



Campaña
Latinoamericana
**por el Derecho
a la Educación**

Término de Referencia

Consultoría

Taller ¿Cómo comunicar con la prensa de manera estratégica?

La Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación (CLADE) es una red plural de organizaciones de sociedad civil con presencia en 18 países de América Latina y el Caribe (ALC), que impulsa acciones de movilización social e incidencia política para defender el derecho humano a una educación transformadora, pública, laica y gratuita para todos y todas, a lo largo de la vida y como responsabilidad del Estado.

Además de trabajar por la afirmación de la educación como un derecho humano, la CLADE busca fortalecer las democracias activas y participativas en América Latina y el Caribe. Para cumplir con su misión y realizar su agenda política, la CLADE utiliza como estrategias: la incidencia en las políticas públicas; la movilización social; la exigibilidad política y jurídica; la articulación interinstitucional con actores nacionales, regionales e internacionales; la producción de conocimiento e investigación; y acciones de comunicación estratégica.

Justificación

Una de las líneas de acción permanente de la CLADE es el desarrollo de capacidades de su membresía, a partir del intercambio de experiencias y conocimientos; elaboración y difusión de investigaciones que califican y legitiman la acción política; facilitación de la participación en espacios de incidencia; y actividades de formación y capacitación específicas. En ese contexto, una de las capacidades que la CLADE considera fundamental para fortalecer su quehacer es la comunicación estratégica.

Desde sus inicios, en 2003, CLADE reconoce y adopta la comunicación como eje estratégico y transversal, presente en todas sus acciones de movilización, investigación, incidencia política, alianzas interinstitucionales, participación social, campañas y actividades de captación de fondos.

El proceso de consolidación de la comunicación estratégica ha pasado por el desarrollo de herramientas y plataformas comunicativas, creación de un [Manual de Comunicación](#), desarrollo de formaciones en herramientas y escrita periodística, así



Campaña
Latinoamericana
**por el Derecho
a la Educación**

como reforzado el trabajo de reflexión, planeación e implementación de procesos conjuntos con comunicadoras y comunicadores de la red.

En este momento, la CLADE busca fortalecer las capacidades de su membresía para construir narrativas sobre el derecho humano a la educación, a partir de las voces de las comunidades educativas de todos los rincones de América Latina y el Caribe, que efectivamente puedan sensibilizar a las y los tomadores de decisión sobre políticas públicas, periodistas, ciudadanía en general y posibles donantes.

Con miras a expandir la capacidad de alcance de la red para que puedan ocupar espacios en periódicos, radios, revistas y otros canales utilizados por los vehículos de comunicación - sean ellos alternativos, específicos y del mainstream (principales tendencias o "corriente popular"). La CLADE abre esta convocatoria pública para cualquier persona u organización que tenga experiencia en el área de comunicación estratégica con periodistas y vehículos de comunicación.

Objetivo general

Contribuir para el fortalecimiento de la narrativa sobre la importancia del derecho humano a la educación en América Latina y el Caribe de manera a destacar y ampliar este debate en la prensa nacional, regional e internacional.

Objetivos específicos del taller

1. Fortalecer el trabajo de asesoría de prensa de la membresía de CLADE, en todas sus etapas, con relación a:

- Relacionamiento y diálogo con los medios: acceso a las/os periodistas;
- Generación de media espontánea: análisis de mailing de prensa (envío masivo a lista de e-mails), difusión de notas de prensa, sugerencia de pautas, etc.
- Orientación de voceros (media training): *briefings* (sesión/reunión informativa), mensajes-clave y preparación de las y los voceros al posicionamiento de la institución.

2. Reflexionar sobre las estrategias y herramientas que fortalecen y facilitan el trabajo de comunicación estratégica con los medios, tales como:

- Análisis de la prensa local/nacional/regional sobre la línea editorial y política, la posibilidad de publicación de contenido, el público de alcance etc.
- Elaboración de mailing de prensa: segmentación de los contactos (territorio, temas, editoriales, alcance, incidencia etc.)
- Producción y gestión de contenidos: notas de prensa, kit de prensa, briefings, mensajes-clave, videos y publicaciones para las redes sociales;
- Uso de las redes sociales como canales de comunicación con la prensa;



Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación

- Relacionamiento con la prensa: reuniones, visitas, citas y viajes con periodistas para la consolidación del relacionamiento y diálogo de la institución con la prensa;
- Entrevistas colectivas o exclusivas para el anuncio de novedades o en momentos de gestión de crisis
- Clipping (monitoreo de medios) y análisis de medios para mensurar la presencia de la institución y/o de la vocería en los vehículos de comunicación;

Se espera de la consultoría contratada:

- Presentación de una propuesta general y plan de trabajo, que incluya la fecha estimada de realización del taller virtual, duración, contenidos y división de los encuentros formativos.
- Realización de un taller con una duración de 4 a 8 horas, que pueden ser divididos en hasta 3 (tres) encuentros;
- Elaboración de una presentación o documento con el paso a paso de lo presentado en el taller virtual de manera que sirva como material de consulta posterior al taller virtual. Este documento deberá tener al final una lista de otros programas, aplicaciones y herramientas de uso libre además de las presentadas durante el encuentro virtual, así como algunas recomendaciones clave para su uso
- Presentación de Informe final de evaluación de las y los participantes, con retroalimentación y revisión final de los productos elaborados en el marco de la formación realizada por ellos.

Perfil

- Experiencia comprobada en asesoría de prensa y diálogo con periodistas. Se destacará el trabajo realizado con la prensa de educación.
- Experiencia con formación - encuentros y talleres - en línea.

Recursos disponibles

Para la realización de dicha consultoría, se dispone de un monto máximo de R\$ 3,200 (reales brasileños). De este monto serán descontados el 18% correspondientes a los costos de impuestos y transferencias internacionales en el caso de consultores basados en el exterior. En el caso de consultorías con base en Brasil, las personas contratadas deberán asumir los costos de sus respectivos impuestos.



Campaña
Latinoamericana
**por el Derecho
a la Educación**

Cronograma

- Postulación para la consultoría: hasta el 15 de febrero de 2024;
- Selección del/a consultor/a: hasta el 19 de febrero de 2024;
- Definición y firma del contrato de consultoría: hasta el 21 de febrero de 2024;
- Elaboración y aprobación del taller: hasta el 1 de marzo de 2024;
- Realización de los talleres: hasta el 8 de marzo de 2024.
- Entrega del informe y materiales: hasta el 14 de marzo de 2024.

Manifestación de interés

Las y los consultores interesados deberán enviar un mensaje al correo electrónico: thais@redclade.org, hasta el 15 de febrero de 2024. El correo deberá estar titulado Taller ¿Cómo comunicarnos con la prensa de manera estratégica? y debe incluir la propuesta general y plan de trabajo, con fecha estimada de realización de cada etapa (duración y división del taller virtual, entrega de sistematización y otros documentos según demanda, etc.).