

En apoyo de la
Coalición Mundial para la
Educación COVID-19
lanzada por la UNESCO



Las niñas en primer plano

Guía para las radios comunitarias



Únase a la campaña para asegurar que
#LaEducaciónContinúa

Índice

1. Descripción general de la campaña

1.1 Las niñas en primer plano	05
1.2 Impacto de la COVID-19.....	06
1.3 Mensajes.....	07

2. Contenido

2.1 Sobre esta Guía	09
2.2 Datos clave.....	10
2.3 ¿Sabía que...?.....	12

3. Consentimiento

3.1 Sobre el consentimiento.....	15
3.2 Formulario de consentimiento.....	16

4. Guía de producción

4.1 Prepare su programa.....	18
4.2 Elija su ángulo.....	19
4.3 Ideas para programas	20

5. Formatos

5.1 Entrevista.....	22
5.2 Entrevista a pie de calle.....	23
5.3 Comentario de audio.....	23
5.4 Orador invitado	24
5.5 Perfil de audio.....	24
5.6 La historia del protagonista.....	25
5.7 Mesa redonda.....	26
5.8 Debate.....	27
5.9 Juego de roles	28
5.10 Diario de audio.....	29
5.11 Anuncio de servicio público (PSA).....	30
5.12 Jingle	31
5.13 Interacción a través de las redes sociales.....	32
5.14 Utilizar WhatsApp.....	33

Índice

6. Sensibilización, audiencia y comentarios

6.1 Sensibilización	35
6.2 Interactuar con distintos tipos de audiencia.....	37
6.3 Comentarios	39

7. Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO

7.1 Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO.....	41
---	----

1

Descripción general de la campaña





1.1 Las niñas en primer plano

Todas las niñas tienen derecho a una educación de calidad.

Y sin embargo, en todo el mundo, son 130 millones las que ya no iban a la escuela antes de la COVID-19.

Ahora, la pandemia amenaza con dejar sin escuela a más de 11 millones de niñas.

Si ahora hay menos niñas en las clases, eso significa que, en el futuro, habrá menos mujeres que podrán aportar importantes contribuciones sociales y económicas a sus comunidades.

Si las niñas no reciben educación, todos salimos perdiendo. Porque debemos mantener a «las niñas en primer plano», debemos asegurarnos de que todas las niñas estudien y de que #LaEducaciónContinúa.

1.2 Impacto de la COVID-19

Los impactos económicos de la COVID-19 van a generalizarse y serán devastadores, sobre todo para las mujeres y las niñas. La crisis ha generado importantes dificultades económicas que ponen bajo presión a muchas familias. Tienen que decidir si pueden permitirse enviar a sus hijas de vuelta a la escuela.

En el pico de la pandemia de la COVID-19, el cierre de las escuelas afectó a más de 1 500 millones de estudiantes en 200 países. Más de 760 millones eran niñas. Cuando las niñas no van a la escuela, a menudo se recurre a ellas para que ayuden con las tareas domésticas. En algunos casos, es más probable que se casen jóvenes y que se queden embarazadas cuando aún no son más que unas niñas. Son barreras para su reincorporación en la escuela.

Si bien muchas niñas retomarán su educación cuando las escuelas vuelvan a abrir, muchas otras no volverán nunca más a la escuela. En cada país y comunidad, debemos dar prioridad a las necesidades educativas de las niñas – o arriesgarnos a desandar los progresos que habíamos logrado en los últimos 20 años.

También tenemos que tener en cuenta las directrices de la sanidad nacional pública y la necesidad de garantizar un regreso a la escuela seguro.

No sabemos si en los próximos meses (o años) va a haber más olas de la pandemia.

En algunos países, las escuelas pueden que abran y que, pasado un tiempo, vuelvan a cerrar. En otros países, la preocupación por la salud pública y la seguridad puede resultar en que las escuelas se mantengan cerradas más tiempo.

Si, en su país, las escuelas están abriendo de nuevo, queremos asegurarnos de que las niñas vuelvan a la escuela. Si, en cambio, en su país las escuelas permanecen cerradas, queremos ayudar a las niñas a que sigan aprendiendo por otros medios.

Esta crisis también ha demostrado que es importante utilizar la nueva tecnología y que hay distintas formas de aprender. De la misma manera en que existe una brecha entre niños y niñas en materia de educación, las niñas también están desaventajadas en cuanto al acceso a los ordenadores, a Internet y a los móviles. Para ayudar a las niñas a seguir aprendiendo por otros medios, necesitan tener acceso a la tecnología digital, a los teléfonos móviles, a la radio, a la televisión y también a los libros. Las niñas también necesitan tener los conocimientos necesarios para trabajar eficazmente en línea.

Las niñas necesitan que se les dé una segunda oportunidad para retomar la escuela y que se les ofrezcan oportunidades para aprender y recuperar el tiempo perdido.

Queremos

- ▶ estar seguros de que las niñas vuelven a la escuela y de que sigan aprendiendo cuando pase la crisis de la COVID-19
- ▶ estar seguros de que las niñas pueden seguir aprendiendo de otras maneras, aunque las escuelas permanezcan cerradas, y que tienen pleno acceso a las otras formas de aprendizaje
- ▶ explicar cómo **TODO EL MUNDO** sale ganando cuando las niñas reciben una educación
- ▶ explicar las consecuencias negativas para las niñas y para las comunidades cuando las niñas no pueden recibir una educación

Por eso, nuestro mensaje central es
#LaEducaciónContinúa.

1.3 Mensajes

Creemos que

- todas las niñas tienen derecho a una educación de calidad.
- la educación de las niñas es clave para nuestro futuro y para un mundo en evolución.
- cuando una niña aprende, todos salimos ganando. • si las niñas pierden, todos salimos perdiendo.

1. Regreso a la escuela

Todas las niñas tienen derecho a una educación de calidad. Cuando las escuelas vuelvan a abrir tras la COVID-19, todas las niñas deben asistir a la escuela: ¡es su derecho!

La escuela es un salvavidas para las niñas. Garantice su vuelta segura.

¿Cómo está garantizando que las niñas puedan volver a la escuela? ¡Comparta sus acciones!

La crisis por la COVID-19 no se terminará hasta que cada niña regrese a la escuela.

No podemos dejar que una crisis sanitaria deshaga los progresos que habíamos logrado en materia de educación para las niñas.

Salvague el derecho a la educación de las niñas.

2. La educación continúa

Todas las niñas tienen derecho a una educación de calidad, incluso durante la COVID-19. Las niñas no deben perder la oportunidad de recibir una educación. Vele por la continuidad del aprendizaje de las niñas en todas partes.

Proteja la seguridad, la salud y la continuidad del aprendizaje de las niñas durante los cierres escolares por la COVID-19.

¿Cómo está garantizando que las niñas puedan seguir aprendiendo? ¡Comparta sus acciones!

Las niñas tienen menos probabilidades de regresar a la escuela en aquellos hogares donde se las necesite para asumir responsabilidades de cuidado en casa o para generar ingresos o en aquellas familias que ya no puedan asumir las matrículas escolares.

Acabe con la brecha digital y móvil de género. Promueva el acceso y los conocimientos para niñas. Promueva otras maneras de llegar a las niñas con la educación, como la radio, la televisión, los SMS y los grupos de aprendizaje locales.

2

Contenido





© ONU / Evan Schneider

2.1 Sobre esta guía

Esta guía le ayudará a hacer llegar a su audiencia historias y mensajes sobre esta cuestión vital.

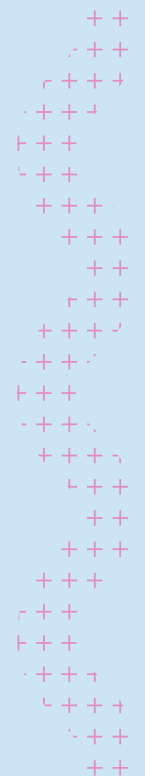
Queremos que produzca un impacto en la vida de las personas.

Esperamos que, se encuentre donde se encuentre, esta guía le ayude en la creación de contenidos fascinantes y memorables para los programas de radio comunitaria.

Esta guía contiene mensajes y datos de la campaña global. No se ha adaptado para una región, un país o un área específica.

Contamos con usted para que reflexione sobre cómo enfocar la campaña para que sea más interesante para su audiencia, basándose en datos locales y en las opiniones de sus comunidades.

En esta guía se sugiere una serie de tipos de programas que las estaciones comunitarias de radio podrían crear. Si quiere incluir estadísticas y datos específicos de su país, área o comunidad, le rogamos trabaje con las organizaciones de su red local que puedan ayudar.



2.2 Datos clave

A continuación, le exponemos unos datos clave sobre las niñas en materia de educación y el impacto de la COVID-19 en la continuidad del aprendizaje. Estos datos le permitirán diseñar su programa y suscitar una reacción por parte de los miembros de la comunidad.

