

## Semana Mundial por la Educación - Juego de herramientas para medios y social media

Los medios de comunicación y los social media han conectado el mundo moderno en el que vivimos. Para la Semana de Acción Mundial por la Educación 2019, nuestros esfuerzos coordinados, actividades y eventos, requieren que empleemos herramientas y plataformas accesibles que muestren nuestro alcance, diversidad, así como que eleven nuestras demandas y exigencias de acción. Aquí hemos creado directrices para comunicaciones en medios y social media que les ayuden a hacer llegar sus mensajes al público.

### 1. Comunicación digital

#### Blogs e historias

Un buen contenido e historias positivas son clave para atraer la atención del público e interactuar con una audiencia más amplia, incluyendo los medios. Ayudan a ilustrar y mostrar los resultados de nuestra labor de reivindicación y concretan el cambio que una nueva política puede tener sobre una comunidad. También son un buen modo de dar voz a quienes a menudo no son escuchados. En el sitio web de la CME, hemos creado un espacio dedicado para [historias SAME](#); este espacio es para que ustedes incluyan informes de su terreno, con mensajes positivos de aquellos para los que trabajamos.

#### Por qué y cómo utilizar los social media

Los social media son una herramienta fundamental y muy poderosa para difundir nuestros mensajes a audiencias más amplias y reunir apoyos para las campañas locales, regionales e internacionales. Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn son plataformas de social media que son primera fuente de información y tienen el potencial de ¡hacernos viral! Los social media pueden:

- Generar masa para la SAME y llamar la atención sobre actividades regionales vinculadas al evento global
- Hacer que más gente hable del evento SAME ante, durante y después del mismo
- Atraer atención de reporteros tradicionales e *influencers* de social media
- Atraer la atención de oficiales electos y líderes comunitarios

**Los social media se basan en la participación** y la interacción social online. Todo el mundo puede producir y compartir su propio contenido y es un espacio muy concurrido. Google (YouTube), Facebook y Twitter, los principales actores, impulsan sus modelos de pago, lo que hace que sea cada vez más difícil que una organización llegue a sus seguidores. Para sacar el máximo partido a nuestro contenido orgánico, es de la mayor importancia lograr que el máximo número de personas interactúen con él.

Lo que significa la interacción:

- **Dar Like:** la acción más sencilla. Hacer "Like" es un clic, aunque tiene un efecto multiplicador ya que la mayoría de contenido al que damos un Like será mostrado a los usuarios que nos siguen.
- **Hacer clic:** excelente para saber que los usuarios hicieron clic en los enlaces que compartimos y visitaron nuestro sitio web, aunque el clic no tiene poder multiplicador social. Si un usuario hace clic, tan solo hace más probable que el mismo usuario vea nuestra siguiente publicación.
- **Compartir:** compartir multiplica nuestro alcance e incrementa las probabilidades de que nuestro contenido se muestre a más personas externas a la audiencia «cautiva» de seguidores.
- **Comentar:** es la acción más participativa ya que inicia conversaciones online activas, y los comentarios también se muestran a amigos/seguidores de la persona que comenta.

**Las campañas de social media pueden tener consecuencias directas sobre la reivindicación:**

- Cada vez más, los medios buscan historias que sean tendencia; una publicación de Facebook muy compartida puede convertirse en noticia de portada;
- Un tuit o un post no tienen fronteras y una campaña puede viajar rápidamente por todo el mundo y lograr un apoyo inesperado de la comunidad internacional; el apoyo internacional puede ser clave en países donde la reivindicación local es complicada;
- El alcance, número de clics, likes, etc., es una medida de apoyo del público general, y pueden ser herramientas poderosas para demostrar la raíz comunitaria y poder de representación de una organización.

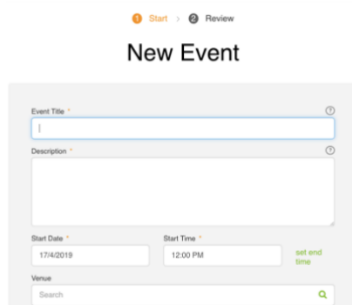
#### Cómo usar los diferentes canales:

