



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Guía de visibilidad

PARA LOS PROYECTOS
FINANCIADOS POR LA AFD



NIVEL ①

#MundoEnComún

Índice



SUS OBLIGACIONES DE VISIBILIDAD Y DE COMUNICACIÓN	3
¿POR QUÉ COMUNICAR?	4
GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE SUS PROYECTOS	5
UNA HERRAMIENTA CLAVE: EL KIT COM'	6
NIVEL 1: GARANTIZAR NUESTRA VISIBILIDAD RECÍPROCA	7
Las 3 obligaciones en materia de visibilidad de su proyecto y de nuestro apoyo	
1. Menciono el apoyo de Francia y de la AFD	8
2. Ilustro mi proyecto con fotos	13
3. Invito a la AFD y la embajada a todos los eventos relacionados con el proyecto	15
NUESTROS CONSEJOS PARA...	16
Definir herramientas y acciones de comunicación	16
Hacer buen uso del logotipo de Francia/AFD	18
Fotografiar un proyecto	20
Compartir sus producciones de comunicación	22

SÍNTESIS DE LAS OBLIGACIONES DE *visibilidad*

TODOS LOS BENEFICIARIOS DE FINANCIAMIENTOS DE LA AFD SE COMPROMETEN A RESPETAR LAS DIRECTRICES DE VISIBILIDAD PRECISADAS A CONTINUACIÓN. EL CONVENIO DE FINANCIAMIENTO ESPECIFICA LAS OBLIGACIONES DE VISIBILIDAD QUE SE APLICAN AL PROYECTO

Las 3 obligaciones de visibilidad del NIVEL ①

TODOS LOS PROYECTOS APOYADOS POR LA AFD

1 **Mencionar el apoyo de la Francia y de la AFD** tal y como se explica en la p. 8 de esta guía. Durante la ejecución del proyecto, el socio debe inscribir el logotipo de Francia/AFD en todo el material de comunicación propio a dicho proyecto.

2 **Proporcionar fotos** para ilustrar el proyecto tal y como se detalla en la p. 13. El socio transmite una a dos fotos al equipo de proyectos de la AFD al momento de la firma del convenio de financiamiento, y luego una selección de fotos en cada momento clave del proyecto.

3 **Invitar la AFD y la embajada** a los eventos clave relacionados con el proyecto, p. 15. El socio se compromete a invitar a los representantes de la agencia AFD local y la embajada de Francia a todas las manifestaciones relacionadas con el proyecto durante todo el tiempo de ejecución del proyecto.

¿POR QUÉ *Comunicar?*

LA VISIBILIDAD DEL PROYECTO, UNA OPORTUNIDAD PARA USTEDES Y PARA NOSOTROS

En su calidad de institución financiera y operador de la política pública de desarrollo y de solidaridad internacional del Estado francés, la Agence française de développement (AFD) tiene **una obligación de transparencia y de rendición de cuentas** hacia los ciudadanos franceses pero también hacia los beneficiarios de sus financiamientos. Por tal motivo, la AFD debe asegurarse que su apoyo y el de Francia goce de visibilidad en todos los proyectos y programas que financia. Una buena comunicación también representa para ustedes mayor notoriedad y permite que sus acciones, así como los impactos de su proyecto, tengan una mejor visibilidad entre su público destinatario. Por su conocimiento del terreno, a ustedes les corresponde darle visibilidad a esos proyectos.

EN EL CASO DE LA CESIÓN DE UN PROYECTO

¿Acaba de firmar un convenio de financiamiento con la AFD pero la realización del proyecto estará a cargo de otros colaboradores? Nuestras directrices de visibilidad y de comunicación también están destinadas a sus socios, que deben aplicarlas siguiendo los consejos y obligaciones de esta guía.

UN COMPROMISO CONTRACTUAL

Aplicar las presentes obligaciones de visibilidad y directrices de comunicación constituye un compromiso contractual inscrito en los convenios de financiamiento firmados con la AFD. Las directrices de comunicación de esta guía rigen nuestra visibilidad pero también el uso correcto de nuestra imagen y de nuestras acciones, con pleno respeto de nuestros valores.

VISIBILIDAD Y COMUNICACIÓN DEBEN SER UN ACTO REFLEJO

Comunicar y permitir la visibilidad de un proyecto contribuye a:



Informar, compartir, dar a conocer y promover esos proyectos que ustedes realizan y que nosotros apoyamos.



Promover nuestra notoriedad entre determinados sectores y conseguir su apoyo (decisiones, socios, financiadores, medios, público, etc.).



Su emergencia como un actor imprescindible de su sector.

