



Campana comunicacional. Concepto, objetivos y contenidos
Red Nacional de Protección de Ríos*

1

“RÍOS LIMPIOS Y LIBRES SON ALIMENTO Y SALUD. POR UN PERÚ SIN COVID-19”

Octubre a diciembre de 2020**



* Desde diciembre de 2018, se constituye el Grupo nacional de iniciativa para la protección de Ríos, que en el Encuentro de defensores/as de Satipo, el 15 y 16 de octubre de 2019, se convirtió en Red Nacional de Protección de Ríos.

** Se entiende la campaña como un momento en un proceso de campaña más grande, sostenida y permanente.





1. OBJETIVOS

General

Levantar la importancia de los ríos limpios y libres para la salud y la vida, a partir de los resultados de los mapeos de ríos y de los avances en propuestas legales de protección de ríos, como respuestas a la actual emergencia de salud provocada por el Covid-19 y la reactivación de actividades extractivistas y sus impactos en la seguridad alimentaria, los territorios y ríos.

Específicos

- Articular los sistemas, mensajes y productos comunicacionales (videos, audios, gráficas, notas, etc.) propios y ya existentes de los miembros de la Red, así como de otras entidades y redes con objetivos comunes, a través de un flujo constante y periódico con el uso compartido de la línea gráfica común de la campaña, vinculando la defensa de los ríos y el trabajo de la Red con la protección de las vidas humanas ante la pandemia.
- Articular colaboraciones para la campaña con otras entidades y redes con objetivos comunes, a nivel nacional e internacional, incluyendo la producción de productos bilingües y multilingües.
- Hacer uso intensivo de redes sociales, comunicación virtual a distancia, productos radiales, audiovisuales y gráficos, dado el contexto de virtualización forzosa de actividades generado por la pandemia.
- Aprovechar, usándolos como insumos de la campaña, los ricos materiales gráficos, audiovisuales, radiales y escritos producidos por las instituciones de la Red, que tienen contenidos directa y centralmente atinentes a la campaña y están disponibles en sus repositorios. Así como el de entidades y redes con objetivos comunes.
- Elaborar y difundir productos gráficos, audiovisuales, radiales y escritos que alimenten los mensajes de la campaña, teniendo como protagonistas a las comunidades y organizaciones locales y sus luchas, vinculadas a una superación adecuada y sustentable de la actual crisis de la pandemia.
- Difundir y promover los aportes de las iniciativas locales por la vigilancia de calidad del agua de Cajamarca, las iniciativas de Loreto y del Norte de Cajamarca y de Amazonas frente a los derrames petroleros: cinco cuencas de Loreto, río Chiriaco de Amazonas y la iniciativa Loreto Ucayali frente a la Hidrovía, entre otras que las diversas entidades de la Red impulsan (Caaap, Red Muqui, Cooperación, etc.).
- Difundir y promover las propuestas de transición energética (FSP) y de su ley (Mocicc).





- Difundir y promover, haciendo pedagogía, estudios científicos y sociales que muestren el imprescindible rol de los Ríos en la sustentación ecológica de la vida, la salud y la alimentación, a través de la elaboración de productos para la campaña, uso de los ya existentes en los repositorios de las entidades de la Red y de otras entidades y redes con objetivos comunes.
- Difundir, promover y fortalecer, haciendo pedagogía, las propuestas y/o campañas para la aprobación de normativas nacionales e instrumentos internacionales para los derechos de los Ríos y otros conexos a Ríos Vivos, Limpios y Libres.
- Alertar y denunciar ante la “reactivación económica” oficial en marcha, especialmente los casos de Ríos y Territorios afectados por actividades mineras, petroleras y otras, en medio de la pandemia, fortaleciendo las propuestas alternativas al neoliberalismo extractivista que genera pandemias.
- Trabajar los vínculos de la pandemia del Covid-19 con la protección de ríos, el Cambio Climático, Transición energética, Soberanía alimentaria y agricultura familiar, Territorios indígenas integrales y Gobiernos territoriales autónomos, Transición Social y Ecológica, entre otros.
- Hacer pedagogía de qué son y por qué son importantes las visiones alternativas al modelo socio económico depredador y contaminante en crisis, especialmente las de los Pueblos Indígenas.
- Enlazar con campañas hermanas como la de Soberanía Alimentaria, Ahora; El Covid requiere una vacuna Verde de Transición Energética; Renta Básica Universal y otras.
- Levantar casos emblemáticos de ríos, en los cuales mostrar qué función cumplen, su importancia, etc. (Por ejemplo, el Rimac en Lima, etc.)
- Mostrar la importancia de la vinculación del río y del agua con la salud.

