Premios Eikon 2019

NÚMERO Y NOMBRE DE LA CATEGORÍA A INSCRIBIRSE

3. Asuntos Públicos

TÍTULO DEL PROGRAMA

LIDERESAS para la participación política

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

Gobierno de la Provincia de Córdoba

ÁREA QUE DESARROLLÓ EL PLAN

Secretaría de Planeamiento y Modernización

RESPONSABLES DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Romina Herrera, Jésica Ludueña, Marcela Pistarini, Estefanía Stoppini y Valeria Trecco

NOMBRE DEL PLAN

“Plan de Comunicación Institucional para el programa LIDERESAS PARA LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA”

#Felicitaciones a todas las #mujeres electas ayer como legisladoras, concejalas y tribunas de cuenta en toda la provincia. En los distintos ámbitos, ellas nos van a representar para garantizar la igualdad de género por la que juntas trabajamos. #SinMujeresNoHayDemocracia

**INTRODUCCIÓN**

Las mujeres son la principal garantía para la construcción de una Argentina verdaderamente democrática y federal.

Como gestoras de profundas transformaciones y, al mismo tiempo, hacedoras de pequeñas realidades cotidianas, las mujeres son también las constructoras de la

transformación en la política, las responsables de aportar una nueva perspectiva, fundamental para garantizar su participación plena en todos los espacios de la vida democrática.

En este contexto, el Gobierno de la Provincia de Córdoba creó el programa LIDERESAS para la participación política, con el fin de generar espacios en los cuales poder desarrollar habilidades políticas y fortalecer liderazgos femeninos. Para que más mujeres accedan a los ámbitos de decisión, LIDERESAS también se ocupa de desarrollar e implementar herramientas de medición y diagnóstico que permitan controlar la evolución del ejercicio de los derechos políticos de las mujeres.

Concebida como una política de Estado, LIDERESAS reafirma la tradición pionera y transformadora de la provincia de Córdoba y responde a una demanda decisiva de nuestro tiempo: generar la innovación política requerida para garantizar la participación plena de las mujeres en la vida democrática y respetar sus derechos a elegir y ser elegidas.

El Programa se implementa bajo la órbita de la Secretaría de Planeamiento y Modernización, a través de una Unidad Ejecutora coordinada por la diputada nacional

Alejandra Vigo, e integrada por la secretaria de Planeamiento y Modernización, Alejandra Torres; la secretaría de Lucha contra la Violencia a la Mujer y Trata de Personas, Claudia Martínez; la secretaria de Equidad, Carolina Basualdo; y la presidenta del Consejo Provincial de las Mujeres, Alicia Pregno.

LIDERESAS cuenta con el apoyo de los organismos internacionales ONU Mujeres, PNUD e Idea Internacional, con los que el Gobierno provincial firmó un convenio a través del cual se comprometió a desarrollar el Índice de Paridad Política por medio de la Iniciativa ATENEA y el Programa de Formación Política para Mujeres.

El programa LIDERESAS está dirigido a parlamentarias, intendentas, jefas comunales, concejalas, mujeres miembros de tribunales de cuentas, funcionarias públicas de diferentes niveles de gobierno, dirigentes de partidos políticos, mujeres lideresas de organizaciones sociales y de organizaciones de la sociedad civil, y personas que desarrollen iniciativas que promuevan cambios igualitarios y estén interesadas en la participación política.

El esquema de trabajo de LIDERESAS se estructura en cuatro ejes:

• Red de Lideresas

• Programa de Formación Política

• Observatorio de Paridad Política

• Leyes y convenios

La Red de Lideresas es un espacio de encuentro de mujeres que trasciende las ideas políticas y los roles de sus participantes. El principal objetivo es facilitar la visibilización, el contacto y la interacción de aquellas mujeres que se autoperciben como LIDERESAS.

Desde esta Red, las mujeres involucradas apuestan a brindar apoyo a iniciativas interpartidarias participar de encuentros sectoriales e instancias de formación, y realizar actividades de mentoreo, con la premisa de compartir experiencias y conocimientos.

