

Campaña 2019
“Cambio climático y
género, perspectivas
comunes para el futuro”



FRAMTIDSJORDEN

FUTURE EARTH • TIERRA DEL FUTURO • TERRA DO FUTURO

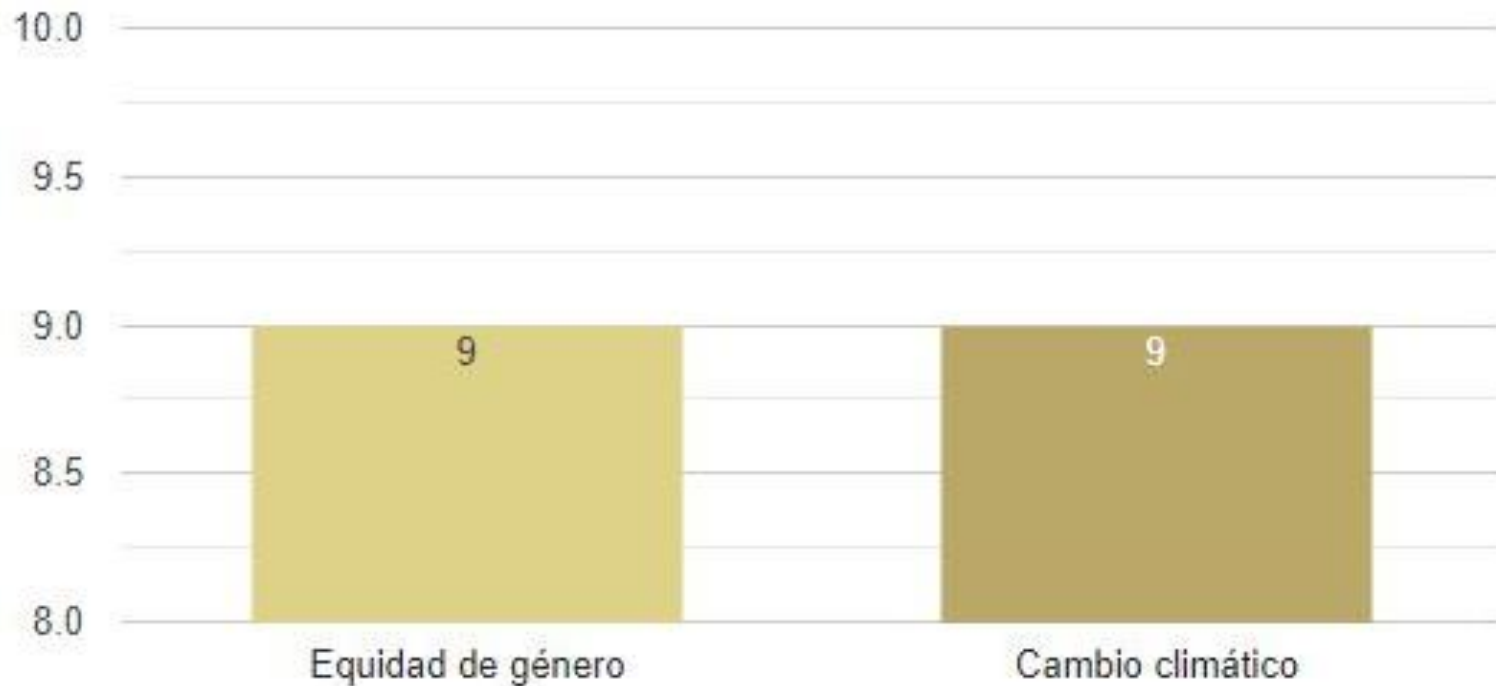
- **Objetivo general**

Generar escenarios, estrategias y medios para la transformación social y ambiental, propiciando: desarrollo local, la defensa del territorio y la visibilización de iniciativas entorno al cambio climático y género como temas clave para la Red tierra del futuro Latinoamérica 2019.

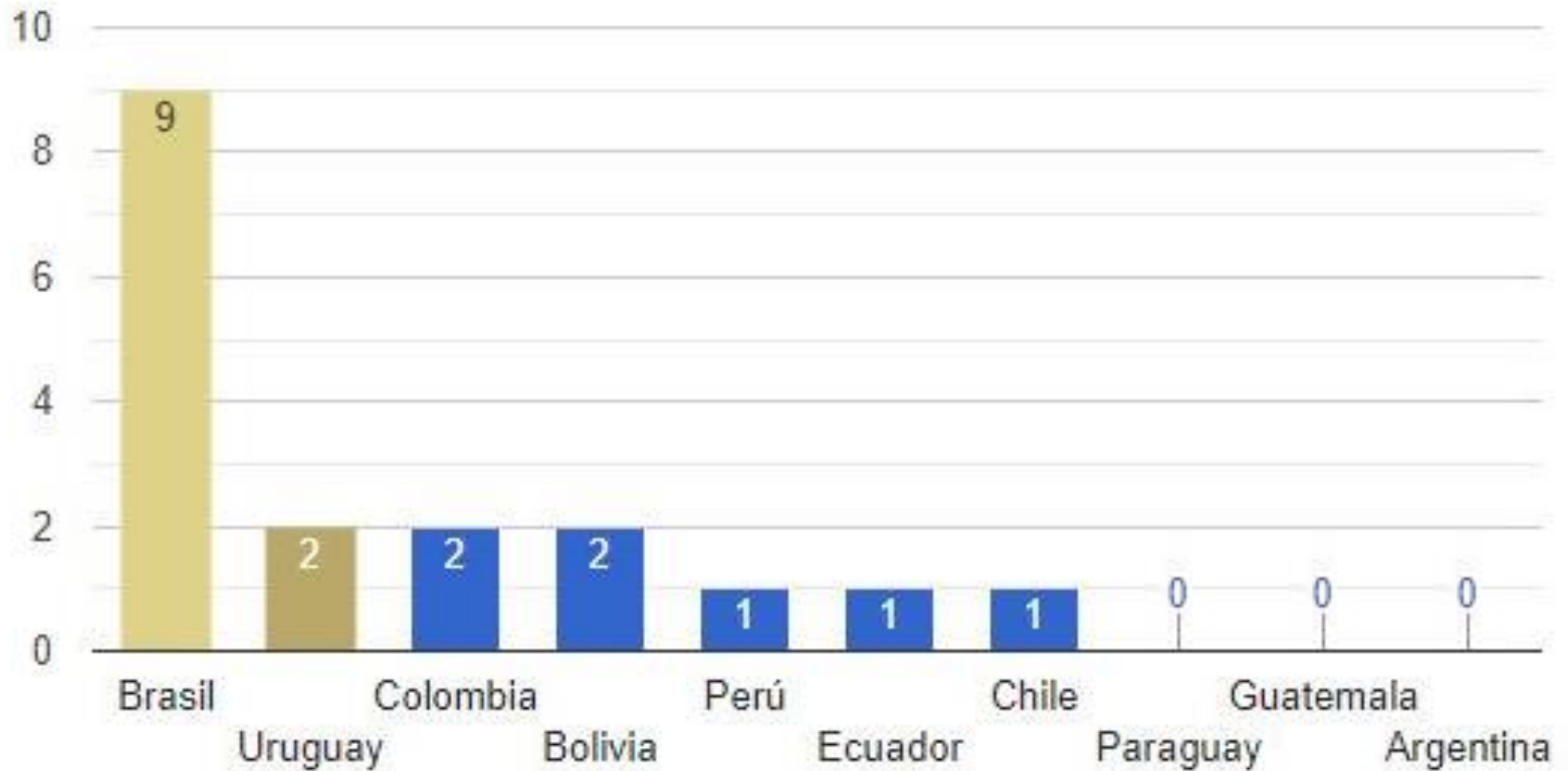
¿Cómo?

