



## **Políticas de Amigos de la Tierra** **Marzo de 2013**

Este documento recopila las políticas extraídas del Manual de Políticas y Procedimientos aprobado en la Asamblea General de 28 de marzo de 2009, las aprobadas por la junta directiva el 11 de junio de 2010 una vez la Asamblea General de 25 de marzo de 2010 le haya conferido esta facultad y las aprobadas en la Asamblea General de 25 de marzo de 2013.

### **Índice:**

Política de recursos humanos (2009)	2
Política de financiación y relación con el sector privado (2013)	3
Política de ética y coherencia (2010)	6
Política de voluntariado (2010)	8
Política de comunicación externa (2010)	8
Política de comunicación interna (2010)	12

## **POLÍTICA DE RECURSOS HUMANOS**

(2009)

Amigos de la Tierra selecciona, contrata y promociona a todos sus empleados sobre la base de sus cualificaciones, competencias y méritos, en función de las exigencias del puesto de trabajo y las necesidades de la asociación. La selección y contratación se realiza sin ningún tipo de discriminación en función de la raza, creencias, color, nacionalidad, edad, sexo o existencia de alguna discapacidad.

En aras de la integración y promoción de empleo, Amigos de la Tierra adquiere el compromiso de, en condiciones de igualdad de cualificación, dar preferencia a la contratación de personas con discapacidad.

Aunque por lo general las ofertas de empleo se hacen públicas, siempre y cuando sea posible y en condiciones de igualdad de cualificación, se dará prioridad a los voluntarios y trabajadores de Amigos de la Tierra para fomentar la promoción interna, práctica habitual en la asociación.

Debido a la actividad desarrollada en la asociación, ocasionalmente será necesario participar en actividades con el público (socios, voluntarios, colaboradores, etc.) fuera del horario laboral, especialmente durante los fines de semana.

Aunque se intentará minimizar estas situaciones no remuneradas en la medida de lo posible (fomentando la participación del voluntariado y grupos locales), debe tenerse en cuenta que la disponibilidad absoluta para participar en estas actividades extracurriculares es un requisito imprescindible para trabajar en Amigos de la Tierra.

Los trabajadores de la sede que deban realizar actividades de su área en fines de semana o festivos tendrán la posibilidad de disfrutar días libres en compensación, informando previamente al director de recursos y a su superior inmediato.

Amigos de la Tierra quiere invertir en sus empleados, apoyando la formación continua y el desarrollo profesional de los mismos, dado que uno de los principales activos de la asociación es nuestra capacidad técnica para desarrollar proyectos que conciencien a la sociedad de la problemática ambiental existente, y de cómo cada individuo puede actuar en consecuencia. Se trata de aportar al personal de la organización conocimientos específicos que no se adquieren generalmente en centros clásicos de formación académica, y que se consideran fundamentales para el desarrollo profesional y personal de los trabajadores.

La organización pretende proporcionar al empleado una mejora en su seguridad económica mediante el mantenimiento del nivel de ingresos en situaciones de incapacidad temporal, sea por la razón que sea.

Se establece un sistema de evaluación anual del personal. Se trata de realizar una evaluación lo más objetiva posible, estableciendo un procedimiento formal escrito, igual para todos los empleados, donde se valorará el trabajo del empleado, abordando cuestiones referentes a su rendimiento, calidad y profesionalidad, resaltando los aspectos positivos y negativos de cada uno.

Este sistema debe ser concebido como una herramienta eficaz para la optimización de los recursos humanos y la búsqueda de soluciones a situaciones de bajo rendimiento. Se realizará a final de año, rellenando el formulario establecido a tal efecto y comentándolo posteriormente a

nivel particular con cada empleado. Esta evaluación servirá de base para incidir en los aspectos en los que cada trabajador debería recibir más formación.

Los empleados que trabajan de manera más independiente fuera de la sede, principalmente en terreno, deben también beneficiarse de recibir una retroalimentación de su trabajo. Para ello, se buscará la manera que mejor se

### **POLÍTICA DE RELACIONES CON EL SECTOR PRIVADO**

(2009)

Sustituida por la Política de financiación y relación con el sector privado aprobada en la Asamblea General de marzo de 2013.

### **POLÍTICA DE FINANCIACIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR PRIVADO**

(2013)

En Amigos de la Tierra nos definimos como una organización independiente de poderes políticos y económicos. Estamos cercanos a la gente y somos propositivos y transformadores en nuestros planteamientos, además, vamos a la raíz de los problemas.

Aplicar criterios a la procedencia de nuestros ingresos y a nuestra relación con el sector privado es necesario para ser efectivos y consecuentes en nuestra misión de transformación social. La obtención de recursos económicos en ciertos casos puede condicionar nuestra independencia y puede erosionar nuestra imagen.

Por otro lado, la mayoría de las instituciones y empresas buscan dar una imagen de ser respetuosas con el medio ambiente aunque su política real podría tener consecuencias poco sostenibles. Este “lavado” de imagen transmite al público una imagen positiva y en el caso de las empresas es económicamente favorable. Así, la posibilidad de financiar las actividades de una organización ambientalista es una manera clara de conseguirlo.

Nos interesa en primer lugar analizar este asunto desde las siguientes perspectivas:

- ¿De dónde proceden los fondos y qué tipo de actividad tienen nuestros donantes o financiadores y de qué forma esto impacta en la sociedad?
- ¿Qué capacidad tenemos de incidir sobre los comportamientos y actividades de las empresas, fundaciones privadas y administraciones públicas que nos financian?
- ¿Cuáles son las exigencias y compromisos que adquirimos cuando entramos en contacto con empresas, así como cuando en general aceptamos donaciones y financiación?