Para nutrir la red, se realizaron encuentros con distintos sectores como empresarias, emprendedoras, académicas, referentes de pueblos originarios y de colectividades, mujeres con las que se conversó sobre LIDERESAS y se recaudó interesantes inquietudes.

El Programa de Formación Política para Mujeres se desarrolla a través de la realización de talleres, seminarios, jornadas, cónclaves y conversatorios temáticos con expertas nacionales e internacionales para el desarrollo de habilidades de liderazgo político y para la adquisición de las herramientas necesarias para ejercerlo, tales como: habilidades de comunicación política, destrezas de negociación política, entrenamiento y perfeccionamiento en procesos de toma de decisión y liderazgo de equipos, entre otras.

En 2018, se realizaron conferencias con las especialistas Flavia Freidenberg (politóloga); Virginia García Beaudoux (directora de Communicatio); Paula Narváez (asesora en Gobernanza de ONU Mujeres); Luz Haro (presidenta de la Asociación de Mujeres de Juntas Parroquiales Rurales del Ecuador); Mariana Caminotti (Escuela de Política y Gobierno de la Universidad Nacional de San Martín); Alejandra García (especialista de Género del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD-); y Elizabeth Guerrero Caviedes (coordinadora de los temas de género en el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo –PNUD-).

A su vez, en el marco de la Agenda programada por el Gobierno de la Provincia de Córdoba para conmemorar el Día Internacional de la Mujer 2019, se llevó a cabo el Ciclo “Mujeres liderando la política”. Participaron: Margarita Stolbizer (Presidenta – GEN); Rosana Bertone (Gobernadora de la provincia de Tierra del Fuego); Victoria Donda (Diputada Nacional – SOMOS); y Mónica Fein (Intendenta de la ciudad de Rosario).

También se pusieron en marcha talleres formativos, especialmente destinados a mujeres candidatas y en cargos electivos, pero abiertos al público en general.

Algunos de ellos fueron “El arte de hablar en público”, “El poder de las conversaciones” y “Conversaciones poderosas”.

Como parte de las acciones de concientización sobre la desigualdad de oportunidades y visibilización de las mujeres en ámbitos de poder, se organizaron encuentros con referentes mujeres de distintos sectores de la sociedad civil.

Por otra parte, a través de la iniciativa “Atenea” (ONU Mujeres, PNUD e Idea Internacional), la provincia de Córdoba contará con un Observatorio de Paridad Política, en cuyo marco se desarrollará el Índice de Paridad Política.

Esta herramienta permitirá contar con información sistemática, periódica, comparable y con perspectiva de género sobre la presencia de las mujeres en los distintos espacios de participación política; y realizar un análisis multidimensional sobre el acceso, el ejercicio y la permanencia de las mujeres y las condiciones para su participación en diversos espacios de poder político, generando recomendaciones específicas y estratégicas para avanzar en la igualdad de género y la paridad en el ámbito de los derechos políticos.

LIDERESAS, además, promueve la firma de convenios de cooperación y la sanción de leyes. Es por ello que, en el marco del Programa, el Gobierno de la Provincia de Córdoba firmó un acuerdo de entendimiento con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ONU Mujeres e Idea Internacional para favorecer la participación de las mujeres y la paridad política. El mismo contempla la cooperación de estos organismos en el desarrollo de un Índice de Paridad Política, la conformación de un Observatorio de equivalencia o uniformidad política y cursos de formación para mujeres.

En este contexto, una veintena de municipios de la provincia de Córdoba firmó un acta compromiso para la adhesión a la ley 8901 de Participación Equivalente de Género y al desarrollo de otras medidas de política pública tendientes a alcanzar el objetivo de “Paridad de Género en ámbitos de representación política”.

**PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

El Plan de Comunicación Institucional y Posicionamiento en Medios del programa LIDERESAS para la participación política se diseñó con un equipo interdisciplinario con el propósito de generar una propuesta multimedia.