GARANTIZAR *la visibilidad de sus proyectos*

¿RECIBE APOYO FINANCIERO DE FRANCIA
A TRAVÉS DE LA AGENCE FRANÇAISE
DE DÉVELOPPEMENT? EN ESTA GUÍA
ENCONTRARÁ CONSEJOS Y EXPLICACIONES
SOBRE LA MANERA DE GARANTIZAR LA
VISIBILIDAD DEL PROYECTO QUE RESPALDAMOS

DE MANERA SIMPLE, ESTA GUÍA LE DA CONSEJOS SOBRE:

En colaboración
con
**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*



El uso del logotipo
de Francia/AFD y la
referencia a nuestro
apoyo al proyecto.



La elaboración
del material de
comunicación
y su difusión.



Diversas acciones
de comunicación
posibles.

SEGURIDAD, CREDIBILIDAD... PROYECTOS QUE PRESCINDEN DE COMUNICACIÓN

Las directrices de comunicación
se aplican a todos los proyectos que la AFD
financia excepto:

- cuando el contexto de seguridad ponga
en riesgo a los socios o a los beneficiarios
del proyecto;
- cuando la comunicación pueda perjudicar
o afectar la correcta ejecución del proyecto.

Excepciones que la AFD acepta en función
de cada caso, tras consultarlo con ustedes.

DUDAS SOBRE LA VISIBILIDAD DE SU PROYECTO

Para información complementaria relativa
a la comunicación del proyecto y al uso del
logotipo de Francia/AFD, pueden contactar
al encargado del proyecto de la agencia local
de la AFD o bien a su responsable de proyecto.



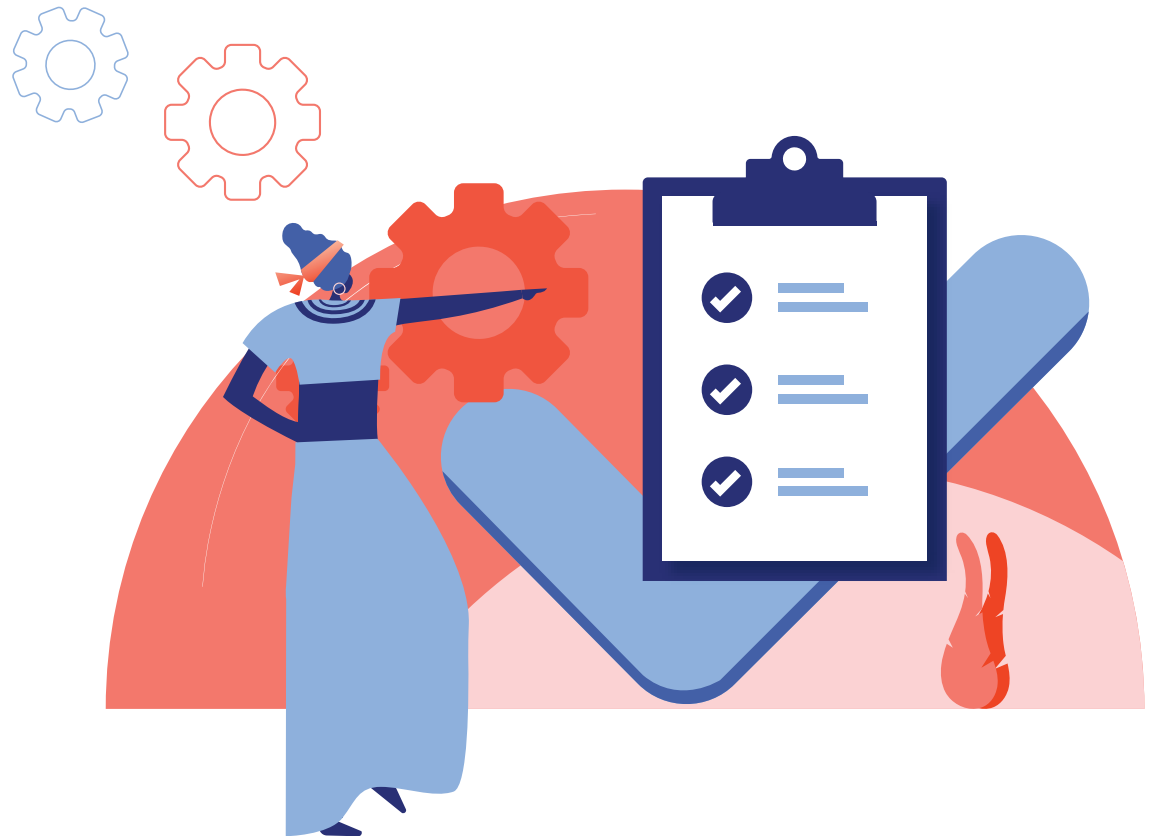
Logotipos, metodologías... todos
los documentos útiles para la
visibilidad de su proyecto están
incluidos en el **Kit com'**.

