas





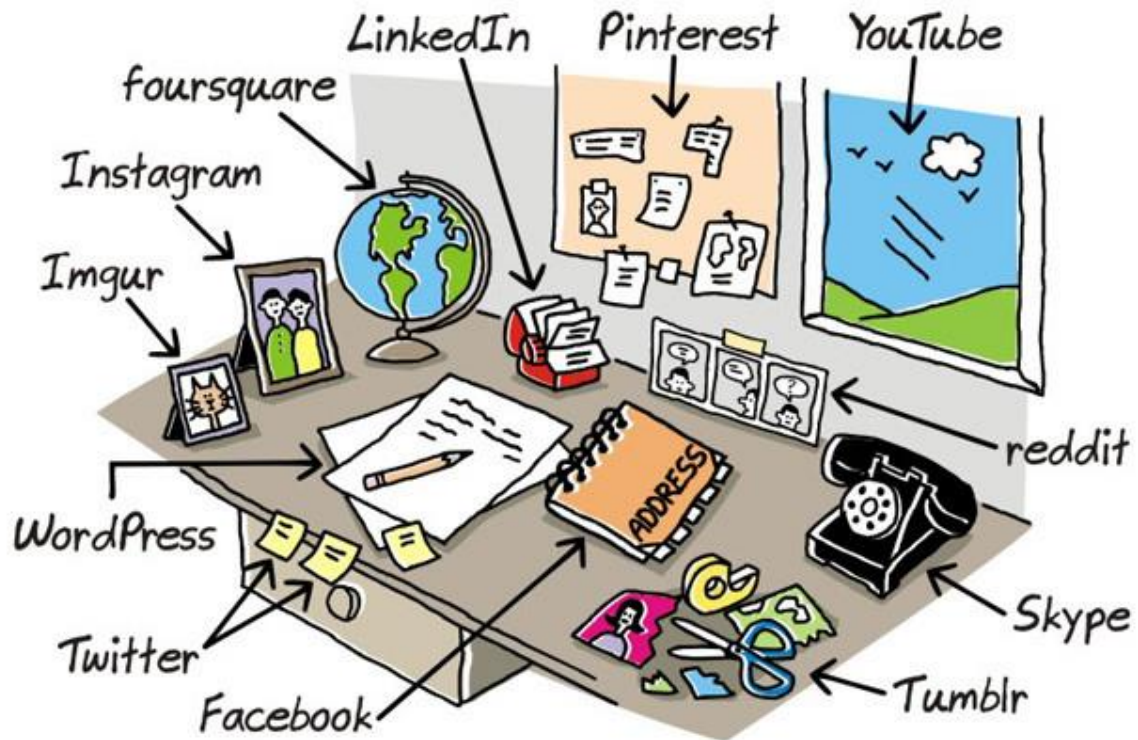
Líneas verdes

Nuevos o incremento dramático en el número de personas que se desplazan / o retorno

Ataques contra escuelas

Ataques contra oficinas de NRC y o acciones de NRC

vintage social networking



<http://wronghands1.wordpress.com>

© John Atkinson, Wrong Hands

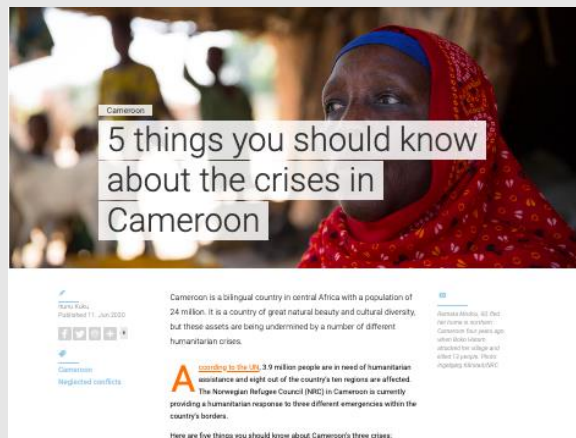
¿Qué clase de contenidos publicamos?