Su objetivo principal es el diseño e implementación de la agenda de actividades previstas por el programa y el posicionamiento positivo del mismo en los principales medios de comunicación y referentes de opinión. En este sentido, se llevó a cabo la organización integral de los eventos que formaron parte de la agenda 2018-2019 del Programa, a la vez que se diseñaron y ejecutaron estrategias comunicacionales a fin de posicionar el Programa, y a quienes participan del mismo, como referentes en las temáticas vinculadas con los derechos políticos de las mujeres y la igualdad de género.

Además, se generaron acciones tendientes a consolidar la Red de Lideresas, uno de los aspectos más importantes, como así también para fortalecer el sentido de pertenencia de sus miembros, de manera tal que se transformen en promotoras del Programa en sus diferentes ámbitos de acción.

**ACCIONES**

• ORGANIZACIÓN INTEGRAL DE EVENTOS

• RED DE LIDERESAS

• BASE DE DATOS DE PRENSA

• PÁGINA WEB

• MANUAL DE ESTILO

• CLIPPING DE MEDIOS

• REUNIONES CON PERIODISTAS

• MATERIAL GRÁFICO Y DIGITAL INSTITUCIONAL

• GACETILLAS DE PRENSA

• COBERTURA AUDIVISUAL

• INFORMES PERIODÍSTICOS ESPECIALES

• CONFERENCIAS DE PRENSA

• REDES SOCIALES

• DIFUSIÓN

**RESULTADOS Y EVALUACIÓN**

El Plan de Comunicación y Posicionamiento en Medios potenció y fortaleció el programa LIDERESAS, logrando su posicionamiento en los medios de comunicación y principales referentes de la opinión pública.

Cumplió, además, con otro de sus propósitos que era identificar a las integrantes de la Unidad Ejecutora con las temáticas de género y defensa de los derechos políticos de las mujeres, lo cual se refleja en su participación en programas de TV, radios y publicaciones gráficas, y en la interacción de las redes sociales.

El Plan afianzó la interacción entre quienes participaron del Programa y forman parte de la Red de Lideresas, promoviendo el encuentro entre las “Lideresas” con la red de comunicación que se comenzó a construir.

Parte del éxito de la Red se debe a la redacción adecuada de los perfiles y el cuidado en el diseño de la sección y en el tratamiento del material fotográfico.

El esquema de trabajo para la comunicación y difusión del programa adoptado, a través de los distintos soportes, especialmente la página web y redes sociales, también cumplió su cometido, alcanzando un importante nivel de interacción en las tres redes. Actualmente, contamos con 6.363 seguidores en Facebook, 771 en Twitter y 2.699 en Instagram, entre ellas periodistas, emprendedoras, profesionales, concejalas, intendentas, rectoras, referentes de organizaciones sociales, entre otras. En Facebook el 91 por ciento de las fans son mujeres, y más del 60 por ciento son de Argentina (el 40 por ciento restante proviene de países de América, Europa y Asia).

En el plano político, los resultados de las últimas elecciones provinciales y municipales permiten observar una evolución positiva en lo que respecta a la representación de mujeres en cargos electivos. Así, se vio incrementado el porcentaje de representación femenina tanto en el nivel ejecutivo (gobiernos locales) como en el legislativo (concejales y legisladoras).

ANEXO

**PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

El Plan de Comunicación Institucional y Posicionamiento en Medios del programa LIDERESAS para la participación política se diseñó con un equipo interdisciplinario con el propósito de generar una propuesta multimedia.

Su objetivo principal es el diseño e implementación de la agenda de actividades previstas por el programa y el posicionamiento positivo del mismo en los principales medios de comunicación y referentes de opinión.

En este sentido, se llevó a cabo la organización integral de los eventos que formaron parte de la agenda 2018-2019 del Programa, a la vez que se diseñaron y ejecutaron estrategias comunicacionales a fin de posicionar el Programa, y a quienes participan del mismo, como referentes en las temáticas vinculadas con los derechos políticos de las mujeres y la igualdad de género.