(Fuentes: Estudio de la ONU y otras organizaciones miembros de la Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO.)

Datos de alto impacto

En el pico de la pandemia de la COVID-19, el cierre de las escuelas afectó a más de 1 500 millones de estudiantes en 200 países, de los cuales más de 760 millones eran niñas.

Antes de la COVID-19, YA eran 130 millones de niñas las que no iban a la escuela.

La UNESCO calcula que más de 11 millones de niñas y jóvenes corren riesgo de no volver a la escuela tras la COVID-19.

En nueve países, las niñas más pobres van menos de dos años a la escuela (Afganistán, Benín, Chad, Etiopía, Guinea, Mali, Nigeria, Pakistán y Senegal). En Guinea y Pakistán, las niñas más pobres van, en promedio, menos de un año a la escuela.

Las barreras para acceder a la educación son significativas para las niñas en países en guerra o en conflicto, así como para las que se encuentran en campos de refugiados o desplazadas dentro de su país. Por ejemplo, en Etiopía o en Kenia, por cada diez niños, solo siete niñas refugiadas asisten a la escuela primaria y solo cuatro niñas de cada diez niños a la escuela secundaria.

Las mujeres con educación secundaria tienen más posibilidades de generar ingresos fuera de casa que aquellas que solo tienen la educación primaria.

La enseñanza es a menudo una profesión femenina, en especial para los más pequeños. Las maestras tienen un efecto positivo en el nivel de asistencia de las niñas y en la calidad de su aprendizaje.

El efecto total de la pandemia de la COVID-19 podría resultar en 13 millones de matrimonios infantiles adicionales.

Continuidad del aprendizaje

Para muchas niñas, seguir aprendiendo mientras estén cerradas las escuelas depende del acceso a Internet y a los teléfonos móviles, así como de sus conocimientos informáticos.

El aprendizaje a distancia, mediante programas de radio o de televisión, es una manera realmente útil e importante para que las niñas sigan aprendiendo, en especial en entornos donde se carece de alta tecnología.

Alrededor de 826 millones de estudiantes no disponen de un ordenador en casa y 706 millones no tienen acceso a Internet. Incluso en entornos con una conectividad y una infraestructura adecuadas, las niñas tienen menos probabilidades que los niños de tener acceso a un dispositivo digital.

Si las niñas tuvieran conocimientos informáticos y dispusieran de acceso a Internet, podrían acceder a distancia a materiales didácticos de forma segura. Este acceso a la enseñanza a distancia siempre debería estar adaptado a las necesidades de personas con discapacidad. Esto les permitiría participar de forma efectiva en la educación.

Los países han de asegurarse de que las niñas puedan seguir aprendiendo, modificando sus políticas cuando sea necesario y llevando a cabo iniciativas como organizar cursos de recuperación y ofrecer ayuda financiera.



2.3 ¿Sabía que...?

A continuación le exponemos una serie de «¿Sabía que...?» que podrá utilizar en su programa y que muestran la importancia de que las niñas tengan acceso a la educación. También podrá utilizarlos en sus feeds en redes sociales o en WhatsApp para ampliar los mensajes de los programas de radio y seguir captando la atención de su audiencia. Anime también a su audiencia a compartir estos mensajes y datos tanto a través de las redes sociales como en persona.

(Fuentes: Todos estos «¿Sabía que...?» proceden de estudios de la ONU y otras organizaciones miembros de la Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO.)

Derecho a la educación

- ▶ ¿Sabía que la educación es un derecho humano universal protegido por la ley y que todos los países han de garantizarlo? Eso significa que la ley dice que todas las niñas tienen derecho a la educación.
- ▶ ¿Sabía que la educación es vital para mejorar la salud, el bienestar, la posibilidad de ingresos y la contribución social de las niñas cuando sean mayores?

Impacto en embarazos tempranos

- ▶ ¿Sabía que menos del 10% de las niñas de menos de 17 años se quedarían embarazadas en el África Subsahariana y en Asia Meridional si terminaran la educación primaria?
- ▶ ¿Sabía que durante la crisis del Ébola en África Occidental el cierre de las escuelas condujo a un incremento de los matrimonios forzosos y de los abusos sexuales? Los embarazos de adolescentes incrementaron en un 65%. Existe el riesgo de que esto vuelva a producirse durante la crisis de la COVID-19.

Pérdida de oportunidad de recibir una educación

- ▶ ¿Sabía que, en secundaria, un gran número de niñas no regresarán a la escuela en Asia Meridional y en África Subsahariana?

Mortalidad materna e infantil

- ▶ ¿Sabía que si todas las niñas a nivel mundial finalizaran la educación primaria, eso tendría un efecto positivo cuando se convirtieran en madres y reduciría la mortalidad materna, salvando a 98 000 vidas cada año?

O

- ▶ ¿Sabía que, en el África Subsahariana, si todas las niñas finalizaran la educación primaria, eso tendría un efecto positivo cuando se convirtieran en madres y reduciría la mortalidad materna, salvando a cerca de 50 000 vidas cada año?
- ▶ ¿Sabía que si todas las mujeres tuvieran una educación secundaria, morirían menos bebés y menos niños, salvando a 3 millones de vidas cada año?

Generar ingresos

- ▶ ¿Sabía que la educación secundaria aumenta las posibilidades de las niñas de generar ingresos fuera de casa?
- ▶ ¿Sabía que tan solo un año más de escuela puede incrementar los ingresos de la niña, a la edad adulta, hasta en un 20%?

Prosperidad nacional

- ▶ ¿Sabía que algunos países podrían ganar más de mil millones de dólares americanos por año si proporcionaran a las niñas el mismo nivel de educación que a los niños?
- ▶ ¿Sabía que África en su conjunto podría incrementar su riqueza en 316 mil millones de dólares americanos en los próximos cinco años si cada país hiciera avances en materia de igualdad de la mujer, incluido el acceso a la educación?

Acceso a los ordenadores y a Internet

- ▶ ¿Sabía que 4 de cada 5 estudiantes del África Subsahariana no tiene acceso a Internet?
- ▶ ¿Sabía que en muchos países las niñas tienen menos posibilidades que los niños de que les dejen utilizar Internet?
- ▶ ¿Sabía que en muchas regiones los niños con discapacidad tienen menos acceso a Internet y a los teléfonos móviles que los niños sin discapacidad?

Reapertura de las escuelas

¿Sabía que se ha puesto a disposición de los países una guía para ayudarlos a garantizar la continuidad del aprendizaje de las niñas y su regreso a la escuela cuando finalice la COVID-19?

El Grupo de Referencia de Género de la Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO ha publicado [Reforzar la igualdad: Guía para el regreso de las niñas a la escuela](#).

La guía proporciona recomendaciones específicas para garantizar la continuidad del aprendizaje mientras permanezcan cerradas las escuelas, así como el diseño de planes integrales, oportunos y fundados en datos empíricos para la reapertura de las escuelas de forma segura, con perspectiva de género, adaptada a las necesidades de los niños y que satisfaga las necesidades de las niñas más marginadas.

Enfatiza un enfoque basado en «reforzar la igualdad», a través de medidas con perspectiva de género que transformen los sistemas educativos, den prioridad a la resiliencia y aborden los principales obstáculos y limitaciones para la educación de las niñas.

3

Consentimiento





3.1 Sobre el consentimiento

«Consentimiento» significa aceptación y autorización. La persona está de acuerdo en participar por voluntad propia y le da su permiso para que pueda utilizar el material en su programa.

Todo aquel que participe en un programa de radio debe indicar que entiende cómo van a utilizarse su voz y opiniones y debe aceptar participar en este.

Para los menores – niños menores de edad –, son sus padres o tutores quienes deben entender, aceptar y dar su autorización.

En calidad de productor de radio, usted deberá asimismo garantizar que no pondrá en ningún modo a los niños en riesgo y deberá conocer la legislación en la materia.

El consentimiento y la autorización son una parte muy importante de la colaboración con su audiencia. Es una forma de respetar su identidad, sus opiniones y lo que comparten con usted.

Asegúrese de que ha informado correctamente a todos los participantes, de que respeta a aquellos que comparten en antena sus historias personales y de que le dan su pleno consentimiento.

Le exponemos a continuación unas normas sencillas sobre el consentimiento:

- ▶ Pida permiso educadamente.
- ▶ Explique cómo se va a difundir.
- ▶ Pida a los colaboradores del programa que no mencionen los nombres de los demás cuando cuenten una historia.
- ▶ Las personas pueden cambiar de opinión, aunque hayan dado su consentimiento y su autorización.