- Comunicando e informando.
- Promoviendo espacios de educación o participación política.
- Intercambio de experiencias a través de la página web.

E. Campaña a la que desea aplicar (si desea aplicar a ambas debe diligenciar dos formularios con información respectiva a cada campaña)



D. País



Exigimos

DECLARAR
EMERGENCIA
CLIMÁTICA
¡AHORA!



Somos
RESILIENTES
FRENTE AL
CAMBIO
CLIMÁTICO

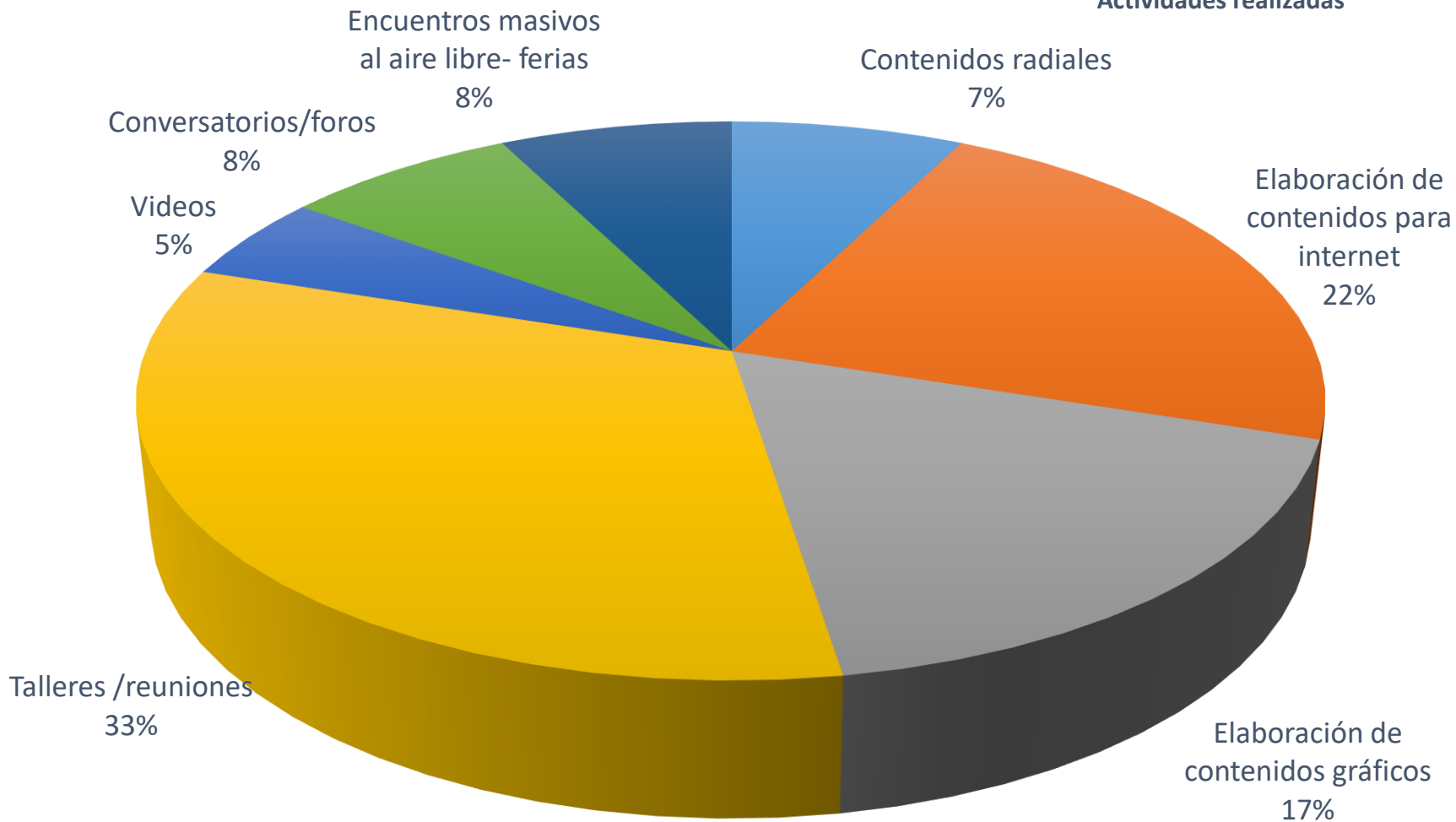


Tod_s
POR LA
EQUIDAD DE
GÉNERO

¡DIGO NO!

