



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Resumen del Plan:

 **RESUMEN Plan de Comunicación 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte**

Presentación del Plan (PPT)

1. MARCO ESTRATÉGICO

El Plan de Comunicación 2025 se enmarca en la estrategia política de Entrepueblos como una organización feminista, internacionalista, ecologista y antirracista que entiende la comunicación como herramienta de **acción política, educativa, narrativa y movilizadora**.

Desde el ciclo 2021–2025 se ha consolidado un enfoque comunicativo propio, que integra los aprendizajes del diagnóstico de comunicación, el relato organizativo actualizado (2024), la Estrategia de Comunicación vigente y el POA 2025. Esta trayectoria ha permitido construir una **cultura comunicativa viva, descentralizada y corresponsable**, con una mirada crítica frente al poder corporativo y una apuesta clara por las narrativas feministas, populares y del Sur global (*Relato Organizativo 2024, Estrategia COM 2021–2025*).

Fundamentos estratégicos

- Este plan se alinea con las **líneas estratégicas 2025**, que recogen el trabajo de sistematización colectiva de las áreas y OTs.
- Integra el relato actualizado como marco narrativo central y lo traduce en prácticas comunicativas concretas, conectando discursos, campañas y formatos.
- Prioriza una visión de comunicación transformadora que supera la lógica de productos puntuales, apostando por procesos narrativos colectivos.

Propósito del plan



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Fortalecer la **justicia global, las soberanías populares y la sostenibilidad de la vida** mediante una comunicación conectada con los movimientos sociales, las luchas del Sur global y las alternativas ecosociales.

Este Plan apuesta por una comunicación descentralizada, que reconozca y visibilice el trabajo de las Oficinas Territoriales (OT) de Entrepueblos en todo el Estado. Las acciones que nacen desde los territorios son parte esencial del relato colectivo que construimos. Por eso, se refuerza el compromiso de que las campañas, proyectos y luchas impulsadas desde las OT tengan espacio en la web, el boletín, la revista y los canales de redes sociales, así como en las relaciones con medios locales y comunitarios. Esta mirada territorial permite narrar desde lo situado, conectar con públicos diversos y fortalecer la red que nos sostiene.

Nota metodológica

Este plan no se limita a ordenar canales o campañas, sino que funciona como **una hoja de ruta política y pedagógica** para todas las personas y equipos que forman parte de Entrepueblos.

Cada acción comunicativa se entiende como una oportunidad para:

- Interpelar desde una narrativa crítica.
- Visibilizar luchas invisibilizadas.
- Tejer alianzas y ampliar la base social.
- Fortalecer la identidad política colectiva.

El plan se estructura de forma coherente entre cuerpo narrativo y anexos operativos (I-V), y se acompaña de herramientas vivas que se adaptan a los cambios de contexto.

2. OBJETIVOS 2025

Objetivos como hoja de ruta política y operativa

Los objetivos del plan responden al mandato organizativo de ampliar impacto y base social, reforzar la comunicación local y global y cuidar el enfoque narrativo. Derivan



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

directamente del POA 2025, las Líneas Estratégicas 2025, el Relato Organizativo actualizado y el trabajo de sistematización de la Comisión de Comunicación.

Cada objetivo está pensado para contribuir a la consolidación de una comunicación transformadora, al servicio de las luchas que acompañamos y de la construcción de soberanías populares:

1. **Ampliar la base social**, conectando con nuevas subjetividades, sectores y territorios, a través de campañas vivas, herramientas digitales y relatos pedagógicos (*POA 2025, Estrategia COM*).
2. **Fortalecer el relato de Entrepueblos** como actor político clave en las luchas feministas, ecosociales, antirracistas y de justicia global (*Relato Organizativo 2024*).
3. **Aumentar la presencia mediática y digital** mediante narrativas propias, producción audiovisual, artículos estratégicos y red de portavocías visibles (*Resumen Plan Comunicación 2024*).
4. **Activar portavocías feministas, antirracistas y ecosociales**, descentralizadas por eje y territorio, bien acompañadas desde la Comisión y las OTs (*Anexo II, Acta cooperación*).
5. **Apoyar a las OTs con herramientas, plantillas y campañas descentralizadas**, en coherencia con los ejes estratégicos y la identidad compartida (*Anexo IV y V*).
6. **Reforzar y fidelizar la relación con medios de comunicación locales, comunitarios y alternativos**, mediante una base de datos segmentada por territorios y temáticas, que permita amplificar las narrativas territoriales, conectar campañas locales con ejes globales, y visibilizar el trabajo de las OT en sus propios contextos (reunión Olga Abad 23/04/2025).
7. **Consolidar una cultura comunicativa interna basada en el cuidado, la corresponsabilidad y el aprendizaje colectivo**, en alianza con las áreas de educación, cooperación y base social. (*Relato Organizativo y ámbito de cultura comunicativa*)