- **Facebook:** Es el canal principal para llegar a una audiencia más amplia y para lanzar mensajes al público general. Un buen post en Facebook es un mensaje (no muy largo para que aparezca completo) con un enlace y una imagen o un vídeo. Habrá más probabilidades de interacción con nuestro post si:
  - Mencionamos o etiquetamos otra página o persona (recibirán una notificación)
  - Añadimos una llamada a la acción (haciendo clic, compartiendo o dando like) o hacemos una pregunta (para animar a la gente a comentar) o creamos una encuesta.
- **Twitter:** Twitter es el canal principal de la CME, el que genera más interacción. Gobiernos, organizaciones internacionales y los medios, utilizan Twitter, y es una forma privilegiada de llegar a los actores principales de la educación. Un buen tuit suele ser un mensaje con un enlace, una imagen (de media, un 40 % más atractivo) y un máximo de 2 hashtags (demasiados hashtags se asemejan al spam y pueden dificultar la lectura. Es mejor escribir varios tuits con distintos hashtags que uno con demasiados).
- **Instagram:** Éste es un canal usado normalmente por un público más joven. Utilicen esta plataforma para compartir sus recursos de social media incluyendo imágenes de sus eventos.
- **LinkedIn:** Es un gran espacio para promocionar importantes mensajes y ganar credibilidad. Utilicen esta plataforma para compartir artículos relacionados con sus eventos y actividades de campaña.

#### Qué hacer por la SAME:

Compartan los [mensajes de social media](#) y los [diseños](#) propuestos para la SAME en todos sus canales de social media. Utilice los hashtags relevantes (#GAWE2019, #MyEducationMyRights) para amplificar nuestra voz común y compartan/retuiteen, etiqueten y mencionen a la CME global y otros miembros de la CME.

### Uso y propósito de la plataforma online de la Semana de Acción Mundial por la Educación



La **plataforma de la Semana de Acción Mundial por la Educación** es una herramienta efectiva para que los miembros eleven el perfil de los eventos SAME que tienen lugar por todo el mundo, para invitar a todo el mundo a participar en las actividades y, sobre todo, para crear peticiones de campaña que las personas puedan apoyar. La herramienta es fácil de usar: hagan clic en [registrar un evento](#) para añadir los datos más importantes, como la descripción, la fecha y hora de inicio y el lugar.

Ésta es la página de entrada para registrar su evento. Aquí pueden introducir los datos y recuerden **guardar** el evento. Una vez guardado, se les pedirá que creen una cuenta y el evento creado estará [visible en el mapa](#). La gente puede RSVP para asistir a su evento y los asistentes podrán ampliar la invitación compartiendo la publicación del evento en social media o por email.

### New Campaign

Start your petition now to support the global call for the right to education!

Petition title \* \* required field

Ask your governments to make the right to education a reality for everyone

Whom are you petitioning? \*

What do you ask them to do? \*

Everyone has the right to free quality public education. To make the right to education a reality for everyone.

Governments must:

• Subscribe to, ratify and implement the human rights treaties and

Why is this important? \*

Education is a fundamental human rights, and is an enabler of all rights. Everyone, from the poorest to the richest, in every corner of the world, from the most remote areas to the heart of mega-cities, and every context, in a country at peace or torn by conflicts, and irrespective of their ethnic origin, gender, age or disabilities, everyone is entitled to claim that right.

Where?

This is a national or global campaign without a particular location

What's your petition trying to do?  
Remember people can't sign on to something they don't understand so keep it short, simple and punchy.

La SAME es un momento de nuestro calendario anual para impulsar nuestras exigencias y llamadas a la acción. Las peticiones ayudan a abordar temas específicos, así como a dirigirnos a individuos oficiales, como gobiernos y ministerios de educación.

Ésta es la página de entrada para empezar una petición de campaña. Hagan clic en la pestaña "[Iniciar una campaña](#)" e introduzcan los datos de la campaña. Recuerden añadir todos los detalles requeridos para asegurarse de que los seguidores saben en qué consiste la petición ("Título de la petición"), quién es el objetivo ("¿A quién se le pide?"), la relevancia de la petición ("¿Por qué es importante?") y establecer si es una petición nacional o global ("¿Dónde?").

El texto está pre-cumplimentado de una plantilla de petición para que resulte más sencillo, se puede elegir crear una propia y editar el texto. Las distintas funciones de la plataforma les permiten compartir, comunicar con su audiencia y comunicarse con firmantes de petición.

## 2. Plantillas de medios

Periodistas y reporteros sirven un papel importante en la sociedad. Son un vínculo integral entre comunidades locales, público general y gobiernos.

### Cómo comunicarse con periodistas

Los periodistas son gente muy ocupada con trabajos exigentes y tiene prioridades solapadas. Aunque puede resultar tentador llamar por teléfono a un periodista o editor para informarles sobre nuestras actividades de campaña, la mejor práctica suele ser enviar primero un email. Es importante enviar emails que los periodistas abran y a los que presten atención, de modo que debemos dedicar tiempo a elaborar la línea del asunto y el texto del email para ir directos al grano y destacar el mensaje principal.