#### **1. Políticas de financiación**

Es necesaria la independencia económica como parte inseparable de nuestro proyecto de transformación. Por ello consideramos que debemos tener como objetivo principal en este ámbito es el de “alcanzar la independencia económica a través de fondos libres, en cantidad suficiente como para que nuestro proyecto transformador y campañas no estén, en lo esencialmente, en peligro”.

Jerarquía para la obtención de fondos libres:

- Obtenemos ingresos a través del aporte económico de nuestras socias lo máximo posible.



## Políticas

A fecha de marzo de 2013

- Obtenemos ingresos a través de donaciones particulares.
- Buscaremos aportes económicos a través de la comercialización de productos y servicios (formación, asesoría, por ejemplo).

Jerarquía para la obtención de fondos no libres:

- Nuestros ingresos proceden de administraciones públicas, en la medida que entendemos que es dinero de los contribuyentes, o sea, de todas-os. Y además, la ciudadanía tenemos garantizado cierto poder de incidencia sobre el destino al que se dedican los fondos públicos.
- Fundaciones.
- Los ingresos de Amigos de la Tierra provienen del sector privado en los siguientes casos:
  - Que sean empresas contra las que ningún grupo de Amigos de la Tierra esté haciendo campaña y que no estén en la lista de la Secretaría Internacional de FOEI.
  - Que no estén consideradas ETN (Transnacionales) o pertenezcan a sectores controvertidos y sospechemos que estén desarrollando actividades negativas.
  - Que haya intención real de cambiar sus actividades impactantes, social y ambientalmente. No aceptamos financiación de empresas que apoyan iniciativas ambientales y sociales totalmente desconectadas de su principal negocio y fuente de ingresos sin corregir los impactos de éstos.
  - Que no comprometa nuestra imagen pública y las condiciones de supervisión y monitorización del proyecto financiado sean asumibles por nosotros.
  - No aceptamos financiación de las instituciones de Breton Woods (FMI, BM y OMC), OTAN, G8, G20 y otras organizaciones a las cuales nos oponemos.
  - No aceptamos financiación de entidades financieras sobre las que no tengamos ciertas garantías ni posibilidad de decisión sobre sus inversiones y actividades.

### **Normas generales para la captación de fondos no libres:**

1.- En lo referente al financiamiento con “fondos no libres” la prioridad en ocasiones es difícil de establecer y por ello estas normas se interpretaran en términos generales con este orden de prioridades pudiéndose estudiar algunos casos particulares. Su interpretación será restrictiva en caso de duda.

2.- Buscaremos el patrocinio y la relación comercial con empresas y fundaciones que reconozcamos como éticas y por sus buenas prácticas, así como aquellas cuya principal actividad esté relacionada con la justicia, la solidaridad o la sostenibilidad.

3.- Establecemos también que preferimos el modelo empresarial cooperativo a ningún otro y preferimos PYMES y el pequeño comercio a grandes empresas. Igualmente preferimos aquellas que tengan un ámbito de actuación lo más local posible, especialmente a la hora de establecer relaciones comerciales, tal y como establecen nuestras políticas de ética y coherencia.

4.- Así, sectores como el de la Agricultura Ecológica, la Bioconstrucción, las Energías Renovables, etc. podrán estar en nuestra estrategia de financiación con fondos que denominamos “no libres”.

5.- Buscaremos diversificar nuestras fuentes de financiación, por supuesto en lo tocante a los “fondos no libres”, pero sobre todo, necesitamos la mayor independencia económica posible, que nos aportarán los “fondos libres”, este debe ser en materia de financiación nuestra política principal.

6.- Una donación no lleva implícito el derecho a utilizar nuestro logo, y en este caso también deberán quedar por escrito los términos de dicho uso.

## **2. Políticas de relación con el Sector Privado**

Se trata de establecer una serie de criterios que deben ser aplicados y respetados rigurosamente y tener una interpretación restrictiva, utilizando el principio de precaución. La junta directiva o la Asamblea General en cada caso revisará las decisiones en esta materia.

Amigos de la Tierra partirá siempre de la premisa de cooperación con empresas éticas, que hayan sido identificadas por su buen comportamiento ambiental y condiciones sociales. Todo esto sin comprometer la independencia de la asociación.

Entendemos que las ETN (multinacionales), grandes corporaciones y grupos de presión no forman parte de un futuro sustentable.

### **Normas generales:**

1. Amigos de la Tierra busca activamente la colaboración de empresas que coinciden con nuestra filosofía, por ejemplo: de agricultura o productos ecológicos, éticas, de comercio justo, locales, que ofrecen alternativas y priman la producción autóctona, y que forman parte a nuestro modo de ver de un futuro sostenible.
2. Las ETN (multinacionales), grandes corporaciones y grupos de presión no forman parte de un futuro sostenible, justo y solidario, por lo que no nos relacionaremos con ellas si no es con el objetivo de incidir o confrontar sus comportamientos. Nuestras relaciones con este sector se limitarán al marco de nuestras campañas.
3. Estableciéndose como norma general que no se colabora con empresas privadas que operen fuera de España sin haber contactado previamente con los grupos nacionales de Amigos de la Tierra Internacional en los países donde la empresa tiene presencia.
4. No aceptamos hacer una campaña con una empresa que pueda erosionar nuestra imagen o lavar la de la empresa. Tampoco de ninguna empresa de la que no aceptemos financiación.
5. Amigos de la Tierra permite el uso del logo y nombre, pero esto requiere un contrato por escrito en el que se establezcan las condiciones de su uso.
6. No aceptamos donaciones ni firmamos convenios para una colaboración cuya finalidad exclusiva sea el “lavado verde de la compañía” o “darse publicidad a gran escala”.
7. Amigos de la Tierra acepta las donaciones provenientes de pequeñas y medianas empresas, siempre y cuando, aunque no cumplan el punto primero de la actual guía, la finalidad de la donación/colaboración sea desinteresada y anónima (y no conlleve la utilización de nuestro nombre o logotipo). Esto también incluye el patrocinio para nuestras campañas y nuestros proyectos.