Entrevistar o incluir a jóvenes en su programa:

- ▶ Si entrevista a un menor de 18 años o si participa en su programa, deberá ser más consciente de sus responsabilidades y asegurarse de que no le explota o le pone en algún modo en peligro. Para los jóvenes, solemos además sugerir que no se incluya su nombre completo o cualquier información personal que pueda identificarle.
- ▶ Los menores deben ir acompañados de un adulto en quien confíen. Debe tener la autorización explícita del padre o del tutor del menor antes de que pueda participar. No puede aprovecharse en ningún modo del menor y, si es especialmente vulnerable o si pertenece a un grupo marginal, debe tener especial cuidado en que no resulte perjudicado por haber estado en contacto con usted o por haber participado en su programa.

3.2 Formulario de consentimiento

Siempre que sus colaboradores sean capaces de leer y escribir, la manera más sencilla para obtener su consentimiento es entregarles un formulario de consentimiento para que lo lean y lo firmen. Aquí le proponemos uno que puede adaptar. Si el colaborador es menor, este formulario deberá ser leído y firmado por uno de los padres o tutores.

Ejemplo de formulario de consentimiento

Mi nombre completo es Edad

(Si es menor, añádase:)

El nombre de mi padre/madre o tutor(a) es Edad

Participo en un proyecto organizado por (nombre de la estación de radio) del (fecha) hasta el (fecha).

Al firmar este formulario, estoy dando mi autorización a (nombre de la estación de radio) para que utilice mi trabajo en su programación.

He sido informado de que mis grabaciones de audio han sido editadas por (nombre de la estación de radio).

He sido informado de que se va a difundir mi voz. Puedo optar por utilizar únicamente mi nombre o permanecer en el anonimato.

La programación puede ser difundida. También puede subirse a Internet o distribuirse en un CD o MP3 o en otros formatos de audio.

También entiendo que si hay algo que no quiera compartir con (nombre de la estación de radio), se lo diré y no lo utilizarán.

Entiendo que (nombre de la estación de radio) respetará mi trabajo y me respetará a mí y a mi familia. Entiendo que, siempre que sea posible, me entregarán una copia de mi trabajo para que pueda escuchar la manera en que se ha utilizado.

Acepto respetar las normas de la estación de radio. Entiendo que la participación es voluntaria y que puedo parar si así lo deseo, indicando por escrito que dejo de participar.

Nombre (en mayúsculas)

Firma Fecha

(Si es menor, añádase:)

Nombre del padre/madre/tutor(a)

Firma del padre/madre/tutor(a)

Dirección

Teléfono Correo electrónico



4

Guía de producción





Esta sección le ayudará a decidir qué formatos elegir para su programa y le dará algunos consejos sobre cómo combinarlos.

4.1 Prepare su programa

Cuando esté preparando su programa, sea claro en cuanto al objetivo que persigue:

- ▶ Empiece con un diálogo sobre la importancia de educar a las niñas.
- ▶ Asegúrese de que su audiencia conoce las consecuencias de que las niñas no vayan a la escuela y pierdan la oportunidad de recibir una educación.

Antes de reunir los elementos para su programa, piense en:

- ▶ ¿Qué redes comunitarias u otros colaboradores pueden trabajar con usted sobre este tema?
- ▶ ¿Qué beneficios va a aportar este tema a su comunidad?
- ▶ ¿Quién en su comunidad será más reticente a que se trate este tema?
- ▶ ¿Hay jóvenes involucrados?
- ▶ ¿Está preparado para presentar diversas perspectivas, incluso las impopulares?
- ▶ ¿Se puede realizar una serie de espacios o programas?
- ▶ Si es así, ¿qué necesita para llevarlo a cabo?



Anna Tamila/Shutterstock.com

4.2 Elija su ángulo

Son muchas las cuestiones que se pueden abordar sobre el tema o los enfoques que se pueden dar, pero para un programa, debería elegir un único enfoque. Es lo que llamamos ángulo.

Un ángulo elegido es la temática principal del tema. El ángulo dirige a su audiencia hacia una dirección determinada. Es el eje principal de su programa.

Un «ángulo» puede incluso desglosarse más detalladamente. Siga el mismo proceso y hágase distintas preguntas para entender mejor el ángulo que ha elegido y que este sea más preciso y definido.

Por ejemplo, si el mensaje principal de esta campaña es:

«Cuando las escuelas vuelvan a abrir tras la COVID-19, todas las niñas han de asistir a la escuela: ¡es su derecho!»
Esta crisis solo se terminará cuando todas las niñas hayan regresado a la escuela. Asegúrese de que las niñas no pierdan la oportunidad de recibir una educación.»

Puede empezar así:

«En nuestra comunidad, algunas escuelas han abierto de nuevo sus puertas y las niñas regresan a las aulas. Pero hay una escuela en la que faltan algunas niñas. ¿Por qué?»

Luego puede acotar un poco más:

«Hay una escuela en nuestra comunidad a la que es difícil llegar para aquellos estudiantes que no tienen un medio de transporte. Desde la COVID-19, los padres no pueden permitirse pagar para todos sus hijos el autobús para ir a la escuela. Los estudiantes ausentes son en su mayoría niñas.»

Y luego puede abordar el ángulo de modo a que interese directamente a su audiencia:

«Para muchas niñas, poder seguir aprendiendo depende de si sus familias pueden permitirse pagarle el transporte para ir a la escuela. Si sus familias no pueden pagar el transporte, ¿de qué otra manera podemos ayudar a esas niñas para que sigan aprendiendo?»



© ONU / Kibae Parka

4.3 Ideas para programas

A continuación, le ofrecemos una serie de ejemplos de cómo enfocar el tema y hacer que su programa sea interesante. Podría:

Entrevistar

a dos estudiantes que están actuando para asegurarse de que las niñas puedan seguir aprendiendo.

Pregúnteles sobre lo que están haciendo y la manera en que están respondiendo las niñas.

Puede leer un buen ejemplo de todo lo que hace una niña para poder seguir aprendiendo aquí:

<http://on.unesco.org/examplefromPakistan>

¿Qué ejemplos puede encontrar de gente haciendo cosas en su comunidad para asegurarse de que el aprendizaje continúe?

Enviar a un reportero

para que investigue sobre las consecuencias de que las niñas no regresen a la escuela o no puedan seguir aprendiendo.

Organizar un programa que acepte llamadas

en el que las niñas puedan contar sus experiencias con otras formas de aprendizaje. ¿Utilizan material impreso, programas de televisión, la radio, los SMS, Internet? ¿Pueden esas niñas seguir aprendiendo de esa forma?

Grabar una entrevista

con una maestra que esté organizando grupos de aprendizaje, específicos para niñas, para que puedan seguir aprendiendo juntas.

Organizar una mesa redonda

con líderes de la comunidad, funcionarios locales y jóvenes activistas sobre las consecuencias para la comunidad si las niñas pierden la oportunidad de recibir una educación.

Grabar un perfil

de una mujer de la localidad que haya alcanzado el éxito porque pudo recibir una educación. Puede ser una enfermera o una maestra o la propietaria de un pequeño negocio. El objetivo es que su historia motive a las niñas a seguir aprendiendo.

Pida a una niña con discapacidad que grabe «un día en la vida de...» sobre su día en la escuela. ¿A qué dificultades tiene que hacer frente para llegar a la escuela, durante su día en la escuela, durante las pausas y para los deberes? ¿Cómo lidia con esas dificultades?

¿Sus auditores saben que todas las niñas tienen derecho a la educación? Puede proponer un sencillo sondeo por SMS para descubrir cuánta gente lo sabe y sensibilizarla al respecto.

5

Formatos



5.1 Entrevista

Los formatos son las diferentes maneras en que puede compartir información y contar historias.

Puede grabar con antelación el contenido o puede hacer un programa en vivo, en un estudio o una emisión en directo, o puede combinar varios elementos, grabados y en directo.

Los formatos radiofónicos incluyen entrevistas, entrevistas a pie de calle, comentarios de audio, mesas redondas, debates, perfiles de audio, protagonistas, diarios de audio y anuncios de servicio público.

Entrevista: una entrevista es una conversación entre dos personas donde una de ellas hace preguntas para obtener información y descubrir las actitudes y opiniones de la otra persona.

El entrevistado es una persona que ha sido especialmente invitada para ello. Prepare las preguntas de la entrevista con antelación y relaciónelas con el ángulo, la temática o el tema.

Cómo realizar una entrevista:

Para obtener los mejores resultados en una entrevista, es importante hacer preguntas abiertas. Las preguntas abiertas suelen empezar con frases como «Cuénteme más acerca de...» o «¿Puede describir...?».

Una competencia importante es la capacidad para escuchar atentamente, gracias a la cual podrá hacer preguntas complementarias para obtener más detalles o aclaraciones. Las preguntas complementarias suelen empezar por: «Cómo», «Por qué» o «Dónde».

Muestre interés y anime a la otra persona a seguir hablando mediante el uso de expresiones faciales positivas y asintiendo durante la conversación. No interrumpa al entrevistado a menos que se esté saliendo del tema o que se le esté acabando el tiempo.