- **Hacemos que el contenido sea relevante para el público en general** y segmentamos nuestra comunicación según la geografía, la edad y el género.
- **Incluimos llamadas a la acción**, para motivar al tomador de decisión.
- **Siempre estamos probando** diferentes elementos (por ejemplo, contenidos en diferentes formatos y canales), y pasamos mucho tiempo ajustando nuestros mensajes.

3 pilares de publicaciones para el cambio

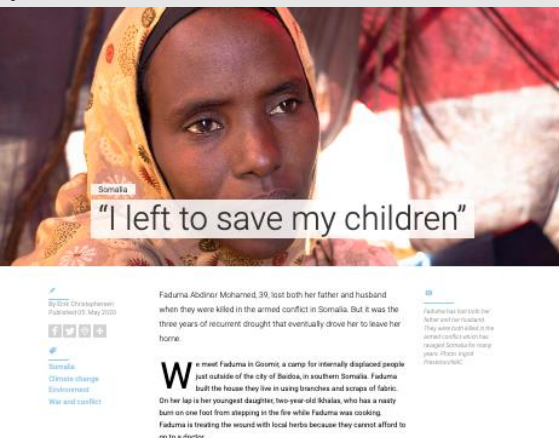
1) Historias basadas en hechos

- Historias sobre los desplazamientos, sus causas y consecuencias. Incluye noticias, creación de conocimientos.



2) Historias humanas

- Historias desde el terreno que dan voz a los desplazados, muestran las necesidades y la presencia de NRC.



3) Historias de impacto de NRC

- Historias que muestran cómo ayudamos a las personas, por qué deberían apoyarnos y a qué se destina el dinero.



**Su opinión experta
cuenta y mucho**

Comunicación y visibilidad

Mejor mostrar que contar

1. Documentamos, comunicamos y visibilizamos la **situación humanitaria**
2. Mejorar la comunicación de los **resultados y el impacto** del trabajo de la organización.



Objetivos de la comunicación externa

Incidir por el
incremento de la
asistencia
humanitaria



Visibilizar el trabajo de
NRC para apoyar la
consecución de
recursos



Protección



Población desplazada, refugiada y retornada

Mayor conocimiento del personal NRC para la publicación de productos y visibilidad de la organización

Visibilidad Donantes



Publicaciones WEB

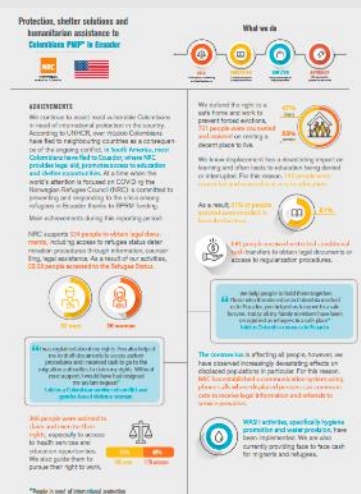


Mayor documentación con calidad para informar a tomadores de decisión sobre los vacíos y necesidades humanitarias.

Diagnósticos y análisis



Documentación para donantes



Productos para proyectos y consorcios



Aumentar el conocimiento de donantes, tomadores de decisión y aliados sobre la labor y del impacto de acción de NRC.

Redes sociales y página web



Materiales Programas



Mejorar la calidad de la información de NRC

Periodistas / fotógrafos - Otros



Videógrafos



NRC en medios

Como testigo, NRC tiene la responsabilidad de alzar la voz cuando la vida o los derechos de la población se ven amenazados.

Activa

NRC toma la iniciativa.

Reactiva

Comunicación en crisis.

Vocería oficial:

Director de país y gerencias de área

Si un medio te contacta,
remite a la unidad de incidencia y comunicación.


Nuestro consentimiento informado

- ✓ Firma **quien recolecta** el contenido
- ✓ Firma una **lista de verificación**
- ✓ Aseguramos que los proveedores de contenido puedan **retirar su consentimiento**.