UNA HERRAMIENTA CLAVE *el Kit com'*

EN EL KIT COM' ENCONTRARÁ:

- ✓ Esta guía de consejos y de directrices para asegurar la visibilidad de su proyecto.
- ✓ Distintas versiones del logotipo de Francia/AFD.
- ✓ Los resúmenes de presentación del grupo AFD en varios idiomas.
- ✓ Un contrato de cesión de derechos de imagen y un contrato de cesión de derechos de autor para las fotografías y para los videos.
- ✓ Para las relaciones con los medios, un ejemplo de comunicado de prensa y de invitación a los periodistas.

ESTE KIT REÚNE HERRAMIENTAS CLAVE Y LOS TUTORIALES NECESARIOS A LA VISIBILIDAD DE NUESTROS PROYECTOS. EL EQUIPO DE PROYECTOS DE LA AFD SE LO ENTREGARÁ A MÁS TARDAR AL MOMENTO DE LA FIRMA DEL PROYECTO



GARANTIZAR NUESTRA VISIBILIDAD RECÍPROCA

3 OBLIGACIONES PARA GARANTIZAR LA VISIBILIDAD DE SU PROYECTO Y DE NUESTRO APOYO:



1



Mencionar
el apoyo de Francia
y de la AFD
p. 8

2



Proporcionar
fotos para ilustrar
el proyecto
p. 13

3



Invitar a la AFD y la embajada
a los eventos clave relacionados
con el proyecto
p. 15

TENER VISIBILIDAD DESDE EL INICIO DEL PROYECTO

La visibilidad del proyecto debe empezar **desde el inicio del proyecto** al momento de la firma del convenio de financiamiento. Fácil de implementar, esta visibilidad no requiere **presupuesto** o **competencias humanas específicas**. En una relación de beneficio mutuo, la visibilidad de un proyecto consolida su notoriedad, su imagen, y pone de relieve su trabajo con los demás actores del proyecto y con el público en general.

1 MENCIONO EL APOYO DE FRANCIA Y LA AFD EN TODO EL MATERIAL DE COMUNICACIÓN RELACIONADO CON MI PROYECTO

LO QUE ESPERA LA AFD: UNA VISIBILIDAD AMPLIA Y EFICIENTE

La presencia del del logotipo de Francia/AFD en **todo el material y en todas las acciones de comunicación propios a un proyecto** garantiza la visibilidad del apoyo de Francia y la AFD a las personas que benefician de los proyectos que financia.



→ EL APOYO DE FRANCIA Y LA AFD

Debe mencionarse utilizando nuestro logotipo de Francia/AFD en todas las herramientas de comunicación relacionadas con el proyecto:

En colaboración
con



Ver los consejos para el buen uso del logotipo de Francia/AFD en las páginas 25 y 26.
Hay distintos ejemplos del logotipo de Francia/AFD disponibles en el **Kit com'**.

PRESENTAR LA AGENCE FRANÇAISE DE DÉVELOPPEMENT

El resumen de presentación del grupo AFD puede acompañar a nuestro logotipo en los comunicados de prensa, los informes, los estudios.



El resumen de presentación del grupo AFD está disponible en varios idiomas en el **Kit com'**.

→ ¿DÓNDE, CUÁNDO Y CÓMO CITAR A LA AFD Y FRANCIA?

EL APOYO DE LA AFD Y FRANCIA SEÑALADO POR LA PRESENCIA DE NUESTRO LOGOTIPO COMÚN DEBE FIGURAR EN TODO EL MATERIAL Y TODAS LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN QUE TIENEN QUE VER CON EL PROYECTO

✓ EN EL TERRENO DONDE SE LLEVA A CABO EL PROYECTO

En el terreno, lugares privados o públicos, en donde se lleva a cabo el proyecto:

- colocar paneles que mencionen el apoyo de Francia y la AFD (en las obras en construcción, en las infraestructuras, por medio de placas conmemorativas o de tótems al finalizar el proyecto...), en el equipamiento (con maquinarias o material dedicados al proyecto, por ejemplo) y otro tipo de señalamiento eventual en el lugar;
- verificar que el material o los edificios en los que se hayan colocado el logotipo de Francia/AFD se encuentren en condiciones de funcionar. Cuidar que las placas y logotipos estén actualizados y en buen estado. Tomar las medidas adecuadas para cambiar los elementos deteriorados y mantener esa vigilancia mientras dure el proyecto cofinanciado por la AFD.

