

Política de Comunicaciones de ACT Alianza

Revisión de la versión de la política de abril 2013

Aprobado por la Junta directiva durante su reunión de agosto de 2020

1. Introducción

Como una de las más grandes alianzas religiosas mundiales dedicada a la asistencia humanitaria, el desarrollo sostenible y la labor de defensa de causas, el compromiso de ACT de comunicar el trabajo de la alianza y los asuntos globales de la injusticia es primordial.

Para ser fiel al cometido y a los objetivos de la alianza, la Secretaría debe publicar información de manera regular, consistente y fundamentada. Al mantener a las audiencias internas y externas bien informadas de nuestros éxitos, aprendizajes, preocupaciones y expectativas, ACT aumenta su credibilidad y visibilidad a los ojos de dichas audiencias. En cada comunicación, ACT busca presentar sus operaciones y valores, y fortalecer su posición como alianza independiente y profesional. ACT se compromete a basar la comunicación en los valores periodísticos de actualidad, precisión y alta calidad, y se comunica de maneras que respetan la dignidad, singularidad, derechos humanos y valor intrínseco de cada mujer, hombre, niña y niño. ACT no presenta a las personas como víctimas indefensas, sino que reconoce su inmensa capacidad de resiliencia y acción con sólidos recursos comunales, culturales y humanos. ACT responde al sufrimiento humano sin distinción de raza, género, credo, nacionalidad, origen étnico u opinión política. Su comunicación es independiente de las políticas de gobiernos particulares y no es una herramienta para el interés propio de grupos, empresas y otras organizaciones, incluido el de los miembros de ACT.

ACT se comunica con, para y sobre una amplia variedad de otras partes interesadas: miembros y sus socios, donantes, personas y organizaciones que nos apoyan, y comunidades con las que los miembros de ACT trabajan y tienen por objeto ayudar. Un aspecto fundamental de esta política es la comunicación sólida y transparente con las comunidades locales con las que trabajamos. La Secretaría de ACT se basa en sus miembros y en sus foros como fuentes y medios para compartir la información en las comunidades, además de para concretar el apoyo y el compromiso que proporciona ACT, así como los valores de calidad y responsabilidad mutua que nos representan y las metas y los objetivos de defensa de causas de la alianza en el ámbito local, nacional, regional y mundial, y esto tanto en situaciones de emergencia como en el curso del desarrollo a largo plazo. Esta audiencia específica y valiosa requiere comunicaciones a la medida del contexto y de los medios y canales de comunicación disponibles en las comunidades afectadas. Un elemento central de todas las comunicaciones es la obligación de los miembros de compartir la marca, como se establece en la política de marca compartida de ACT.

2. Ámbito de aplicación

Esta política establece los principios para las comunicaciones emitidas por la Secretaría de ACT o personas en su nombre, tal como por escritores independientes y de los miembros, fotógrafos, blogueros y usuarios de medios sociales por encargo de ACT, para audiencias internas o externas, y da lineamientos sobre decisiones que influyen en las comunicaciones. Ayudará a alcanzar la visión estratégica y objetivos de la organización y garantizar un enfoque coherente y consecuente para las comunicaciones tanto internas como

externas. Téngase en cuenta que debe leerse en conjunción con el Marco de calidad y rendición de cuentas 2019, la política y procedimientos de defensa de causas, y la actual estrategia de comunicaciones.

La Secretaría de ACT depende de sus miembros y foros como fuentes de información. La Secretaría actúa como facilitador y coordinador de las iniciativas adoptadas por los comunicadores de la alianza, que son, además, fuentes de insumos para las comunicaciones. Esta política no se aplica a los comunicadores de las organizaciones miembros. Los miembros de ACT son alentados a tener políticas similares que cumplan con los requisitos legales de sus propios países o regiones y partes interesadas.

3. Definiciones

A los efectos de esta política:

- Información significa todo contenido en papel, versión electrónica u otro medio, referente a temas relativos a la ACT Alianza.
- Comunicaciones son los sistemas y procesos utilizados para comunicar información a través de diversos medios.
- ACT significa la alianza de los miembros de ACT y/o la Secretaría de ACT.
- Miembro o miembro de ACT se refiere a cualquier organización miembro de la ACT Alianza.
- Foro se refiere a un foro de ACT nacional, subregional o regional.

4. Propósito de las comunicaciones

El propósito de esta política es proporcionar directrices para las comunicaciones de la Secretaría con el objetivo de lograr los siguientes resultados específicos:

1. Describir la misión, creencias, objetivos y actividades de ACT de conformidad con la Estrategia Global de ACT Alianza, utilizando los siguientes mensajes clave en todas las comunicaciones de ACT:
 - a. ACT se une para apoyar la lucha de las personas que viven en la pobreza y la injusticia.
 - b. ACT se compromete a promover un programa sostenible en términos de localización.
 - c. ACT es una alianza con un planteamiento centrado en las personas.
 - d. ACT cree firmemente en el nexo con el desarrollo humanitario y promueve soluciones que vinculan el desarrollo a largo plazo, la defensa de causas y la asistencia humanitaria, porque los problemas del mundo están interconectados.
 - e. ACT es una alianza de miembros confesionales, con el compromiso de trabajar con personas de todos los credos y de ninguno.¹
2. Dar a conocer los éxitos, cambios significativos y lecciones aprendidas en el curso de su trabajo en asistencia humanitaria, desarrollo y defensa de causas.
3. Publicitar la labor de ACT, contribuir a su prestigio como líder reconocido y agencia especializada en materia de justicia climática, justicia de género, migración y desplazamiento, paz y seguridad humana y preparación para emergencias y respuesta humanitaria.
4. Publicitar la labor de ACT en el ámbito de la calidad y la responsabilidad mutua, así como la transparencia en relación con los ejemplos de éxito y las áreas que se pueden mejorar, y compartir el aprendizaje y las mejores prácticas.
5. Generar conciencia de emergencias humanitarias difundidas y poco difundidas, proyectos de desarrollo a largo plazo y trabajo de defensa de causas.