En el caso de las colaboraciones con las fundaciones de empresas, se regirán por los mismos criterios recogidos en el presente documento.

### **Creación del listado de empresas:**

Amigos de la Tierra, con la ayuda del resto de grupos de la federación internacional y de sus grupos locales y personas socias se dotará de un listado de empresas.

Este listado constará de empresas y sectores a los que la organización podrá pedir financiación de forma proactiva y prioritaria. Igualmente, constarán las empresas contra las cuales algún grupo de FOEI está realizando campaña o aquellas de las que por alguna razón Amigos de la Tierra no podrá aceptar financiación.

El listado será anualmente revisado por la junta directiva. Será la coordinación estatal quien la mantendrá actualizada y a quien se harán las peticiones de modificación de la misma.

## **POLÍTICA DE ÉTICA Y COHERENCIA**

(2010)

Se aprueba el siguiente texto, considerándolo como una política de tendencia, hacia el que nos debemos encaminar, con un debate necesario sobre fondos de cajas de ahorro y decrecimiento. Además se añadirá un apartado sobre ética en la colaboración con otras entidades.

Entendemos que la coherencia entre nuestro discurso y nuestras acciones es un acto político y un elemento imprescindible que complementa el mensaje que transmitimos a la sociedad. Creemos que las políticas de ética y coherencia en AdT tener los siguientes criterios:

- Estén en consonancia con nuestra misión, visión y valores.
- Estén en consonancia con nuestro discurso y nuestras propuestas a administraciones y empresas de forma que contribuya a generar un efecto cascada de buenas prácticas en otros actores sociales en particular y en la sociedad en general.
- Visibilicen nuestro mensaje social y ecologista a través de nuestro propio ejemplo. Huyendo así de discursos ideologicistas hacia un discurso realista que permita poner en práctica lo que decimos.
- Tenga en la reducción del consumo, en el ahorro y en la economía de recursos sus pilares fundamentales.
- Tenga su horizonte en la sostenibilidad y el decrecimiento, usando como parámetro la huella y la mochila ecológica y no el coste económico.
- Favorezca la agroecología, el comercio justo y el consumo responsable.
- Sirva para construir la soberanía alimentaria de los pueblos, defender los derechos humanos y la justicia social.
- Promueva la eficiencia energética, el residuo cero o la mínima huella de carbono.
- Favorezca la economía social: el cooperativismo y las empresas de inserción, contribuyendo a fortalecer el tejido económico social llamado a vertebrar ese otro mundo posible.
- Fomente la creatividad y la cooperación: Creemos que vale la pena poner en común las ideas de todas para solucionar los problemas de nuestra sociedad sin que nadie se pueda beneficiar particular y privadamente de ello. Por esto apoyamos iniciativas como el “software libre” o licencias como “CC” (Creative Commons) o el “copyleft”.

### Ámbitos de actuación:

#### **Financiación y búsqueda de fondos:**

1.- Hacia la independencia económica:

En una organización como la nuestra en la que dependencia de financiación pública es muy importante se corren varios riesgos: El debilitamiento de nuestra imagen como organización social

independiente y pudiera ser que este hecho condicionará nuestro discurso político y nuestro mensaje a la sociedad. En este sentido decimos que:

- Queremos financiarnos a través de la obtención de fondos propios. Preferentemente con cuotas de socias y donantes. En segundo lugar preferiremos los ingresos por la venta de productos y en tercer lugar por la prestación de servicios.

2.- Hacia un sistema financiero sostenible, justo y solidario.

En Amigos de la Tierra creemos que el sistema bancario y financiero está detrás de muchos de los problemas ambientales y sociales de nuestra sociedad, pero igualmente creemos que los servicios bancarios son necesarios y debieran ser prestados en condiciones diferentes.

- Por ello apostamos por la banca ética. Priorizando aquella controlada por organizaciones sociales.
- Rechazamos en general ayudas de empresas y fundaciones sobre las que exista una sospecha de malas prácticas sociales o ambientales o cuya actividad económica vaya en contra de nuestra visión, principios y valores.
- En particular rechazamos ayudas de entidades financieras convencionales (Bancos y Cajas de ahorros no éticas) así como premios y concursos otorgados por sus secciones "sociales".

#### **Movilidad:**

La forma en la que nos desplazamos es fruto de un modelo de vida desenfrenado: consume una gran cantidad de recursos, en general no renovables, que lo hacen no universalizable y pone en peligro la existencia de las generaciones futuras. Además, es una de las principales causas del calentamiento global y está vinculado a cuestiones controvertidas como los usos del suelo para grandes infraestructuras, incrementa nuestra dependencia de los combustibles fósiles, etc.

Amigos de la Tierra apuesta por minimizar los desplazamientos y utilizar modos de transporte lo menos contaminantes posible.

- Preferimos transportes no contaminantes y nos desplazamos prioritariamente a pie o en bicicleta siempre que sea posible.
- Para los viajes de media distancia utilizamos el transporte público antes que el vehículo privado.
- Para desplazamientos largos (fuera de la provincia, comunidad autónoma o internacionales si es el caso) utilizamos el tren y el autobús por este orden siempre que sea posible, el vehículo privado después y solo si no existe otra posibilidad utilizaremos el avión.
- En las actividades y eventos que organizamos en los que es necesario disponer de transporte pondremos a disposición mecanismos de ahorro en desplazamiento: sea a través de compartir coche, disponer de autobús u otros medios.
- Calcularemos y compensaremos las emisiones de carbono de nuestros desplazamientos.