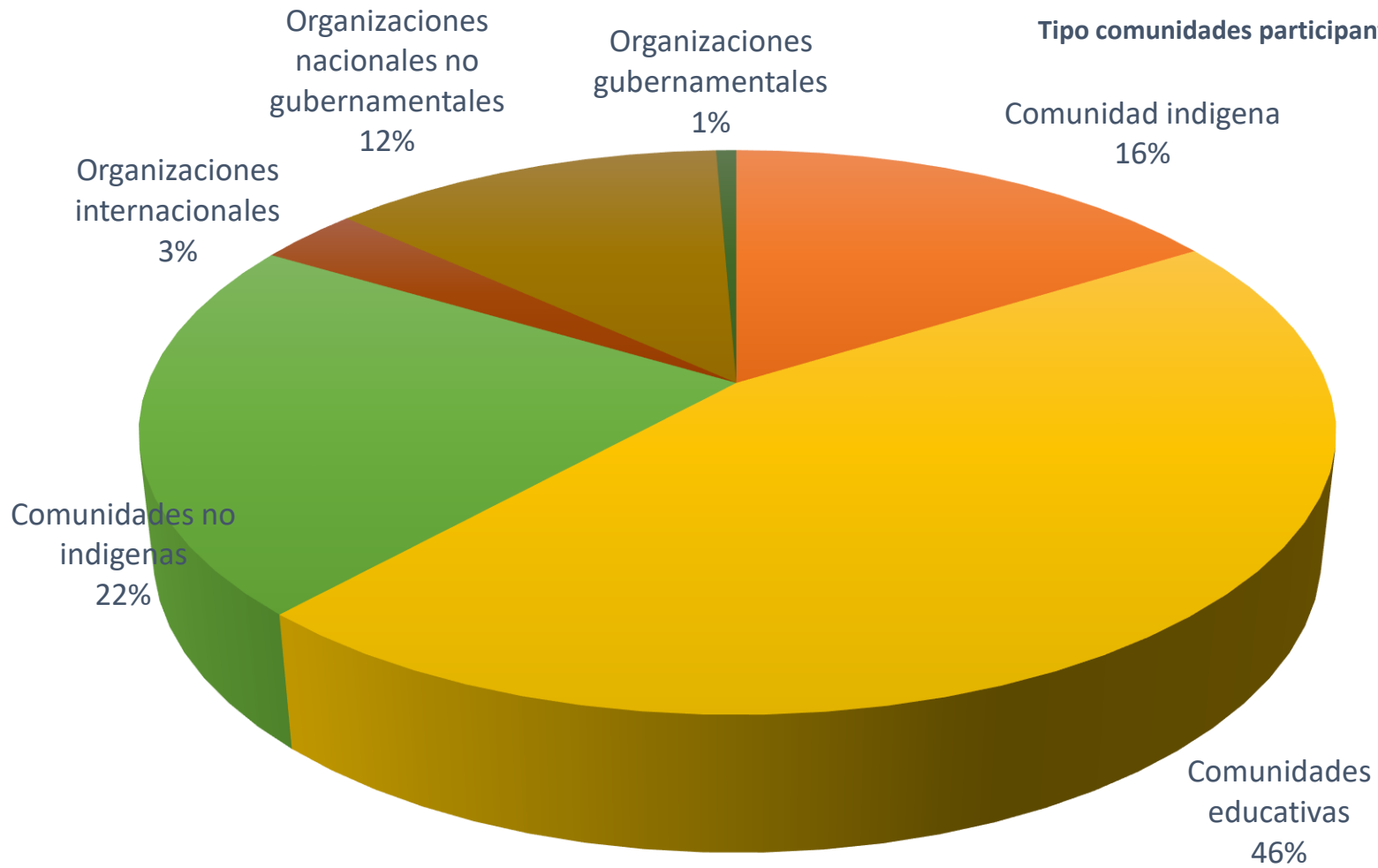
HACIA LA
VIOLENCIA
CONTRA
LAS MUJERES
¿Y VOS?

Actividades realizadas



- Contenidos radiales
- Elaboración de contenidos para internet
- Elaboración de contenidos gráficos
- Talleres /reuniones
- Videos
- Conversatorios/foros
- Encuentros masivos al aire libre- ferias