✓ CUANDO SU PROYECTO TIENE EL APOYO DE VARIOS FINANCIADORES

El logotipo y el apoyo de Francia y la AFD se mencionan de la misma manera y con el mismo nivel de visibilidad que los demás financiadores del proyecto. En ese caso, es importante que las acciones de comunicación exigidas por los cofinanciadores estén bien coordinadas.

✓ CUANDO SU PROYECTO CUENTA CON SU PROPIA MARCA

Algunos proyectos que reciben apoyo de Francia y la AFD cuentan con su marca y con un logotipo específico. En ese caso, el logotipo y el apoyo de Francia y la AFD se mencionan de la misma manera y con el mismo nivel de visibilidad que el logotipo dedicado al proyecto.



Resolución, tamaño, ubicación... Consejos para el uso correcto del logotipo de Francia/AFD en las páginas 18 y 19.





✓ EN EVENTOS

La indicación del apoyo de Francia y la AFD figurará en el material impreso relacionado con el evento (ver p. 8), en el señalamiento (banderines, pósters, estands, pendones, etc.). Nuestro apoyo también se mencionará en las intervenciones orales.

Las agencias locales de la AFD y la embajada deben estar informadas, ser invitadas y ser citadas en todo evento organizado en relación con algún proyecto que recibe apoyo de la AFD.

✓ EN LAS PUBLICACIONES IMPRESAS

Esas publicaciones impresas pueden ser folletos, librillos de presentación, flyers, estudios, informes, trabajos de investigación, carteles, material para concientizar a la población, etc.

Si el espacio disponible en esos materiales lo permite, se puede añadir el logotipo de Francia/AFD el resumen de presentación de nuestra actividad (p. 8).

✓ EN LAS PRESENTACIONES

En las presentaciones relacionadas con el proyecto, durante webinarios, formaciones, conferencias, mooc (cursos en línea abiertos), etc.

✓ EN LAS PRODUCCIONES AUDIOVISUALES

En un **video**, a través de una indicación en la imagen inicial o final.

En un **podcast**, por medio de una indicación sonora o visual.

En las **fotos**, en el pie de foto.

✓ DURANTE ACCIONES DE CAPACITACIÓN HACIA LOS BENEFICIARIOS FINALES DEL PROYECTO

En los flyers, las herramientas de capacitación, los kits de capacitación, los stands, etc.



En el **Kit com'** encontrará el **logotipo de Francia/AFD** y el resumen de presentación de las actividades de la AFD.



→ VISIBILIDAD EN NUESTROS APOYOS ONLINE

CON NUESTRO LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD
Y UN ENLACE HACIA www.afd.fr

- en los **sitios Web o las páginas internet** que mencionan al proyecto;
- en las **newsletters y en los ciberbuzoneos** que mencionan al proyecto, cerca del contenido que concierne al proyecto.



→ VISIBILIDAD EN NUESTRAS REDES SOCIALES

Proponer textos ilustrados por una foto en los momentos clave del proyecto. Mencionar a la AFD de manera sistemática cuando se habla del proyecto, generando enlaces hacia:

- twitter: [@AFD_France](https://twitter.com/AFD_France).
- LinkedIn: [Agence_Française_de_Dveloppement](https://www.linkedin.com/company/Agence-Francaise-de-Dveloppement)
- Facebook: [@AFDofficiel](https://www.facebook.com/AFDofficiel)
- Instagram: [afd_france](https://www.instagram.com/afd_france)
- Youtube: [AFD – Agence Française de Développement](https://www.youtube.com/channel/UCqWz8p8p8p8p8p8p8p8p8p8)

Este material puede difundirse a través de las redes sociales de la AFD.

→ EL CASO PARTICULAR DE LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS

ACERCA DE LOS COMUNICADOS DE PRENSA Y DE LAS INVITACIONES A LOS MEDIOS

Puede publicar un comunicado de prensa al inicio del proyecto y, en función de las circunstancias, en cada etapa clave (al colocar la primera piedra, balance...).

El comunicado debe mencionar el apoyo de Francia y la AFD por medio de:

- nuestro logotipo común con una mención de nuestro apoyo;
- el resumen de presentación del grupo AFD;
- una cita de alguno de los responsables del proyecto por parte de la AFD.

Es imperativo que su contenido sea aprobado por su contacto en la AFD.

El apoyo de Francia y de la AFD también se menciona de manera oral con motivo de alguna conferencia de prensa o de encuentros con los medios.