Evite hacer preguntas cerradas. Cuando hace una pregunta tipo «¿cuál es su color favorito?», la respuesta puede ser «azul». O «¿le gusta ver películas?» «Sí». No es interesante para la audiencia. En lugar de eso, formule la pregunta de la siguiente manera: «¿Qué es lo que le gusta de ver películas?»

Posibles preguntas para una entrevista:

Para alguien con una historia que contar:

- ▶ Díganos quién es usted y de dónde viene.
- ▶ Describa su situación personal y cuéntenos cómo llegó a interesarse por este tema.
- ▶ ¿La cuestión o la acción sobre la que quiere hablar?
- ▶ ¿Qué ha hecho O qué tiene pensado hacer?
- ▶ ¿Qué espera lograr?

Si el entrevistado es un experto:

- ▶ Háblenos de su ámbito de especialización. ¿Qué es lo que significa en la práctica?
- ▶ ¿Por qué piensa que es importante?
- ▶ Háblenos más sobre los datos que sustentan su punto de vista.

5.2 Entrevistas a pie de calle

«Las voces de la gente» o entrevistas a pie de calle le ofrecerán una visión de lo que diferentes personas piensan sobre un tema o una cuestión. Es una manera estupenda para introducir debates con expertos en la materia.

Las respuestas dadas en una entrevista a pie de calle deben ser muy cortas (30 segundos máximo cada una).

¿Cuál es la diferencia entre una entrevista y una entrevista a pie de calle? En una entrevista, se hacen varias preguntas a una persona. En una entrevista a pie de calle, se hace una pregunta a varias personas.

Trate de incluir a una gran variedad de gente, incluida a gente marginalizada o perteneciente a grupos indígenas, tanto a chicas como a chicos, para poder escuchar distintos puntos de vista.

Ejemplo de pregunta: ¿Por qué es importante que las niñas reciban una educación?

5.3 Comentario de audio

Los comentarios de audio son aquellos en los que se recogen *las reflexiones y opiniones* de una persona sobre un tema determinado. Asegúrese de que guía a la persona comunicándole una serie de preguntas sobre el tema para que reflexione sobre ellas. La persona necesitará un poquito de tiempo para preparar lo que va a decir, así que téngalo en cuenta. Generalmente es un formato grabado en una toma de 1 o 2 minutos.

¿Con quién puede hablar? Algunos ejemplos...

- ▶ Con una maestra de la comunidad para que hable de por qué debe continuarse el aprendizaje y de qué manera puede cambiar el futuro de una niña.
- ▶ Con alguien en la comunidad que no haya finalizado la educación básica y las repercusiones en su vida.
- ▶ Con un niño que ha regresado a la escuela, en un contexto en el que las niñas no lo hayan hecho, y preguntarle si eso es justo.

5.4 Orador invitado

Es alguien que puede compartir sus conocimientos sobre una cuestión determinada o contar una historia personal relacionada con dicha cuestión. Un orador invitado puede ser un experto o puede ser alguien de la comunidad.

Piense de antemano en:

- ▶ Elegir a su invitado en función de su pertinencia con el ángulo adoptado para abordar el tema y con el mensaje general del programa.
- ▶ Los datos clave o ideas que quiere comunicar a su audiencia.
- ▶ Las «pruebas» que quiere que presente su orador invitado: cómo sabe lo que sabe. ¿Qué es lo que espera que la audiencia aprenda y saque de esta sección?

Invite con cierta antelación al orador a participar. Confirme los detalles con él: lugar, día y hora. Asegúrese de que sabe cuánto tiempo le llevará y de que se haya preparado.

5.5 Perfil de audio

Se centra en una persona y en su experiencia sobre el tema. Incluye detalles como su nombre, su edad, dónde vive, a qué se dedica (su trabajo, su papel o actividad) y otros detalles de interés. Un perfil de audio a menudo busca ser fuente de inspiración.

¿Con quién puede hablar? Algunos ejemplos...

- ▶ Con una joven mujer que haya podido completar su educación y que pueda compartir lo que significa para ella.
- ▶ Con un padre cuyas hijas han completado su educación o que siguen estudiando y cómo eso es beneficioso para su familia y para la comunidad.

Elementos en los que tiene que reflexionar la persona antes de grabar su perfil:

- ▶ Descripción de su situación personal y motivo por el que se preocupa por este tema. Cualquier detalle específico sobre dónde-qué-cómo-cuándo que sirva para que la audiencia pueda hacerse una idea más completa.
Cualquier acontecimiento o suceso que haya servido de desencadenante: una experiencia personal,
- ▶ una toma de conciencia, un deseo de cambio.
- ▶ La cuestión o la acción sobre la que quiere hablar: ¿Qué ha hecho O qué tiene pensado hacer? ¿Qué significa para usted? ¿Qué espera lograr?

5.6 La historia del protagonista

Se refiere a la experiencia personal de una persona concreta. Necesita encontrar a una persona cuya experiencia sea a la vez lo suficientemente única para que sea interesante e importe a los auditores y lo suficientemente «universal» para que los auditores puedan identificarse con esa persona aunque tengan una experiencia personal distinta.

Por ejemplo:

A una profesora en una comunidad cuya escuela ha vuelto a abrir le preocupan algunas de las niñas de 11 años a las que solía dar clase y que no han regresado a la escuela. Ha visto a algunas de ellas en las calles de la comunidad y se ha acercado a ellas para saber por qué no van a la escuela. Una de las niñas admite que desde que empezó a menstruar le da mucha vergüenza ir a la escuela.

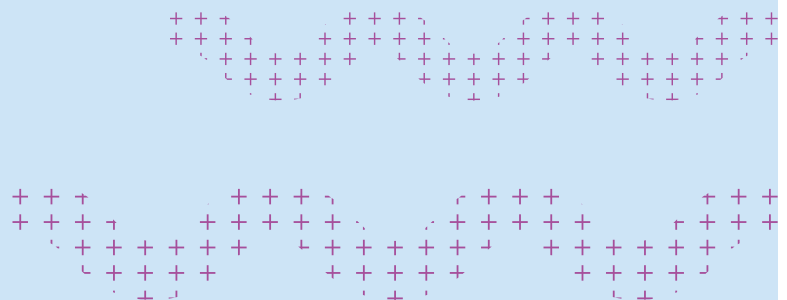
La profesora se da cuenta de que no es la única, las demás niñas no van a la escuela por la misma razón. Acude al director y a la junta de la escuela para discutir sobre el tema. Entienden el problema, ¿pero qué pueden hacer?

La profesora decide ocuparse ella misma del asunto y acude a una ONG local donde descubre que pueden ayudar a construir baños y zonas para lavarse para las adolescentes. Proponen a la profesora ayudarla y juntos inician un proyecto.

Centrándose en la profesora y en su motivación y contando la historia a través de sus pensamientos, sus ojos y sus oídos, el asunto se vuelve más atractivo que si se indicaran sencillamente los datos sobre chicas adolescentes que abandonan la escuela.

- ▶ Puede entrevistar a su protagonista «en directo» en el estudio y luego animar a los auditores a que llamen o envíen mensajes para contar su experiencia. Su protagonista puede contestar a lo que los auditores digan al llamar.
- ▶ Podría grabar la historia del protagonista en otro lugar, por ejemplo en la escuela, y utilizar la historia grabada con antelación como parte de otro programa.
- ▶ También podría salir a la comunidad con su protagonista y seguirla mientras va organizando todo. Puede realizar un reportaje sobre lo que está haciendo y sobre cómo lo está haciendo. Puede hacer entrevistas a pie de calle a algunas de las personas con las que su protagonista interactúa.

Si la historia implica algún reportaje «sobre el terreno» con su protagonista, asegúrese de planearlo con antelación.



5.7 Mesa redonda

Está formada por un grupo de personas que discuten sobre un tema. Una mesa redonda no tiene que estar formada únicamente por expertos.

A menudo se reserva un tiempo después de la mesa redonda para que la audiencia pueda hacer preguntas. Pueden llamar o pueden enviar sus preguntas por SMS, WhatsApp o las redes sociales.

La labor del presentador es moderar la discusión reflexionando sobre lo que se ha dicho, cuestionar las ideas expresadas por los participantes y evitar que la discusión se desvíe del tema del programa.

La discusión puede durar entre 10 y 60 minutos, en función del número de participantes y de la divergencia de opiniones que pueda haber entre ellos.

Ejemplos de preguntas para abrir la mesa redonda:

- ▶ ¿Por qué es importante para las niñas de nuestra comunidad regresar a la escuela?
- ▶ ¿En qué manera podría ayudar nuestra comunidad a las niñas que quieran seguir aprendiendo incluso cuando no asisten a la escuela?

Tipos de personas a las que se puede invitar a la mesa redonda: Algunos ejemplos...