Tipo comunidades participantes



Comunidad indigena

Comunidades educativas

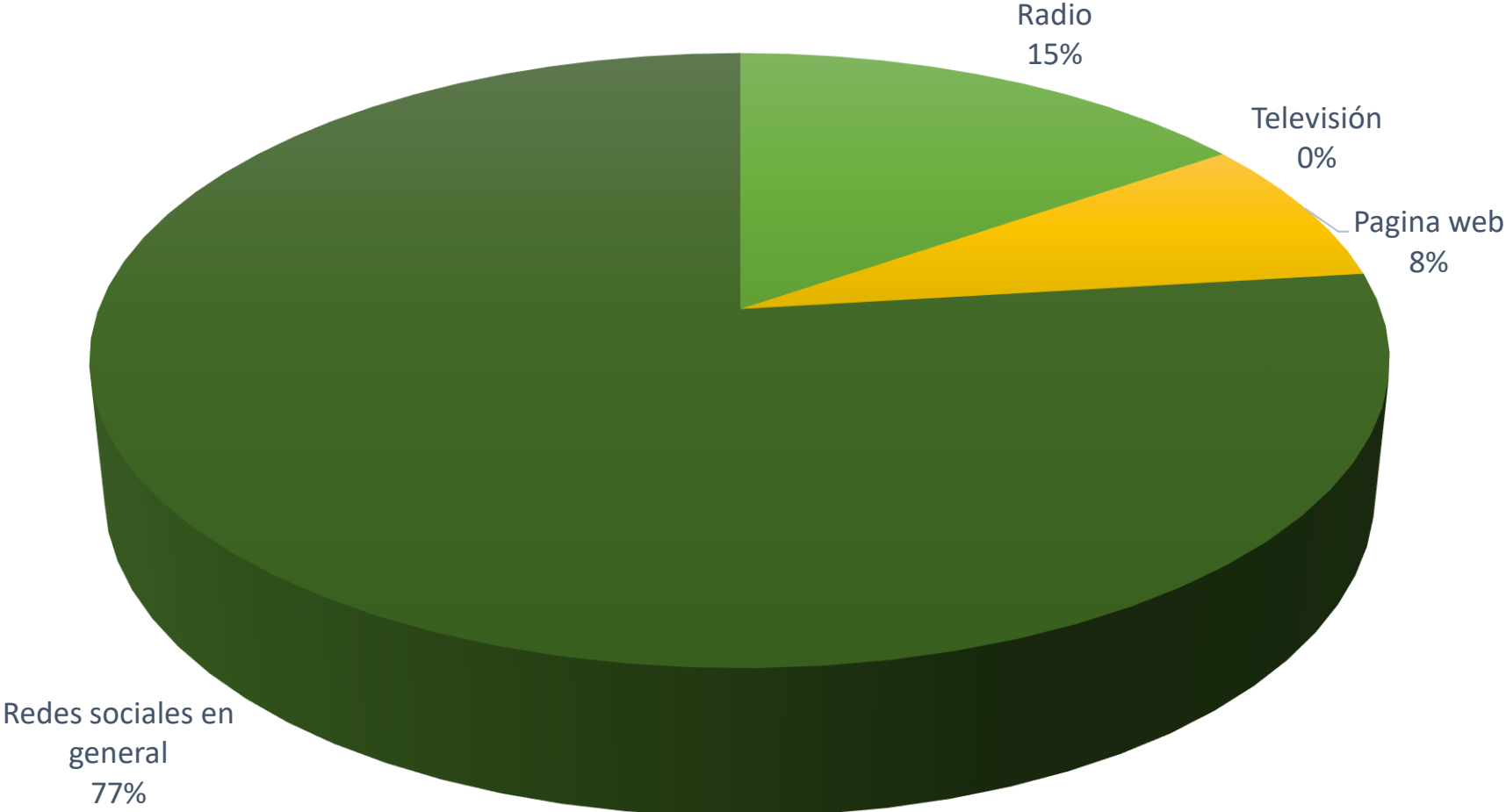
Comunidades no indigenas

Organizaciones internacionales

Organizaciones nacionales no gubernamentales