¹ Estrategia de comunicaciones de ACT 2013-14, aprobada por la Junta Directiva de ACT en mayo de 2012

6. Llevar a cabo amplias campañas de defensa de causas referidas, por ejemplo, a la defensa de causas sobre países específicos o sobre una problemática, por ejemplo, mitigación y respuesta al cambio climático, creando así posibilidades para persuadir a los decisores a abordar las causas fundamentales de la injusticia, cumplir con los derechos humanos y promover el bienestar de todos.
7. Apoyar a los miembros en sus esfuerzos de comunicación para recaudar fondos de gobiernos donantes, audiencias confesionales, público en general, fundaciones, el sector privado y otras agencias de financiamiento.
8. Mejorar la capacidad de secretariado para recaudar fondos con el fin de apoyar sus actividades y apoyar los esfuerzos de los órganos de gobierno de ACT para recaudar fondos externos. Las proposiciones únicas de venta (USP) relacionadas con la recaudación de fondos externos son:
 - Diversidad sin igual de miembros a nivel mundial
 - Alianza confesional comprometida a trabajar con personas de todos los credos y de ninguno
 - Potencial de relación directa entre organizaciones de base combinado con cobertura mundial
 - Singular estructura basada en foros
 - Compromiso con el profesionalismo y estándares internacionales
 - Voz con alcance y legitimidad dentro y entre países y regiones
 - Actor global que opera a escala considerable y puede así influir en los debates mundiales²
9. Explicar a las comunidades locales con las que trabajamos los principios y actividades de los miembros de ACT con el fin de rendirles cuentas, y obtener apoyo y propiedad local
10. Reaccionar profesionalmente a la crítica en un entorno de creciente escrutinio público
11. Trabajar para construir un nombre y marca más sólidos con el fin de acrecentar la relevancia de los miembros
12. Alentar a los miembros de ACT a compartir la marca, incluyendo tanto el logo como información acerca de la alianza, en sus comunicaciones.

5. Audiencias destinatarias

ACT ha identificado cuatro grupos con los que desea transmitir sus mensajes comunicacionales:³

- **Personal y voluntarios de miembros de ACT, líderes religiosos y otras partes interesadas clave:** El personal y voluntarios de las organizaciones miembros de ACT, en la actualidad más de 30 000 personas, que necesitan información que sea precisa, inspiradora y profundice el compromiso de todos con el trabajo compartido de ACT. A su vez, ellos potencialmente se convierten en los mayores propulsores secundarios del trabajo de ACT ante una vasta variedad de personas en todo el mundo.
- **Comunidades locales:** Una audiencia vital, sobre todo de responsabilidad de los miembros, que se comunican con las comunidades locales en formas apropiadas a su contexto.
- **Gobierno, sociedad civil, sector privado, comunidad académica y comunidad religiosa:** responsables de la toma de decisiones de los países y de la ONU como organismos financiadores, departamentos de desarrollo gubernamentales y financiadores institucionales, fundaciones, el Foro Económico Mundial y otros potenciales socios y organismos financiadores, universidades e instituciones académicas dedicadas a las áreas temáticas de trabajo de ACT, pares de ACT en el sector

² USP de ACT para la recaudación de fondos externos, presentadas a la Junta Directiva de ACT en mayo de 2012

³ Estrategia de comunicaciones de ACT, aprobada por la Junta Directiva de ACT en mayo de 2012

humanitario, de desarrollo y de defensa de causas, personas interesadas en la justicia mundial, tanto del sector religioso como de la sociedad en general.

- **Sectores de la sociedad en general:** personas de países en los que ACT cuenta con miembros, con el objetivo específico de apoyar el desarrollo de los fondos de dichos miembros, aumentar su credibilidad como organizaciones especializadas en el sector humanitario o del desarrollo y apoyar su labor de defensa de causas o en materia de políticas. Personas interesadas en cuestiones internacionales y en el desarrollo, así como jóvenes que promueven la justicia y utilizan las redes sociales u otros medios digitales.

6. Ética y estándares

ACT adhiere a un enfoque veraz y basado en los hechos en todas sus comunicaciones que representan el sufrimiento humano y demuestran cómo se gastan las donaciones públicas y privadas. En tal sentido, ACT y sus miembros deben generar interés público dentro del marco de información que sea sensible a las necesidades de las personas a las que buscamos ayudar y que respete su dignidad. Las agencias de ayuda deben con razón esperar un escrutinio exhaustivo de los medios de comunicación que quieran ver información objetiva y honesta sobre cómo hacemos nuestro trabajo y gastamos nuestro dinero.