- ▶ Un(a) joven activista
- ▶ Un mayor religioso o de la comunidad
- ▶ Un(a) maestro/a
- ▶ Un(a) emprendedor(a) local
- ▶ Una estudiante
- ▶ Un estudiante

Cómo manejar la resistencia:

La gente puede tener distintos puntos de vista del tema y la discusión puede subirse de tono.

El moderador debe dejar a los participantes expresar sus puntos de vista sin enfadarse o sin ponerse a la defensiva. Utilice el «por qué» y el «cómo» para que los participantes expliquen sus puntos de vista. Pregunte a los demás participantes si están o no de acuerdo.

Anime a los participantes a escuchar a los demás, incluso cuando no estén de acuerdo con lo que dicen.

Pida a los participantes que tengan en cuenta los datos y que utilicen las experiencias individuales para que sus comentarios sean más completos.

Asegúrese de que la mesa redonda es una verdadera discusión y de que nadie se vuelve insultante o agresivo hacia los demás.



© Banco Mundial / Dominic Chavez

5.8 Debate

Un debate es una discusión entre dos personas que tienen opiniones diferentes sobre un tema.

Es un argumento estructurado y difiere de la discusión entre amigos o familiares.

Cómo funciona: Invite a dos personas para que debatan sobre una idea concreta que usted haya preparado con antelación.

Por ejemplo: «La escuela es vital para el futuro éxito de las niñas en la vida»

Los oponentes han de decidir si están de acuerdo con la idea, diciendo «verdadero», o si no están de acuerdo, diciendo «falso», y luego exponer sus opiniones respectivas.

Antes de que comience el debate, explique a los dos oponentes las reglas. Tienen que argumentar su punto de vista con ejemplos y explicar las razones por las que están o no de acuerdo con la idea.

Dé a cada oponente un tiempo limitado para argumentar su postura, por ejemplo dos minutos. Recuérdeles que tienen que evitar gritar o blasfemar.

Al final del debate, el moderador resume lo que los oponentes han dicho y lo relaciona con el tema principal. Puede pedir a la audiencia que envíe un SMS o que llame para compartir su opinión sobre quién de los dos ha sido más convincente.

5.9 Juego de roles

Juego de roles significa que uno se pone en la piel de otra persona y pretende que es esa persona. Un juego de roles empieza con una situación que permite a dos o más personas «representar» a varios personajes para hacer un planteamiento sobre un tema importante.

Asegúrese de que se ha preparado con antelación la situación en la que se desarrolla el juego de roles y que sabe cuál es el mensaje del juego de roles.

Decida cuántos personajes necesita y plantee la situación para que los «actores» pongan en escena el mensaje. Los «actores» reproducen la historia según van progresando.

Un ejemplo de juego de roles puede ser la siguiente situación:

Una niña de 12 años quiere regresar a la escuela, pero su hermano mayor le dice que tiene que quedarse en casa para ayudar a su madre a cuidar del nuevo bebé. El bebé nació mientras estuvo cerrada la escuela, así que las circunstancias en casa han cambiado. El hermano está a punto de finalizar su educación y espera poder comenzar pronto una formación profesional. Piensa que si su hermana pierde un año de escuela no supondrá una gran diferencia para ella en el futuro. Ella no está de acuerdo.

Con este tema, asegúrese de que haya un equilibrio entre los «actores» y que sean lo suficientemente determinados para defender su punto de vista sin dominar al otro. Podría ser interesante que le pidiera a un hombre adulto que represente el papel de la niña en edad de ir a la escuela que realmente quiere seguir aprendiendo. De esta manera, el «actor» también podrá darse cuenta de cómo se sienten las niñas a quienes se les priva de recibir una educación.

El juego de roles puede representarse de diferentes maneras. Su equipo de producción podría presentar el juego de roles. O usted podría pedir a voluntarios que acudieran al estudio para representar la escena.

Asegúrese de que puede transmitir su mensaje a través del juego de roles o en la discusión que se mantenga después.

Un juego de roles corto es eficaz, así que límitese a una duración de unos cinco minutos.

5.10 Diario de audio

Un diario de audio es un proyecto de radio a largo plazo que combina todos los formatos de audio y que puede incluir entrevistas, perfiles y comentarios. Puede estar compuesto por una serie de montajes cortos o puede ser uno más largo. Lo que hace diferente a un diario de audio es que se centra en la historia de una persona.

Realizar un diario de audio con una niña que no puede seguir yendo a la escuela o que encuentra otras formas de seguir aprendiendo mientras la escuela permanece cerrada es una manera interesante de seguir la problemática y ver el impacto que tiene en la vida de una persona.

Realizar diarios de radio con gente joven, en particular con niñas, requiere orientación, dedicación y tiempo. El realizador debe conocer la ley en materia de protección de niños contra los daños y la explotación, y ser investigado por motivos de salvaguardia. El realizador debe obtener la autorización y el consentimiento del padre/madre/tutor(a) de la niña.

Pasos para realizar un diario de audio

1. Pida a la estación que le preste una grabadora a una joven por un largo periodo. Sea claro con ella en cuanto a su responsabilidad en el cuidado del material.
2. Asegúrese de que la diarista entiende cómo funciona el material y cómo se graba con calidad de transmisión.
3. Enséñela cómo registrar las grabaciones en un cuaderno.
4. Reflexione con ella en la historia que le gustaría contar. Podría ser sobre cómo encontrar maneras de seguir aprendiendo mientras permanezca cerrada la escuela, sobre cómo organizar grupos de aprendizaje o sobre cómo está obligada a quedarse en casa para cuidar de sus hermanos pequeños.
5. Repase los distintos elementos – entrevistas, perfiles y comentarios – que pueden incluirse en un diario de audio.
6. Subraye la importancia del sonido y cómo ha de utilizarse para crear una imagen en la mente de los auditores. Es importante grabar no solo a la persona mientras habla, sino también el sonido que produce cuando hace las cosas que hace. Por ejemplo, si es la historia de una niña que lleva la casa, los auditores deberían poder oír los ruidos que hace la niña mientras cocina, limpia o cuida de sus hermanos pequeños.
7. Cuando la niña piense que ya ha grabado lo suficiente, siéntese con ella y escuche todas las grabaciones antes de seleccionar las partes que vaya a utilizar. Recuerde: un diario de audio es la historia de alguien y, por lo tanto, tiene que tener un argumento con un principio, un desarrollo y un final.
8. Es extremadamente importante que hable con ella de las implicaciones que tiene el hecho de que comparta su historia. Puede que ciertos detalles, aunque sean centrales para la historia, deban dejarse de lado para proteger su persona.

5.11 Anuncio de servicio público (PSA)

Un anuncio de servicio público (PSA) es un mensaje central de una campaña, diseñado en un clip de audio grabado que puede poner en distintas situaciones: para anunciar el próximo programa, para anunciar el inicio del programa, para recordar a la audiencia el mensaje principal del programa o para otras finalidades.

La finalidad de un PSA es sensibilizar al público y difundir el mensaje. También pretende cambiar la actitud y la mentalidad del público acerca de una cuestión social. Suele terminar con un eslogan. Por lo general, un PSA dura aproximadamente 30 segundos.

Le indicamos a continuación nuestro texto para un anuncio de servicio público para esta campaña, para promocionar que las niñas sigan aprendiendo. Este PSA se refiere a la situación general. Creemos que también puede resultar apropiado para muchas situaciones locales:

- ▶ No dejes que la COVID-19 afecte al futuro de las niñas. Cuando esta crisis haya pasado, muchas niñas dejarán de ir a la escuela para ayudar con la economía familiar o para ocuparse de la familia debido a las consecuencias económicas de la pandemia.
- ▶ Millones de niñas se quedarán sin escuela, sumándose a los 130 millones de niñas que ya no iban a la escuela antes de la COVID-19.
- ▶ Las escuelas son un salvavidas para las niñas. Gracias a ellas, están protegidas y aumentan sus oportunidades en la vida. Cuando una niña aprende, todos salimos ganando.
- ▶ La Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO hace un llamamiento para que las niñas puedan seguir aprendiendo por todos los medios posibles mientras las escuelas permanezcan cerradas. Y cuando vuelvan a abrir, que las niñas puedan regresar a la escuela.

Puede utilizar este texto y grabar su propio PSA para fomentar una mayor conciencia en torno a esta cuestión y difundir el mensaje.

Si quiere que el mensaje se ajuste más a su situación local, reemplace esta frase con sus propios datos:

- ▶ Millones de niñas se quedarán sin escuela, sumándose a los 130 millones de niñas que ya no iban a la escuela antes de la COVID-19.

Las demás líneas del texto del PSA se aplican a cualquier situación y contienen los mensajes centrales de la campaña. Se mantendrán los mensajes centrales cuando se traduzca el anuncio a otras lenguas.

Puede añadir su sintonía de radio u otra sintonía breve cuando empieza y cuando termina para marcar el principio y el fin del PSA. Recuerde que ha de mencionar a la Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO.