Además, se generaron acciones tendientes a consolidar la Red de Lideresas, uno de los aspectos más importantes, como así también para fortalecer el sentido de pertenencia de sus miembros, de manera tal que se transformen en promotoras del Programa en sus diferentes ámbitos de acción.

**ACCIONES**

ORGANIZACIÓN INTEGRAL DE EVENTOS

Diseño y armado de eventos: timing, diseño de programa, logística, agenda de las disertantes, invitaciones institucionales, acreditaciones y entrega de certificados, contratación de servicios (locutor, salón catering, sonido) y personal de apoyo (técnico y administrativo).

RED DE LIDERESAS

Actualización en forma permanente la base de datos de la Red de Lideresas, recolectando la información de las mujeres interesas en participar y confeccionando con dicha información un perfil para publicar en la página web de Lideresas, de forma tal de conformar una red de mujeres que puedan interactuar entre ellas.

Esta tarea se realiza en forma personalizada, tomando contacto con cada una de las interesadas.

BASE DE DATOS DE PRENSA

Actualización en forma permanente de la base de datos de los principales medios de comunicación y referentes de opinión, segmentada por jurisdicción y formato.

PÁGINA WEB

Actualización permanentemente de la información publicada en la página web de Lideresas, con el objetivo de que el público encuentre en la misma toda la información que necesita sobre las distintas acciones encaradas y siempre actualizadas.

MANUAL DE ESTILO

Se elaboró un Manual de Estilo con los principales lineamientos a seguir en el estilo de redacción en las páginas web, redes sociales y gacetillas de prensa, tomando en cuenta las características propias de cada formato. Se definió la estética gráfica y las consideraciones a tener en cuenta en el tratamiento de las imágenes fotográficas, sea para publicación como historias. Generamos una narrativa audiovisual.

CLIPPING DE MEDIOS

Con toda la información publicada en medios de prensa donde se mencione al Programa y/o a alguna de las integrantes del mismo, como así también las noticias que aborden temas vinculados con la temática de la formación política de las mujeres y la paridad.

REUNIONES CON PERIODISTAS

Se realizan ruedas de prensa periódicamente con periodistas especializadas a fin de informar sobre las distintas acciones.

MATERIAL GRÁFICO Y DIGITAL INSTITUCIONAL

Se producen folletos, banners, videos y piezas digitales para promocionar el Programa y sus acciones en los distintos medios de comunicación y redes sociales.

GACETILLAS DE PRENSA

Se elaboran gacetillas de prensa de todas las actividades del Programa. Las mismas se publican en la página web lideresas.cba.gov.ar y prensa.cba.gov.ar. También se replican en las redes sociales de Lideresas y del Gobierno de la Provincia de Córdoba, y se envían a los distintos medios de comunicación, junto con el material gráfico (fotos y videos). Las gacetillas de actividades en el interior provincial también se elevan a Corresponsalía de Prensa de Gobierno para ser incluidas en sus reportes semanales.

COBERTURA AUDIVISUAL

Todas las actividades de la agenda cuentan con un registro audiovisual, material que es usado posteriormente para ser publicado en redes sociales, y potenciales spot publicitarios.

INFORMES PERIODÍSTICOS ESPECIALES

Se realizan informes sobre temáticas específicas, teniendo en cuenta fechas especiales (ejemplo, Día Internacional de la Mujer) y la agenda de medios.

CONFERENCIAS DE PRENSA

Para cada anuncio o evento especial se convoca a una conferencia de prensa.

REDES SOCIALES Twitter, Facebook, Instagram)

Se elabora contenido informativo propio adecuado para dichos canales de comunicación. Además, se realiza un seguimiento diario (de 8 a 20 hs.) de las consultas, respondiendo y moderando las mismas en un término máximo de 24 hs.