En el **Kit com'** puede encontrar un **la presentación del grupo AFD**, un ejemplo de comunicado de prensa y de invitación a la prensa.



→ LA AFD, UNA MARCA PROTEGIDA

La AFD los autoriza a utilizar el logotipo Francia/AFD sin necesidad de ser consultada. Sin embargo, esta utilización debe respetar las directrices de esta guía y las especificaciones para cierto material, como comunicados de prensa (ver en la sección adjunta), estudios e informes que decida elaborar y que mencionen la cláusula de no responsabilidad (ver más adelante). El contexto en el que se utilice la imagen de la AFD y sus acciones también debe respetar nuestros valores, nuestras estrategias, sin afectar nuestra reputación.

CLAUSULA DE NO RESPONSABILIDAD

Para cualquier producción de contenido y soportes de comunicación, es obligatorio añadir al logotipo de Francia/AFD una cláusula de no responsabilidad:

"Esta película/este video/producción radiofónica/folleto... recibe el apoyo de la Agence française de développement. Las ideas y las opiniones que presenta son responsabilidad exclusiva de sus autores y no necesariamente reflejan el punto de vista de la Agence française de développement".

En ningún caso la AFD será responsable del contenido del material de comunicación producido por sus socios.



2 ILUSTRO MI PROYECTO CON FOTOS



LO QUE ESPERA LA AFD: UN KIT DE FOTOS PARA LUSTRAR EL PROYECTO

Las fotos son fundamentales para comunicar: llaman la atención, ilustran sus palabras con imágenes y favorecen una contextualización visual del proyecto. En la mayoría de los casos, basta con un smartphone o una cámara fotográfica personal para tomar buenas fotos.

→ ¿CÓMO ILUSTRAR UN PROYECTO?

Al inicio del proyecto, cuando todavía no se puede ver, (infraestructura por ejemplo) o que es difícil ilustrar su tema de trabajo (gobernanza, apoyo a una política pública), puede proponer una o dos fotos de contexto. Ejemplo: un área natural preservada para un proyecto de biodiversidad, fotos de barrios para ilustrar un proyecto de desarrollo urbano, paneles solares o una eólica para un proyecto de energía sostenible, etc.



Ilustrar un proyecto que no es visible, componer correctamente sus fotos, optar por la resolución de imagen adecuada, etc.: encontrará consejos para fotografiar correctamente su proyecto y para los pies de foto en las páginas 20 y 21.

DEBERÁ ENTREGARNOS:

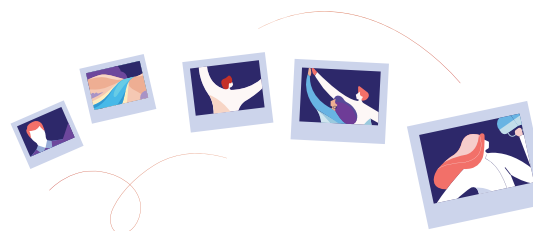
- una o dos fotos **al momento de la firma del proyecto**;
- una selección de fotos **en las etapas clave del proyecto**.

Las fotos deben:

- ser de **alta resolución** (300 dpi/500 ko mínimo);
- de preferencia presentarse en **formato horizontal**;
- tener **pies de foto** correctamente redactados;
- entregarse al equipo AFD **a medida que se van tomando**.



El paso siguiente consistirá en tomar fotografías de las etapas clave de un proyecto, de sus resultados y de sus impactos durante toda la fase de ejecución del proyecto. Por ejemplo: en el caso de una presa, nos entregará imágenes de las principales etapas de la obra, como la construcción del muro, el llenado inicial etc. Para el suministro de agua potable a un pueblo, fotografías de usuarios abriendo un grifo de agua. Tenga presente que las imágenes de eventos oficiales son útiles pero no cuentan la historia del proyecto ni muestran lo que aporta a sus beneficiarios. Si el proyecto es muy visual, no dude en contratar a un fotógrafo profesional para tener imágenes de calidad.



→ CUIDADO CON LOS DERECHOS DE IMAGEN

Deberá cerciorarse de **obtener una certificación que indique el consentimiento** de las personas presentes en un video o una foto antes de utilizar su imagen. Esta obligación es especialmente estricta en cuanto a los derechos de imagen de los niños. En tal caso, es indispensable cerciorarse de que cuenta con la autorización de uno de los padres o de un tutor para poder utilizar y compartir esas fotos.