Nota metodológica: Estos objetivos operan como **puentes entre la estrategia política general de Entrepueblos y la práctica cotidiana de comunicación**. Son



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

útiles tanto para la planificación como para la evaluación, y están conectados directamente con los indicadores del Anexo V. A lo largo del plan y sus anexos, cada objetivo se materializa en acciones concretas, campañas vivas, formatos diversos y públicos diferenciados.

3. PRIORIDADES TEMÁTICAS PARA LA COMUNICACIÓN

Temas que estructuran nuestro relato político

Las prioridades temáticas del Plan de Comunicación 2025 son el reflejo de **las luchas que acompañamos, los contextos que habitamos y los compromisos políticos que sostenemos** como Entrepueblos. Se construyen a partir de un cruce entre el POA 2025, el **Relato Organizativo actualizado (2024)**, las **Líneas Estratégicas 2025** y las aportaciones de las OTs, contrapartes y redes aliadas. Cada tema es un eje narrativo que nos permite **articular campañas, posicionamientos y alianzas**, conectando lo local con lo global, lo emocional con lo estructural, y lo urgente con lo transformador:

- **Justicia climática y ecocidio.** Frente a las violencias del modelo extractivista, Entrepueblos acompaña luchas por el derecho a la tierra, el agua y la vida. Este eje incluye campañas como *COP30 Amazonía*, *Consulta Yasuni*, *Chevron-Texaco Ecuador*, y visibiliza las voces de comunidades afectadas por desastres ambientales.

(Recordar [Giras emblemáticas del Yasuní](#), segunda parte del documental [50°C Vol II](#) (orígenes y soluciones frente a la emergencia climática).

- **Feminismos y derechos sexuales y reproductivos.** A partir de procesos como *Caminantas*, la *Escoleta Feminista* o la defensa de casos emblemáticos (como Beatriz), se articula una narrativa feminista transfronteriza, que reivindica el derecho a decidir, a migrar y a vivir sin violencias.

([Congreso Economía feminista, libro voces desde las economías feministas](#), congreso ["All in Defenders"](#), protección integral feminista "lo colectivo es político")



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

- **Derechos de los pueblos y Defensa del territorio.** Este eje agrupa luchas como las del *MST en Brasil*, la *defensa del Yasuní*, o el acompañamiento a comunidades indígenas en Centroamérica. Se conecta con los derechos colectivos, el anticolonialismo y las resistencias ecosociales del Sur global.

(Casos emblemáticos de Yasunicemos el Mundo y Repsol, casos emblemáticos de Activistas por la vida, IM-Defensoras, caso Berta Cáceres, Gira [Galfisa](#) (Cuba) , Gira Perú ([con Rocío Silva Santisteban](#)),

- **Empresas y derechos humanos** Desde el impulso del *Centro Català d'Empreses i Drets Humans*, hasta las denuncias contra Repsol o Chevron, se refuerza el eje de denuncia del poder corporativo, conectando con redes de incidencia internacional y propuestas legislativas.

(Impulso del *Centro Català d'Empreses i Drets Humans*, formaciones con [EULAT](#)).

- **Economías feministas, cuidados y soberanías.** A través de iniciativas como *Ciudades vivibles y feministas*, *Voces desde las economías feministas*, o el *Brasero de Saberes*, se comunican experiencias que ponen la vida en el centro y desafían la lógica mercantilista.

([Ciudades Vivibles y feministas](#), Protección Integral Feminista (feminismos y cuidados), y talleres/espacios de cuidados de mujeres migrantes.

- **Migraciones y antirracismo.** Desde el webdoc *Deshumanizadas* hasta las acciones en frontera o en defensa de la ley de extranjería, se visibilizan los efectos del racismo institucional y se tejen alianzas con colectivos migrantes.

