

**#WORDSARESTONES**

LET'S CREATE A

**#HATERSFREE**

**WORLD!**

STOP #HATESPEECH ONLINE



*Smile*

*Free*

*Like*

*Believe*

**¿CÓMO HACER  
UNA  
CAMPAÑA?**



Co-funded by the Rights,  
Equality and Citizenship  
Programme of the European Union



## ¡Gracias por juntarte al boletín “Igualdad, Derechos y Responsabilidades en un Mundo Digital”!

Como agradecimiento, te enviamos esta guía para montar una campaña contra el discurso de odio online.

No te olvides de participar en nuestro concurso de fotografía, formaciones y eventos. [+info](#)

¡Continúa haciendo parte del cambio para crear un mundo **#hatersfree!**



# PROGRAMA

0. ¿Qué es una campaña?
1. Definir mensaje y contenido
2. Identificar el estilo: del institucional al periférico
3. Actores principales y destinatarios
4. Canales de comunicación online y offline
5. Estrategia y calendario
6. Impacto y evaluación



## RESULTADOS ESPERADOS DEL APRENDIZAJE

- Desarrollar la capacidad de diseñar e implementar una campaña exitosa.
- Distinguir las diferentes herramientas disponibles, entendiendo como incorporarlas efectivamente en una campaña.



# 0. ¿QUÉ ES UNA CAMPAÑA?

## DEFINICIÓN

Collins dictionary: “una serie de actividades coordinadas, tal como hablar en público y hacer demostraciones, diseñadas para lograr un objetivo social, político o comercial”.



# 1. DEFINIR MENSAJE Y CONTENIDO

Promesas

**Visión**

- ¿Qué quieres lograr?

**Misión**

- ¿Cuál es tu propósito?

**Valores**

- ¿Qué principios te definen?



# 1. DEFINIR MENSAJE Y CONTENIDO

Previsiones

Estrategia

- ¿Qué, cuándo y dónde?

Objetivos generales

- ¿Qué hitos alcanzarás?

Objetivos específicos

- ¿Puedes cuantificar tus objetivos?  
¿Cuándo los vas a lograr?



# 1. DEFINIR MENSAJE Y CONTENIDO

## Hashtags:

- Los hashtags te permiten organizar proyectos y asuntos. También hacen que tu contenido sea fácilmente accesible y compartible, promoviendo la sensibilización. Trata de mantenerlos únicos y memorables.

## Palabras clave:

- Los hashtags relacionados explican tu proyecto por sí mismos. Puedes verificar con qué frecuencia se usan esos hashtags para seleccionar los que tienen el mayor alcance. ¿De qué temas trata tu proyecto?





# 1. DEFINIR MENSAJE Y CONTENIDO

*#wordsmatter*

*#takeaction*

¿Qué pueden hacer los destinatarios por ti? ¡Sensibilización!

El mensaje tiende a ser más efectivo cuando personas que conoces lo comparten. ¡Ayúdalos a ayudarte!

*#enoughisenough*

*#wordshavepower*

“Tweet others the way you want to be tweeted.” *#youarewhatyoutweet*  
– Germany Kent



## 2. IDENTIFICAR EL ESTILO: DEL INSTITUCIONAL AL PERIFÉRICO

**Diferentes enfoques llegan a diferentes públicos.**

- ¿Cómo posicionarías tu campaña?
- ¿Cuál es la estrategia más efectiva para lograr tu objetivo?
- ¿Cómo puedes transmitir tu mensaje?
- ¿Cuál es la personalidad de tu campaña?

Words are Stones



## 2. IDENTIFICAR EL ESTILO: DEL INSTITUCIONAL AL PERIFÉRICO



Clásico	Original
Humor	Rigor
Intelectual	Emocional
Acción inmediata	Reflexión
Radical	Tradicional
Conservador	Activista
Online	Offline
Blanco y negro	Colorido





### 3. ACTORES PRINCIPALES Y DESTINATARIOS

**¡El mismo mensaje dicho de una manera diferente llega a diferentes personas!**

Cada grupo destinatario puede compartir:

- Rutinas
- Hábitos
- Comportamientos
- Intereses
- Expectativas



## 3. ACTORES PRINCIPALES Y DESTINATARIOS

### ¿Quién es tu destinatario?

- ¿Cómo llegas a ellos?
- ¿Qué lenguaje debes utilizar?
- ¿Qué barreras encuentras?

**¡Considera la posibilidad de adaptar tu contenido a diferentes formatos (textos, gráficos, videos, infografías) de acuerdo con las plataformas que estás utilizando!**



## 4. CANALES DE COMUNICACIÓN ONLINE Y OFFLINE

### ONLINE

- Website
- Newsletter
- Herramientas digitales
- Videos
- Fotos
- Gif
- Apps
- Redes sociales
  - Facebook
  - Twitter
  - Instagram
  - Youtube
  - Snapchat

### OFFLINE

- Prensa
- Eventos
- Actuaciones
- Material impreso
  - Pósteres
  - Folletos
  - Guías
  - Postales
- Merchandising
  - T-shirts
  - Insignias
  - Imanes
  - USB



## 5. ESTRATEGIA Y CALENDARIO

Crea un plan que incluya actividades a corto y largo plazo, teniendo en cuenta los objetivos de la campaña.

Ajusta el calendario a tus necesidades y objetivos, haciéndolo tan específico cuanto sea necesario.

Intenta encontrar respuestas y orientaciones generales para todas tus preguntas:

- ¿Cuándo empieza la campaña online?
- ¿Cuándo organizar eventos y actividades locales?

Words are Stones



## 6. IMPACTO Y EVALUACIÓN

- Implementa seguimientos para medir los resultados, sus efectos y su longevidad.

**SOSTENIBILIDAD**

- Comprueba si el objetivo de la campaña está alineado con sus resultados.

**VALORACIÓN**



**MEDIDA**

- Cuantifica tus resultados a través de indicadores, cifras y otras evidencias.

**MULTINIVEL**

- Analiza efectos indirectos más allá del alcance previsto





## 6. IMPACTO Y EVALUACIÓN

Usa herramientas para medir tu impacto en redes sociales: google analytics, facebook audience insights, twitter analytics, tweetreach, tagboard.

También puedes intentar algo más sencillo, creando tus propias estrategias de acuerdo con tus necesidades. ¿Cómo? Así:

N. °	Fecha	Canal	Descripción	Alcance
1	11 de noviembre de 2018	Facebook	Post presentando la campaña	100
2	23 de noviembre de 2018	Youtube	Video explicando los objetivos	300
3	14 de diciembre de 2018	Folletos	Promoción de actividades futuras	150
4	21 de diciembre de 2018	Prensa	Artículo en un periódico local	700

Free

Smile

<http://asceps.org/hatersfree/>

El proyecto #wordsarestones

(REC-DISC-AG-2016-04-764672) ha sido cofinanciado con el apoyo de la Unión Europea. Sus contenidos y materiales son responsabilidad exclusiva de sus autores. La Comisión Europea no es responsable del uso que pueda hacerse de la información difundida aquí.

like

Believe



Co-funded by the Rights, Equality and Citizenship Programme of the European Union

Project partners:



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



Budapest Centre  
FOR MASS ATROCITIES PREVENTION



With the support of:



NO HATE  
SPEECH  
MOVEMENT

STOP #HATESPEECH ONLINE

Love