5.12 Jingle

Un jingle es una canción corta o sintonía fácil de cantar y de recordar. Tiene un mensaje claro.

El jingle tiene que tener un eslogan relacionado con el mensaje central.

Piense cuál es la idea principal con la que quiere que se quede la audiencia sobre el tema. Imagine que solo tiene unos pocos segundos para describirla. ¡Si puede decir su mensaje en pocos segundos, entonces tiene el gancho para su jingle!

Si no tiene acceso a un estudio para crear un jingle, utilice sus voces para crear una canción que sirva de jingle y grábela con su smartphone.

Por lo general, un jingle dura entre 10 y 30 segundos.

Le indicamos a continuación el texto de nuestro jingle. Puede añadir un ritmo al texto, transformarlo en canción o leerlo como un poema.

Seguir aprendiendo es un derecho para todas las niñas
Con la escuela, aumentarán sus ingresos y están protegidas
Con las escuelas cerradas, ayuda a las niñas a que aprendan desde casa
Con una educación, aumentarán sus oportunidades en la vida
Cuando el aprendizaje no se detiene, el mundo prospera
Cuando abran las escuelas, asegúrese de que su hija vaya allí

Está escrito con rima, por lo que puede resultar difícil traducirlo en otros idiomas. Cree un jingle propio con el mismo «toque».

5.13 Interacción a través de las redes sociales

Haga que su contenido sea más potente y dinámico manteniendo el contacto con su audiencia a través del móvil y de Internet. Difunda a través de las redes sociales historias que haya grabado con antelación, organice concursos en directo, interactúe con los auditores que llaman al programa, lea los mensajes de texto y responda a los comentarios en las redes sociales.

En un programa en directo, puede interactuar con su audiencia de muchas maneras diferentes:

- ▶ Si su audiencia tiene teléfono móvil, puede llamar al programa con sus comentarios, preguntas para un invitado especial o dar su propia opinión tras un debate o una discusión.
- ▶ Comunique a su audiencia un número para que pueda enviar por SMS sus preguntas a un invitado especial durante el programa o para que vote a una pregunta cerrada.
- ▶ Organice un concurso para los auditores con pequeños premios. Pueden llamar o enviar por SMS sus respuestas.

Si su estación de radio tiene una cuenta propia en redes sociales – como en Facebook, Twitter, Instagram o TikTok –, puede utilizar la cuenta para promover el programa e iniciar una conversación sobre el tema después de que termine el programa.

- ▶ Lance una pregunta a sus auditores y diríjales a la página de Facebook para que compartan sus respuestas y opiniones al respecto.
- ▶ La manera para introducir una entrevista a pie de calle es: «A continuación, vamos a escuchar los puntos de vista de la comunidad sobre el hecho de que las niñas pierdan la oportunidad de ir a la escuela».
- ▶ Comparta enlaces de interés en sus cuentas de redes sociales para que puedan consultarlos los auditores que quieran saber más sobre el tema del programa.
- ▶ Haga publicaciones a menudo para que sus auditores se acostumbren a comprobar sus cuentas en las redes sociales. Logre que se convierta en una plataforma fiable y actualizada que puedan sintonizar.

- ▶ Utilice contenidos de su programa en una entrada de blog o cítelos y compártalos en sus redes sociales.
- ▶ Edite fragmentos de audio muy breves (notas de voz) de un programa o de una entrevista y publíquelos en las redes sociales. Asegúrese de que esos fragmentos se ajustan al ángulo, tema o mensaje central de la campaña.
- ▶ Conteste a todo el mundo.
- ▶ Suprima los comentarios ofensivos y bloquee los troles.
- ▶ Ofrezca sesiones de preguntas y respuestas en vivo a través de Facebook sobre campañas específicas (los miembros del grupo WhatsApp pueden enviar preguntas con antelación y se leerán y contestarán durante la transmisión en vivo de Facebook).
- ▶ Solicite ideas para programas de radio complementarios.
- ▶ Celebre un concurso o un certamen con premios.

Consejos para los concursos:

- ▶ Busque la información con antelación y asegúrese de que está actualizada y que es correcta.
- ▶ Asegúrese de que sus respuestas son lo suficientemente específicas para los conocimientos de su audiencia y que pueden contestar a al menos algunas de las preguntas correctamente.
- ▶ Asegúrese de que empieza y termina el concurso con mensajes clave de modo que la audiencia sepa más y pueda sacar algo de información.

Si recibe en el programa a invitados que tengan seguidores en las redes sociales, anímelos a promover el programa en sus redes sociales para llegar a una mayor audiencia.

Si usted utiliza redes sociales, puede utilizar el hashtag de la campaña #LaEducaciónContinúa y/o crear su propio hashtag en relación con el mensaje central de la campaña.

Puede seguir a otras estaciones de radio de la comunidad en las redes sociales y compartir sus mensajes en sus redes sociales. Pídale que hagan lo mismo para usted. Incluya en sus redes sociales enlaces al hashtag de la campaña #LaEducaciónContinúa y a la página Web de la campaña (<http://on.unesco.org/ellasVuelvenalaEscuela>).

5.14 Utilizar WhatsApp

Con WhatsApp resulta más fácil compartir y difundir diversos tipos de contenido - texto en tiempo real, documentos, imágenes, audios, vídeos y localizaciones. Puede usarse de forma individualizada, para grupos o para listas de difusión. Es gratuito para los usuarios.

Puede utilizar WhatsApp para enviar notas de voz y ficheros de audio a su audiencia. Es una manera estupenda de compartir contenido de radio. Edite su programa de radio en fragmentos cortos, unos 2 minutos por clip, y envíe los clips en mensajes a sus grupos.

Puede utilizar WhatsApp como una plataforma para el desarrollo de la comunidad, una manera de activar sus redes y un canal de colaboración pública para compartir informaciones y conocimientos. También puede compartir noticias que puede que no lleguen a los medios informativos mundiales, en especial en zonas de conflicto donde resulta muy difícil compartir información.

WhatsApp utiliza muy pocos datos (menos de 2kb por mensaje) y es fácil de utilizar, así que puede enviar mensajes a cualquiera que tenga un smartphone sin depender de los proveedores de servicios de telefonía móvil o de planes de datos caros. Muchos proveedores de servicios de telefonía móvil ofrecen un acceso ilimitado a WhatsApp, lo que significa que los usuarios no necesitan tener los datos de su teléfono activados para poder utilizar la aplicación.

¿Qué necesita?

Un smartphone con acceso a Internet.

Una idea de lo que quiere hacer.

¿Quiere utilizar WhatsApp para una amplia difusión unidireccional o para conversaciones de grupo?

¿Quiere poder moderar o controlar el contenido que se comparte, quién lo comparte y cuándo?

Debe obtener la autorización de los invitados del programa y de los miembros del equipo antes de añadirlos al grupo: Si añade a alguien al grupo y que este abandona el grupo, respete su decisión y no le vuelva a añadir a menos que así lo pida expresamente.

Obtenga su consentimiento: Los mensajes solo deben ser enviados a aquellas personas a las que haya contactado con anterioridad y que hayan aceptado que les contacte por WhatsApp. Existen dos tipos de grupos que puede crear en la plataforma de WhatsApp: grupos de chat y listas de difusión.

Los grupos de chat le permiten compartir contenido abierto hasta con 256 números de teléfono. Se crean fácilmente.

Los destinatarios de los grupos de chat recibirán todo el contenido que se comparta y podrán contribuir con contenidos sin restricciones. Los contenidos se recibirán tanto si los números de teléfono están grabados en la lista de contactos del destinatario como si no.

Todos los destinatarios pueden ver los números de teléfono en el grupo de chat, así que usted ha de pensar en ello a la hora de optar por la utilización de este tipo de grupo. Si comunica con niñas menores, puede que los grupos de chat de WhatsApp no sean una buena idea.

Las listas de difusión son listas guardadas de números de teléfono a quien usted puede enviar repetidamente contenidos. Los contenidos se enviarán a todos los miembros de la lista y aparecerán como un mensaje normal en su pantalla de chat. Cada mensaje aparece como un intercambio individualizado entre su número y el del destinatario. Si contestan, solo le contestarán a usted. Los destinatarios no ven a los demás miembros del grupo.

Los destinatarios *deben* grabar el número de difusión en su lista de contactos para recibir contenidos. Cuando captura información de seguidores, solicite su autorización para añadirles a la lista y pídeles que añadan su número de WhatsApp a su lista de contactos.

6

Sensibilización, audiencia y comentarios





6.1 Sensibilización

La sensibilización implica que líderes adopten decisiones influyentes. A través de la sensibilización se pretende garantizar que toda la sociedad pueda:

- hacer oír su voz en temas que le resulten importantes.
- proteger y promover sus derechos.
- hacer que se tengan en cuenta sus opiniones y deseos cuando se toman decisiones sobre la vida de cada uno.