(exposición Migraciones climáticas, talleres cuidados para mujeres migrantes, casos emblemáticos de cápsulas del [webdoc "Deshumanizadas, camins migratoris travessats per la burocràcia, el racisme i el patriarcat"](#): [Webdoc: Deshumanitzades, camins migratoris travessats per la burocràcia, el racisme i el patriarcat](#), libro "[Vides contra el capital. Lluites i exilis dels pobles de Mesoamèrica](#)":

<https://www.entrepobles.org/publicaciones/vides-contra-el-capital/>)



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

- **Cooperación internacional solidaria.** La visibilización de proyectos con contrapartes, giras como la de *Perú 2025* o *Activistas por la vida* fortalecen este eje como narrativa anticolonial, crítica y transformadora. (Cooperamos con organizaciones y movimientos sociales en Centroamérica, Cuba, Ecuador, Perú y el MST de Brasil.)

Nota metodológica: Estas temáticas no deben entenderse como compartimentos estancos, sino como **relatos vivos, interconectados y en permanente diálogo**. Cada campaña o acción puede activar uno o varios de estos ejes, y cada ficha temática (Anexo IV) está pensada para reforzar esta transversalidad.

Además, los temas priorizados guían también la producción de contenidos (boletín, web, redes, prensa) y orientan las decisiones de portavocía, alianzas y formatos.

Estas prioridades temáticas responden a los enfoques estratégicos definidos en el POA 2025 del Equipo Técnico de Educación, Comunicación, Cooperación y Administración; el documento de Líneas Estratégicas 2025 y sus narrativas asociadas; el Relato Organizativo actualizado (enero 2024); y la Estrategia de Comunicación Entrepueblos 2021-2025. La selección y jerarquización de estas campañas y ejes han sido reforzadas mediante las fichas internas de planificación de campañas territoriales de Perú y Ecuador (2025).

4. ENFOQUES Y METODOLOGÍA

De la estrategia al relato vivo

La metodología de trabajo en comunicación se basa en la articulación entre lo estratégico y lo narrativo. **No se trata solo de ejecutar acciones o campañas, sino de construir sentido, disputar imaginarios y acompañar procesos políticos desde la palabra, la imagen y la escucha.**

El enfoque comunicativo de Entrepueblos se apoya en tres pilares principales:



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

1. Cada acción, una campaña (enfoque campaña-céntrico)
2. Una campaña, múltiples formatos (metodología *transformer*)
3. Plantillas vivas como herramientas pedagógicas

Nota metodológica general:

La política circular como brújula narrativa y metodológica

En palabras de Montse Benito, presidenta de Entrepueblos, la “política circular” será una dinámica clave de nuestros activismos. Una forma de entender la acción política no como línea recta, sino como ciclo vital y colectivo: activarse, cuidarse, reflexionar, tomar fuerza... y volver. En un contexto de crisis ecosocial, donde necesitamos construir “refugios climáticos” y emocionales, esta perspectiva circular de la política nos recuerda que lo que sembramos hoy puede sostenernos mañana. Una política circular es también una comunicación que vuelve sobre sí misma, escucha, transforma y se deja transformar.

Esta visión puede leerse como una prolongación coherente del enfoque de Entrepueblos:

1. Coherencia con el relato organizativo

- El concepto de política circular, entendido como una práctica que vuelve, se renueva y nos sostiene, resuena con el enfoque de acompañamiento solidario, la educación transformadora y las luchas de largo aliento que caracterizan a Entrepueblos.
- En el relato organizativo se plantea que el acompañamiento es “permanente en el tiempo, estando y sintiéndonos presentes a pesar de la distancia”. Esta circularidad del compromiso conecta directamente con la idea de Montse de “tomar fuerzas y seguir”.

2. Afinidad con el enfoque metodológico del plan

- El Plan 2025 plantea que cada campaña es un proceso político, colectivo y pedagógico, no una acción puntual. Esta visión cíclica o circular de la



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

comunicación refuerza la noción de “plantillas vivas”, “procesos pedagógicos” y “evaluación como ciclo que se retroalimenta de la acción política y comunicativa”.

- La “política circular” puede leerse también como parte de una ética del cuidado organizativo: crear refugios y espacios regenerativos para sostener la acción colectiva.


3. Potencial como hilo simbólico en campañas

- La mención de Montse a los “refugios climáticos” y la invitación a hacer una lista de razones para activarnos en lo colectivo puede convertirse en un excelente recurso narrativo para campañas clave como:

- Justicia climática (“Refugios climáticos frente al ecocidio”)

- Economías feministas y cuidados (“La política circular cuida, sostiene y devuelve”)

- Campañas territoriales (“Lo que sembramos vuelve”)

 **1. Enfoque campaña-céntrico:** Una campaña para Entrepueblos no es una sucesión de productos comunicativos, sino **un proceso político, colectivo y pedagógico** que busca:

- Visibilizar una causa o lucha en un momento clave.
- Activar narrativas transformadoras y resonantes.
- Conectar públicos diversos (base social, jóvenes, periodistas, instituciones).
- Producir contenidos con coherencia estética, política y relacional.