(Ej.: Utilizaremos los servicios de aquellas compañías de transporte que adopten políticas de compensación y que permitan a sus usuarios, añadir al precio de los billetes pagos adicionales para su inversión en mecanismos dirigidos a tal finalidad).

#### **Compra de suministros, alimentación y contratación de servicios:**

El consumo es un elemento central dentro del discurso de Amigos de la Tierra España. Nosotros promovemos el consumo responsable y consciente que contribuya a transformar la sociedad. Entendemos el consumo y por ello la adquisición de bienes y la contratación de servicios como un acto político más, por ello:

- Consumimos los mínimos recursos. Para ello apostamos por el intercambio y aprovechamiento de los suministros hasta el final de su vida útil intentando evitar adquirir nuevos. En este sentido, recurrimos preferentemente a bienes ya utilizados por otros usuarios y en caso de adquirirlos nuevos lo hacemos con unas garantías básicas en cuanto a su huella y mochila ecológica.

- Apostamos por productos obtenidos, manufacturados y/o comercializados en condiciones justas y en el caso de los alimentos apostamos por productos alimentarios agroecológicos: locales y/o de agricultura ecológica.
- Apostamos por el comercio local y rechazamos las grandes superficies y cadenas de distribución.
- Confiamos en sellos de calidad y garantía que demuestren objetivamente las características de un producto cuando no podamos establecer relaciones directas y de confianza con las productoras.
- Apoyamos el Software Libre y lo utilizamos siempre que sea posible en nuestras herramientas de comunicación así como en los equipos informáticos.
- Preferimos productos elaborados con materiales reciclados y/o reciclables, aquellos que minimicen los residuos, los que tengan una menor huella y mochila ecológica y aquellos que minimicen sus emisiones de CO2.

Al adquirir bienes o contratar servicios queremos apoyar a entidades de la economía social y en concreto apostamos por cooperativas y empresas de inserción. Apostamos también por la pequeña y mediana empresa.

### **POLÍTICA DE VOLUNTARIADO**

(2010)

Amigos de la Tierra entiende por voluntariado lo siguiente:

El voluntariado es una actitud, una forma de participación ciudadana y de compromiso que fomenta el cambio local y global hacia una sociedad respetuosa con el medio ambiente, justa y solidaria mediante la sensibilización y concienciación ambiental.

Un/a voluntario/a es una persona que dedica un tiempo más o menos regular a la asociación sin recibir retribución, una persona que está de acuerdo con los fines de la asociación y se identifica con ella.

Amigos de la Tierra, como asociación, acoge igualmente a personas que participan como voluntarios/as de manera permanente, colaborando con un área específica, a distancia o de forma presencial en la sede. La realización de actividades a través de programas de voluntariado es **uno de los principales fines sociales** de Amigos de la Tierra.

### **POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA**

(2010)

**Nuestra misión y visión son de vital importancia a la hora de transmitir cualquier mensaje, tanto en nuestra comunicación interna como en la externa. Igual sucede con nuestros valores, siempre será necesario tener muy en cuenta la definición de nuestra identidad, ya que nos facilitará mostrar un mensaje coherente, ya no solo con el resto de grupos de Amigos de la Tierra España, sino con todos los grupos de Amigos de la Tierra Internacional con los que compartimos esta identidad general.**

En todo momento, a través de la información precisa y concreta de las diferentes áreas y grupos locales que reciban nuestros públicos externos quedará implícita nuestra visión, un mundo donde todos los seres vivos y pueblos vivan con dignidad en armonía con la naturaleza, y nuestra misión. A su vez, toda la información tiene que ir dirigida a nuestro objetivo principal conseguir una sociedad justa y respetuosa con el medio ambiente. Nuestro mensaje siempre ha de ser coherente y capaz de transmitir este mensaje más general: Amigos de la Tierra.





## Políticas

A fecha de marzo de 2013

Tenemos que comprender que desde nuestra posición comunicamos constantemente, y tenemos que tener en cuenta el lenguaje que empleamos. Toda persona trabajadora es una informadora más y ofrece una imagen de Amigos de la Tierra. Esto no implica que todos y todas tengamos que comportarnos de la misma forma, la diversidad ante todo, pero si implica cuidar nuestra comunicación a todos los niveles.

(Al final de documento podéis encontrar la misión, visión y todos los valores de Amigos de la Tierra con su explicación correspondiente, a su vez, incluimos un breve texto con la información sobre Amigos de la Tierra Internacional)

### Valores y actitudes para transmitir

*Justa y solidaria, Cercana a las personas, Comprometida socialmente, Global y local, Constructiva y positiva, Educativa, Activista y reivindicativa, Abierta y dialogante, Pacifista y no violenta, Democrática y participativa, Transparente, Independiente y laica*

Todos estos valores conforman la filosofía de Amigos de la Tierra, y todos han de tenerse en cuenta. Aunque no siempre será necesario transmitirlos, tendremos que ser especialmente cuidadosos para no contradecir ninguno de los principios. Algunos de ellos son especialmente importantes para comunicar nuestro mensaje y por eso vamos a hacer hincapié en ellos.

