



Manual de comunicación para ejecutores

Fondo Chile



1. Objetivo del documento

El presente documento tiene como objetivo proporcionar orientaciones y directrices, además de trazar los lineamientos y principios básicos de comunicación que todo ejecutor deberá aplicar en la ejecución de las acciones de visibilidad y/o promoción de cualquier actividad o proyecto financiado por el Fondo Chile (FCHP).

Este Manual de comunicación será válido para la totalidad del periodo de implementación de los proyectos.

2. Relevancia de la comunicación en la ejecución de los proyectos financiados por FCHP

Al integrar la comunicación en el trabajo de ejecución de los proyectos, cada uno de los ejecutores **abonan a los esfuerzos impulsados por el Gobierno de Chile de impulsar una política pública de Cooperación Internacional** que se sustenta en los siguientes lineamientos:

- Fortalecer el respeto y protección de los derechos humanos
- Promover la equidad de género que respete la diversidad y tenga una mirada interseccional
- Mitigar los efectos de la pandemia, la crisis migratoria y climática
- Proteger la biodiversidad y los océanos
- Apoyo y asistencia en contextos de crisis humanitaria.

La comunicación que realiza cada ejecutor en torno a los resultados de los proyectos que implementa, promueve la transparencia y rendición de cuentas, elemento favorable en el desarrollo de toda política pública.



3. Mensajes y posicionamiento esperado de proyectos financiados por el Fondo Chile

A continuación, se detallan elementos relevantes para asegurar el correcto posicionamiento del FCHP a partir de los objetivos y los públicos que se definan como prioritarios para la gestión comunicacional.

Mensaje principal

"El Fondo Chile es una política pública de Estado que impulsa cooperación técnica entre pares desde una perspectiva solidaria, multiactor y transformadora. Con más de una década de trayectoria, el FCHP canaliza el compromiso internacional de Chile con el desarrollo sostenible, el fortalecimiento de capacidades locales y el respeto por la autodeterminación de los pueblos, siendo una herramienta concreta de diplomacia pública y cooperación Sur-Sur."

Mensajes clave

- **El Fondo Chile es una política de Estado:** Se trata de un programa vigente desde 2011, que hasta la fecha ha apoyado más de 90 proyectos, ejecutados por organizaciones de la sociedad civil, instituciones de educación superior y organismos del Estado de Chile. Se trata de una política de Estado que contribuye al desarrollo de la región y de manera más amplia, al Sur Global, de manera continua, sin importar el gobierno de turno. La finalidad del Fondo Chile es contribuir a la política exterior de Chile.
- **El Fondo Chile tiene una perspectiva solidaria, multiactor y transformadora:** Busca apelar a la construcción de lazos horizontales de colaboración, considerando las perspectivas de Chile y sus aprendizajes como país de renta media. Bajo esta mirada, el país promueve el intercambio entre Estados, pero también entre actores que contribuyen a la promoción e implementación de políticas públicas consistentes con los lineamientos de la estrategia de cooperación Sur-Sur.
En este sentido, el Fondo Chile es un mecanismo de financiamiento que busca generar cambios sostenibles en los países con los que colabora, así como también el desarrollo de las entidades que ejecutan los proyectos. Es un compromiso de ampliar el involucramiento, para agregar valor a la cooperación, maximizando el impacto de las contribuciones y el alcance de las mismas.
- **El Fondo Chile se sostiene desde un compromiso:** El Estado de Chile asumió un compromiso hace casi 15 años, que se ha mantenido con el objetivo de colaborar con la comunidad internacional para buscar soluciones de largo plazo a algunos de los problemas más relevantes de la política internacional, como la migración, la seguridad alimentaria, dar respuesta a la crisis climática, epidemias, conflictos étnicos, crisis



humanitarias, el avance del crimen organizado transnacional. Chile reconoce que, para solucionar problemas complejos, se requiere un esfuerzo mancomunado y acción conjunta.

- **Es una herramienta de diplomacia:** A través del Fondo Chile, el Estado se posiciona como un actor dialogante en el escenario regional y mundial, sobre todo con el Sur Global. Chile sostiene su compromiso de aportar, a través de recursos técnicos y humanos, a fortalecer capacidades para así buscar soluciones para los problemas antes mencionados, respetando la autonomía y autodeterminación de los pueblos.

Percepciones a posicionar

Se espera que la comunicación, independiente de su formato, contribuya a sostener las siguientes percepciones en la opinión pública:

- Política pública de Estado (no programa de gobierno).
- Cooperación Sur-Sur: técnica y horizontal.
- Apuesta por el multilateralismo, la integración regional y el protagonismo del Sur Global.
- Modelo innovador y replicable por su capacidad multiactor, multinivel y flexible.
- Compromiso con el desarrollo sostenible, los derechos humanos y la construcción de mínimos democráticos.