Este enfoque **campaña-céntrico** es transversal a todas las áreas: cooperación, educación, base social, OTs y administración. Permite generar cultura organizativa compartida, priorizar recursos y reforzar la identidad de Entrepueblos como sujeto político.

Ejemplos en 2025: *Asamblea mayo, Gira Perú, COP30 Amazonía, Revista 83, Caminantas, Centro DDHH.*



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

2. Metodología *transformer*

Inspirada en las formaciones internas de CIPÓ Comunicación, la **metodología *transformer*** se basa en **transformar un mismo contenido en múltiples formatos** para llegar a distintos públicos y canales.

Esto implica articular un flujo narrativo que convierte, por ejemplo, un informe técnico en: artículo → post en redes → hilo de bluesky → boletín → podcast → vídeo → argumento político → pieza gráfica.

Este enfoque permite **multiplicar la vida útil de los contenidos**, adaptarse a diferentes lenguajes y plataformas, y mantener la coherencia del relato político a lo largo de los formatos. Además, contribuye a la descentralización de la producción, al facilitar que cualquier equipo u OT pueda generar contenidos a partir de un núcleo común.

Ejemplo: campaña Stop Ecocidio / Repsol → informe legal → boletín → artículo web → minidocumental → creatividades en Instagram → argumentario para prensa.

Plantillas vivas

En lugar de documentos cerrados, Entrepueblos trabaja con **plantillas vivas**, es decir: herramientas flexibles, compartidas y en constante mejora, que permiten:

- Planificar campañas y acciones comunicativas (PADs, cronogramas).
- Crear contenidos adaptados a cada canal y público.
- Evaluar impactos con indicadores cualitativos y cuantitativos.
- Acompañar a nuevas personas o equipos en la cultura comunicativa.

Las plantillas vivas incluyen ya formatos adaptados a la comunicación territorial: materiales base para convocatorias locales, guiones para entrevistas a portavocías de las OT, y fichas específicas para activar acciones descentralizadas en boletín, redes, web y prensa.



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Estas plantillas están recogidas en los anexos del plan (especialmente Anexos IV y V), y se activan en todas las campañas prioritarias. Su uso está vinculado a las fichas temáticas, el cronograma y la matriz operativa.

Nota metodológica: El enfoque metodológico de Entrepueblos se basa en la pedagogía de la transformación colectiva. No comunicamos para informar, sino para disputar el sentido común, provocar reflexión y movilizar afectos. La comunicación es, para nosotras, una forma de organización política. Por eso trabajamos desde la coherencia entre fondo y forma, y apostamos por metodologías que integren participación, cuidado y capacidad de respuesta.

Actualización 28/6/25:

Esta visión metodológica se alinea también con una idea que comienza a perfilarse como guía simbólica dentro de la cultura organizativa de Entrepueblos: la política circular.

Tal como expresó Montse Benito, presidenta de la organización: “Creo que este término, ‘política circular’, será una dinámica que formará parte de nuestros activismos. Si no teníamos razones por las que activarnos en lo colectivo, podemos hacer una lista. ‘Refugios climáticos’ para lo que se nos viene, tomar fuerzas y seguir.”

Entendida así, la comunicación no es solo una herramienta de intervención externa, sino un espacio circular de cuidado, regeneración y aprendizaje político. Un refugio desde el que construir sentido, nutrir la acción colectiva y volver a empezar.

5. CANALES Y HERRAMIENTAS

La estrategia digital de Entrepueblos se fundamenta en una comunicación transmedia, cuidada y coherente, que prioriza el vínculo con las comunidades aliadas y la participación de nuestra base social. Los canales digitales y editoriales —como el boletín mensual y la revista impresa— se articulan como espacios para compartir narrativas de lucha, pedagogía transformadora y propuestas emancipadoras, en formatos accesibles, creativos y emocionalmente potentes (*Relato Organizativo 2024*).



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Desde 2024 se ha reforzado la apuesta por una estrategia diferenciada en redes sociales, incorporando nuevos lenguajes, plataformas y públicos, como el canal en TikTok o el impulso de YouTube como espacio central para la Educación Transformadora (*Resumen Plan de Comunicación 2024*). El diagnóstico de comunicación recomienda cuidar el equilibrio entre canales, evitar replicar contenidos sin adaptación y fomentar una interacción más viva con la base social (*Diagnóstico de Comunicación 2021*).