**Si algo caracteriza a Amigos de la Tierra como ONG ecologista es su forma de integrar a las personas dentro del respeto por el medio ambiente.** La protección del medioambiente es fundamental y lo es principalmente por las personas que lo conforman. **El respeto por la diversidad cultural, los derechos humanos y la cooperación marcan la diferencia en nuestra organización**, y esto ha de reflejarse en cada información emitida al exterior. Los términos clave de justicia climática o soberanía alimentaria son una parte fundamental de nuestro mensaje que nos ayuda a comunicar la idea que explicábamos anteriormente.

**Somos una asociación cercana a las personas.** Nuestra comunicación ha de mantener una periodicidad, y ofrecer diferentes canales de participación para que esta cercanía sea un hecho. Nuestros argumentos son racionales y directos, pero no debemos olvidar el componente emocional de nuestra actividad que también ha de incluirse si queremos llegar a un gran público. El equilibrio entre la racionalidad y la fuerza y pasión que imprimamos a nuestra comunicación nos permitirá resultar cercanos a nuestros públicos, a la vez que lograr su motivación para implicarse y movilizarse en favor de nuestro trabajo. Las imágenes en nuestra comunicación contribuirán a este objetivo, por lo general utilizaremos fotografías en las que aparezcan personas, tenemos que mostrar esa relación inextricable entre las personas y la naturaleza.

**Democrática y participativa.** Esta cercanía tiene que canalizarse a través de la información que enviemos y de los mecanismos que ofrezcamos a nuestras audiencias para participar. Para esto contamos con distintas herramientas como webs, blogs, mails, concursos o redes sociales, que nos permitirán conocer la opinión de nuestro público.

**Activista y reivindicativa.** Para contribuir eficazmente a nuestro objetivo principal es necesario denunciar las injusticias y exigir un cambio hacia una sociedad justa. Somos claros, directos y valientes para mostrar la realidad y no temer las consecuencias de entidades e instituciones con las que no estamos en absoluto de acuerdo.

**Constructiva y positiva.** Las críticas y las denuncias constantes que forman parte de nuestro trabajo del día a día pueden volverse en nuestra contra. La imagen que podemos proyectar a la

sociedad es de una ONG en continua queja y con poco que aportar. Es fundamental mostrar y demostrar nuestro trabajo constructivo proponiendo soluciones y alternativas a los modelos económicos y de producción actuales.

**Local y global.** Comunicar nuestros logros forma parte también de nuestro mensaje, la gente tiene que ver viable la posibilidad de cambio, y toda comunicación que contribuya a esto será necesaria. Comunicar que formamos parte de Amigos de la Tierra Internacional servirá para dar fuerza a nuestro mensaje e intenciones, y dará una visión positiva de nuestro trabajo.

**Continuidad.** Nuestra información ha de seguir un proceso continuo. No podemos permitirnos hacer referencia a un tema y no volver a tocarlo, nuestro trabajo es continuado y los esfuerzos que dedicamos han de verse reflejados y contribuir al total de nuestra comunicación. Siempre habrá excepciones como los casos de Honduras o Haití en los que nos hemos visto involucrados, este tipo de comunicación puntual también es necesaria, se trata de un día a día y tenemos que saber reaccionar rápidamente para poder apoyar una causa que nos atañe.

**Somos parte de Amigos de la Tierra Internacional.** Nuestras publicaciones externas, webs contarán con una descripción de la Federación de Amigos de la Tierra Internacional, lo que dará credibilidad a nuestra organización.

### Lenguaje:

Desde Amigos de la Tierra conocemos las distintas realidades que existen en nuestras zonas de actuación, y por lo tanto, el lenguaje tendrá que adecuarse a la región en la que se encuentren nuestros grupos locales, respetando y valorando los distintos idiomas que existen en los lugares en los que estamos presentes.

**Nuestro lenguaje es cercano y sin fórmulas artificiosas que despisten de nuestro mensaje.** Nos dirigimos a un público muy general al que queremos sensibilizar y para esto es necesario utilizar un lenguaje común y comprensible, directo, conciso y transparente.

**Nuestro lenguaje es apartidista:** No utilizaremos expresiones que puedan hacer pensar en que pertenecemos a algún partido político.

**El respeto dentro de las comunicaciones por razones de sexo u orientación sexual, raza, religión, etc., es de vital importancia en todas nuestras comunicaciones.** Nuestro lenguaje debe manifestar respeto y sensibilidad en todos estos sentidos.

**La cuestión de género** es otro bastión fundamental en nuestras políticas de comunicación que necesita ser aclarado. Apoyamos la igualdad de género, y por tanto tenemos que reflejarlo en nuestra forma de comunicar:

- Siempre que sea posible se utilizará el término personas y otros nombres que en ningún momento resulten discriminatorios. Ejm.: ciudadanía
- Siempre que sea posible hablaremos de “las personas” para evitar “ellos y ellas”.
- Si es necesario nombrar géneros, habrá de incluirse a ambos en toda comunicación respetando un orden alfabético: es decir, agricultoras y agricultores o agricultoras/es.

**Tenemos que seguir un lenguaje fresco**, capaz de sorprender y de empatizar con la gente, somos una asociación seria, pero no aburrida.

**Nuestro lenguaje tiene que comunicar fuerza y capacidad para conseguir lo que decimos**, por eso los verbos que utilicemos tienen que ser activos, y evitar la voz pasiva. Las cosas no pasan, nosotros/as hacemos que pasen. Esto a su vez dotará de credibilidad y confianza a nuestra comunicación externa.

**A fin de fomentar la participación y la comprensión** de los mensajes, el lenguaje utilizado debe adaptarse a los receptores: ser claro y conciso en la forma, y comprensible en su contenido. Intentamos como norma general evitar los tecnicismos y los acrónimos. Evitaremos también términos extranjeros siempre que exista una traducción en castellano o en el dialecto que corresponda.