ACT y muchos de sus miembros son signatarios del Código de conducta relativo al socorro en casos de desastre para el Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y las ONG, cuyo punto 10 dice: “En nuestras actividades de información, publicidad y propaganda, reconoceremos a las víctimas de desastres como seres humanos dignos y no como objetos que inspiran compasión”.

El Código de Conducta continúa diciendo: “Nunca debe perderse el respeto por las víctimas de los desastres, que deben ser consideradas como asociados en pie de igualdad. Al informar al público, deberemos presentar una imagen objetiva de la situación de desastre y poner de relieve las aptitudes y aspiraciones de las víctimas y no sencillamente su vulnerabilidad y sus temores”.

“Si bien cooperaremos con los medios de información para suscitar un mayor respaldo público, en modo alguno permitiremos que las exigencias internas o externas de publicidad se antepongan al principio de lograr una máxima afluencia de la asistencia humanitaria. Evitaremos competir con otras organizaciones de socorro para captar la atención de los medios informativos en situaciones en las que ello pueda ir en detrimento del servicio prestado a los beneficiarios o perjudique su seguridad y la de nuestro personal”.

Las imágenes de ACT se han de usar para crear atención sobre sus actividades. ACT trata a los sujetos de las fotos con respeto y evita fotografiar a personas en situaciones humillantes. En lo factible, los fotógrafos deben tratar de buscar la aceptación de las personas que sean fotografiadas e informarles de que la foto puede ser usada ampliamente (véase el apartado 14: Imágenes visuales). Siempre que sea posible, se debería disponer de formularios para obtener la firma de las personas fotografiadas, idealmente en el idioma de dichas personas. Todas las fotografías de niños deben contar con la autorización parental o del tutor/a, de conformidad con la política de ACT para salvaguardar a los niños.

Las fotos presentadas por ACT están disponibles para todos los miembros, excepto cuando se mencionen restricciones. Recortar los rostros de personas en las fotos, usar fotos de personas como ‘papel pintado’, es decir, fuera de contexto o sin leyenda, e imprimir palabras sobre imágenes de rostros de personas son inaceptables. Esto se expone más abajo en la sección de fotografía.

Además, ACT cumple con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea y otras leyes de protección de datos que rigen la recopilación, el almacenamiento y el uso de los datos personales de las personas físicas.

7. Principios de las comunicaciones

Las comunicaciones de ACT serán claras y concisas, y utilizarán un lenguaje sencillo y criterios periodísticos establecidos para que sean comprendidas entre una audiencia tan amplia como sea posible. Sólo mediante el uso de un lenguaje directo, libre de jerga, sustantivos abstractos y otras formas idiomáticas que puedan enturbiar la comprensión, pueden las audiencias llegar a una mayor comprensión de ACT y su trabajo. El material debe ser creíble y fidedigno, equilibrado, debidamente fundamentado y de interés periodístico. El ángulo de los informes, artículos y comunicados de prensa debe estar expresado con claridad. Los escritores, fotógrafos, blogueros y usuarios de medios sociales de ACT deben ser siempre conscientes de la audiencia a la que ACT pretende dirigirse.

Todas las comunicaciones deben transmitir los mensajes (véase más arriba y en la estrategia de comunicaciones), visión y prioridades de ACT de manera explícita o implícita en una forma que sea fácil e inmediatamente comprensible. ACT siempre debe ser clara en lo que representa.

Las comunicaciones de ACT deben trabajar dentro de un criterio de presentación de información definido que le permita priorizar y expresar claramente las problemáticas y temas a los que los comunicadores de ACT dedicarán su tiempo. Esto es particularmente importante durante situaciones de emergencia en que la información debe ser presentada de manera rápida y en concordancia con los criterios para notificar emergencias. La Secretaría debe trabajar para asegurar una circulación fluida y regular de contenidos sobre desarrollo, emergencias y defensa de causas fuera de los periodos pico de emergencia. En la comunicación a nivel local, los miembros de ACT deben, con la participación de los miembros locales, identificar las herramientas y medios de comunicación apropiados con la participación de las comunidades locales para asegurar que sean comprensibles y pueda llegar a los más vulnerables.

El personal de comunicaciones de ACT tiene la tarea de mejorar la ‘visibilidad’ de ACT en los medios de comunicación y ante audiencias clave influyentes. La relación de ACT con los medios debe ser vista como recíproca: los medios buscan noticias de interés para su público y ACT puede ser una gran fuente de dicha información. Pero al mismo tiempo, para que ACT busque la atención de los medios necesita producir información que se adapte a la agenda de los medios noticiosos y que sea veraz, bien se trate de una historia conmovedora sobre una persona o una comunidad o una historia sólida y basada en hechos.

Para trabajar con los medios, las comunicaciones de ACT deben basarse en observación e investigación de primera mano, ser rápidas, corroboradas, de fácil comprensión, y responder a las preguntas periodísticas estándar. Además, deben ser presentadas en un formato que sea fácilmente editado, multiplicado y distribuido rápidamente, así como con calidad técnicamente buena. En lo posible, se centrarán en sucesos que muestren elementos dramáticos claros y visuales, harán hincapié en algunos aspectos de valor emocional, y se centrarán en identificación con “expertos” de la audiencia destinataria de los medios o personas del mismo origen cultural (país, raza, religión, idioma, etc.).