Se trabaja con un enfoque narrativo-político claro: contar historias que interpelen, fortalecer la presencia de nuestras portavocías y garantizar que cada herramienta contribuya a disputar el relato dominante desde los feminismos, el antirracismo y la justicia ecosocial (*Relato Organizativo 2024*).

Estas herramientas se complementan con un banco de imágenes vivo, un protocolo para la comunicación de crisis y una estrategia editorial que se actualiza de forma continua (*Resumen Plan de Comunicación 2024*). La producción de vídeo y mini vídeo se consolida como uno de los pilares visuales de la comunicación de Entrepueblos, en conexión con el trabajo en terreno y las voces de nuestras aliadas.

Por tanto, comunicaremos mediante:


✉ **Boletín mensual (newsletter):** El boletín mensual constituye uno de los canales digitales más efectivos para fidelizar a la base social, compartir campañas activas y articular una narrativa viva en tiempo real. Con tasas de apertura superiores a la media del sector (35–40%) y gran capacidad para vehicular contenidos estratégicos, ha sido reconocido en el *Diagnóstico de Comunicación 2021* y en la *Memoria de Actividades 2023* como canal clave. En 2025 se refuerza su rol como canal propio y periódico, coordinado desde el área de comunicación y alimentado por flujos internos de las OTs y el equipo técnico (*Acta reunión cooperación 2025*).

El boletín mensual incluirá un criterio editorial de **equilibrio territorial**, recogiendo contenidos de todas las OT que alimenten la agenda, los ganchos mediáticos o las narrativas del mes. Esta participación será coordinada con la base social y el equipo técnico.




PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

 **Revista impresa:** La revista semestral es un producto editorial estratégico que proyecta el relato político de Entrepueblos desde una mirada feminista, internacionalista y transformadora. Funciona como dispositivo narrativo de largo recorrido con análisis, reportajes y entrevistas. Según el *Diagnóstico de Comunicación 2021* y recomendaciones de la *Comisión de Comunicación*, debe consolidar su coherencia con los ejes del plan y servir como herramienta de diálogo con contrapartes, redes y nuevas generaciones activistas.

La revista impresa, aunque no se considera un canal en sentido estricto, sí forma parte de los productos de referencia. Concebida como producto editorial, incluirá también acciones y entrevistas que visibilicen luchas y experiencias situadas en los territorios donde actúan las **OT**, fomentando un enfoque descentralizado y plural.

 **Vídeo y mini vídeo:** El vídeo breve, ágil y narrativo se consolida como **formato prioritario para conectar emocionalmente, visibilizar acciones en terreno y amplificar voces aliadas**. El *Resumen del Plan de Comunicación 2024* subraya el crecimiento de la producción audiovisual en TikTok, YouTube e Instagram, como parte de una estrategia transmedia que da protagonismo a los relatos encarnados.

Se prioriza el uso de grabaciones desde el móvil con estética directa, testimonios de primera persona, presencia de portavocías comunitarias y conexión con campañas en curso. Estos formatos refuerzan el enfoque narrativo-político del plan y permiten llegar a nuevos públicos con una narrativa coherente y movilizadora.

Acciones prioritarias:

- Producción de vídeos cortos en terreno durante giras, campañas, encuentros, ferias y actos públicos.
- Narrativas específicas para TikTok (estética joven y pedagógica) y YouTube (formato más largo, educativo o testimonial).
- Publicación de minivídeos ligados a boletines y artículos del blog para reforzar el relato vivo.

 **Redes sociales (estrategia diferenciada por canal)**



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Las redes sociales permiten **llegar a públicos diversos, amplificar mensajes clave y mantener un contacto activo con la base social y nuevas audiencias**. El plan mantiene una **estrategia diferenciada por canal**, recomendada en el *Diagnóstico de Comunicación 2021*, para evitar la replicación automática de contenidos y asegurar que cada espacio digital tiene su tono, estética y funcionalidad propia.

Además, se impulsa la presencia en **canales emergentes (Bluesky, Mastodon)**, así como la consolidación de los espacios con más capacidad de viralización narrativa (*Instagram, TikTok*) y de construcción de comunidad política (*Telegram, Facebook*).

