

GUÍA

Comunicación estratégica de AKUAL

Narrativas compartidas. Mensajes comunes.

Distintas entidades, una narrativa compartida

Esta guía traduce en herramientas de consulta rápida lo trabajado durante las dos jornadas del Taller de Comunicación Estratégica: ¿qué decir a cada público?, cómo comunicar desde un enfoque de derechos y cómo coordinarnos entre todas las entidades de la red para contar AKUAL con una misma voz.

1 Matriz de públicos y mensajes
qué decir, a quién y con qué tono.

2 Checklist de calidad
doce preguntas antes de publicar.

3 Flujo de coordinación
de la actividad al archivo, en ocho pasos.

4 Ficha de recopilación
para no perder ningún dato en el momento.

PROGRAMA

AKUAL · Agua y Saneamiento — Cooperación
Centroamérica-Euskadi

ELABORADO POR

Equipo comunicación AKUAL

GUÍA DEL TALLER

Comunicación estratégica de AKUAL

Narrativas compartidas. Mensajes comunes.

PARA QUÉ SIRVE ESTA GUÍA

Esta guía recoge, en un solo documento, los marcos y las herramientas que trabajamos durante las dos jornadas del taller. No es un resumen de todo lo que se dijo, sino una selección pensada para consultar en el día a día: cuando tengáis que redactar una publicación, decidir a quién os dirigís, o revisar un contenido antes de publicarlo, esta guía debería daros la respuesta en pocos minutos.

El enfoque del taller

AKUAL ya cuenta con una estrategia de comunicación propia. El taller no ha buscado sustituirla, sino aterrizarla y hacerla útil para el trabajo diario de cada entidad.

La idea clave que sostiene todo lo demás es esta: no buscamos que todas las entidades de la red comuniquen igual. Cada una tiene su público, su contexto y su forma de trabajar. Lo que buscamos es que, cuando cualquiera hable de AKUAL, comparta una misma manera de entender y contar el programa, adaptada a sus públicos y contextos.

AKUAL es una sola narrativa contada por muchas voces distintas. Ese es el equilibrio que sostiene esta guía.

Nuestros públicos y cómo hablamos a cada uno

Identificamos cinco grandes públicos con los que trabaja la red AKUAL. La siguiente tabla recoge, para cada uno, qué queremos que sepa, qué mensaje de AKUAL conviene reforzar, en qué tipo de contenido funciona mejor, y con qué tono dirigirnos.

Público	Qué queremos que sepa	Mensaje AKUAL	Tipo de contenido	Tono
Ciudadanía de los países donde se desarrolla AKUAL	Qué es AKUAL, para qué sirve y cómo se relaciona con su derecho al agua y al saneamiento en su propia comunidad.	Derecho humano al agua y al saneamiento + impacto concreto en su vida diaria.	Publicaciones en redes sociales, piezas audiovisuales breves, infografías sencillas, contenidos para radio o canales locales.	Claro, cercano, contextualizado; sin tecnicismos.

Público	Qué queremos que sepa	Mensaje AKUAL	Tipo de contenido	Tono
Comunidades y territorios vinculados a las acciones	Qué cambios concretos trae la actividad, qué resultados deja y qué papel tienen ellas mismas en el proceso.	Protagonismo local + enfoque de derechos + impacto concreto.	Testimonios, vídeos con voces locales, reportajes fotográficos, publicaciones con historias en primera persona.	Cercano y respetuoso, que reconozca protagonismo; sin asistencialismo ni victimización.
Públicos institucionales y profesionales	Datos técnicos, metodología, resultados medibles y cómo funciona la red y la transferencia de conocimiento entre entidades.	Trabajo en red + sostenibilidad + transferencia de conocimiento.	Informes, notas técnicas, boletines, presentaciones institucionales, contenidos para LinkedIn.	Técnico pero accesible, riguroso, con datos y contexto.
Medios de comunicación de la región	Qué ha pasado, qué datos y cifras lo respaldan, quiénes son los portavoces y qué materiales verificables hay disponibles.	Impacto concreto + cooperación Euskadi-Centroamérica + derecho al agua.	Notas de prensa, dossiers, ruedas de prensa, banco de imágenes y datos verificables.	Informativo y directo, en formato periodístico (titular + entradilla), con portavoces claros.
Ciudadanía e instituciones de Euskadi	Cómo se invierte la cooperación pública vasca, qué resultados genera y el valor del trabajo en red con Centroamérica.	Cooperación Euskadi-Centroamérica + transparencia y rendición de cuentas + trabajo en red.	Boletín, publicaciones institucionales, notas de prensa, contenidos para la web de AKUAL y redes institucionales.	Transparente e institucional, con casos humanos que ilustren la rendición de cuentas.

NOTA

Esta matriz es una propuesta de partida, elaborada a partir del trabajo conjunto del taller. Os proponemos revisarla y validarla entre todas las entidades de la red en las próximas semanas, para que quede como referencia definitiva.