DIFUSIÓN

Se promociona la agenda de actividades en forma previa, tanto en la página web y redes sociales de Lideresas y del Gobierno de la Provincia de Córdoba. También se envían invitaciones para participar a todas las integrantes de la Red de Lideresas, así como también a quienes han formado parte de alguna de las instancias de formación. Se comparte con los medios de comunicación.

**DISEÑO DE MARCA**

SIGNOS VERBALES

La tipografía seleccionada para el nombre LIDERESAS es una tipografía moderna, con trazos y ángulos irregulares, sans serif. Estas características representan el proyecto, en el sentido de salir de ángulos y trazos rectos; el no tener serif la hace más contemporánea.

La disposición irregular buscó evocar un leve desorden; al irrumpir con este signo verbal, se pretende que se perciba como una marca irruptora y fuerte visualmente.

Para el anclaje “Para la participación política” se optó por una tipografía moderna, monolineal, condensada y altamente legible para la reproducción de impresiones en tamaño menor. A su vez, la legibilidad representa aquí una característica de participación política clara y abierta, tal como lo hace Lideresas, que invita a pensarte, sentirte, mirarte y reflexionar de una forma representativa.

SIGNO ICÓNICO

El globo de diálogo actúa como una metáfora visual; Lideresas te invita a dialogar, a entablar una conversación con otras mujeres y actores sociales, así como también a pensar, analizar y debatir. La mancha visual es fuerte y pregnante. El signo verbal traspasa los límites del pensamiento -del ícono-, como lo hace Lideresas, que puede salir del pensamiento enmarcado para abordar nuevas ideas, temáticas y perspectivas.

COLORES

Isologotipo Logotipo Anclaje

PALETA CROMÁTICA

Color

El color de marca institucional es el violeta. Es el pantone 254 C, un color sólido, con toda una connotación simbólica de fuerza, donde se unen cualidades tan opuestas como la mezcla de lo masculino con lo femenino (rojo y azul).

La elección se asienta en el momento sociohistórico actual, un punto de inflexión en la lucha de las mujeres, ya que es el empleado por el movimiento por la igualdad de derechos en América Latina y en Europa.

Concretamente, existe una leyenda que lo vincula con el color de las camisas que fabricaban las Shirtwaists, donde 146 mujeres murieron calcinadas en un incendio producido en una fábrica textil de Estados Unidos, en 1911. Los hechos se le atribuyeron al propio jefe que, ante la huelga de las trabajadoras, prendió fuego al edificio con todas ellas dentro.

Esta misma historia relata que el humo que salía de la fábrica y se podía ver a kilómetros de distancia era, precisamente, de color violeta. Pero, más allá de lo anecdótico, las propias sufragistas inglesas también lo adoptaron en 1908, junto con otros dos colores, el verde y el blanco.

La marca se puede utilizar en colores sólidos blanco, negro, gris. Se suele reforzar en plenos, fajas o transparencias el color celeste institucional del Gobierno de la Provincia de Córdoba, para anclar el proyecto a dicha gestión.

IMÁGENES FOTOGRÁFICAS

El registro fotográfico tiene una posición tomada, se realiza en blanco y negro, tanto para las redes sociales como para la gráfica impresa.

La intención es neutralizar características superfluas de colores, pigmentos de piel, apariencias y maquillajes, para evitar connotaciones sobre la persona y reforzar las emociones. La ausencia de color permite al espectador concentrarse en la forma y relación de lo fotografiado, sin tomar en cuenta los colores de los objetos y de las personas. Así, se hace foco en los gestos, para contar, a través de las fotografías, las narrativas que suceden en cada encuentro y en la captura de situaciones reales de estudio, de celebración, de emoción, ya que la intención es mostrar más el cuerpo emocional.

Asimismo, la monocromía evoca características que representan el espíritu de la comunicación del Programa: simplicidad, austeridad y elegancia.