Canales y funciones:

- **Bluesky y Mastodon:** canal institucional de incidencia y posicionamiento público (*Plan 2025*).
- **Instagram:** eje visual de campañas, colaboraciones con activistas, estética gráfica (*Resumen Comunicación 2024*).
- **TikTok:** espacio para testimonios, pedagogía ecosocial y conexión con jóvenes (*Resumen Comunicación 2024*).
- **YouTube:** canal estratégico de cooperación, educación transformadora y vídeos documentales (*Resumen Comunicación 2024*).
- **Facebook:** memoria gráfica, archivo vivo y relación con redes históricas (*Resumen Comunicación 2024*).
- **WhatsApp y Telegram:** Canales complementarios de comunicación ágil entre las OT y el equipo de comunicación estatal. Se utilizarán para la coordinación de contenidos, avisos y difusión de campañas que requieren respuesta rápida. (*Acta reunión cooperación 2025 y reunión Olga Abad 26 abril*)

🌐 Nueva página web: La web de Entrepueblos constituye el **nodo central** del ecosistema comunicativo de la organización. Su fortalecimiento es una de las prioridades estratégicas del plan, ya que permite articular contenidos, canalizar campañas, facilitar la participación de la base social y visibilizar los relatos de nuestras contrapartes y redes aliadas.



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Según el **Resumen del Plan de Comunicación 2024**, uno de los aprendizajes clave del ciclo anterior fue la necesidad de avanzar hacia una **nueva web plenamente integrada con la base de datos de socias, mejorando tanto la relación directa con nuestra comunidad como la captación activa desde campañas específicas.**

Asimismo, el **acta de la reunión de cooperación (abril 2025)** refuerza la importancia de utilizar la web como **repositorio vivo y actualizado de los proyectos de cooperación**, permitiendo no solo su difusión, sino también su articulación con los ejes políticos y campañas comunicativas.

Por ello, en 2025 se prioriza:

- **✓ Integración con base de datos de socias**, para generar comunicación segmentada y activar procesos de participación directa (*Resumen Plan de Comunicación 2024*).
- **✓ Blog actualizado con artículos y relatos propios y aliados**, como herramienta para sostener un relato vivo y feminista (*Relato Organizativo 2024 + Resumen Comunicación 2024*).
- **✓ SEO optimizado, con etiquetas, categorías y zona de prensa accesible**, como parte de la mejora de la arquitectura digital, facilitando la visibilidad de campañas y posicionamientos (*Diagnóstico de Comunicación 2021*).
- **✓ Formulario "Hazte socia" con pasarela digital y pop-ups activistas**, activado en momentos clave de campaña para facilitar la captación y dinamización de la base social (*Resumen Comunicación 2024*).
- **✓ Agenda pública y dinámica de actividades, campañas y redes aliadas**, alimentada desde el POA 2025, las OTs y espacios como La Fede, Taula per la Pau, entre otros.
- **✓ Repositorio actualizado de proyectos en marcha**, con fichas por país y acción, que sirvan como fuente informativa interna, contenido de difusión y punto de entrada para aliadas, periodistas y nuevas personas interesadas (*Acta reunión cooperación 2025*).
- **✓ La web debe garantizar también una representación equilibrada de los territorios**, recogiendo de forma sistemática las acciones impulsadas desde




PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista


las OT. Se establece como criterio estratégico la actualización de los proyectos en marcha también por zona geográfica, y el archivo vivo de actividades con perspectiva territorial.

Esta estructura convierte la **nueva página web** no solo en un escaparate, sino en una herramienta política de conexión, movilización y visibilización. Como señala el relato organizativo, debe funcionar como **repositorio vivo de luchas, aprendizajes y propuestas colectivas**.

 **Prensa y medios aliados:** La relación con los medios de comunicación sigue siendo una herramienta clave para **multiplicar el alcance de nuestras campañas, generar agenda propia y disputar el relato dominante desde los feminismos, el antirracismo y la justicia global**. En coherencia con lo planteado en el *Resumen del Plan de Comunicación 2024*, se fortalece la publicación de contenidos propios y se apuesta por una red de portavocías activas, descentralizadas y bien acompañadas desde las OTs y el equipo estatal. Además, como recoge el *acta de la reunión de cooperación (abril 2025)* y el *Anexo II*, se fomenta la producción de **dossieres temáticos y posicionamientos públicos**, así como la consolidación de relaciones con medios aliados como *La Marea, El Salto, Pikara* o medios comunitarios vinculados al territorio.