Debajo compartimos dos plantillas de medios para periodistas que se pueden emplear para la SAME. Pueden editarlas y adaptarlas para que sean relevantes para su contexto. Una vez enviados, realizaremos una llamada de seguimiento para asegurarnos de que los periodistas han recibido el email y evaluar su interés en nuestra campaña o evento.

### La importancia de las listas de medios

Una lista de medios es una lista de contactos en los medios: nombres de periodistas, canales y datos de contacto. Si ya tienen una lista de medios, asegúrense de mantenerla actualizada contactando regularmente con sus relaciones en los medios.

Si no tienen contactos de medios, encuentren los periódicos o canales de medios a los que quieren llegar y busquen periodistas que escriban sobre educación. En ocasiones las direcciones de email estarán disponibles en la sección de contacto; si éste no es el caso, llamen al canal de medios y pidan hablar con el periodista. Sean

breves y concisos sobre quiénes son y lo que quieren de ellos. Asegúrense de indicar que necesitan su dirección de email para enviarles el contenido de su campaña.

## Avisos a los medios

Se emplean para informar a los medios sobre un evento futuro, ya sea una presentación o un resumen de prensa. Es una forma de invitación, por lo que debe despertar la atención del lector y su interés por asistir. Envíenlos **una semana** antes del evento y hagan el seguimiento con una llamada unos días antes del mismo.

### Plantilla de aviso genérico a los medios

#### FECHA:

**Contacto:** [Contacto del equipo que estará disponible, con el modo de contactar, al menos número de celular y dirección de email]

#### TÍTULO ATRACTIVO PARA ASOMBRAR A LOS REPORTEROS

[título conciso e informativo, escrito en el estilo de un titular de periódico]

**PEQUEÑO AVANCE:** [resumen de 2-3 frases del QUIÉN, CUÁNDO y QUÉ del evento, elaborando un poco el QUÉ; asegúrense de contextualizar el SAME con información de trasfondo. Dejen claro por qué es importante y relevante el evento, pero no ofrezcan tanta información que resulte innecesario asistir al propio evento; de igual modo, **no incluya citas**. Si su lista incluye TV o radio, expliquen los grandes visuales o sonidos del evento]

**QUÉ:** Descripción de una frase breve sobre el evento.

**CUÁNDO:** Fecha y hora del evento, en el siguiente formato: Día de la semana, mes, día, hora (especifiquen huso horario)

**DÓNDE:** Ciudad, país

**QUIÉN:** Nombres/grupos (y títulos, si aplica) de portavoces, figuras clave

**POR QUÉ:** Un par de frases que expliquen por qué este evento es importante y cuál es el contexto general en el que tiene lugar, subrayando asuntos locales/regionales de relevancia.

[fotos, visuales]

[###] para marcar el final del anuncio. Sigue siendo tradicional, o poner enlaces o notas al pie a continuación.

## Comunicados de prensa

Ofrecen a los periodistas toda la información que necesita para escribir un artículo sobre nuestro evento/campaña, aunque no asistan. Intenten que su extensión sea de una o dos páginas como máximo, dependiendo del nivel de detalle que quieran compartir. Piensen en ello como un artículo para su campaña. A continuación, encontrarán una estructura básica de un comunicado de prensa.

### Plantilla de comunicado de prensa genérico

#### PARA SU INMEDIATA DIFUSIÓN

**FECHA**

**CONTACTO:** [nombre], [cargo/organización], [dirección de email], [número de celular]

**TÍTULO** [título conciso e informativo, escrito en el estilo de un titular de periódico]

**SUBTÍTULO** (opcional): *breve descripción sobre lo que ahora es diferente; de qué forma lo que hay en este comunicado ha cambiado las cosas*

**EXPLICACIÓN DE EVENTO:** Estas primeras 1-3 frases deben ser una explicación un poco más detallada de lo sucedido, más allá de lo indicado en el título del comunicado. Aquí pueden indicar el propósito del evento que celebran, en el caso de las actividades vinculadas a la SAME.

“[CITA] Esta cita debe ser de un portavoz clave, por ejemplo, el portavoz de organizaciones o miembro regional [incluyan nombre y cargo del portavoz]. Esta cita debe dar contexto a la razón por la que este evento es importante y su exigencia clave.

Tras el 3er párrafo, hay cierta libertad. Utilicen el 4º y el 5º párrafo para ofrecer trasfondo sobre el evento y su relevancia para su campaña y exigencias. Asegúrense de ofrecer información suficiente a los periodistas que pueden no haber seguido la campaña o reciben las noticias por primera vez. Pueden dar información general de trasfondo. Como organizador del evento, expliquen quién está implicado en organizar la SAME, y su papel, y compartan sus mensajes clave.