Dicho esto, los comunicadores sin capacitación en periodismo no deben ser desalentados por estándares de presentación de información rigurosos. En algunas circunstancias, artículos que no cumplan con los estándares periodísticos serán considerados y reescritos por periodistas o comunicadores capacitados pertenecientes a organizaciones miembros o la Secretaría.

Los medios nacionales y regionales son una vía importante por la cual los miembros obtienen publicidad en su país. La Secretaría de ACT no puede escribir para estos medios, pero ayudará a las organizaciones miembros con información de contexto, citas, fotos y contactos con el fin de que ganen tracción en los medios de comunicación locales. Siempre que sea posible, los miembros deben tratar de incluir una referencia de ACT en el trabajo con los medios nacionales y locales. ACT cree que, para ser una voz creíble y coherente, debe presentar al secretario general, o quien haga sus veces, como el portavoz principal para formular comentarios públicos. En emergencias, un experto sobre el terreno que pueda explicar el contexto o citas de testigos oculares pueden ser más atractivos para los medios de comunicación.

La Secretaría de ACT tratará de brindar apoyo a las labores de los medios de comunicación en los principales eventos (COP, CSW, GPPRR, etc.)⁴ publicando actividades de defensa de causas, proporcionando material audiovisual y declaraciones, solicitando entrevistas, etc. con el objetivo de fomentar la visibilidad de los miembros y poner de relieve la experiencia de ACT y los mensajes principales en relación con el evento en cuestión.

8. Visibilidad y marca compartida de ACT Alianza

ACT fue creada en parte para satisfacer la necesidad de una identidad común en el trabajo de emergencia, desarrollo e defensa de causas de los miembros de la familia ecuménica. ACT tiene el mandato de mejorar la visibilidad de la alianza en beneficio de las organizaciones miembros. Al promover la asociación con el nombre ACT, las organizaciones miembros tendrán mayor reconocimiento. Sin embargo, a fin de presentar una imagen unificada, los comunicadores de ACT deben, en determinadas situaciones, tales como declaraciones sobre defensa de causas y comunicados de prensa a nivel de toda la agencia, nombrar a ACT con preferencia a los miembros en los comunicados de prensa de ACT, y omitir los nombres de los socios de los miembros, en un esfuerzo por evitar una plétora de nombres y siglas en los artículos que pueda ahogar el nombre de la ACT Alianza. Al informar sobre situaciones humanitarias, el nombre del miembro implementador debe, en la mayoría de los casos, ser señalado junto con el de ACT.

Además, esta política de comunicaciones se basa en la suposición de que cada miembro de ACT acepta ceder parte de su visibilidad de vez en cuando y promover a ACT en su trabajo de comunicación y visibilidad. También reconoce que la ACT es la unión de un gran número de entidades cada una de las cuales tiene nombres y logos bien establecidos. El trabajo de estas entidades, así como su recaudación de fondos, están estrechamente relacionados con sus respectivos nombres.

⁴ La COP es la Conferencia de las Partes de la CMNUCC, la conferencia mundial sobre el cambio climático; la CSW es la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer; la GPPRR es la Plataforma Mundial para la Reducción del Riesgo de Desastres.

ACT busca construir su perfil como alianza, de modo que las audiencias asocien la identidad visual de ACT con su mensaje, identidad y posición clave. A través de su identidad como alianza global, ACT busca ayudar a los miembros a hacerse más influyentes, creíbles y de mayor perfil que trabajando solos. La clave para construir el reconocimiento de la marca ACT es el respeto a la política de marca compartida. La marca compartida debe ser el punto de partida para todas las comunicaciones. La utilización del nombre y el logo está indicada claramente en la política y las directrices de marca compartida de ACT (disponible en el sitio web: <https://actalliance.org/documents/act-branding-policy-and-guidelines/>). Las comunicaciones de ACT deben seguir esa política.

Asimismo, esta política de comunicaciones se basa en la suposición de que cada miembro de ACT acepta y adhiere al acuerdo de membresía y trabajar en colaboración como alianza para promover la misión global de la ACT Alianza. Los estatutos de ACT establecen que los miembros deben compartir marca con el nombre ACT Alianza de acuerdo con la política de marca compartida y reconocer que el secretario general de la alianza es el portavoz principal de la alianza.

9. Responsabilidad editorial

El Director de comunicaciones de la Secretaría de ACT tiene la responsabilidad editorial de todas las producciones de ACT, tales como contenido del sitio web, comunicados de prensa, folletos, panfletos e informes.

La unidad de comunicaciones de la Secretaría trabaja en estrecha colaboración con la dirección y los oficiales de programa y, en lo que corresponda, con el personal de las organizaciones miembros. En caso de desacuerdo entre miembros o entre miembros y ACT, deben explorarse todos los canales de mediación. El secretario general tiene la última palabra en los asuntos en disputa.

10. Idioma

Los idiomas oficiales de la alianza son inglés, francés y español, estando el logo en inglés/francés, español y portugués. Todos los documentos de política vinculantes se producen en inglés, francés y español. El inglés británico es el idioma de trabajo de la Secretaría y todo el contenido se produce en ese idioma. Cuando la información esté dirigida a grupos con idiomas de trabajo como el español, el francés y el portugués, ACT se compromete a producir materiales cuando las finanzas y el tiempo del personal lo permitan. Los miembros son alentados a ofrecer publicaciones e información a las comunidades con las que trabajamos en los idiomas y dialectos locales siempre que sea posible. También se invita a los miembros a contribuir a la traducción de aquellos materiales de ACT que sean de especial interés para ellos y su audiencia.