Nombre:	Juanita Llanos
Cargo:	Asistente ICLA
Fecha:	01/01/2024
Lugar:	Docordó, Litoral San Juan -Chocó, Colombia

<input checked="" type="checkbox"/>	Yo (o un traductor o traductura que ha sido informada sobre el SOP de consentimiento informado) he tenido una conversación de una manera culturalmente apropiada y relevante, cubriendo los siguientes puntos en el idioma de la persona antes de recopilar el contenido;
<input checked="" type="checkbox"/>	quién soy e información relevante sobre NRC y el trabajo de la organización;
<input checked="" type="checkbox"/>	el uso previsto: si hay un objetivo / producto específico (por ejemplo: un informe, distribución de medios / B-roll, redes sociales, etc.) y otros usos posibles del contenido: es decir, medios, redes sociales, incidencia, recaudación de fondos, relaciones públicas, visibilidad y uso interno;
<input checked="" type="checkbox"/>	que NRC no puede controlar el contenido una vez que se publica en línea y que el contenido también puede llegar a las personas en <escribir el nombre del país> ;
<input checked="" type="checkbox"/>	que no se obtienen ganancias al aceptar participar, ni ningún impacto negativo al negarse a participar. Esto incluye cualquier impacto en los servicios NRC actuales o futuros;
<input checked="" type="checkbox"/>	cómo la persona puede retirar el consentimiento antes de que se publique el contenido y a quién debe contactar para hacerlo.

<input type="checkbox"/>	La persona ha aceptado que su nombre y la información de identificación visible se registren y utilicen públicamente.
<input checked="" type="checkbox"/>	La persona ha aceptado que se utilice su historia, pero ha solicitado que se cambie su nombre real y que la información se utilice de forma que no revele su identidad.

Confirmo que la persona ha brindado su consentimiento verbal:	
<su firma como recolector de conten	

Para menores de edad

- Se brinda toda la información de la lista de verificación.
- Se mantiene el formato individual firmado para ser firmado por la persona adulta responsable del niño o niña.

Autorización y concesión de derechos de imagen y audio para publicaciones
(para menores de edad)

A los 1 días del mes de enero del año 2024

El Consejo Noruego para Refugiados con número de NIT 830132256-6 y (el/la señor/señora) Julian Arango con número de cédula 101012030 de Quibdó quien afirma tener la patria potestad de (el/la) menor de edad Lina Arango identificado con el número de documento 2014560 autoriza bajo consentimiento informado:

1. Que, en conocimiento de causa, autorizo al Consejo Noruego para Refugiados, así como todas aquellas terceras personas naturales o jurídicas a las que el Consejo Noruego para Refugiados pueda ceder la explotación sobre las imágenes y/o audio, a que indistintamente puedan utilizar todas las imágenes y/o audio (o parte de las mismas) en las que intervengo.
2. Que el uso del material de imagen y/o audio no se hace con fines comerciales y que, por lo tanto, no representará ingresos económicos en dinero o especie para quien autoriza el documento. En consecuencia, la autorización no obliga a ningún tipo de pago o remuneración por parte del Consejo Noruego para Refugiados.
3. El objeto del uso de imágenes y/o audio no tendrá fin comercial para el Consejo Noruego para Refugiados, por lo tanto, el uso que se le dé al producto de esta autorización no generará ganancias para la organización.
4. Esta autorización no fija ningún límite de tiempo o límite geográfico para el uso para su concesión ni para la explotación del material de imágenes y/o audio (o parte de las mismas), por lo que la autorización se considera concedida por un plazo de tiempo limitado y sin límite geográfico.
5. Todo lo anterior con la única salvedad y limitación de aquellas utilidades o aplicaciones que pudieran atentar al derecho al honor en los términos previstos en la Constitución de Colombia, la intimidad personal y familiar y a la propia imagen o que ponga en riesgo la seguridad e integridad personal y/o familiar.