Las siete ideas que queremos que se entiendan de AKUAL

Más allá de la actividad concreta que estéis comunicando, hay siete ideas de fondo que conviene tener presentes. No hace falta incluirlas todas en cada publicación: basta con mirar, al redactar, si vuestro contenido conecta con alguna de ellas y reforzarla con un dato o un ejemplo concreto.

- Que trabajamos en red.
- Que el derecho humano al agua y al saneamiento es la base de todo.
- Que generamos impacto concreto.
- Que apostamos por la sostenibilidad.
- Que reconocemos el protagonismo local.

- Que incorporamos perspectiva de género.
- Que existe una cooperación real entre Euskadi y Centroamérica.

EJEMPLO

Un titular como "Nueva planta de tratamiento en funcionamiento" es correcto, pero se queda corto. Si le añadimos una de estas ideas de fondo, gana mucho: "Nueva planta de tratamiento, gestionada por la comunidad, garantiza agua segura para 300 familias: un ejemplo de cooperación entre Euskadi y Centroamérica." Ahí ya aparecen el impacto concreto, el protagonismo local y la cooperación en red.

Comunicación basada en derechos

Este es el marco narrativo que debe sostener todo lo que comunicamos desde AKUAL. La diferencia entre evitar y priorizar es sutil en las palabras, pero enorme en el mensaje que transmite.

Evitar	Priorizar
Asistencialismo: presentar la cooperación como una ayuda de arriba abajo, como si "le diéramos algo" a comunidades pasivas.	Derechos, capacidades y corresponsabilidad.
Victimización: mostrar a las personas solo como víctimas de una carencia, sin mostrar su capacidad de acción.	Participación, resultados y representación digna de las personas.
Protagonismo institucional excesivo: que el foco se lo lleve la entidad que financia o ejecuta, en lugar de las personas y los resultados.	Lenguaje inclusivo y perspectiva de género, siempre.

EJEMPLO

No es lo mismo decir "AKUAL ha llevado agua potable a una comunidad vulnerable de Centroamérica" que decir "una comunidad de Centroamérica ha logrado garantizar su derecho al agua potable, con el acompañamiento técnico de AKUAL". La primera coloca a la comunidad como receptora pasiva; la segunda, como protagonista de su propio proceso.

De actividad a historia

Muchas veces tenemos la información, pero la contamos como un parte de trabajo, no como algo que a alguien le interese leer. Para convertir una actividad institucional en una historia que se pueda contar, seguid esta secuencia:

1. Público — a quién le hablamos.
2. Objetivo — para qué se lo contamos.
3. Mensaje — la idea central.

4. Dato o resultado — lo que respalda el mensaje.
5. Enfoque AKUAL — cómo conecta con la red.

Apoyaos en estas preguntas guía: ¿qué problema aborda? ¿Quién participa? ¿Qué resultado deja? ¿Por qué importa? ¿Dónde aparece AKUAL como red? Si respondéis a estas cinco preguntas, casi tenéis la historia escrita.

EJEMPLO

Un informe interno diría: "Se ha realizado la instalación de un sistema de cloración en la comunidad X, financiado por el programa AKUAL." Convertido en historia sería: "Durante años, esta comunidad hervía el agua cada día para poder beberla con seguridad. Hoy, gracias a un sistema de cloración instalado con el acompañamiento técnico de AKUAL, esa tarea diaria ha desaparecido. Un cambio pequeño en apariencia, pero que ahorra tiempo, evita enfermedades y forma parte de una red de cooperación entre Euskadi y Centroamérica."

Un mismo mensaje, distintos canales

Un mismo hecho puede convertirse en una publicación de LinkedIn, una noticia para la web, una nota de prensa, una publicación para redes sociales, una comunicación interna o un vídeo. Lo que cambia es el enfoque, el nivel de detalle, el lenguaje y el formato. Lo que no debe cambiar nunca es el núcleo narrativo.

EJEMPLO

Pensad en un mismo hecho: la finalización de un pozo comunitario. En LinkedIn, la entidad lo cuenta en clave institucional, destacando la alianza entre organizaciones. En una nota de prensa, se centra en el dato: cuántas familias se benefician y desde cuándo. En redes sociales, se usa una foto y una frase corta y emocional. En un vídeo, se da voz directamente a la comunidad. Es el mismo hecho, el mismo mensaje de fondo, pero cuatro formas distintas de contarlo.

La web de AKUAL como fuente de contenidos

Antes de crear contenido nuevo desde cero, la web de AKUAL casi siempre tiene algo que os puede servir de punto de partida, de dato o de contexto.

Sección	Para qué sirve
Qué es AKUAL	Referencia para explicar de forma coherente el programa, su enfoque y su propósito.
Entidades socias	Mapa de la red: instituciones, roles y alianzas entre Euskadi y Centroamérica. Útil para saber a quién mencionar o etiquetar.
Noticias	Banco de antecedentes: actividades, resultados, cooperación, género, innovación.
Informes y documentación	Fuente prioritaria para datos, resultados, antecedentes e infografías.
Fondo documental	Recursos sobre derecho al agua, gobernanza, cambio climático, género e infancia.