Para que la AFD también pueda utilizar y difundir libremente estas fotos, se debe obligatoriamente entregar a la AFD el contrato de cesión de derechos de imagen de la/las persona(s) fotografiada(s), firmada por la/las

persona(s) que aparecen en la fotografía o por su/sus representante(s) en el caso de tratarse de menores, así como el contrato de cesión de derechos de autor a favor de la AFD firmada por el representante autorizado del beneficiario del financiamiento. Para que pueda ceder válidamente sus derechos de autor a la AFD, **es imperativo que obtenga, previamente, del autor de la fotografía, la cesión de todos los derechos de propiedad intelectual y todas las autorizaciones necesarias para su explotación por la AFD.** Esas fotos serán integradas a nuestra fototeca y utilizadas en nuestro propio material.



ENVIAR SUS FOTOS A LA AFD

¿Sus fotos están listas y desea compartirlas con la AFD? Le bastará con:

- Enviarlas por mail, en alta definición, a su contacto en la AFD;
- Enviar adjuntos el documento de cesión de derechos y los pies de foto.



Un contrato de cesión de derechos de imagen está disponible en el **Kit com'**.

Un contrato de cesión de derechos de autor está disponible en el **Kit com'**.

Si sus archivos son demasiado grandes para ser enviados por mail vea la p. 22.

3 INVITO A LA AFD Y LA EMBAJADA A TODOS LOS EVENTOS RELACIONADOS CON EL PROYECTO



LO QUE ESPERA LA AFD: SER INVITADA A SUS EVENTOS CLAVE Y BRINDARLE APOYO

Cuando organiza un evento relacionado con el proyecto financiado por la AFD, esperamos que los representantes locales de la AFD y la embajada sean automáticamente invitados y ello durante toda la fase de ejecución del proyecto.



NUESTROS CONSEJOS PARA...

definir herramientas y acciones de comunicación

Sin ser exhaustiva, esta lista proporciona ejemplos de acciones y de herramientas que pueden integrarse a un plan de comunicación. Los que seleccione deben corresponder a sus objetivos y al público destinatario.

Dos ejemplos: si su proyecto es muy visual, opte de preferencia por fotografías, videos y la visita del sitio del proyecto. Si su proyecto está destinado a mejorar la vida diaria de una población, opte por las entrevistas, los videos temáticos y las acciones de concientización.

VISIBILIDAD DE LA MARCA AFD

- referirse a las páginas 18 y 19.

COMUNICACIÓN IMPRESA

- folletos de presentación, tríptico, prospectos;
- folletos con mayor información, o bien un libro;
- pendones, banderines, paneles, flockados;
- carteles.

HERRAMIENTAS WEB

- una página web dedicada al proyecto y albergada en su sitio web. Se intentará evitar crear un sitio web dedicado al proyecto;
- publicaciones en sus redes sociales. Se intentará evitar utilizar redes sociales dedicadas a un proyecto;
- ciberbuzoneo y newsletters; • infografía que explica un proyecto a través de datos en una perspectiva pedagógica;
- integración de la identidad visual/del logotipo en la firma de correo electrónico.

AUDIOVISUAL

- foto;
- video corto de 1 a 3 minutos destinado de preferencia a internet y a las redes sociales;
- vídeo documental más largo para un distribuidor de TV o web identificado;
- podcast.



CONTENIDOS TEXTO

- mensajes clave;
- artículos, reportajes, entrevistas de los actores del proyecto y de los beneficiarios finales;
- elementos de comunicación para todas las personas que deben expresarse sobre el proyecto;
- boletín de información.



Para las herramientas de comunicación impresa, puede inspirarse de material previamente publicado por la AFD. De ser necesario, pida algunos ejemplos de nuestras publicaciones al equipo de proyectos de la AFD.

Para videos, podcasts, reportajes fotográficos, se puede inspirar de herramientas existentes y puede consultar nuestro canal **Youtube** o escuchar algunos ejemplos de **podcasts**.

RELACIONES CON LOS MEDIOS

- carpeta de prensa para informar a los periodistas sobre el proyecto. Contiene todos los elementos de comunicación relacionados con el proyecto;
- comunicado de prensa en los momentos importantes del proyecto;
- conferencia y rueda de prensa: invitar a los medios en momentos clave del proyecto con posibilidades para los periodistas de hacer preguntas;
- invitar a los medios a los eventos;
- viajes de prensa y visitas individuales de periodistas;
- revista de prensa que reúne todas las publicaciones en las que se menciona el proyecto;
- lista de periodistas, con especialidad y nombre del medio. Útil para los comunicados, el ciberbuzoneo.



En el **Kit com'** encontrará **ejemplos de comunicados de prensa** y de invitaciones a los medios.