Atributos de marca

Atributo	Explicación
Legitimado	Responde a un mandato de política exterior, con trayectoria validada técnica y políticamente.
Solidario	Nace desde la experiencia chilena con una vocación ética de intercambio y apoyo entre pares.
Horizontal	Promueve relaciones de cooperación e intercambio entre iguales, no de dependencia.
Técnico	Se basa en capacidades concretas de instituciones del Estado, entidades académicas y de organizaciones chilenas, para intercambiar experiencias y fortalecer instituciones.
Flexible	Puede adaptarse a distintas realidades, crisis o contextos (resiliencia demostrada).
Multiactor	Articula Estado, sociedad civil, academia y organismos internacionales.
Transformador	Busca generar impactos sostenibles y apoyar a la instalación de capacidades locales, no solo ejecución de fondos.



Estratégico para las RRII De Chile	No compite por protagonismo mediático, pero sí construye legitimidad diplomática y reputación institucional.
------------------------------------	--

Tono esperado en la comunicación

- **Convocante y positivo:** busca congregar y crear una comunidad en torno a los desafíos regionales.
- **Técnico:** Entrega cifras, hechos, testimonios. Otorga evidencia para sostener la relevancia de la cooperación Sur-Sur en LAC.
- **Inclusivo:** Utiliza un lenguaje sencillo y cercano para explicar conceptos complejos a la ciudadanía, evitando tecnicismos.
- **Versátil:** Al comunicar, se puede adoptar una postura técnica basada en datos o bien apelar a la conexión personal, según las características de la audiencia.

4. Bajada operativa al posicionamiento esperado- cómo reflejar en la comunicación de los proyectos

Las **iniciativas de comunicación** que se desarrollen deben ser coherentes con el **posicionamiento esperado** de los proyectos, en el contexto de la ejecución del Fondo Chile como política de Estado.

Para facilitar la comprensión, esta sección detalla los requerimientos cualitativos para el planteamiento, desarrollo, implementación y evaluación de las acciones comunicacionales:

4.1 Adaptación narrativa. Todo el material generado en el marco de la ejecución del proyecto financiado por Fondo Chile, debe apelar a la cooperación entre iguales, la construcción e intercambio de capacidades orientadas a contribuir al desarrollo sostenible de los países. Preferir el uso de verbos como *colaborar, contribuir, abonar, coadyuvar, aportar, apoyar, intercambiar, dialogar, articular, construir en conjunto, tejer redes, potenciar, transformar, fortalecer, impulsar cambios, involucrar, movilizar, amplificar, tender puentes, acompañar, co-crear, agentes de cambio, personas involucradas en los proyectos*. Estos verbos refuerzan un discurso desde la agencia, la horizontalidad y la transformación, reciprocidad.

Por el contrario, el discurso debe evitar una narrativa vertical, asistencialista. En este sentido, *ayudar, entregar ayuda, empoderar, enseñar, traer soluciones, personas*



beneficiarias son inconsistentes con la orientación de la cooperación Sur-Sur, que busca colaborar desde la horizontalidad y el intercambio de saberes.

4.2 Adaptación audiovisual. Las imágenes fotográficas y en video deben promover el registro de acciones, con retoques mínimos y que refuercen la idea de intercambio. En la medida de que el proyecto lo permita, priorizar el trabajo de campo, de manera de comunicar el contexto y los actores que se involucran en la transformación esperada. Las fotografías deben tener un componente humano, espontáneo, con mirada diversa e inclusiva, rescatando la multiplicidad de actores que se involucran en los proyectos.

Para lograr este efecto, se solicita lo siguiente:

- a) Que las fotografías se realicen en lugares con iluminación natural.
- b) Que las fotografías representen las actividades que se desarrollan en el marco del proyecto financiado por Fondo Chile. Se busca que involucren interacciones humanas, a personas en acción, gestos y expresiones auténticas.
- c) Que se garantice una multiplicidad de planos, incluyendo planos generales, planos medios, retratos, planos detalle. Esto permite comunicar en distintas instancias y transmitir distintas sensaciones con el material audiovisual.
- d) Que las fotografías tengan “aire”, es decir, espacio para poder montar diseños gráficos luego, como por ejemplo cuñas, datos, texto o logos.

Por el contrario, *se sugiere evitar fotografías estáticas, protocolares o firmas sin contexto para complementar*. También se solicita evitar imágenes que invoquen una verticalidad en el trato y relacionamiento con actores, como por ejemplo a través de planos en picada que tienen a disminuir a las personas que forman parte de la composición o en acciones que denoten verticalidad, por ejemplo, una persona adulta tomando en brazos a un niño o niña.