Firma,



Consejo Noruego para Refugiados



Firma de autorización

**Depende de nosotros construir
la marca NRC**

Conoce nuestros logos oficiales:



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



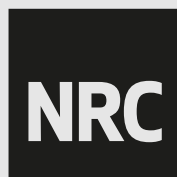
CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS

Usa siempre nuestro logo en español (a excepción de productos en inglés).

- Cuando uso el logo de NRC en las variaciones del logo que no son válidas.



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS

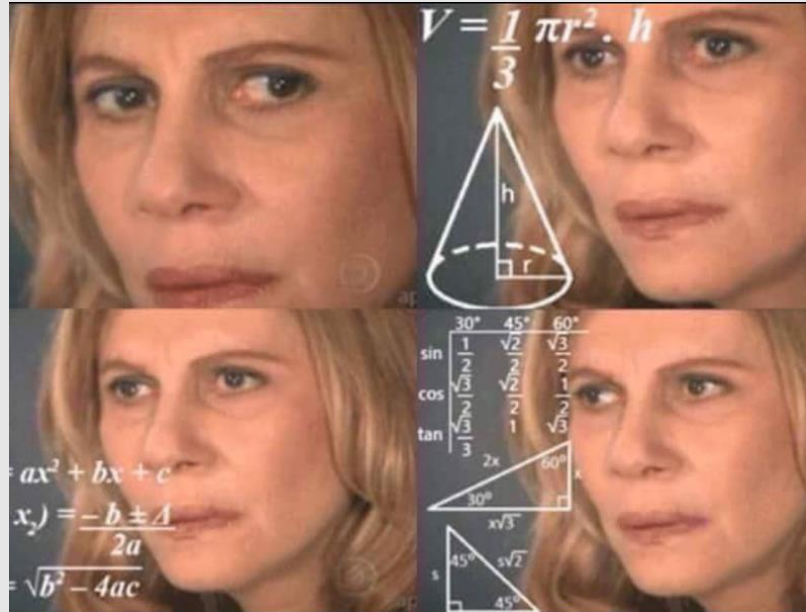


CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS



NORWEGIAN
REFUGEE COUNCIL





¡Sabemos que te puedes confundir! Así que estamos para asesorarte.
Siempre consulta con la unidad de incidencia de comunicación sobre el uso y el visto bueno de logos en todos los productos de NRC.

¿Cuáles son nuestros tipos de letra?

Úselas en todos los productos impresos y materiales digitales de NRC.

- **Roboto** is a sans-serif typeface developed by Google. It is modern and functional with no added embellishments, and thus it reflects our dedication to efficiency and expertise. Roboto provides excellent readability on digital devices. The Roboto family also offers a wide range of individual fonts.
- **Noto Serif** is another Google font freely available to all. It provides a harmonious look and feel across a vast number of different languages. We use it mainly for body text in print products, and also sometimes in digital material to compliment the Roboto typeface.

Nuestro color principal es naranja, pero no todo es naranja:

Conoce nuestros colores secundarios y neutros que puedes usar:

Naranja



RGB: 253,90,0
CMYK: 0,70,100,0

Turquesa surf



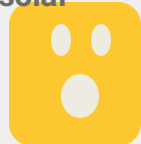
RGB: 0,173,208
CMYK: 0,70,100,0

Verde Mayo



RGB: 71,145,74
CMYK: 52,0,0,0

Brillo solar



RGB: 253,200,47
CMYK: 0,19,89,0

Coral Oscuro



RGB: 206,92,67
CMYK: 0,75,75,0

Negro



RGB: 0, 0, 0
CMYK: 0, 0, 0, 100

Gris frío 11



RGB: 102, 102, 102
CMYK: 0, 0, 0, 70

Gris frío 7



RGB: 211, 211, 211
CMYK: 0, 0, 0, 40

Gris frío 3



RGB: 237, 237, 237
CMYK: 0, 0, 0, 20

Gris cálido 2



RGB: 234, 231, 221
CMYK: 6, 7, 10, 11

Blanco



RGB: 255, 255, 255
CMYK: 0, 0, 0, 0

- Cuando uso una plantilla diferente a la de NRC, otro tipo de letra y colores:

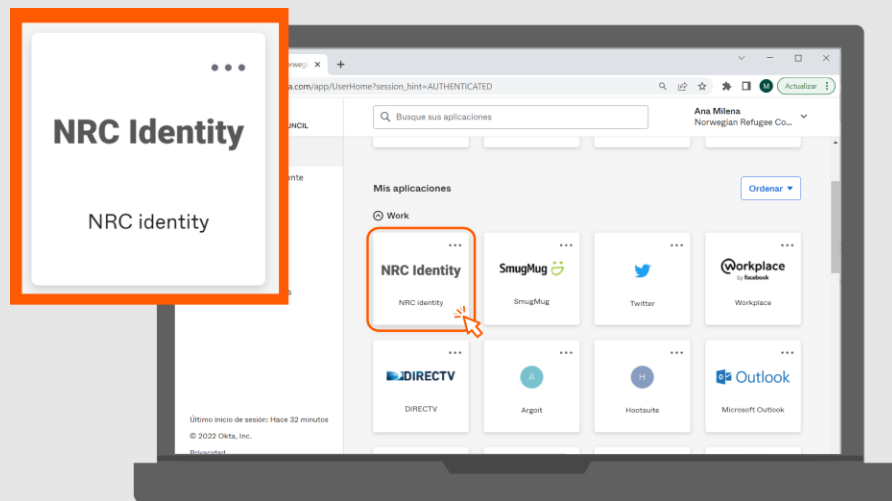


¿Necesitas plantillas
para presentaciones,
reportes y
documentos de
NRC?

Ingresa a 'NRC Identity' y encuentra:



Ingresa a www.nrc.okta.com y haz clic en el botón NRC identity



- Guías de diseño
- Tipografías
- Plantillas sobre reportes o documentos.
- Plantilla de Power Point.
- Manual de marca.
- Manual de estilo.
- Y mucho más.

Welcome to NRC Identity.

Looking for brand or design guidance and templates? Visit our brand book.

Is it writing guidance and spelling rules you're after? Click on our style guide.

Are you working for NRC and would like to purchase NRC's visibility items? Visit the NRC Shop.

English edition

Norwegian Refugee Council's

BRAND BOOK

How to design and write
with NRC's identity

English edition

Norwegian Refugee Council's

STYLE GUIDE

The tools you need
when writing for NRC

Producción gráfica



¿Qué hacer cuando requiero apoyo u orientación en un producto, diseño o procesos con proveedores?

Solicitar apoyo a incidencia y comunicación



Solicitar apoyo a incidencia y comunicación



Solicitar apoyo a incidencia y comunicación



Solicitar apoyo a incidencia y comunicación



¿Necesitas un diseño o producto gráfico?

¡Planéalo desde el inicio con la unidad de incidencia y comunicación!

- Incluye la **iniciativa y el presupuesto** en la propuesta del proyecto, contáctanos para apoyarte.
- **Solicita el diseño del producto** requerido a la unidad de incidencia y comunicación.
- En caso de realizar el diseño de manera externa, solicita la **asesoría** de la unidad de incidencia y comunicación desde el comienzo del proceso.
- Independientemente de los consorcios en los que participa NRC, recuerda que todas las piezas deben pasar por la **revisión de la unidad** de incidencia y comunicación.

¡Convierte tu iniciativa en realidad!



Conoce nuestro nuevo SOP

**¿Necesitas un producto
comunicativo o de incidencia?
Elige alguna de las dos rutas**

Elaboración interna

Cuando el proceso y la producción del producto es **realizado por la unidad de incidencia y comunicación.**

1

Planifica

- Cuando la idea surja, contacta a la unidad.
- Planifica los productos desde el borrador del proyecto.
- Ten en cuenta los tiempos de diseño interno, (ver [aquí](#)).