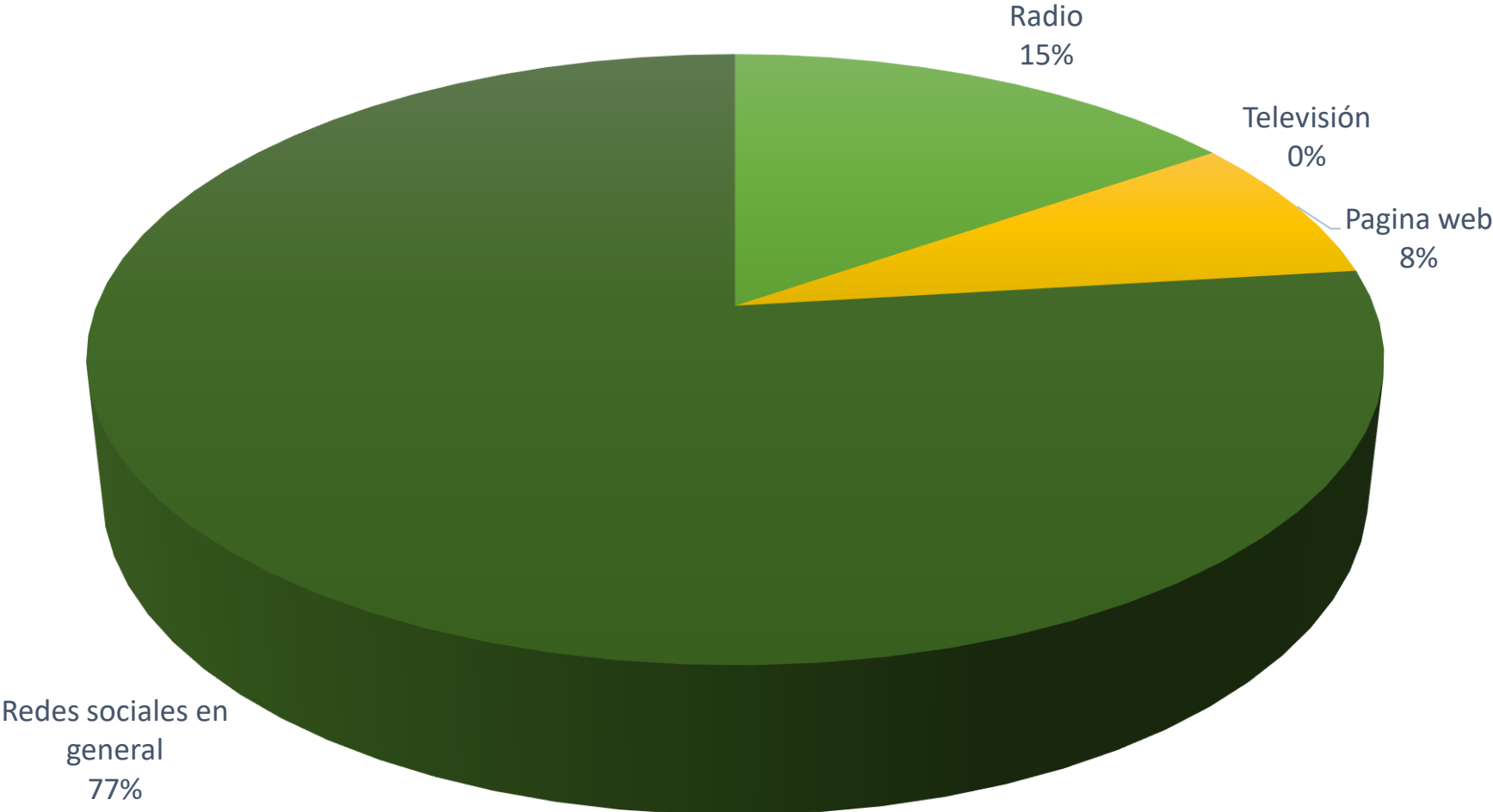
Organizaciones gubernamentales

Medios de comunicación usados



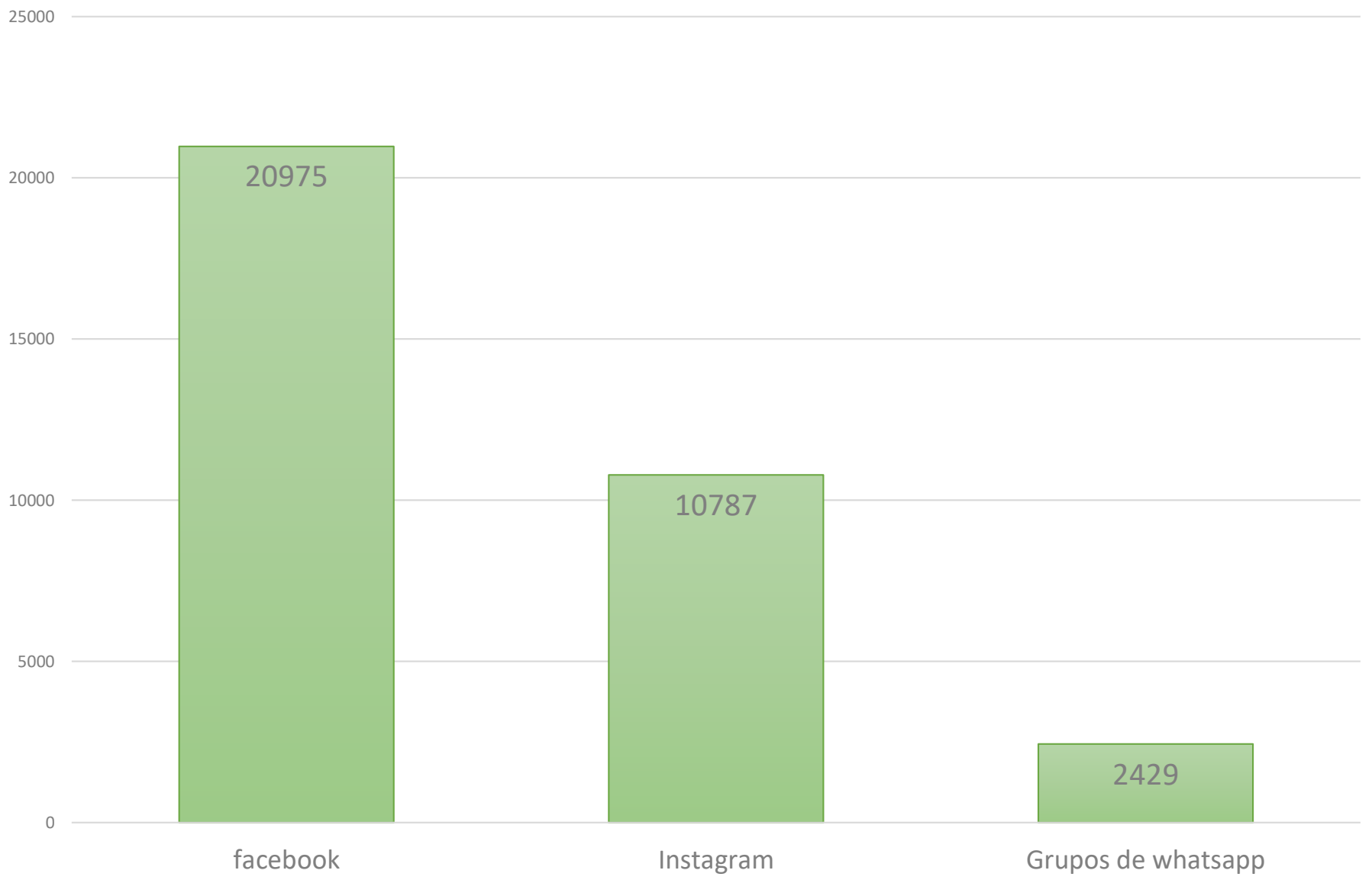
■ Radio ■ Televisión ■ Pagina web ■ Redes sociales en general