### **Audiencias:**

Nuestros públicos son muy variados, y nuestra comunicación tiene que llegar a todos ellos. Por lo general nos dirigimos a un público general, y más en concreto a los medios de comunicación, gracias a los cuales conseguimos llegar a nuestro público objetivo. Así insistimos en un lenguaje asequible para todos los públicos.

También nos encontramos con espacios especializados y con audiencias más comprometidas que nos permiten adaptar nuestros mensajes y movernos en círculos que nos ofrezcan una colaboración estable y por tanto ofrecer un conocimiento más pormenorizado y técnico de la temática en cuestión.

Según estas audiencias también seleccionaremos un canal u otro para comunicarnos con ellos. Siempre será de vital importancia establecer relaciones constantes y cada vez más cercanas con nuestros colaboradores, Gobiernos, periodistas y prescriptores de opinión, ya que serán los encargados de transmitir nuestro mensaje.

### **El público general que incluye:**

- Movimientos sociales
- Gente joven
- Simpatizantes
- No simpatizantes

### **Colaboradores**

#### **Gobierno e Instituciones**

#### **Prescriptores de opinión**

### **Los canales de comunicación:**

Los canales de comunicación han de adaptarse a los objetivos de nuestra comunicación, y a los públicos a los que queremos dirigirnos. La combinación de todos estos soportes nos permitirá abarcar al mayor número de gente posible.

**Internet** será nuestro vehículo clave en comunicación externa. Además de representar un medio libre y de fácil acceso para gran parte de la sociedad, facilita la participación y la difusión de

nuestro mensaje. Siempre podremos utilizar vídeos, imágenes y textos que apoyen y den fuerza a la información a transmitir. La red será nuestro principal aliado para movilizar y llamar al cambio. Los soportes de los que aquí disponemos nos permitirán una comunicación rápida y eficaz.

**Nuestra participación en foros, ferias y otro tipo de eventos** también es indispensable para conectar con un público más comprometido y acercarnos a la gente. La sensibilización y la formación cara a cara nos ofrecen compartir experiencias con la gente, establecer colaboraciones y hacer tangible a Amigos de la Tierra.

**Publicaciones, folletos, revistas y otro tipo de materiales impresos** también contribuirán a nuestro mensaje, ayudándonos a llegar a otros públicos no cibernautas de los que no podemos olvidarnos, y a su vez tendremos la opción de distribuirlos en espacios diferentes.

### **Prensa**

Tanto los medios digitales como los impresos y radios y televisiones desempeñan un papel fundamental para comunicar nuestro mensaje. Emplearemos el email para enviar nuestras notas de prensa, y siempre podremos fomentar una relación más cercana y llamar la atención de los medios a través de llamadas telefónicas e incluso promoviendo encuentros entre unos y otros (también con la organización de ruedas de prensa). La difusión masiva de todas nuestras acciones y notas de prensa en la red será un hecho, además de colgar toda la información en nuestros sitios web, blogs, redes sociales, también debemos subirla a sitios gratuitos que permitan colgar la información directamente.

## **POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

(2010)

Nuestra misión es trabajar por una sociedad sostenible, justa y solidaria. Fomentar nuestros valores no es solamente un mensaje que transmitir a la sociedad sino una forma de vida que contribuye a alcanzar nuestra misión y por tanto, deben reflejarse en nuestra comunicación y relación entre las personas que conformamos la organización.

Somos una organización social participativa y que contamos con la gente, por ello nuestras formas de comunicación interna deben ser integradoras y no excluyentes. Nuestra comunicación es transparente y los mecanismos de comunicación son siempre que sea posible económicos y universales para todas las socias.

Las personas que forman Amigos de la Tierra deben poder recibir toda la información pública relativa a su organización. En especial, las socias deben poder conocer las formas de comunicación que se utilizan en cada momento y podrán solicitar su participación si así lo desean, formando parte de comisiones, listas de correo, etc.

### **Lenguaje:**

La camaradería en las comunicaciones, así como el lenguaje no discriminatorio por razones de sexo u orientación sexual, raza, religión, etc., es una señal de identidad de las personas que formamos Amigos de la Tierra España.

La lengua que utilizamos en nuestra comunicación interna es el castellano, sin perjuicio de que por circunstancias concretas y de forma puntual puedan ser utilizadas otras lenguas.

A fin de fomentar la participación y la comprensión de los mensajes, el lenguaje utilizado debe adaptarse a los receptores: ser claro y conciso en la forma, y comprensible en su contenido. Intentamos como norma general evitar los tecnicismos y los acrónimos.

### **Los canales de comunicación:**

En Amigos de la Tierra promovemos el uso de fórmulas de comunicación personales respecto a las digitales o a distancia, pero estas no siempre son posibles. Es por ello necesario plantearnos el uso de herramientas informáticas, telefónicas u otras para nuestra comunicación.

Dentro de ellas, preferimos las digitales: Correo electrónico, intranet, webs, u otras, soportadas sobre Software Libre, gratuitas y de acceso universal.

Existen numerosos canales de comunicación que están a nuestra disposición, en especial en formato digital. El uso de unos o de otros dependerá del tipo de comunicación que queramos mantener, ya sean mensajes puntuales, debates, etc. En cualquier caso y como norma general preferimos utilizar el correo electrónico por ser económico, seguro y casi universal en el ambiente en que nos movemos y para la mayoría de las comunicaciones operativo y funcional, pero esto sin perjuicio del derecho de todas las personas a recibir información en tiempo y forma adecuado sobre aquellos debates o grupos en los que participa, en cuyo caso, de no tener correo electrónico se garantizará por otros medios.