“[QUOTE] Esta cita debe ser de otro organizador (si es posible) del evento o líder de campaña. Esta cita debe resumir el propósito, impacto e importancia del evento y añadir más información a futuro en términos de hacia dónde se dirige su labor.

Este párrafo final debe hablar de los siguientes pasos. Debe explicar cómo el evento mejoró la campaña, resultados clave y mensajes a compartir con los medios.

###

Notas al redactor:

- Si tiene citas, fotos o información adicional que quiera compartir con la prensa, puede ponerla aquí.
- No tema darle un toque personal al comunicado. Algunas de las historias más poderosas vienen de una perspectiva individual.
- Conecten los puntos: expliquen el modo en que el contenido de este comunicado afecta al movimiento en su conjunto.

## Semana Mundial por la Educación 2019: Comunicado de prensa

Plantilla de comunicado de prensa de la Semana de Acción Mundial por la Educación: A continuación, encontrarán una plantilla de comunicado de prensa. Actualícela con sus logos, su persona de contacto y sus portavoces relevantes. La clave es garantizar que nuestros mensajes SAME se reflejan en el comunicado de prensa.



**PARA SU INMEDIATA DIFUSIÓN**

**FECHA: 24 de abril de 2019**

**CONTACTO:** Lerato Balendran, Jefe de Comunicaciones de la CME, [lerato@campaignforeducation.org](mailto:lerato@campaignforeducation.org);  
+4407555723686

**Semana de Acción Mundial por la Educación: un momento clave para la educación en todo el mundo**  
*2019 es un año fundamental para garantizar el suministro a tiempo de una educación gratuita de calidad para todos para 2030*

GLOBAL: Desde 2003, el evento anual estandarte para el movimiento de la sociedad civil por la educación hace avanzar el derecho a la educación para todos. Este año, la presión ha aumentado. Los niños que comienzan la escuela en 2019, completarán sus 12 años de educación básica para 2030, una fecha límite global establecida para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

“La educación mundial está en crisis. La Semana de Acción Mundial por la Educación (SAME) representa el compromiso creciente de los movimientos educativos para responsabilizar a los gobiernos de una educación pública inclusiva para todos. Los estados siguen ignorando sus responsabilidades y las necesidades crecientes de la sociedad. La educación de niños, jóvenes y adultos, incluyendo a aquellos con discapacidades y los afectados por conflictos y desastres es parte de la agenda Educación 2030. Depende de nosotros, la sociedad civil, aplicar todo el arsenal para garantizar que no se deja a nadie atrás” **Refat Sabbah, Presidente de la CME.**

Este año, la SAME se centra en áreas estratégicas clave. Estas son: **Igualdad y no discriminación**, que habla de la educación como un derecho humano fundamental que todos deben exigir, independientemente de raza, color, credo o condición social. Además, esta área aborda el creciente apoyo por las Alianzas público-privadas (PPP) que minan la labor de la sociedad civil y los compromisos de los gobiernos para apoyar la educación pública gratuita, inclusiva y de calidad. La **educación transformadora** exige un plan de estudios que empodere a los individuos más allá de las habilidades de cálculo básico y alfabetización. El mundo de hoy exige ciudadanos firmes que jueguen un papel activo para dar forma al presente y el futuro de las sociedades. La educación en emergencias es un tema clave que la comunidad internacional no puede ignorar más. Desde desastres por el cambio climático a conflictos políticos, niños, profesores y escuelas son dejados a arreglárselas por su cuenta. Con una estimación de 535 millones de niños, casi uno de cada cuatro, viviendo en países afectados por conflictos o desastres, este asunto es fundamental.

“La CME y los socios se sienten orgullosos de la influencia de la SAME. Cientos de activistas de todo el mundo garantizan que el derecho a la educación es una realidad. Ahora más que nunca, mujeres, niños y jóvenes vulnerables confían en nosotros para que salvaguardemos el futuro y promovamos sus necesidades y exigencias al más alto nivel. Estamos cambiando actitudes y argumentos populares y llevando el poder de nuevo a las manos de la gente” **Samuel Dembélé, Presidente del Consejo de la CME.**

Entre el **24 de abril y el 1 de mayo** tienen lugar los eventos SAME por todo el mundo. Sigan las discusiones y los eventos en social media en #GAW2019.

###

Notas al editor: La Campaña Mundial por la Educación ([CME](#)), es un movimiento de la sociedad civil que pretende acabar con la crisis educativa mundial. El movimiento promueve y defiende la educación como derecho humano fundamental. La Semana de Acción Mundial por la Educación ([SAME](#)) es un evento insignia del movimiento de la sociedad civil por la educación que lleva funcionando exitosamente desde 2003.