Medios de comunicación usados

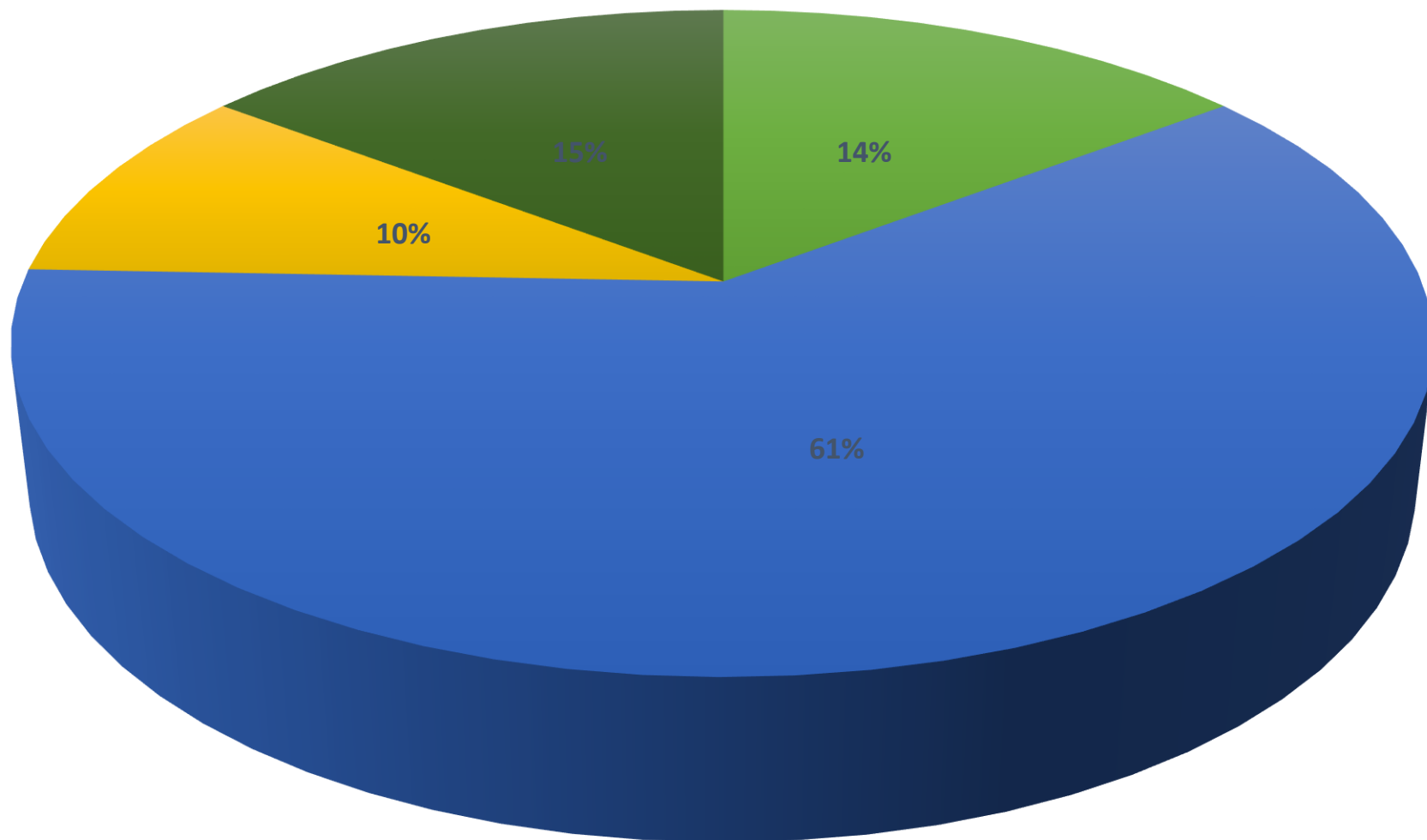


■ Radio ■ Televisión ■ Pagina web ■ Redes sociales en general

Alcance/personas



Actividades realizadas



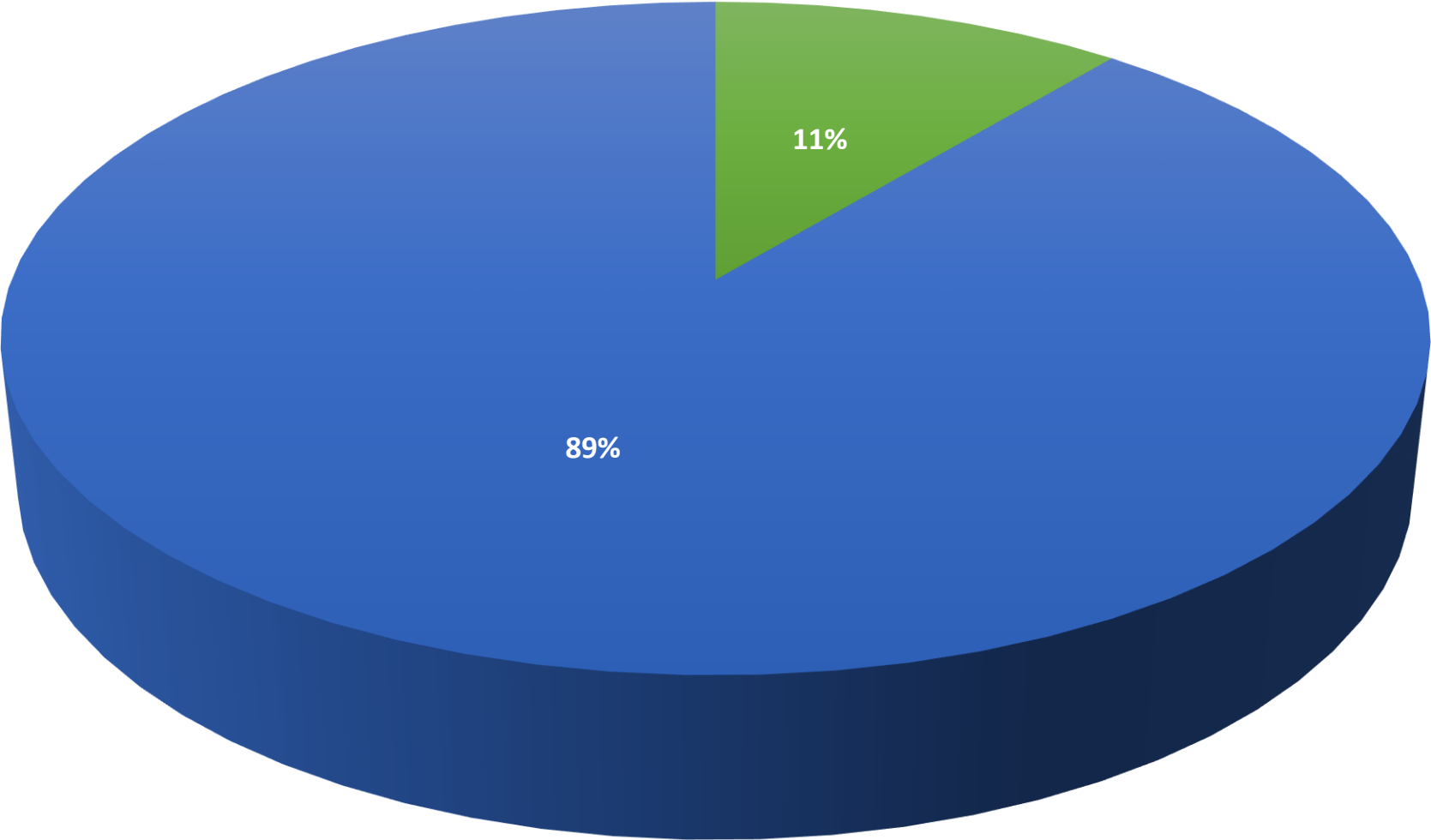
■ Elaboración de contenidos gráficos

■ Reuniones/Talleres

■ Conversatorios/foros

■ Encuentros masivos al aire libre/ferias

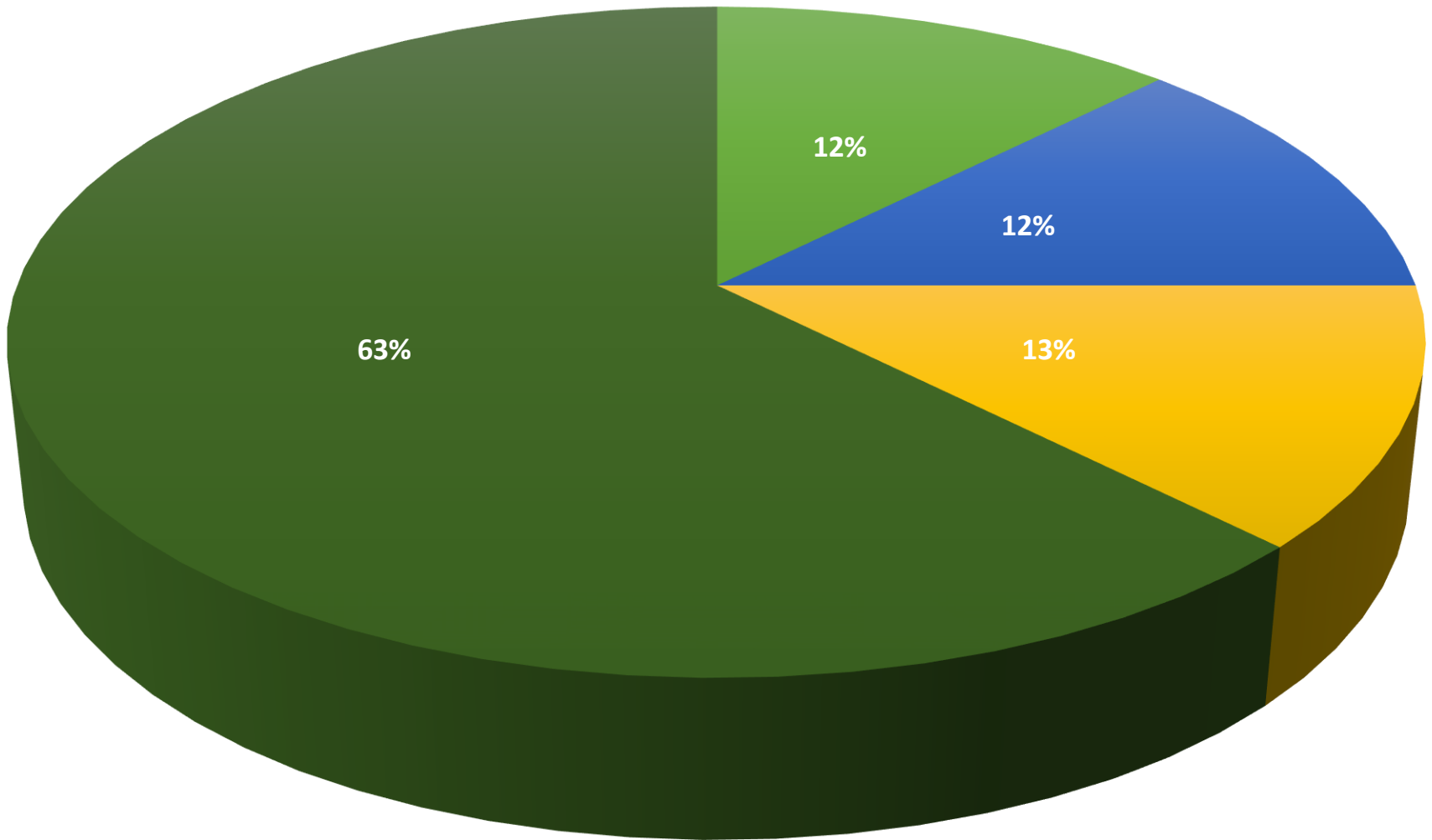
Tipo de comunidad



■ Comunidades no indigenas

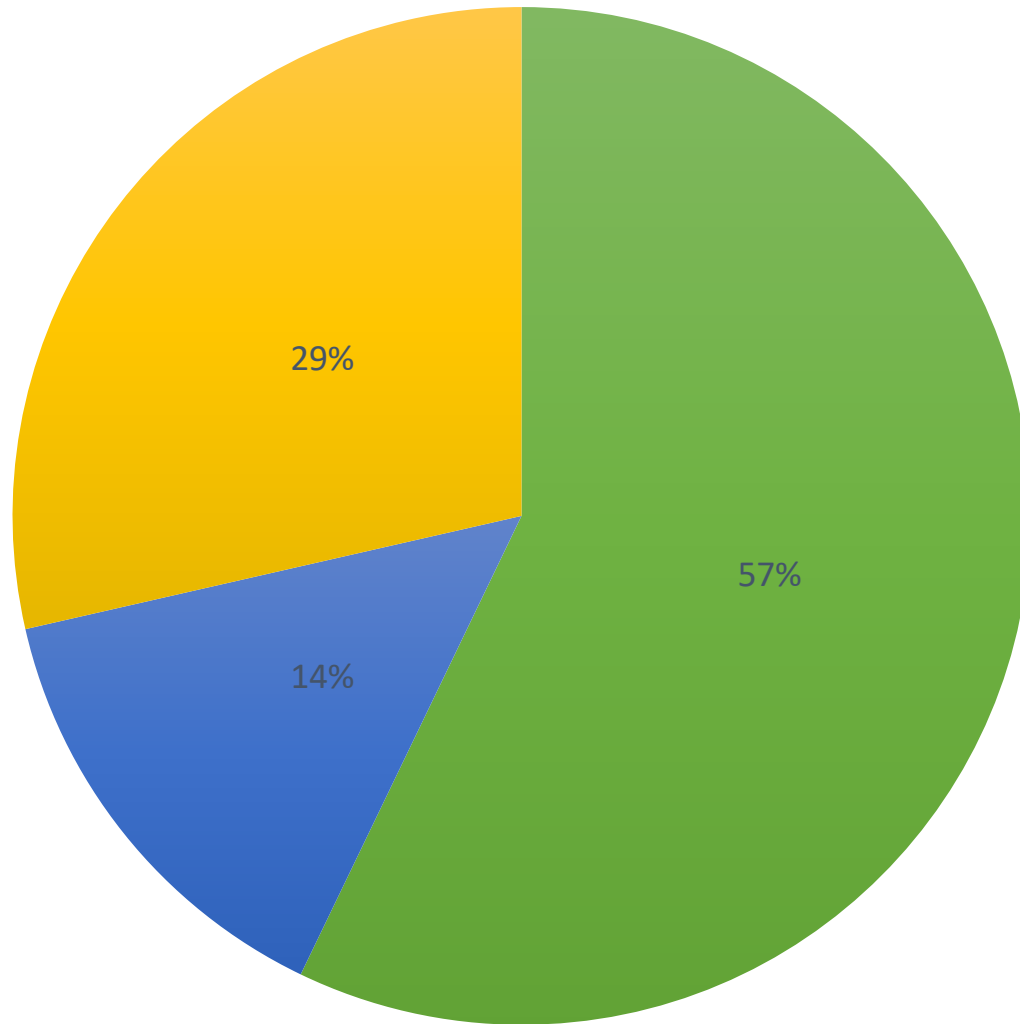