Acciones prioritarias:

- Elaboración de dossieres de prensa por eje temático (feminismos, DDHH, cooperación, justicia climática).
- Publicación periódica de artículos de fondo, manifiestos y entrevistas en medios alternativos y generalistas.
- Fortalecimiento del mapa de portavocías y acompañamiento en su uso público (formación, materiales de apoyo, cobertura).
- Fortalecer una **base de datos de medios** de comunicación **territorial y temática**.

 **Materiales estratégicos:** Para asegurar la coherencia, agilidad y calidad de la producción comunicativa en todas las campañas, Entrepueblos cuenta con



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

un conjunto de materiales base que permiten **trabajar de forma descentralizada, corresponsable y coherente con el relato organizativo**. Como recoge el *Resumen del Plan de Comunicación 2024* y el *Anexo V*, estos materiales son herramientas vivas que se adaptan y actualizan en función de los aprendizajes y de la dinámica participativa entre el equipo estatal, las OTs y las contrapartes.

Materiales activos:

- Manual de estilo para redes sociales, con ejemplos de tono, estructura y estética (*Resumen Comunicación 2024*).
- Plantillas para convocatorias, notas de prensa, argumentarios y publicaciones web (*Anexo V*).
- Protocolo de posicionamiento ante crisis o coyunturas sensibles (*Resumen Comunicación 2024*).
- Banco de imágenes y archivo histórico, con repositorio compartido de Sardina Histórica, giras, exposiciones y campañas.

6. PÚBLICOS PRIORITARIOS

A quiénes queremos hablar... y con quiénes queremos construir

Los públicos prioritarios del Plan de Comunicación 2025 no se definen únicamente en función de perfiles demográficos, sino sobre todo a partir de **las relaciones políticas, afectivas y organizativas que Entrepueblos quiere fortalecer**.

Cada público representa una dimensión clave del trabajo comunicativo: desde la consolidación de la base social hasta la incidencia mediática, pasando por la co-construcción de narrativas con contrapartes o el vínculo con las nuevas generaciones activistas.

La definición de estos públicos se basa en el cruce entre:

- el *Relato Organizativo actualizado (2024)*,
- el *POA 2025*,



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

- y las *Líneas Estratégicas* compartidas con cooperación, educación y base social.

Esta categorización no es cerrada ni estática: debe revisarse periódicamente y adaptarse según la evolución del contexto, las campañas y las alianzas.

Clasificación de públicos prioritarios

Socias y activistas de base

Por qué son clave: Constituyen el corazón organizativo de Entrepueblos. Su implicación, sostenimiento económico, participación en campañas y propuestas es fundamental.

Además, las OT tienen un papel clave en la activación de la base social en los territorios, la conexión con redes locales y el reconocimiento de los liderazgos comunitarios. Desde la comunicación, se prioriza visibilizar sus acciones y fortalecer su vínculo con medios próximos y públicos cercanos.

Estrategia:

- Campañas de fidelización y crecimiento de la base social.
- Reconocimiento de su papel como sujetos políticos.
- Activación a través de boletines, redes, encuentros y PADs.

Aliadas del Sur Global (contrapartes, defensoras, organizaciones comunitarias)

Por qué son clave: Sostienen las luchas que Entrepueblos acompaña. Son generadoras de sentido, protagonistas del relato y referentes políticos y éticos.

Estrategia:

- Protagonismo en campañas y portavocías.
- Producción de contenidos compartidos (vídeos, artículos, testimonios).
- Visibilidad en redes y espacios institucionales.



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Medios de comunicación (alternativos y generalistas)

Por qué son clave: Multiplican el alcance de nuestras narrativas y permiten disputar el relato en la esfera pública.

Estrategia:

- Articulación de relaciones proactivas con periodistas clave.
- Publicación de artículos propios y colaboraciones.
- Dossieres por tema, comunicados y ruedas de prensa.

Juventud y nuevos activismos.

Por qué son clave: Representan nuevas subjetividades políticas que queremos interpelar y sumar. Son sensibles al lenguaje visual, a las narrativas del cuidado y a las luchas climáticas, feministas y antirracistas.

Estrategia:

- Campañas en TikTok e Instagram.
- Estética y lenguaje pedagógico, accesible y emocional.
- Colaboraciones con jóvenes activistas, artistas o colectivos culturales.

Instituciones públicas y políticas.

Por qué son clave: Interlocutoras en procesos de incidencia, cooperación y denuncia. Necesitan propuestas articuladas, lenguaje técnico/político y solvencia narrativa.