2. CONTENIDOS A TRABAJAR:

- Actual crisis de salud de la pandemia – y su correlato de crisis alimentaria - es producto y expresión de una crisis ecológica y social, que tiene como indicador central la depredación de Ríos, Territorios y Pueblos, frente a la cual los Ríos Vivos son salud y alimento para un Perú sin Covid-19.
- Esta crisis hace evidente la urgencia de una transición social y ecológica hacia otras alternativas de organización económica, política y social, de la cual la protección de Ríos Vivos, limpios y libres, es un componente esencial, imprescindible.
- Crisis pone en evidencia que las visiones indígenas y comunitarias, sobre la relación del ser humano con la naturaleza en general y los ríos en particular, son insumos fundamentales para la reconstrucción de una visión común nacional, centrada en la preservación de la vida,





la defensa del territorio integral y el cuidado de la naturaleza, como garantías de salud y alimento, sin el riesgo de pandemias como el Covid-19.

- Pedagogía de qué son y por qué son importantes las visiones alternativas al modelo socio económico depredador y contaminante en crisis.
- Énfasis en los vínculos de la protección de ríos con la crisis de la pandemia, el cambio climático, la soberanía alimentaria y agricultura familiar, la transición energética hacia energías renovables, los territorios integrales y gestiones autónomas indígenas, la transición social y ecológica.
- Énfasis en incluir a Lima en la campaña, donde vive la mayoría de la población y se cree que los problemas de ríos y agua no la afectan.
- Recoger y difundir denuncias de políticas y acciones que continúan contaminando aguas y ríos, afectando los territorios y la vida, durante la pandemia y cuarentena, relaves mineros, agro tóxicos, traslados de personal, entre otros.
- Aportar información pedagógica de estudios científicos y sociales sobre el rol imprescindible de los Ríos para la sustentación ecológica de la Vida.
- Especialmente de: Datos sobre funcionamiento, ciclos de ríos en Amazonia, relación con la vida y migración de peces, ríos tributarios, cuencas y geografía, por ejemplo, el escudo de Guyana. Aguas blancas y aguas negras. Relación de los ríos con los valles y procesos de sedimentos. Aguas residuales urbanas, domiciliarias, en varias ciudades. Ríos, represas y carreteras. Ríos, agricultura, deforestación y monocultivos. Ríos y proyecto de Hidrovía amazónica. Ríos y contaminación petrolera, minera e industrial. Estudios de contaminación de metales en los ríos, cadmio, plomo, arsénico, etc. Ríos, historia, cultura y relación con poblaciones, pueblos y comunidades. Ríos, agua potable, calidad del agua y relación con pandemias.
- Promover la necesidad de las propuestas normativas nacionales y de instrumentos internacionales para los Derechos de los Ríos Vivos, Limpios y Libres. Incluyendo informes de avances internacionales.
- Enlaces de la campaña con eventos y otras campañas aliadas.
- Otros que entidades de la Red consideren necesarios.

4

3. **COMPONENTES:**

- Plataformas comunicacionales de las entidades conformantes de la Red incluyendo sitios web, páginas Facebook, listas de correos, twitter, Instagram, entre otros.
- Especialmente, repositorios de materiales de las organizaciones de la Red, con énfasis en productos radiales y vídeos.
- Línea gráfica oficial de la Red compartida por todos en la campaña.





- Productos comunicacionales de la Red, con énfasis en gráficas y vídeos para redes sociales y productos radiales, (a detallar más abajo).
- Enlace y uso de productos de otras entidades y redes con objetivos comunes.
- Otros que la Red considere.

5

4. PRODUCTOS:

Se trata de un mínimo de productos garantizados por la coordinación de la campaña, al que se agregan todos los otros pertinentes y posibles.