■ Organizaciones locales/nacionales

Medios de comunicación más usados



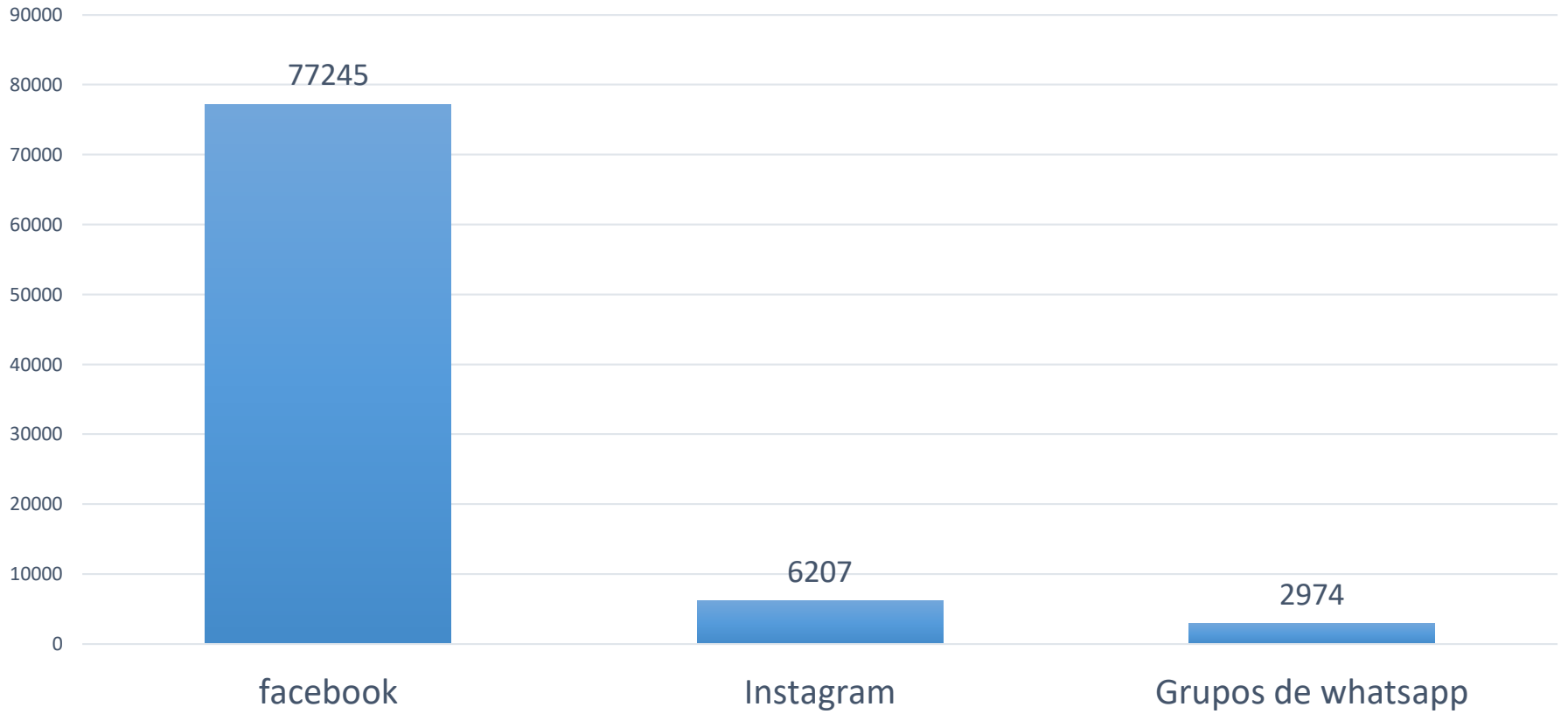
■ Radio ■ Televisión ■ Pagina web ■ Redes sociales en general

Redes sociales más usadas



■ facebook ■ Instagram ■ Grupos de whatsapp

Alcance/personas



- Al menos 10 hicieron uso de las piezas graficas en banner, afiches, publicaciones.
- La campaña tuvo un alcance de 2.092 personas entre hombres y mujeres, donde 1.106 fueron hombres y 986 mujeres.
- Es evidente el esfuerzo de las organizaciones por trabajar con los jóvenes para fortalecer el relevo generacional en los territorios, principalmente en la campaña de cambio climático.
- Se dio una participación de los hombres muy significativa en los espacios de la campaña de Género, resaltando las nuevas dimensiones en las perspectivas culturales.
- Los medios de comunicación como la radio y la televisión fueron poco usados durante la campaña 2019