11. Portavoz

El secretario general de la alianza tendrá la responsabilidad principal de hablar en nombre de la alianza y será el portavoz principal de ACT.⁵ Además, expertos seleccionados de dentro de la alianza así como miembros del personal sobre el terreno pueden hablar en nombre de ACT si se ha dado la aprobación previa de la Secretaría. El secretario general puede delegar la responsabilidad de portavoz en determinadas cuestiones o emergencias. Cualquier declaración en nombre de ACT debe ser aprobada por el secretario general o su adjunto. No obstante, miembros del personal de la Secretaría de ACT, los foros de ACT o las organizaciones miembros pueden emitir sus opiniones sobre asuntos de actualidad en materia de desarrollo, defensa de causas y asistencia humanitaria. Si es probable que su opinión difiera de la de ACT, debe incluirse un descargo

⁵ Documento fundacional de la ACT Alianza, aprobado por el comité ejecutivo conjunto, febrero de 2009

de responsabilidad que diga que los puntos de vista no son necesariamente los de ACT. La política de ACT Alianza sobre el uso de las redes sociales contiene información sobre cómo deben identificarse los miembros de la Secretaría de ACT en Internet.

12. Proceso de refrendo

El secretario general da el refrendo final sobre las declaraciones y posturas adoptadas por ACT Alianza. El proceso de refrendo deberá cumplir con los procedimientos relevantes especificados en la política de defensa de causas de ACT y otros procedimientos relacionados (<https://actalliance.org/documents/act-alliance-advocacy-policy-and-procedures/>). Los miembros de ACT deben compartir la marca en comunicados de prensa y consultar las declaraciones que puedan diferir de la posición de otros miembros del foro o de la posición de la alianza con la Secretaría para su comentario y/o aprobación. Toda persona que sea parte del proceso de refrendo comentará y responderá lo más pronto posible a fin de no comprometer la oportunidad de la comunicación.

13. Los medios de comunicación social y la Internet⁶

ACT tiene dos plataformas de medios sociales principales, Twitter y Facebook, a las que de manera cada vez más regular carga vínculos con artículos del sitio web, artículos de miembros y vínculos con artículos e informes interesantes. La política de ACT Alianza sobre el uso de las redes sociales proporciona las directrices y el reglamento para el uso de las redes sociales en representación de ACT. Esta política puede descargarse en <https://actalliance.org/documents/act-social-media-policy/>.

ACT no alienta que los foros establezcan sus propios sitios web. Sin embargo, los foros que lo hagan deben adherir a la política de marca, llevar una advertencia de que la información no necesariamente representa la política de ACT y que el contenido del sitio no puede ser monitoreado por la Secretaría de ACT. Asimismo, los sitios deben estar vinculados al sitio web oficial de ACT. La Secretaría no puede proporcionar ningún tipo de apoyo financiero a tales sitios.

14. Imágenes visuales *(El contenido que sigue, particularmente sobre permiso escrito, se deriva de la política de fotografías de la Alianza EcuMénica de Acción Mundial)*

Al tomar fotos y usarlas, ACT está comprometida a respetar la dignidad de las personas y comunidades representadas, como se extrapola en el Código de Conducta de la Cruz Roja. ACT se asegurará de que sus prácticas fotográficas reflejen la Política para salvaguardar a los niños, el Código de conducta de ACT y la Política de ACT Alianza sobre el uso de las redes sociales.

Si bien ACT es consciente de que las fotografías deben ser fieles a la realidad, sin tener por ello que mostrar desesperación o sufrimiento innecesariamente, ACT alienta a los miembros a presentar imágenes de esperanza. ACT busca imágenes que muestren el trabajo de los miembros, el personal de los miembros de ACT y comunidades locales en acción, e imágenes que incluyan el logo de ACT. ACT no vende ni recibe de ningún modo beneficio material de sus fotos, videos o historias. ACT y sus miembros deben dar el crédito respectivo a las fotos: ACT/nombre del miembro/fotógrafo.

⁶ En el momento de la creación de esta política (2012, presencia de ACT en los medios sociales) nuestra capacidad para participar en este ámbito se estaba desarrollando. En un futuro próximo, habrá estrategias, lineamientos y/o políticas relacionadas.

Consentimiento informado e implícito

Los fotógrafos y periodistas que trabajen en nombre de ACT deberán obtener el consentimiento informado de los sujetos de las fotos siempre que sea posible, es decir, deberán identificarse y procurar asegurarse de que el sujeto o sujetos tengan una comprensión general de la finalidad del reportaje o fotografía antes de que se tomen las fotos. Los fotógrafos deberán hacer todo lo posible por obtener un formulario de autorización de información a los medios de comunicación firmado por dichos sujetos preferentemente antes de la toma de imágenes, aunque también podría ser después (véase el apartado “Permiso escrito” a continuación). La Secretaría pone a disposición un formulario para que los miembros puedan utilizarlo y traducirlo a los idiomas locales.