2

Solicita

Envía esta información a los puntos focales de la unidad, (ver [aquí](#)):

- Código de proyecto y donante.
- Objetivo del producto.
- Público objetivo.
- Fecha requerida.
- Contenido o insumos.

3

Desarrollo

Cada producto es diferente, por lo que te ayudaremos a:

- Garantizar la identidad NRC.
- Mejorar el impacto comunicativo.

4

Revisión y ajustes

La persona solicitante, su competencia o área revisarán los productos compartidos por la unidad. Se realizarán máximo 2 revisiones.

5

Producción y difusión:

La unidad entregará el producto con sugerencias para su producción y difusión, según sean requeridas.

Elaboración externa

Cuando el proceso y la producción del producto es **realizado por proveedores externos** que son acompañados técnicamente por la unidad de incidencia y comunicación.

1

Planifica

- Cuando la idea surja, contacta a la unidad.
- Identifica el presupuesto para realizar el producto.
- Incluye el producto desde el borrador del proyecto y en el plan de compras.

2

Solicita

Envía esta información a los puntos focales de la unidad, (ver [aquí](#)):

- Código de proyecto y donante.
- Objetivo del producto. Público objetivo.
- Fecha requerida.
- Disponibilidad presupuestal.
- Insumos o idea inicial del producto.

3

Desarrollo

Cada proceso es diferente, por lo que te ayudaremos a:

- Garantizar la identidad de NRC, socios, aliados y donantes.
- Mejorar el impacto comunicativo o de incidencia.
- Establecer etapas de producción en el cronograma.
- Orientar técnicamente y revisar los avances.
- Visto bueno del producto. Ten en cuenta que la unidad no aprueba productos o contenidos.

4

Revisión y ajustes

La persona solicitante y la unidad brindarán indicaciones al proveedor. Se revisarán y se solicitarán ajustes a los avances compartidos por el proveedor.

5

Producción y difusión:

El proveedor entregará el producto solicitado según los términos de referencia. La unidad sugerirá o contribuirá con la difusión del producto, cuando se acuerde.

Contamos contigo para garantizar que nuestros lineamientos de identidad se cumplan. Esta es una responsabilidad de todo el personal de NRC.

Sé una embajadora o embajador de NRC en redes sociales

Recolecta información



Fotografías, videos e historias cortas.

Envía la información



Al punto focal de comunicación de tu área.

Se publicará en



Redes sociales o página web de NRC en español.

¡Síguenos en nuestras redes, reacciona a las publicaciones y comparte nuestro contenido!



Página de Facebook

@consejonoruegopararefugiados



Perfil de 'X'

@NRC_LAC



Youtube

@ConsejoNoruegoparaRefugiados_



Página web en español

www.nrc.org.co

Conoce algunos lineamientos para el uso de redes personales:

- Comparte las publicaciones desde nuestras redes sociales oficiales.
- Recuerde que solo los portavoces autorizados pueden hablar en nombre de NRC.
- Deje en claro que sus puntos de vista son propios y no de la organización.
- No revele información confidencial en las redes sociales.
- Evite publicar fotos que incluyan información de GPS en situaciones en las que la información sobre su ubicación o la de otras personas, no debe hacerse pública por seguridad.
- Evite publicar fotografías o información personal de la población que participa en nuestros proyectos.
- Si hay un incidente de seguridad en NRC, absténgase de hacer cualquier comentario.



Conoce más información en los lineamientos para redes sociales.

Tu primera acción de identidad NRC: Actualiza tu firma de correo electrónico

Nombres y apellidos

Cargo

Nombre de oficina, País

Celular: +XX (X) XXX XX XXX | Twitter: @XXX

Consejo Noruego para Refugiados

www.nrc.org.co | [Facebook](#) | [Twitter](#)



CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS





CONSEJO NORUEGO
PARA REFUGIADOS