### **Listas de correo electrónico:**

Se debe utilizar por parte de todos sus integrantes con responsabilidad; los correos electrónicos que se envían deben estar relacionados con los asuntos tratados y conservar un tono cordial y respetuoso.

Se crearán tantas listas de áreas o de comisiones como sean necesarias en las que todas las personas socias de la organización podrán participar. Estas listas, igualmente, deberán contener información específica de los temas tratados expresada de forma cordial y respetuosa. Es un derecho de los miembros de la lista conocer quién es la persona responsable de la lista y quiénes son los integrantes. Sería conveniente también informar a los nuevos integrantes la función y objetivos de la lista.

Existirán listas exclusivas para uso de ciertas personas en concreto según su puesto o tarea.

### **Responsables de listas y moderadores:**

Por norma general las listas de correo electrónico no serán moderadas.

Las listas de correo podrán tener un responsable ocupado de gestionar las altas y bajas así como de velar por su correcto funcionamiento, que el número de correos no sature a las receptoras, que los contenidos sean adecuados y que pueda dinamizar el debate si fuera necesario.

---

### **OPERATIVA DE LA COMUNICACIÓN EN AMIGOS DE LA TIERRA**

Cuadro extraído de la propuesta a la asamblea general de noviembre y que no dio tiempo a tratar. Completado en primera instancia y provisionalmente en enero 2010.

TEMAS	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
<b>ESTRATÉGICOS, POLÍTICOS (posicionamientos, reivindicaciones, etc.)</b>	<p>Propuestas para participar en comisiones, procesos de debate.</p> <p>Documentos previos de políticas y estrategias para el debate. (elaborados por técnicos-comisiones)</p> <p>Documentos aprobados y decisiones de la junta directiva.</p> <p>Documentos y manifiestos que AdT Apoya o propone apoyar.</p> <p>Propuestas a nivel político de los GL</p>	<p>Responsable de área (posicionamientos – estrategias) o junta directiva si corresponde.</p> <p>Responsable de área o JD si corresponde.</p> <p>JD</p> <p>Responsable de área o equipo de comunicación. También JD si procede</p> <p>JD de grupo local</p>	<p>A lista Grupo – AdT, JD de Grupos locales</p> <p>Lista de correo correspondiente de área, de comisión o creada a efecto de la discusión, JD de Grupos locales</p> <p>JD de Grupos locales y grupo AdT</p> <p>Lista de correo correspondiente a área o grupo AdT si es un tema general que AdT habitualmente no trata o que puede implicar un debate mayor. JD de Grupos locales</p> <p>JD estatal</p>	<p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p> <p>Vía mail-Actas de JD</p> <p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	
<b>PLANIFICACIÓN OPERATIVA ANUAL – PLAN DE TRABAJO</b>	<p>Preparación de la planificación e informes</p> <p>Planificación e informes definitivos</p>	<p>Equipo de coordinación estatal – Responsables GL – JD estatal y locales</p> <p>Responsables de área y GL</p>	<p>Equipo de coordinación estatal – Responsables GL – JD estatal y locales – Lista específica de área</p> <p>Grupo AdT, lista específica de área, masa social.</p>	<p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	Según estatutos
<b>CAMPAÑAS</b>	Campañas internacionales o estatales	Cord. Estatal (Responsable de Área, dirección)	Grupos locales. A grupo AdT - socias cuando se conozcan los detalles y las acciones.	Vía mail	

TEMAS	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO ?
	Campañas locales	Grupos locales	Coordinación estatal, otros grupos.	Vía mail	
<b>SOBRE LAS ACCIONES (resultado de actividades, etc.)</b>	Información, participación y movilización	Responsables de área, responsable de movilización. Grupos locales.	Lista de correo de área. Masa social o Grupo AdT si procede.	Vía mail	Lo antes posible, mínimo de 7 días
	Resultados de evaluación	Equipo de comunicación y/o responsable de área, o grupo local si la acción tiene ese ámbito.	Lista de correo de área. Masa social o grupo AdT si procede.	Vía mail	Lo antes posible después de la acción.
<b>COMUNICADOS de prensa, oficiales e informes</b>	Notas de prensa	Área específica en coordinación con comunicación	Lista específica o grupo AdT	Vía mail	
	Informes y noticias de actualidad	Área específica en coordinación con comunicación	Lista específica o grupo AdT	Vía mail	
	Noticias de actualidad de la organización, newsletter	Equipo de comunicación o responsable de área	Resumen a grupo AdT	Vía mail	
<b>INFORMACIÓN GENERAL, SUGERENCIAS, comentarios, propuestas.</b>	Opiniones, sugerencias, propuestas, comentarios, etc.	Cualquier persona socia	Grupo AdT si son temas de toda la asociación, pero mejor en lista específica para temas específicos. JD estatal si procede	Vía mail	
<b>REVISTA</b>	Preparación  Números nuevos	Comunicación estatal Comunicación estatal	Personas específicas Grupo AdT, masa social	Vía mail, vía postal, en eventos donde participamos  Vía mail, web	
<b>RRHH – ALTAS Y BAJAS</b>	Altas, bajas y noticias	Gerencia responsables y de	Grupo AdT	Vía mail	