Concienciar y promocionar una creencia es una labor de sensibilización. La sensibilización puede realizarse a diferentes niveles para influir en los responsables de la toma de decisiones, como consejeros locales, gobiernos, juntas directivas, personal docente, así como en gente que invierte y que financia proyectos.

Podría hacer un programa de radio en el que se aborde una historia sobre niñas que están faltando a la escuela en su área. O podría hacer un programa en el que promueva que las niñas regresen a la escuela. Si fuera posible, puede hacer que su programa de radio también esté disponible en podcast, lo que significa que podría difundirse a través de las redes sociales y que la gente podría acceder al podcast desde sus teléfonos móviles.

Utilizar los mensajes de campaña en sus labores de sensibilización

Una forma de utilizar este kit para llevar a cabo sus labores de sensibilización es utilizar los mensajes de la campaña para crear declaraciones de acción. Una declaración de acción combina una creencia o un hecho clave, el impacto de esta creencia o hecho y un llamamiento a la acción dirigido a la audiencia.

Ejemplo de declaraciones:

- ▶ *Antes de la COVID-19, ya había millones de niñas que no iban a la escuela. Cuando las escuelas vuelvan a abrir, debemos aprovechar esa oportunidad para asegurarnos de que **TODAS LAS NIÑAS** reciban una educación y que ninguna niña falte a la escuela.*
- ▶ *Para muchas niñas, la escuela es mucho más que una llave para un futuro mejor. La escuela ofrece un apoyo social, servicios vitales y protección. Tenemos que asegurarnos de que las niñas pueden regresar a las aulas tan pronto como vuelvan a abrirse las escuelas.*
- ▶ *Para muchas niñas, poder seguir aprendiendo depende de si tienen acceso a la televisión, a los ordenadores, a los teléfonos móviles y a Internet, así como a los libros. Debemos utilizar todos los medios, incluidas las soluciones de baja y de alta tecnología, para asegurarnos de que la educación continúe.*

Transmitir mensajes de sensibilización a su audiencia

Haga que su audiencia participe en la búsqueda de soluciones al problema o al tema con la ayuda de los mensajes de la campaña. Por ejemplo:

«Para muchas niñas, poder seguir aprendiendo depende de si tienen acceso a la televisión, a los ordenadores, a los teléfonos móviles y a Internet, así como a los libros. ¿Cómo podemos ayudar a organizar pequeños grupos de aprendizaje, sanos y seguros, en nuestras comunidades para ayudar a que las niñas puedan seguir aprendiendo juntas?»

«En el pico de la pandemia de la COVID-19, más de 760 millones de niñas en el mundo no asistían a la escuela. Más de 11 millones de niñas podrían no volver a la escuela. ¿Cómo podemos organizar clases de recuperación para que las niñas no abandonen su educación?»

«Para muchas niñas, la escuela es mucho más que una llave para un futuro mejor. La escuela ofrece un apoyo social, servicios vitales y protección. ¿Cómo podemos asegurarnos de que no falte ninguna niña en las aulas cuando las escuelas vuelvan a abrir?»

Hacer que la campaña sea pertinente a nivel local

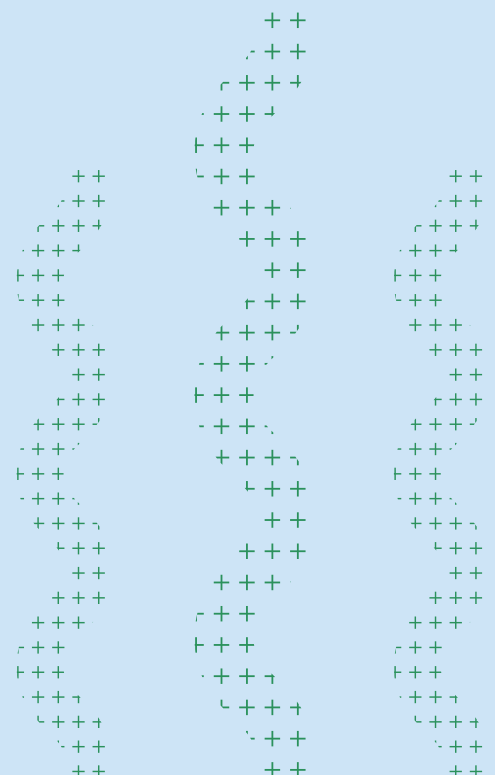
Para que resulte más pertinente, puede adaptar el contenido de su programa de radio y los mensajes de la campaña basándose en sus conocimientos sobre los asuntos locales y los obstáculos a los que las niñas han de enfrentarse para poder seguir aprendiendo.

Por ejemplo:

«En nuestra región, las madres adolescentes abandonan la escuela. Todas las niñas tienen derecho a una educación de calidad. ¿Qué podemos hacer para apoyarlas, en casa y en la escuela, para que puedan seguir aprendiendo?»

No olvide:

- ▶ utilizar un lenguaje sencillo de entender y al que su audiencia pueda referirse sin dificultades.
- ▶ explicar a su audiencia por qué deberían escucharle, haciendo que el tema tenga alguna relación con su experiencia y con sus vidas.
- ▶ incluir una variedad de formatos en sus programas de radio que le permitan mantener la atención de su audiencia.



6.2 Interactuar con distintos tipos de audiencia

Cuando realice su programa, necesitará desarrollar la temática o el tema partiendo de una idea inicial. A continuación, le proponemos una serie de ideas para conectar con distintos tipos de audiencia y de cosas que les interesan.

Niñas en edad de ir a la escuela (y sus hermanas)

- ▶ Si las niñas regresan a la escuela y algunas de sus compañeras están ausentes, querrán conocer el motivo y quizás quieran hacer algo para animar a sus compañeras de clase a que vuelvan.
- ▶ La mayoría de las niñas querrán saber cuándo y cómo van a poder seguir aprendiendo. ¿Habrá clases de recuperación? ¿Dónde podrán recuperar las clases a las que no han podido asistir (como, por ejemplo, en línea, en la televisión o en la radio nacional)?
- ▶ Es posible que las niñas también estén preocupadas por cuestiones como la higiene y la seguridad en la escuela. ¿Cómo las escuelas y las comunidades pueden hacer que las escuelas sean más seguras para ellas cuando vuelvan a abrir?

Familias con niñas en edad de ir a la escuela

- ▶ ¿Cuáles son las principales preocupaciones de las familias al respecto?
- ▶ ¿Tienen dificultades para hacer frente a los gastos de matrícula, de uniforme, de libros o de transporte?
- ▶ ¿Necesitan que sus niñas les ayuden con las tareas domésticas o ganando dinero?
- ▶ ¿Cuánta educación recibieron los padres? ¿Quieren algo mejor para sus hijas?
- ▶ ¿Han enviado de vuelta a la escuela a los niños pero no a las niñas? Si es así, ¿por qué motivo?

Líderes de la comunidad, líderes religiosos y mayores

Es una audiencia importante para usted porque tienen una influencia en los demás miembros de la comunidad.

- ▶ ¿Qué quieren para la comunidad?
- ▶ ¿Están a favor de que las niñas reciban una educación?
- ▶ ¿Quieren proteger a las niñas de un matrimonio y un embarazo tempranos?
- ▶ ¿Los líderes y los mayores de su comunidad tienen un punto de vista distinto acerca de la educación de las niñas? ¿Puede conseguir que hablen de sus puntos de vista y ver otras opiniones?

Docentes

Su trabajo consiste en educar a los niños. Sabrán cómo las niñas responden al aprendizaje y a la ventaja de aprender. También sabrán cuáles son los obstáculos a los que han de enfrentarse las niñas para recibir una educación, tanto dentro como fuera de la escuela.

- ▶ Pregúnteles si han constatado la ausencia de niñas en las aulas.
- ▶ Si las escuelas aún siguen cerradas, pregúnteles si los maestros están ayudando a las niñas y qué más podría hacer la escuela (y otros organismos), como por ejemplo organizar grupos de aprendizaje informales, distribuir materiales didácticos u organizar clases de recuperación.
- ▶ Si las escuelas están abiertas, pregúnteles qué se podría hacer para que las niñas puedan acudir a la escuela más fácilmente y de forma más segura, garantizando por ejemplo una higiene y un saneamiento adecuados.
- ▶ Los docentes también estarán interesados en escuchar lo que otras personas de la comunidad tengan que decir sobre la educación.

Los jóvenes y otros miembros de su comunidad

Incluya a los jóvenes de su comunidad, a los adultos que no tengan hijos, a los trabajadores de ONG y quizás también a desempleados.

Los jóvenes son el futuro de una comunidad y tienen la energía y la ambición para hacer que las cosas cambien. Pueden influir en la comunidad para que cambie de opinión sobre este tema.

- ▶ Si ellos mismos iban hasta hace poco a la escuela, descubra cómo valoran la educación.
- ▶ Quizás perdieron la oportunidad de recibir una educación y les hubiese gustado tener otras oportunidades. Recuerde que cuando una niña recibe educación, la comunidad que la rodea también sale beneficiada.