ACT comprende que es imposible insistir en el consentimiento informado en todos los casos. El sujeto debe comprender que su historia y/o foto pueden ser conocidas y vistas por otros muy lejos de la comunidad o evento a través de publicaciones y la Internet. El consentimiento informado genera confianza y comprensión, y evita hacer daño, dañar reputaciones, invadir la intimidad personal e incurrir en problemas de difamación y de derechos de autor. La persona debe decir que da su consentimiento y estar en uso de sus facultades mentales para dar su consentimiento.

En algunas circunstancias, no es posible obtener el consentimiento informado. Si el fotógrafo indica que va a tomar una foto y el sujeto no se opone, ha dado su consentimiento implícito para ser fotografiado. En el caso de fotos que se tomen de forma espontánea o inesperada, como de personas que huyen de situaciones de emergencia o de personas fotografiadas de lejos, el imperativo de obtener el consentimiento informado puede descartarse cuando no pueda obtenerse razonablemente, pero deben mantenerse los principios básicos de dignidad.

En otros casos determinados, como pueden ser las fotografías de las estructuras de gobernanza de ACT, de los grupos asesores o de los miembros del personal, de figuras públicas en público, de multitudes en público o de participantes en campañas o programas públicos, el consentimiento informado no es necesario. Estos casos se incluyen en la cláusula “interés legítimo” del RGPD.

Permiso escrito

Cuando elabora amplia información, ACT tratará de obtener permiso escrito, o permiso verbal en el caso de aquellas personas que no sepan leer ni escribir, siempre que sea posible. Será aún más importante obtenerlo si:

1. el rostro o nombre de la persona es visualmente identificable en la foto, Y
2. ACT tiene la intención de identificar públicamente la situación personal sensible de la persona en una historia o leyenda de foto, Y
3. la persona que aparece en la foto es un niño o niña, una persona traumatizada o estigmatizada o una persona que vive con VIH, y/o que será identificada en relación con un comportamiento sensible para la salud (por ejemplo, fue o es objeto de trata como trabajadora sexual, uso de alcohol o drogas ilegales, orientación sexual, etc.) y/o estuvo o está involucrada en conductas delictivas ya sea como perpetradora o como sobreviviente (por ejemplo, abuso sexual o físico)

Estas condiciones se aplican tanto a niños (es decir, menores de 18 años) como a adultos. En la información pública, no se incluirán los datos de los niños, si bien se deberá incluir su nombre en las autorizaciones por escrito. En casos en que un adulto sea visualmente reconocible y sea identificado con información personal

sensible, dicho individuo debe firmar un formulario de autorización de publicación. Todas las fotografías de niños deberán ser tomadas de conformidad con la Política de ACT para la salvaguarda de los niños.

Deberán conservarse los registros de las autorizaciones junto con las imágenes siempre que sea posible, para cumplir con el RGPD. En todas las fotografías se debería indicar si se ha obtenido permiso para tomarlas.

Uso de fotografías de otras fuentes

Cuando ACT reciba fotografías de sus miembros o socios para su uso, ACT seguirá todas las restricciones impuestas a esa fotografía, incluyendo uso, crédito y capacidad de compartir entre otros miembros y el público. La responsabilidad de conseguir consentimiento informado y establecer restricciones sobre el uso de la foto recae en el propietario de los derechos de autor.

Derechos de autor sobre fotografías

Los fotógrafos independientes mantienen la propiedad y los derechos de autor de las fotos, no ACT. El personal de ACT no puede vender fotos tomadas en el curso de sus tareas para ACT; la propiedad intelectual creada por un empleado de ACT es propiedad de ACT. Cualquier derecho de autor sobre trabajo realizado por el personal en el ejercicio de sus funciones oficiales será conferido a ACT, a menos que se acuerde lo contrario. Los contratos con fotógrafos externos pueden asegurar que el propietario de las fotos pase a ser la organización. Alternativamente, los fotógrafos pueden otorgar licencias de sus imágenes a ACT durante un periodo de tiempo o un uso determinado, o una licencia perpetua sin restricciones, si las dos partes están de acuerdo. Ocasionalmente, ACT puede exigir licencias exclusivas como parte de su contrato, o prever un procedimiento más flexible para que los fotógrafos publiquen o vendan las imágenes en otros lugares o después de un cierto periodo de tiempo.

Todas las fotos comisionadas por ACT pueden ser utilizadas libremente por los miembros en campañas, iniciativas mediáticas y publicaciones, siempre que la intención no sea comercial y ACT sea reconocida adecuadamente. El fotógrafo, que tiene los derechos de autor de las fotos, tiene el derecho comercial sobre ellas. Sin embargo, si el trabajo fue producido bajo un contrato de 'trabajo por encargo', el fotógrafo transfiere los derechos de autor a la agencia que le pagó.

ACT debe asegurarse de que está permitido legalmente publicar imágenes que carga en su sitio web, perfil de Facebook, Mediabank y otras partes, en particular las recibidas de las organizaciones miembros. ACT debe asegurarse de que tiene el derecho de distribuir imágenes a otros miembros que podrían luego compartir la imagen con otras partes interesadas externas, incluidas redes nacionales de ONG y la prensa.