TEMAS	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
		RRHH en GL			
<b>FOEE - FOEI</b>	Acciones urgentes, políticas, propuestas, problemáticas, actas de Internacional. Revista internacional	Coordinación estatal – JD o responsable de comunicación o área según procede	Grupo AdT	Vía mail, web si procede	
<b>ASAMBLEAS GENERALES</b>	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos
<b>REUNIONES SECTORIALES (De cooperación, de voluntariado, etc.)</b>	Convocatorias y actas	Responsable de área	Lista específica	Vía mail	En un máximo de 15 días posteriores a la reunión
<b>RELACIONES INSTITUCIONALES (Participación en redes, problemáticas, etc.)</b>	Formar parte  Problemáticas y debates  Actas de reuniones	Responsable de área estatal o grupo local  Responsable de área estatal o grupo local  Responsable de área estatal	Grupo AdT  Lista de correo específica o grupo AdT si procede.  Lista de correo específica	Vía mail, web, internet  Vía mail  Vía mail	Inmediatamente después de surgir la cuestión

Soportes	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
<b>Revista</b>	<i>Campañas, logros, denuncias a nivel estatal, a nivel local y a nivel internacional.</i>  <i>Documentos previos de políticas y estrategias para el debate.(elaborados por técnicos-comisiones)</i>  <i>Documentos aprobados y decisiones de la junta directiva.</i>	<i>Responsable de área (posicionamientos – estrategias) o junta directiva si corresponde.</i>  <i>Responsable de área o JD si corresponde.</i>  JD	<i>A lista Grupo – AdT, JD de Grupos locales</i>  <i>Lista de correo correspondiente de área, de comisión o creada a efecto de la discusión, JD de Grupos locales</i>	<i>Vía mail</i>  <i>Vía mail</i>	





## Políticas

A fecha de marzo de 2013

Soportes	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
	<p>Documentos y manifiestos que AdT Apoya o propone apoyar.</p> <p>Propuestas a nivel político de los GL</p>	<p>Responsable de área o equipo de comunicación. También JD si procede</p> <p>JD de grupo local</p>	<p>JD de Grupos locales y grupo AdT</p> <p>Lista de correo correspondiente a área o grupo AdT si es un tema general que AdT habitualmente no trata o que puede implicar un debate mayor. JD de Grupos locales</p> <p>JD estatal</p>	<p>Vía mail- Actas de JD</p> <p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	
<b>Hoja electrónica</b>	<p>Preparación de la planificación y informes</p> <p>Planificación y informes definitivos</p>	<p>Equipo de coordinación estatal – Responsables GL – JD estatal y locales</p> <p>Responsables de área y GL</p>	<p>Equipo de coordinación estatal – Responsables GL – JD estatal y locales – Lista específica de área</p> <p>Grupo AdT, lista específica de área, masa social.</p>	<p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	Según estatutos
<b>Folletos</b>	<p>Campañas internacionales o estatales</p> <p>Campañas locales</p>	<p>Cord. Estatal (Responsable de Área, dirección)</p> <p>Grupos locales</p>	<p>Grupos locales. A grupo AdT - socias cuando se conozcan los detalles y las acciones.</p> <p>Coordinación estatal, otros grupos.</p>	<p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	
<b>Publicaciones</b>	<p>Información, participación y movilización</p> <p>Resultados y evaluación</p>	<p>Responsables de área, responsable de movilización. Grupos locales.</p> <p>Equipo de comunicación y/o responsable de área,</p>	<p>Lista de correo de área.</p> <p>Masa social o Grupo AdT si procede.</p> <p>Lista de correo de área.</p> <p>Masa social o grupo</p>	<p>Vía mail</p> <p>Vía mail</p>	<p>Lo antes posible, mínimo de 7 días</p> <p>Lo antes posible después de la acción.</p>

Soportes	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
		o grupo local si la acción tiene ese ámbito.	AdT si procede.		
<b>COMUNICADOS de prensa, oficiales e Redes sociales</b>	Notas de prensa  Informes y noticias de actualidad  Noticias de actualidad de la organización, newsletter	Área específica en coordinación con comunicación  Área específica en coordinación con comunicación  Equipo de comunicación o responsable de área	Lista específica o grupo AdT  Lista específica o grupo AdT  Resumen a grupo AdT	Vía mail  Vía mail  Vía mail	
<b>Blogs</b>	Opiniones, sugerencias, propuestas, comentarios, etc.	Cualquier persona socia	Grupo AdT si son temas de toda la asociación, pero mejor en lista específica para temas específicos. JD estatal si procede	Vía mail	
<b>Mails</b>	Preparación  Números nuevos	Comunicación estatal  Comunicación estatal	Personas específicas  Grupo AdT, masa social	Vía mail, vía postal, en eventos donde participamos  Vía mail, web	
<b>RRHH – ALTAS Y BAJAS</b>	Altas, bajas y noticias	Gerencia y de responsables RRHH en GL	Grupo AdT	Vía mail	
<b>FOEE - FOEI</b>	Acciones urgentes, políticas, propuestas, problemáticas, actas de Internacional. Revista internacional	Coordinación estatal – JD o responsable de comunicación o área según procede	Grupo AdT	Vía mail, web si procede	
<b>ASAMBLEAS GENERALES</b>	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos	Según estatutos
<b>REUNIONES SECTORIALES (De</b>	Convocatorias y actas	Responsable de área	Lista específica	Vía mail	En un máximo



**Políticas**  
A fecha de marzo de 2013

Soportes	¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN SE LE COMUNICA?	¿CÓMO?	¿CUÁNDO?
cooperación, de voluntariado, etc.)					de 15 días posteriores a la reunión
<b>RELACIONES INSTITUCIONALES (Participación en redes, problemáticas, etc.)</b>	Formar parte  Problemáticas debates y  Actas de reuniones	Responsable de área estatal o grupo local  Responsable de área estatal o grupo local  Responsable de área estatal	Grupo AdT  Lista de correo específica o grupo AdT si procede.  Lista de correo específica	Vía mail , web, internet  Vía mail  Vía mail	Inmediatamente después de surgir la cuestión