© Banco Mundial / Graham Crouch

Trabajadores de ONG

Quieren saber qué ocurre en la comunidad en la que están trabajando y puede que también puedan compartir información con usted que hayan obtenido a través de sus contactos acerca de cómo se aborda este tema en otras comunidades.

Funcionarios del gobierno local

Puede que los funcionarios no sepan que en ciertas comunidades las niñas no están regresando a la escuela tras su reapertura. Su programa de radio les ayudará a saber más sobre lo que está ocurriendo.

- ▶ Convenza a los funcionarios a que tomen medidas. Anímelos a que sean más estrictos con el tema, a ofrecer apoyo a las familias o a tomar medidas.
- ▶ Si participan en su programa, pueden influenciar a las familias de su comunidad para que manden a sus hijas a la escuela o para ayudarlas a que aprendan por otros medios.

Llegar a un público más amplio

Puede que gente de paso en su zona escuche su estación de radio comunitaria, como por ejemplo conductores o gente de empresas privadas. Estarán interesados en este tipo de temas de actualidad. Puede que ellos mismos tengan hijas y tengan opiniones firmes al respecto.

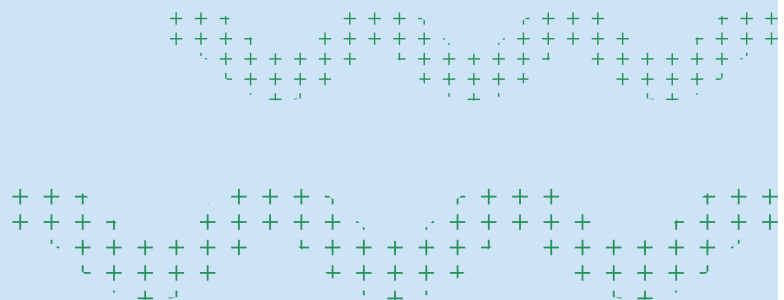
El mensaje de su programa puede llegar a alguien del gobierno nacional que esté interesado en el tema o a alguien de un medio de comunicación nacional que esté buscando una buena historia.

El hecho de que jóvenes y mayores se reúnan y puedan compartir experiencias e ideas que vengan directamente de su grupo de edad o «generación» puede ser interesante y enriquecedor y puede servir para rectificar algunas ideas falsas. También se conoce como «diálogo intergeneracional».

La gente mayor tiene una riqueza de opiniones y experiencias, a pesar de que algunos jóvenes puedan pensar que sus ideas están «chapadas a la antigua». De igual manera, es importante que los mayores escuchen las ideas de los jóvenes y perciban su energía.

No olvide

- ▶ cómo este tema une o divide a distintos grupos de su comunidad.
- ▶ a quién afecta este tema.
- ▶ comprobar si hay otras personas y organizaciones que ya estén trabajando en el tema.





© Banco Mundial / María Fleischmann

6.3 Comentarios

¿Cómo puede saber si su programa de radio y su mensaje han producido un impacto en su audiencia?

Una manera para descubrir qué impacto ha producido su programa de radio o mensaje es entrevistando después a algunas personas. Pregúnteles sobre el mensaje central para ver si han entendido la idea que pretendía transmitir. También pídeles que hagan un comentario de forma más general. ¿Qué es lo que les ha gustado? ¿Qué se puede mejorar? ¿De qué es de lo que más se van a acordar? ¿Han aprendido cosas nuevas? ¿Harán algo distinto a partir de ahora?

Si utiliza las redes sociales o WhatsApp, pida a los auditores que dejen sus comentarios a través de esas plataformas. Las redes sociales son públicas, así que todo el mundo puede ver lo que otros dicen sobre el programa. Si quiere que los comentarios sean anónimos, puede pedir a la gente que envíe mensajes de texto o de WhatsApp.

La Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO, que encabeza esta campaña, estaría interesada en escuchar sus comentarios sobre actividades de divulgación y sobre cómo las audiencias responden a esos mensajes.

Puede pedir a su audiencia que hagan sus comentarios utilizando el hashtag [#LaEducaciónContinúa](#) o envíe un e-mail a Gender.ED@unesco.org

7

La Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO



7.1 La Coalición Mundial para la Educación de la UNESCO

La UNESCO es la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Los programas de la UNESCO contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos en la Agenda 2030, adoptada por la Asamblea General de la ONU en 2015.

En marzo de 2020, la UNESCO constituyó la Coalición Mundial para la Educación para salvaguardar la educación de todos en plena crisis de la COVID-19. La Coalición tiene tres grupos de referencia para sustentar una acción concertada: un grupo de conectividad, uno de docentes y uno de género.

El Grupo de Referencia de Género encabeza esta campaña para promover la continuidad del aprendizaje de las niñas mientras permanezcan cerradas las escuelas y promover el regreso a las aulas de las niñas cuando estas vuelvan a abrir. Forma parte de unos esfuerzos más amplios cuyo objetivo es abordar las dimensiones de género de la crisis escolar de la COVID-19 y salvaguardar el progreso que se había logrado en materia de igualdad de género en la educación en las últimas décadas. Se centra en:

- ▶ entender y abordar las posibles brechas de género en el aprendizaje a distancia durante los cierres escolares y los resultados del aprendizaje a distancia.
- ▶ abordar los temas transversales de riqueza, protección, nutrición y educación relacionados con los brotes de enfermedad que tienen un impacto negativo en la continuidad del aprendizaje de niños y niñas y su regreso a la escuela.
- ▶ asegurarse de que tanto los niños como las niñas vuelven a asistir a la escuela y a participar en los programas educativos después de que haya terminado el periodo de confinamiento y de que se han colmado las posibles lagunas de aprendizaje.
- ▶ Construir unos sistemas de educación mejores y más formadores que, basándose en las enseñanzas extraídas de la COVID-19, tengan en cuenta la dimensión de géneros y sean más equitativos y sólidos.

Las siguientes organizaciones respaldan los esfuerzos del Grupo de Referencia de Género:

La Unión Panafricana de Estudiantes, APO Group (la Organización Africana de la Prensa), Code.org, Girls Not Brides, el Ministerio francés de Asuntos Europeos y Asuntos Exteriores, el Foro de Mujeres Africanas Especialistas en Pedagogía (FAWE), la Alianza Global de Niñas de la Fundación Obama, los Asuntos Globales de Canadá, la Campaña Global para la Educación, la Alianza Mundial para la Educación (GPE), Imagine Worldwide, la Red Interinstitucional para la Educación en Situaciones de Emergencia, JA Worldwide, KPMG, el Fondo Malala, Fundación Educacional Micro:bit, Oxfam, Plan Internacional, Save the Children Internacional, Technovation, Uber, el Ministerio de Desarrollo Internacional británico, la Iniciativa de las Naciones Unidas para la Educación de las Niñas (UNGEI), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), el Programa Mundial de Alimentos y Visión Mundial Internacional.

El Grupo de Referencia de Género proporciona una plataforma para las agencias de las Naciones Unidas, las organizaciones internacionales, el sector privado, los representantes de la sociedad civil y los Estados miembros interesados comprometidos con la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las niñas y las mujeres en y a través de la educación.

Se invita a las organizaciones interesadas a ponerse en contacto con la UNESCO para discutir qué apoyo, herramientas o servicios pueden ofrecer para abordar las dimensiones de género de los cierres escolares relacionados con la COVID-19 y garantizar que #LaEducaciónContinúa.

<http://on.unesco.org/ellasVuelvenalaEscuela>

Contáctenos para apoyar al Grupo de Referencia de Género, escribiendo a:
Gender.ed@unesco.org.

En apoyo de la
**Coalición Mundial para la
Educación COVID-19**
lanzada por la UNESCO



Publicado en 2020 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura 7, place de Fontenoy, 75352 París 07 SP, Francia

© UNESCO 2020



Este documento está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>). Al utilizar el contenido del presente documento, los usuarios aceptan las condiciones de utilización del Repositorio UNESCO de acceso abierto (www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-sp).

Los términos empleados en este documento y la presentación de los datos que en él aparecen no implican toma alguna de posición de parte de la UNESCO en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones o de sus autoridades, fronteras o límites.

Las ideas y opiniones expresadas en este documento son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNESCO ni comprometen a la Organización.

Fotografía de cubierta - Zhu Difeng / Shutterstock.com

Fotografía de contraportada - © Fotografía ONU / Marco Dormino

Diseñado por Rooftop Production

En apoyo de la
Coalición Mundial para la
Educación COVID-19
lanzada por la UNESCO



MÁS DE
11 MILLONES
DE NIÑAS
CORREN EL
RIESGO
DE NO VOLVER
A LA
ESCUELA.

<http://on.unesco.org/ellasVuelvenalaEscuela>

#LaEducaciónContinúa