Sección	Para qué sirve
Galería y multimedia	Fotografías y vídeos. Comprobad siempre permisos, contexto y calidad antes de usarlos.
Sala de prensa	Antecedentes y materiales para dossiers, notas de prensa y enlaces de referencia.
X, LinkedIn, YouTube	Canales de distribución para adaptar el mismo mensaje sin perder la narrativa común.
Boletín	Relación periódica con públicos interesados; contenidos con vida útil más larga que una publicación en redes.

Siete pasos para convertir la web en contenido

1. Elegid una actividad reciente de AKUAL.
2. Buscad en la web un antecedente relacionado.
3. Localizad un dato o documento de contexto.
4. Identificad una fotografía o vídeo útil.
5. Comprobad qué entidades deben aparecer o etiquetarse.
6. Cread un contenido breve para un público centroamericano concreto.
7. Decidid qué enlace de la web puede ampliar la información para quien quiera saber más.

Si seguís estos siete pasos, en menos de media hora tenéis un contenido bien fundamentado, con dato, con contexto y con los créditos correctos.

Checklist de calidad antes de publicar

Antes de publicar cualquier contenido sobre AKUAL, revisad estas doce preguntas. No es un examen: es una revisión de dos minutos antes de dar a publicar. Os recomendamos imprimirla o tenerla a mano.

- ☐ ¿Está claro a qué público nos dirigimos?
- ☐ ¿Sabemos qué queremos que ese público entienda?
- ☐ ¿El lenguaje y el nivel de detalle son adecuados al país y al público?
- ☐ ¿El contenido explica por qué la actividad o el resultado importa?
- ☐ ¿AKUAL aparece como programa y como red, no como una actuación aislada de una sola entidad?
- ☐ ¿Tenemos un enfoque de derechos, evitando narrativas asistencialistas?
- ☐ ¿Se muestran resultados, datos o aprendizajes cuando existen?
- ☐ ¿Se incorpora perspectiva de género y lenguaje inclusivo?
- ☐ ¿Las personas aparecen representadas de forma digna y con protagonismo?
- ☐ ¿Las imágenes cuentan con los permisos necesarios?
- ☐ ¿Hemos revisado si la web de AKUAL aporta un antecedente o recurso?
- ☐ ¿El material se ha guardado en el repositorio compartido, con la versión identificada?

Herramientas digitales para trabajar en red

Parte de los problemas de coordinación vienen de usar herramientas distintas, o de usarlas de forma distinta. La clave no es la herramienta en sí, sino el acuerdo: que todas las entidades usemos las mismas, para los mismos fines.

Herramienta	Para qué la usamos
Google Drive	Repositorio central: documentos, fotos, vídeos, piezas finales, plantillas y materiales de prensa.
Google Docs	Redacción conjunta de notas, noticias y guiones, con comentarios e historial de versiones.
Google Sheets	Calendario editorial y de seguimiento: fecha, entidad, actividad, público, canal, responsable y estado.
Canva	Plantillas compartidas y piezas gráficas, con organización común de carpetas y diseños AKUAL.
Canal rápido (WhatsApp / Teams)	Avisos y coordinación inmediata. No es archivo principal: lo importante que se decida ahí debe quedar reflejado en Drive o en Sheets.
Calendario compartido	Anticipar actividades, efemérides, eventos y fechas de publicación con tiempo.

Flujo de coordinación y acuerdos

El flujo completo, desde que ocurre una actividad hasta que el contenido queda archivado, tiene ocho pasos:

Actividad → Información → Público → Contenido → Validación → Publicación → Difusión → Archivo

Fijaos en que "publicación" no es el final del proceso: después viene la difusión, y por último el archivo, que es lo que nos permite reutilizar ese contenido en el futuro.

Para que este flujo funcione de verdad entre todas las entidades, es necesario acordar cinco cosas muy concretas:

- Quiénes son las personas responsables en cada paso.
- Qué plazos manejamos.
- Qué permisos necesitamos.
- Quién valida el contenido antes de publicar.
- Dónde queda la ubicación final de los materiales.

Ficha mínima para recopilar información de actividades

Usad esta ficha cada vez que ocurra una actividad, mientras la información está fresca, para alimentar contenidos futuros y la propia web de AKUAL. Si se rellena en el momento, cualquier persona del equipo de comunicación puede después construir el contenido sin tener que perseguir a nadie pidiendo datos.

Qué	
Dónde	
Cuándo	
Quién	
Objetivo	
Resultado	
Dato relevante	
Testimonio / voz	
Imagen / vídeo	
Público prioritario	
Enlace o antecedente en la web AKUAL	
Próximo paso	
Responsable de envío / validación	

Para cerrar

Distintas entidades, distintos territorios, una narrativa compartida para comunicar AKUAL.

Os lleváis de este taller cuatro herramientas para usar desde ya: la matriz de públicos y mensajes, la checklist de calidad, el flujo de coordinación y la ficha de recopilación de información. El reto ahora es usarlas, y revisarlas juntas cuando haga falta.