La Red de Lideresas también cuenta con fotografías personales en blanco y negro, porque la intención es fortalecer, desde lo visual, a las mujeres que nos siguen y participan de los eventos. Las imágenes que se publican son aquellas tomadas a las mujeres en los banners de prensa.

Por otra parte, los textos que acompañan cada publicación en redes utilizan una redacción no académica, con usos más coloquiales y estructuras simples y pregnantes.

REDES SOCIALES

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de usuarios (tales como individuos u organizaciones), que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.).

Lideresas está presente en redes sociales con el objetivo de compartir las acciones que se llevan a cabo en el marco del Programa y visibilizar a quienes participan del mismo.

FACEBOOK

Como marca la imagen, desde el 17 de octubre de 2018, fecha en la que se abrió la cuenta, hasta el 26 de mayo 2019, la página de Lideresas sumó 6.363 seguidores.

En cuanto a la cantidad de seguidores, el 91% son mujeres, público objetivo del programa. De ellas, más del 30% tienen entre 25 y 34 años, mientras que los rangos de entre 18 y 24 años y de entre 35 a 44 años representan el 21%, respectivamente

De los seguidores de Facebook, más de 4 mil usuarios son de Argentina (60%). Le siguen México con 700 y Chile con 500.

De la población argentina la gran mayoría reside en la provincia de Córdoba y, en segundo lugar, en Buenos Aires.

En Facebook, se respondieron 230 mensajes con consultas y/o comentarios. Las consultas se responden de lunes a viernes, de 8 a 20 horas, en un término máximo de 24 hs. Cabe resaltar que, desde Lideresas se canalizan también las consultas a través del correo electrónico.

Cada uno de los posteos tiene alcance orgánico, no pago, de más de 7 mil personas. A la vez, cada publicación genera un promedio de más de 400 interacciones o comentarios de los usuarios.

En la cuenta de Facebook se encuentran, mayormente, posteos con imágenes de la participación de mujeres en el Programa de Formación, charlas y eventos. Además, se suman publicaciones informativas sobre una de las actividades.

TWITTER

Es la red social mayormente utilizada por periodistas, funcionarios y referentes de opinión. En esta red social, Lideresas publica información previa de cada una de las actividades programadas, así como también se replica lo que va sucediendo en tiempo real en cada encuentro.

La cuenta de Lideresas cuenta con 771 seguidores, de los cuales el 67% son mujeres.

En este caso, el 92% de la audiencia es de Argentina. En tanto, el 50% son de Córdoba, seguidas por las que residen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Por caso, en los últimos posteos realizados, cada uno de ellos tiene más de 700 visualizaciones y más de 50 personas interactuando; es decir, comparten o comentan la publicación. El promedio de likes en los tweets es de 284.

INSTAGRAM

Lideresas en Instagram cuenta con 2.699 seguidores, de los cuales el 81% son mujeres y la mayoría de Córdoba. En cuanto a las edades, el mayor porcentaje se concentra entre los 18 y los 54 años.

En cada posteo se puede visualizar que los “Me gusta” ascienden a más de 200 y tiene un alcance que supera las 1.200 personas y casi 3 mil visualizaciones.

Según las estadísticas, por semana, casi 100 personas visitan el perfil de Lideresas, de las cuales 6 hacen click para ingresar en el sitio web del Programa (lideresas.cba.gov.ar).

En esta cuenta, se realizan publicaciones con imágenes y videos de cada uno de los eventos que se llevan adelante por el programa de Lideresas.

YOUTUBE

La cuenta tiene 24 suscriptores que siguen el canal. Actualmente hay 47 videos subidos, que muestran cada una de las actividades que se llevaron a cabo en Lideresas.

Todos los videos se suben en alta calidad y también se publican en la página web de Lideresas (lideresas.cba.gov.ar), al igual que las fotos, que pueden visualizarse además en Flickr.

WHATSAPP

Se utiliza para enviar comunicaciones sobre la agenda de actividades. La base está formada por 1.300 mujeres, que han participado en alguno de los eventos realizados durante 2018 y lo que va de 2019.