MERCADOTECNIA

- en los medios: publicidad en tv y radio, publireportajes pagados;
- campaña de paneles publicitarios;
- envío de sms, telemarcadotecnia
- juegos de concursos;
- objetos para publicidad: camisetas, lápices, bolsos y otros objetos de mercadotecnia.

EVENTOS

- evento de lanzamiento en presencia
- de todas las partes implicadas en el proyecto;
- evento para la colocación de la primera piedra;
- evento de clausura;
- eventos puertas abiertas en los momentos clave del proyecto;
- presencia y organización de seminarios, de coloquios, de conferencias (presenciales o en videoconferencia), participación en congresos, ferias, eventos internacionales correspondientes al contexto del proyecto;
- webinarios, mooc (cursos en línea abiertos), presentaciones;
- exposiciones, espectáculos en vivo.



En la medida de lo posible, organizar actividades de comunicación con materiales eficientes y de consumo responsable (materias reciclables, empresas locales, etc.).



HACER BUEN USO del logotipo de Francia / AFD

MENCIONAR CORRECTAMENTE EL NOMBRE DE LA AGENCIA FRANCESA DE DESARROLLO

- agence française de développement se escribe **siempre en francés**, sin importar el idioma del material en el que se menciona el nombre de la agencia;
- agencia se escribe siempre con **mayúscula inicial**, française y développement se escriben con puras minúsculas;
- no se autoriza **ninguna abreviación**;
- AFD es el **único acrónimo** aceptado.

USO CORRECTO

- ✓ Agence française de développement
- ✓ AFD

USO INCORRECTO

- ✗ Agence Française de Développement
- ✗ Ag. française de dev.
- ✗ French Agency of Development
- ✗ FAD, FDA, AfD...

UTILIZAR CORRECTAMENTE EL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD

✓ MODELOS CORRECTOS DEL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD



✗ MODELOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD



UTILIZAR CORRECTAMENTE EL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD

✓ MODELOS CORRECTOS DEL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD



✗ MODELOS INCORRECTOS DEL LOGOTIPO DE FRANCIA/AFD

VISIBILIDAD DEL LOGOTIPO

El logotipo debe **verse claramente** en un fondo de imagen.

El logotipo **no puede obstruir o perderse en la imagen.**



TAMAÑO Y RESOLUCIÓN DEL LOGOTIPO PARA IMPRESOS

Para todas las publicaciones fuera del Web:

- El tamaño del logotipo horizontal debe: Ser superior o igual a 30 mm (1.2 pulgadas);
- Respetar un margen de seguridad de mínimo 5 mm alrededor del logotipo para que sea legible y visible;
- Optar preferentemente por el uso de un archivo de alta definición destinado a impresos.



- Aquí el tamaño del logotipo es muy pequeño: no se puede leer;
- Logotipo borroso o pixelado: la resolución de la imagen utilizada es sin duda insuficiente. Consejo: utilizar una imagen en alta definición de mejor resolución;
- No hay suficiente espacio alrededor del logotipo: No se puede leer y se pierde en los elementos vecinos.



RESOLUCIÓN DEL LOGOTIPO EN INTERNET

En Internet optar preferentemente por la versión en baja definición, aunque se deberá respetar un tamaño de archivo mínimo de 150 píxeles.

FOTOGRAFIAR *un proyecto*

SELECCIONAR UN TEMA Y TOMAR BUENAS FOTOS

OPTAR POR FOTOS ANIMADAS

- dar preferencia a escenas naturales en lugar de poses;
- captar a la gente en acción. Por ejemplo: una foto de personas que trabajan en el campo permite contar la historia de un proyecto de desarrollo agrícola. Cuidado, movimiento no significa acción.



Un consejo: no dude en hacer muchas fotos y seleccionar las mejores.

CONTAR LA HISTORIA DEL PROYECTO EN IMÁGENES

- **fotografiar los momentos clave** y los principales temas del proyecto para mostrar su avance, sus impactos. Ejemplos: las diferentes fases de construcción de una infraestructura hasta que entre en servicio (de los soportes del puente hasta la circulación de vehículos); el abastecimiento de agua potable en un pueblo, desde la instalación de los ductos hasta el grifo de distribución en la casa de los beneficiarios, tratando de mostrar la manera en la que esa conexión cambia la vida diaria de los beneficiarios;
- **incluir una perspectiva humana** en su historia, si posible integrando hombres y mujeres en las fotos. Una foto de pozo es más interesante si se incluyen personas que lo utilizan;
- **las ceremonias** organizadas a lo largo del proyecto no cuentan su historia. Las fotos de reuniones protocolarias, de grupos de personalidades oficiales se deben evitar a menos que correspondan al tema que se busca documentar.