Estrategia:

- Posicionamientos claros, comunicados y manifiestos.
- Presencia activa en redes institucionales.
- Citas y portavocías en medios y foros institucionales.



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobles-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Nota metodológica: Esta clasificación no solo orienta la segmentación comunicativa, sino que **estructura el enfoque narrativo y político del plan.**

Cada público está vinculado a unos canales preferentes, unas campañas específicas y unos lenguajes particulares, recogidos en los **Anexos IV y V.**

7. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Evaluar para aprender, ajustar y transformar

El seguimiento del Plan de Comunicación 2025 no se concibe como un ejercicio de control o validación externa, sino como **una práctica interna de reflexión, aprendizaje compartido y mejora continua.**

Evaluar nos permite tomar el pulso a nuestras acciones, identificar logros y cuellos de botella, cuidar la coherencia narrativa, fortalecer la cultura organizativa y ajustar los ritmos y lenguajes a los cambios de contexto.

Este seguimiento se realiza en coherencia con los indicadores definidos en el **POA 2025**, los compromisos del equipo de comunicación y las herramientas recogidas en los **Anexos IV y V**, especialmente la **matriz operativa viva** y el **cronograma de campañas y acciones:**

- Interacciones por canal y campaña.
- Captación de nuevas socias.
- Alcance mediático y publicaciones propias.
- Nivel de participación desde las OTs.
- Coherencia narrativa y adecuación a relato organizativo.

El seguimiento se realizará trimestralmente con el equipo técnico y semestralmente con la Comisión de Comunicación. Se activará un **tablero compartido** para visibilizar avances, materiales generados y propuestas en marcha (*POA y Resumen Plan Comunicación 2024*).

Por tanto:



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.


Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Indicadores principales de seguimiento

- **Interacciones por canal y campaña** (alcance, clics, comentarios, viralidad, compartidos...)
- **Nuevas socias y voluntarias** (tasa de conversión en campañas y formularios web)
- **Presencia en medios** (artículos propios, entrevistas, cobertura externa)
- **Calidad narrativa y visual** (coherencia con relato organizativo, estética, enfoque político)
- **Participación desde las OTs** (uso de herramientas, envío de contenidos, activación en redes). **Sub-indicadores:**
 - Nivel de participación de las OT en contenidos del boletín, web y redes.
 - Equilibrio territorial en la presencia mediática y producción editorial.
 - Número de contenidos generados o publicados por medios locales.
- **Movilización de redes aliadas** (colaboraciones, apoyos, convocatorias conjuntas)

Herramientas de evaluación y seguimiento:

- **Matriz operativa viva (Anexo V):** registro en tiempo real del estado de cada campaña y acción.
- **Reuniones bimensuales** del equipo de comunicación: espacio de ajuste, revisión y coordinación.
- **Evaluación semestral con la Comisión de Comunicación:** análisis cualitativo, valoración política, redefinición de prioridades.
- **Tablero compartido** (Drive o Notion): visibiliza avances, materiales generados, enlaces y aprendizajes.
- **Checklist para la creación textual y revisión de campañas:** evaluación narrativa, estética y política (incluida en el cuaderno operativo de comunicación).

 **Nueva herramienta:** Base de datos segmentada de medios por territorio y temática, con contactos para campañas, ruedas de prensa y seguimiento de portavocías locales.



PLAN DE COMUNICACIÓN 2025 Entrepueblos-Entrepobos-Herriarte.

Relato, estrategia y campañas para fortalecer la solidaridad internacionalista y feminista

Nota metodológica: La evaluación no es un cierre, sino **un ciclo que se retroalimenta de la acción política y comunicativa**. Nos permite fortalecer la cultura organizativa desde el cuidado, la participación corresponsable y el aprendizaje colectivo. Por eso, los espacios de seguimiento no son solo técnicos, sino también pedagógicos y políticos. En ellos **ajustamos nuestras herramientas, reorientamos nuestras campañas y aprendemos a comunicar de forma más ética, interpeladora y transformadora.**

Anexos:

☰ ANEXOS I, II, III, IV y V: CRONOGRAMA DE CAMPAÑAS Y ACCIONES 2025

☒ ANEXO V: MATRIZ OPERATIVA FINAL — PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO D...

El anexo V recoge la **matriz operativa** que guiará la planificación y seguimiento de las acciones comunicativas durante el año 2025, conectando las fichas estratégicas del Anexo IV con una herramienta de trabajo dinámica y colaborativa.