5. Mínimos de comunicación de proyectos financiados por FCHP

Las acciones de visibilidad, las herramientas de comunicación y los costos asociados para llevarlas a cabo, deben estar incluidos —de manera clara y explícita— en lo referido a la Comunicación de resultados en el Plan de Trabajo del proyecto.

El financiamiento a la Comunicación de resultados del proyecto debe adecuarse al porcentaje definido en las condiciones del Plan de Trabajo, por lo que se debe tener en cuenta ese tope. De forma adicional a los mínimos comunicacionales, el proyecto puede



incluir la cantidad de productos o acciones de visibilidad que estime conveniente, siempre que no se sobrepase el tope señalado.

Para considerar que un proyecto fue ejecutado, —incluyendo su componente comunicacional— se solicitarán los siguientes materiales, que se pueden enviar durante la etapa de implementación del proyecto:

5.1 Kit de fotografías. Se deben incluir al menos 20 fotografías en alta resolución, consistentes con el tono y el posicionamiento esperado de los proyectos bajo los siguientes estándares:

- Formato: JPG o PNG (sin compresión), RAW opcional.
- Resolución mínima: 300 DPI.
- Tamaño mínimo recomendado: 4000 px en el lado más largo.
- Peso de la imagen: mínimo 3 MB.
- Composición: incluir planos generales, medios y cerrados; énfasis en expresiones, manos trabajando, interacción entre personas, rostros y elementos del territorio.
- Incluir al menos 5 imágenes horizontales y 5 verticales.
- Incluir metadatos o un documento anexo que resuma título, fecha, lugar, actividad, personas retratadas con consentimiento informado.

5.2 Un video resumen del proyecto entre 2:30 y 3 minutos, que incluya objetivo del proyecto, actores involucrados, resultados alcanzados e impacto local.

Este video debe incluir las siguientes características:

- Formato de entrega: MP4 con códec H.264, resolución mínima Full HD (1920x1080).
- Composición narrativa: debe incluir una introducción con el título del proyecto, entrevistas breves o frases clave de actores del proyecto, imágenes de actividades en terreno y cierre con un mensaje positivo.
- Planos sugeridos: planos generales para contextualizar el entorno, medios para mostrar interacciones y detalles (manos, objetos, gestos) para enfatizar acción.
- Voces y testimonios: deben reflejar diversidad de género, edad y rol (ejecutores, comunidades, socios).
- Música: debe ser libre de derechos, consistente con el tono y el posicionamiento esperado de FCHP.
- Subtitulado: obligatorio en español (e inglés si el público lo requiere), sincronizado y con contraste suficiente para accesibilidad.
- Licencias: el ejecutor debe contar con autorizaciones de uso de imagen de todas las personas filmadas. Se debe adjuntar al video, la lista de las personas entrevistadas y el consentimiento informado, ya sea en video o vía escrita.



5.3 Material audiovisual en bruto. Se busca tener un registro y material para que el FCHP pueda generar material gráfico y audiovisual de manera autónoma, independiente del video resumen del proyecto. A continuación, se detalla el material requerido:

- **Una serie de testimonios grabados - mínimo 3, con su respectiva transcripción** (duración máxima de 1 minuto y medio por pieza), con diversidad de voces (funcionarios/as, personas participantes, voces técnicas). No se necesita que los testimonios sean editados, pero que sí incluyan: consentimiento informado, presentación de la persona entrevistada (nombre, cargo, país), cuál es su involucramiento en el proyecto, por qué este proyecto es relevante y cuál es el impacto único que este proyecto tiene en el desarrollo del país.
- **Imágenes de apoyo:** hasta 10 minutos de material audiovisual crudo para archivo y usos futuros. Este material debe venir categorizado con fecha, lugar y contexto en el título de cada imagen.

Las especificaciones técnicas para este material son:

- Resolución mínima: Full HD (1920x1080), formato MP4 o MOV, códec H.264.
- Captura estable y continua, sin cortes abruptos ni movimientos bruscos.
- Planos sugeridos: tomas generales del contexto, planos medios de interacciones, planos detalle de acciones relevantes. Incluir tomas verticales y horizontales.
- Evitar entrevistas o diálogos editados; priorizar acciones reales del proyecto.
- Nombradas con claridad (ej: "visita_campo_san_juan_01.mp4") y entregadas en carpetas temáticas (ej: "capacitación", "implementación", "contexto territorial").
- En el caso de los testimonios, priorizar que la toma sea estable (ojalá con el uso de trípode, con iluminación pareja y con audio claro (se aconseja el uso de micrófonos).

5.4 Memoria digital del proyecto. Documento final en PDF con textos, fotos y enlaces audiovisuales que registre objetivos, actividades y resultados.