ACT debe alentar a los miembros a que incluyan a la Alianza ACT como parte de sus contratos de licencia con empleados o fotógrafos externos, o introducir una política de fotos para la alianza y/o modificar el acuerdo de membresía de ACT para que diga que los miembros tienen la responsabilidad de compartir sólo fotos legales y con licencia con la Secretaría de ACT. ACT debe mantener registros en el Mediabank respecto a qué condiciones se aplican a cuáles fotografías, por ejemplo, si un fotógrafo otorga a ACT derechos plenos sobre un conjunto de imágenes pero no a los medios de comunicación, entonces ni ACT ni sus miembros tienen el derecho a distribuir esas imágenes a los medios.

Uso compartido de imágenes visuales

Todas las fotos accesibles en galerías de ACT y en historias en el sitio web de ACT están disponibles para todos los miembros. Las fotos pueden ser utilizadas por otras organizaciones con fines humanitarios y ser distribuidas a agencias de noticias para su distribución gratuita. Las fotos deben llevar siempre un crédito.

Las organizaciones no pertenecientes a ACT que apoyen llamamientos de ACT pueden usar fotos y material audiovisual de ACT, siempre que el material sea acreditado a ACT, el miembro de ACT y el fotógrafo, que la leyenda esté redactada correctamente y que la imagen sea utilizada en el espíritu con el que fue concebida. La imagen sólo puede ser utilizada en relación con recaudación de fondos o publicidad para el llamamiento de ACT en cuestión, o por otras razones, a discreción de la Secretaría.

15. Derechos de autor

Toda información y material publicados en el sitio web de la Alianza ACT están sujetos a los derechos de autor de la Alianza ACT y otras personas o entidades vinculadas a la Alianza ACT. La Alianza ACT no asume ninguna responsabilidad por el contenido o información contenidos en otros sitios de Internet vinculados, ni tampoco ejerce ningún control editorial o de otra índole sobre esos otros sitios. No se hace ninguna declaración ni se da garantía alguna, expresa o implícita, en cuanto a la integridad o exactitud de la información facilitada por la Alianza ACT. El solicitante aplicará discreción al utilizar la información proporcionada por la Alianza ACT. La Alianza ACT no será responsable de ninguna pérdida directa o indirecta resultante de la utilización de la información. Todo trabajo por encargo debe tener la propiedad intelectual asignada a ACT, que no está obligada a acreditar un autor.

16. Compromiso de ACT con las comunidades locales

Las personas con las que los miembros de ACT trabajan más de cerca son las personas a las que buscamos ayudar en las comunidades locales.

Como parte de su compromiso de ser una alianza con un planteamiento centrado en las personas, así como con el enfoque de localización, ACT tiene el objetivo de elevar las voces de estas comunidades, reconociendo su papel como agentes de transformación de sus propias vidas y situaciones.

Además, estas comunidades constituyen una audiencia por derecho propio que requiere comunicaciones dedicadas. Las comunidades deben estar bien informadas acerca de la prestación de servicios, información sobre quién presta el servicio, el motivo y la finalidad de la operación e información sobre cómo comunicarse con las organizaciones miembros de ACT.

El acuerdo de membresía de ACT, el Código de Buenas Prácticas de ACT comprometen a los miembros de ACT a garantizar que las partes interesadas de ACT tengan acceso a información oportuna, pertinente y clara acerca de la organización y sus actividades. Además, promueven el acceso a información sobre presupuestos de proyectos, fuentes de financiamiento, cómo las comunidades pueden presentar sus opiniones o quejas, y cómo pueden participar en el trabajo humanitario y de desarrollo de los miembros de ACT. Al suscribir las políticas de ACT, los miembros están obligados a seguirlas.

La Secretaría de ACT también está certificada conforme a la **Norma Humanitaria Esencial** (CHS, por su sigla en inglés) que requiere la aplicación de estas metodologías en consulta con las comunidades con las que trabajan ACT y sus miembros.

Se alienta a los miembros de ACT a poner esta información disponible en los idiomas y medios de comunicación accesibles a las personas con las que trabajan. Además, se alienta a los miembros a asegurar que sus socios locales y nacionales tengan en operación mecanismos similares de intercambio de información a nivel de proyecto y programa.

Es preferible que los autores de artículos e informes acerca de las personas a las que buscamos ayudar sean miembros de esas mismas comunidades y escriban en relación con su propia experiencia. Esta es también una oportunidad para que ellos nos informen sobre cómo podemos mejorar nuestro trabajo. Las comunicaciones de ACT se comprometen especialmente a promover las voces del personal, líderes y otros miembros de comunidades de las organizaciones miembros del sur y de las comunidades locales, con su consentimiento informado, en las comunicaciones sobre cuestiones que afectan directamente a dichas personas. Esto tiene preferencia sobre otros que hablen como expertos, a menos que las voces locales con autoridad no estén disponibles.

Debido a los peculiares mecanismos de financiamiento de respuesta a emergencias gestionados a través de la Secretaría de ACT, la Secretaría tiene el deber particular de asegurar la comunicación con las poblaciones afectadas por crisis. A continuación se describe el proceso al cual deben adherir los miembros que usan llamamientos de ACT. La información es aplicable a los miembros que prestan asistencia para el desarrollo y la defensa de causas a las comunidades, pero es de especial importancia para los miembros que participan en llamamientos de ACT.