- 24 productos audiovisuales, radiales y gráficos, producidos, pertinentes y disponibles en repositorios de instituciones de la Red, así como de otras entidades y redes con objetivos comunes, difundidos como productos de la campaña, a través de todos los sistemas y soportes articulados de la Red. Dos por semana, por 12 semanas, con un total mínimo de 24 productos difundidos en el período.
- Incluyendo: datos sobre funcionamiento, ciclos de ríos en Amazonia, relación con la vida y migración de peces, ríos tributarios, cuencas y geografía, por ejemplo, el escudo de Guyana. Aguas blancas y aguas negras. Relación de los ríos con los valles y procesos de sedimentos. Aguas residuales urbanas, domiciliarias, en varias ciudades. Ríos, represas y carreteras. Ríos, agricultura, deforestación y monocultivos. Ríos y proyecto de Hidrovía amazónica. Ríos y contaminación petrolera, minera e industrial. Estudios de contaminación de metales en los ríos, cadmio, plomo, arsénico, etc. Ríos, historia, cultura y relación con poblaciones, pueblos y comunidades. Ríos, agua potable, calidad del agua y relación con pandemias.
- 3 Foros virtuales mensuales, transmitidos en redes sociales, con panelistas y temas de la campaña.
- 3 series de gráficas para redes sociales (al menos de cuatro gráficas cada serie, un total mínimo de 12 gráficas), con los siguientes temas / contenidos / mensajes:
 1. Es un error volver a la “normalidad” petrolera pos pandemia del Covid-19, contaminante y generadora de pandemias. Transición energética para la Protección de Ríos, Territorios y Vidas.
 2. Conclusiones del Mapeo Participativo de Ríos realizado por la Red. Información verídica sobre problemas de ríos, territorios y pueblos, y propuestas alternativas para superar la pandemia que son sustentables, participativas e interculturales.
 3. La pos pandemia exige cambios institucionales y normativos. Propuesta de Política de Protección de ríos, como garantía de salud, alimento y vida.
- 2 Micro Programas radiales:





1. Protección de Ríos y crisis del Covid-19. Con énfasis en defensores/as como agentes de preservación de la vida, antes, durante y en la pos pandemia.
 2. Conclusiones del Mapeo de Ríos y su recojo de propuestas alternativas ante la crisis del Covid-19. Con énfasis en la sustentabilidad, interculturalidad y participación.
- 12 Notas para difundir virtualmente y en redes sociales sobre el trabajo, avances y propuestas de la Red, con foco en el trabajo de diagnósticos participativos, mapeo y propuesta legal y de política, incluyendo el marco de la pandemia por Covid-19, Cambio Climático, Transición energética, Soberanía alimentaria y agricultura familiar, Territorios indígenas integrales y Gobiernos territoriales autónomos, Transición Social y Ecológica. Al menos 1 nota semanal, por 12 semanas, con un total mínimo de 12 notas en el período.
 - 36 Post de facebook, con hashtags de la campaña. Al menos 3 post semanales, con un total mínimo de 36 en el período.
 - 12 Envíos a las listas de correos de interés, con alrededor de 2 mil correos en diversas listas de interés aliadas: FOSPA, Cambio Climático, Presupuesto Nacional, Migraciones y otras. Con mínimo de un envío quincenal, un total mínimo de 12 envíos en el período.
 - Productos gráficos (fotos, banners, etc.) que acompañan y enriquecen las notas, post de facebook y envíos de correo.
 - Publicaciones en otros soportes, tweeter, Instagram, etc.
 - Incluyendo bi (español e inglés) y multilingüe (Pueblos indígenas, otros).

5. **ACCIONES:**

- Definición de mensajes y hashtag de la campaña (a definir con propuestas de toda la Red durante junio).
- Acopio de documentos con información científica y social para alimentar mensajes y productos de la campaña.
- Revisión, selección y acopio de productos de las entidades de la Red, a ocupar en la campaña.
- Enlace, revisión, selección y acopio de productos de otras entidades y redes con objetivos comunes, a ocupar en la campaña.
- Definición de diseñador/a para la campaña.
- Definición de videasta para la campaña.
- Definición de sistema de traducción bi (español e inglés) y multilingüe (Pueblos indígenas, otros) para la campaña.
- Elaboración de los productos comunicacionales mínimos de la campaña, definidos en el punto anterior.
- Otras adicionales que surjan durante la campaña y las entidades de la Red considere necesarios.