Sumado a esto, se pueden establecer otras acciones comunicacionales, que se definirán de manera independiente. De ser necesario, revisar la guía de construcción de estrategias comunicacionales, la guía y herramientas para redes sociales, y la guía y herramientas para gestión de prensa.



6. Uso de marca Fondo Chile, logo y material de visibilidad

Todo proyecto financiado por el Fondo Chile debe establecer una pauta y presupuestos de comunicación para visibilizar adecuadamente la ejecución de cada iniciativa. Ello queda establecido en el Plan de Trabajo, y debe estar alineado con las directrices del presente Manual. La elaboración de diseños, logos, textos, no satisfactoria en este sentido, puede implicar el rechazo del pago de esos materiales.

Productos adicionales

En el formulario de Plan de Trabajo (Excel) es posible apreciar que se definen los mínimos comunicacionales ya mencionados en la sección Comunicación de resultados. Su inclusión y valoración es obligatoria, pero adicionalmente los proyectos pueden incluir otros productos que apoyen la realización de sus actividades, siempre que no se sobrepase el 7% del proyecto entre los adicionales y los mínimos comunicacionales (total).

Ejemplos de algunos de los productos adicionales que se podrían incluir:

- **Materiales/papelería:** folletos, dípticos, trípticos, material formativo, guías, libros, revistas o posters.
- **Materiales para redes sociales:** infografías, micrositios, newsletters (boletines en línea), bancos de imágenes, videos.
- **Eventos:** Presentaciones, ruedas de prensa, eventos con grupos objetivos comprendidos dentro del proyecto, seminarios, webinars.
- **Kits de prensa:** ficha del proyecto para medios de comunicación, fotografías de vocerías, kit de fotos del proyecto, actividades con periodistas.

Cabe mencionar que el diseño e impresión de Pendón o lienzo para entrevistas o actividades oficiales, es posible, pero no con cargo al Fondo Chile. Lo mismo ocurre con Merchandising, como poleras, gorras, lápices o pines, los que si bien se puedan utilizar en el marco de un proyecto de cooperación, no pueden ser financiados por el Fondo Chile. Estos productos tienen por objetivo ser utilizados por funcionarios y voluntarios del proyecto, o en seminarios, presentaciones y eventos en el marco del proyecto. No se trata de obsequios al público general.

Es relevante señalar que **todo producto, ya sea un mínimo comunicacional o un adicional, debe incluir tanto el logo oficial del Fondo Chile como el del ejecutor del proyecto**. En efecto, el pago de aquellos productos que no cumplan con los estándares fijados por Fondo Chile podrá ser rechazado en conformidad con el presente Manual.



Por último, toda acción de visibilidad y/o promoción, ya sea impresa, digital, audiovisual o radial, mencionar o incluir la siguiente información, la que bien puede complementarse con el nombre del proyecto en ejecución:

Chile, en el marco de su política exterior, tiene la responsabilidad y compromiso de cooperar, y una forma de hacerlo, es a través de la iniciativa de cooperación, Fondo Chile, gestionada por el Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo, en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de Chile. Este Fondo promueve la implementación de proyectos de cooperación internacional que contribuyan al desarrollo, desde una perspectiva solidaria, multiactor y transformadora.

Para más información, visite www.fondochile.cl

7. Uso de logo de FCHP - mínimos y prohibiciones

Estos logos son los aprobados para el uso en el marco de las actividades financiadas por el mismo.





Se espera que los materiales garanticen el correcto uso del logotipo. Esto incluye, por ejemplo:

- **Utilizar la versión de mayor resolución (300 DPI)** para materiales impresos.
- Mantener los colores y el ratio original del logo.
- **Mantener un ratio de distancia** entre el logo y otros elementos de la composición.
- Asegurar contraste entre el fondo y el logo, de manera de que no se pierda dentro de la composición.

Está prohibido:

- Girar, distorsionar, sombrear o aplicar efectos sobre el logo.
- El uso del logo en materiales o actividades no autorizadas o financiadas por el FCHP.
- Modificar la tipografía y los colores del logo.
- Cortar, comprimir o estirar el mismo.



Anexo 1. Modelo de consentimiento informado

Referencia registro:

Mediante este medio autorizo a....., ejecutor del proyectoy a la iniciativa de cooperación gracias a la cual se implementa, Fondo Chile, gestionada por la Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AGCID), Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), a utilizar y reproducir —con fines educativos y de difusión— las imágenes/voz registradas de mi persona.

Nombre:

N° Documento de identificación:

Dirección:

País:

Fecha:

Si es menor de edad: Adulto responsable que autoriza en representación de:
.....

Si es una actividad colectiva: Persona a cargo que autoriza en representación de:
.....



Firma