BUSCAR LA MEJOR CALIDAD TÉCNICA POSIBLE

- a nivel visual, verifique la nitidez de la foto haciendo zoom en la imagen;
- a nivel de la definición de la imagen: resolución de la imagen 300 dpi, tamaño del archivo: mínimo 500 ko.



ILUSTRAR EL IMPACTO DEL PROYECTO EN ALGUNAS CATEGORÍAS CIUDADANAS

La AFD otorga una gran importancia a ilustrar de manera visible el impacto de los proyectos en los beneficiarios, en especial en los jóvenes (hombres y mujeres entre 18 y 35 años), las mujeres, las personas mayores, las personas con discapacidades Y cualquier otra categoría de ciudadanos vulnerables. Esto es muy importante en materia de videos y de fotos.



COMPONER SUS FOTOS DE MANERA CORRECTA Y MANEJAR LA LUZ EN FORMA ADECUADA

CUIDADO CON LA LUZ

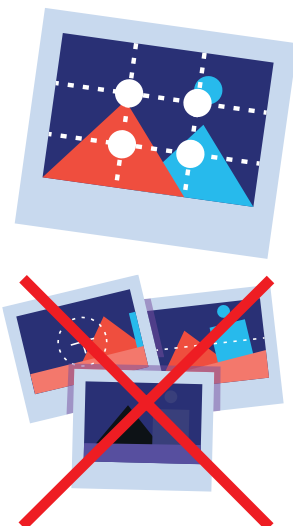
Para evitar las fotos a contraluz y con sombras, la luz (sol, lámpara, ventana) debe encontrarse detrás del fotógrafo y del tema fotografiado.

Cuidado con las luces laterales que pueden provocar sobre exposiciones. Cuando el lugar es demasiado oscuro, utilice el flash de su cámara. Cuidado con los ojos rojos o con las sobre exposiciones.



COMPONER SU IMAGEN DE MANERA CORRECTA

- en fotografía, la regla de los tercios propone que la imagen se divida imaginariamente en nueve partes iguales por medio de dos líneas horizontales equidistantes y dos líneas verticales equidistantes (las líneas de tercios). Los elementos importantes de nuestra composición deben colocarse a lo largo de esas líneas o en los puntos de intersección (conocidos como puntos fuertes);
- la línea de horizonte debe ser horizontal, sin inclinación;
- el elemento principal destaca y se ve claramente con relación al fondo.



PIES DE FOTOS CORRECTOS

Sin pies de foto, una foto no tiene contexto: no puede clasificarse ni ser explotada. El pie de foto se adjunta en un documento Word, debe mencionar:



Pie de foto

Ejemplo

El número o la referencia del archivo de la foto

82038.jpeg/Centrale_Oruro1.jpeg

El nombre del proyecto concernido, el lugar y la fecha en la que se tomó la fotografía

Central solar de oruro – Oruro
Bolivia – 20.01.2021

El copyright o crédito de la foto (apellido, nombre o agencia que tomó la foto)

© Pablos Ramos Roncal

Una breve descripción de la imagen con los nombres de las personas que en ella se pueden identificar.

La AFD cofinancia la construcción de una central solar fotovoltaica a 45 km de la ciudad de Oruro. En la imagen, Fernando González, su director. El socio del proyecto es...

Un contrato de cesión de derechos de imagen y/o un contrato de cesión de derechos de autor deberá adjuntarse a la foto o al reportaje.

El documento por el que se ceden los derechos debe llenarse y adjuntarse a la foto o al reportaje.



Un contrato de cesión de derechos de imagen y/o un contrato de cesión de derechos de autor están disponibles en el **Kit com'**.

COMPARTIR SUS *producciones* *de comunicación*

De la publicación en las redes sociales a un artículo en una newsletter o a un video, todas las producciones de comunicación relativas al proyecto deben compartirse con el equipo de proyectos de la AFD.

Para lograr una comunicación eficiente, puede enviar toda sus herramientas de comunicación a todos los actores relacionados con el proyecto. De esta manera se pueden difundir y generar una visibilidad máxima a sus acciones. Por su parte, la AFD puede comunicar sobre el proyecto basándose en su material y sus producciones (videos, artículos, fotografías, folletos, etc.), pero también compartiendo sus propia producciones..

TRANSMITIR SUS PRODUCCIONES DE COMUNICACIÓN A LA AFD

Puede enviar su material de comunicación al equipo de proyectos de la AFD:

- por mail;
- por wetransfer.com, grosfichiers.com y transferrnow.net cuando los documentos sean pesados;
- compartiendo con nosotros un acceso a sus servidores internet..