De conformidad con el certificado regido por la Norma Humanitaria Esencial, ACT se compromete a proporcionar a las personas afectadas por crisis información útil y clara sobre ACT y el trabajo de sus miembros, y el nivel de apoyo que pueden esperar recibir durante una intervención de los miembros de ACT, así como la finalidad y el motivo de los miembros al prestar este servicio. La información precisa, oportuna, adaptada al contexto local y comprensible sobre ACT y su trabajo, en particular los llamamientos de emergencia que implemente, incluyendo información relacionada con la distribución de bienes y servicios, los objetivos y planes de la organización implementadora, los criterios de selección, proceso de implementación, códigos de conducta y dónde y cómo presentar una queja y/o formular una inquietud, son esenciales. A través del intercambio de información y la participación de las poblaciones afectadas por crisis, ACT puede trabajar con las comunidades para llevar a cabo una distribución justa, manejar las expectativas de las comunidades, infundir confianza y evitar malentendidos. Hacer mayores esfuerzos para ayudar a la población en el país o región afectados a comprender por qué y cómo se está poniendo asistencia humanitaria a su disposición puede aliviar las actitudes negativas hacia los actores humanitarios.

Esta política va de la mano con la obligación de los miembros de compartir la marca. La marca compartida es un medio importante para notificar a las personas afectadas por crisis de la presencia de ACT y sus esfuerzos para apoyar luego de un desastre. Los miembros de ACT deben compartir la marca con su logo de manera consistente y visible, de modo que las personas a las que buscamos ayudar sepan quiénes somos y a quién pedir cuentas.

La política de marca y la guía de marca de ACT incluyen información sobre la marca compartida.

Información

El documento sobre los mecanismos humanitarios de ACT especifica el grado en que los miembros deben informar a las personas afectadas por crisis del papel de ACT en su recuperación. Los requisitos de los

miembros también serán expresados en el llamamiento. Toda la información será compartida con las comunidades en todos los casos, excepto cuando la seguridad del personal o de miembros de la comunidad esté en riesgo o cuando el programa puede verse comprometido o amenazado si se da a conocer la información en todo o en parte. Esta decisión debe ser tomada por el foro, no por un solo miembro de manera unilateral. La Política de Divulgación de Información Pública de ACT detalla el grado en que la información debe ser accesible y divulgada, sin perjuicio de limitaciones.

A través de la agencia principal de ACT, las comunidades afectadas por crisis serán alertadas directamente, o la información estará disponible a través de la agencia principal o líderes de la comunidad, con la siguiente información:

- Detalles de ACT, incluyendo señas de contacto, sus miembros que operan en esta emergencia, sus socios, funciones y responsabilidades del personal
- Marco de Calidad y Rendición de Cuentas de ACT, incluyendo Código de Buenas Prácticas y Código de Conducta para la prevención de la explotación y abuso sexuales, fraude y corrupción y abuso de poder
- Política de quejas de ACT
- El llamamiento de ACT relacionado con esta emergencia, presupuesto, donantes, evaluaciones e informes de progreso
- Objetivos de la distribución y cronograma de la distribución
- Plan de distribución, costos de productos por unidad, proveedores de productos
- Criterios para la toma de decisiones sobre cuándo y dónde se divulgará la información
- Criterios de selección de personas afectadas por la crisis, elegibilidad, disposiciones sobre los beneficios que pueden reclamarse y derechos
- Cómo y dónde pueden las personas quejarse sobre la distribución de los productos u otros aspectos del llamamiento de ACT
- Cómo la contribución de la comunidad ha ayudado a establecer metas de distribución, por ejemplo, si tiene que distribuirse arroz, la gente debe determinar qué tipo de arroz se le debe proporcionar.

Monitoreo

Visitas regulares de monitoreo por parte de miembros de ACT y (cuando sea necesario) de evaluadores independientes verificarán que la información se distribuya, que las comunidades locales comprendan la información y confirmen el nivel de apoyo. Entrevistas con líderes, miembros de la comunidad y los más vulnerables serán los principales medios de asegurar que las distribuciones fueron justas, oportunas y suficientes. Instrucciones sobre cómo monitorear figuran en el Manual de Planificación, Monitoreo y Evaluación de ACT.⁷

Canales de información

Los informes de país preexistentes proporcionarán a ACT datos de referencia sobre los canales de información más ampliamente utilizados, y cuáles son las fuentes de información más fiables y de confianza. Estas podrían incluir emisoras de radio y televisión, periódicos, mensajería de texto en masa, sitios de Internet, sitios de redes sociales y uso de carteles, folletos, tableros de anuncios y otros materiales impresos visuales, megáfonos y altavoces, además de reuniones con líderes comunales, autoridades locales y grupos vulnerables. Las evaluaciones de necesidades, llevadas a cabo inmediatamente después de una emergencia, incluirán los canales de información más ampliamente utilizados, seguros, eficientes y confiables. Un gran

⁷ Manual de planificación, monitoreo y evaluación de ACT, aprobado por la Junta Directiva en mayo de 2012

porcentaje de la población debe tener acceso a los principales medios de comunicación utilizados en la campaña de educación. Se debe prestar especial atención a los canales de información utilizados por los grupos vulnerables.

ACT alienta al personal de las organizaciones miembros a fortalecer su capacidad de comunicarse con las comunidades afectadas por crisis.

Identificación del personal

Los miembros del personal de las organizaciones implementadoras de ACT tendrán gafetes de identificación y tarjetas de identidad con la marca compartida, se presentarán como integrantes de la organización miembro y de ACT, y llevarán indumentaria con la marca compartida, si está disponible.