

# Impacto de la campaña de promoción



La campaña de promoción de la candidatura inició con la creación de una imagen corporativa propia y se centró en la consecución de apoyos mediante dos medios; por un lado el envío de vídeos de apoyo y adhesión en los que se animaba simultáneamente a la población a apoyar la candidatura. Se invitó a usar este medio a personas relevantes, conocidas y representativas de diferentes sectores de la sociedad y a representantes de entidades igualmente representativas de la sociedad. Por otro lado, se recogieron cartas de adhesión, tanto de entidades como de personas particulares.

### Creación de una imagen

La candidatura ha contado con su propia imagen de marca, utilizada en todos los productos diseñados para la difusión y promoción durante la campaña.



La campaña se enmarca a su vez en un conjunto de acciones que se están realizando y se van a seguir realizando en reconocimiento por parte de ATTsF del 50 Aniversario de MLRS y que también cuenta con su imagen de marca, utilizada igualmente en el marco de la campaña.



### Vídeos de apoyo; impacto en redes sociales

La campaña por la candidatura de la MLRS al Premio Internacional Navarra a la Solidaridad 2025 arrancó la semana del 19 de mayo con el vídeo de inicio de la campaña de la mano de Eduardo Irigoyen, director de ATTsF, animando a todo el mundo a participar.



En la cuenta attsfnavarra de instagram, se han publicado un total de **51 videos de apoyo a la candidatura** protagonizados por personalidades y organizaciones representativas de diferentes ámbitos de la sociedad manifestando su apoyo a la candidatura. Entre otras aparecen personalidades como Miguel Martín, humorista y colaborador en el programa Hora Vientipico, el rapero Rapsusklei, la actriz Elena Úriz, el tripulante del buque Aita Mari Iñaki Goñi, la periodista y escritora Ebbaba Hameida, el director del Diario de Noticias Joseba Santamaría, el Premio Príncipe de Viana 2016 Ignacio

Aranguren, los alpinistas Ignacio Barrio y Uxue Murolas (vídeo enviado desde la cumbre del pico Makalu, a 8.484 metros), los excapitantes de Osasuna Oier Sanjurjo y Roberto Torres y los campeones del mundo Martín Fiz, en maratón, y Mikel Fernández, de Muay Thai. En cuanto a organizaciones, se ha contado con vídeos de apoyo de Alternatiba, París365, la Federación de Peñas de Pamplona, la Federación de Peñas de Osasuna, Asociación Hazialdea o Yala Nafarroa con Palestina, entre otras muchas, y grupos musicales como Lágrimas de Sangre.

Ver vídeos de apoyo en:

<https://www.youtube.com/watch?v=aDp1tP4mDrw&list=PLbsVBr4cQDkyYpuAcThLfj04v0lOE7Mp>

En términos de impacto, en los últimos 30 días se contabilizan un total de **101.747 visualizaciones** de estos vídeos, alcanzando a un total de **34.554 usuarios**. Se han generado **3.990 interacciones** alcanzando a 2.090 cuentas.

Si se toma como referencia el número de seguidores de ATTsF en Instagram antes de la campaña, se ha incrementado un 35%, alcanzando los 1.452 seguidores.

En la cuenta de attsf\_sahara, se han publicado también 51 videos, ya que ambas cuentas se han nutrido del contenido de una y de otra. En los últimos 30 días, la cuenta ha recibido **6.569 visualizaciones**, con 374 interacciones y 87 seguidores más, alcanzando la cifra de 479 seguidores.

En la difusión hemos identificado también que **algunos usuarios de tik tok** con amplia repercusión (como Héctor Bujari Santorum, con más de 34.000 seguidores) han publicado algunos de estos vídeos. El total de visualizaciones que presentan estos vídeos publicados sólo por este tiktoker alcanzan **más de 25.000**.

**En conclusión, se han publicado en redes sociales 51 videos de apoyo a la candidatura de representantes de la sociedad civil que presentan un total de 107.316 visualizaciones en Instagram a lo que ha de sumarse un altísimo pero indeterminado número de visualizaciones vía Tik-Tok, WhatsApp y otras redes.**

## **Cartas de apoyo de entidades**

En lo que respecta al número de cartas de apoyo de entidades, se han recibido **un total de 58 adhesiones** de entidades tanto a nivel foral, como estatal e internacional. A nivel foral, destaca el apoyo de la Federación Navarra de Municipios y Concejos, la Coordinadora de Organizaciones no Gubernamentales de Desarrollo de Navarra, varios ayuntamientos de Navarra y diferentes organizaciones de la sociedad civil como la Plataforma de Vivienda Pública o la Asamblea de Mujeres de Tudela, entidades deportivas como el Iruña Rugby Club y grupos musicales como la Banda de Chuchín Ibáñez.

A nivel estatal, se ha contado con el apoyo de entidades como la Universidad Autónoma de Madrid, CESAL y grupos musicales como ZuTaGar o Soziedad Alkoholika. En cuanto a entidades internacionales contamos con el apoyo de organizaciones como Médicos del Mundo y Oxfam y organismos de Naciones Unidas como el Programa Mundial de Alimentos. También se ha contado con el respaldo a la candidatura del Salvamento Marítimo Humanitario -SMH, quien ya recibió este galardón en 2022.

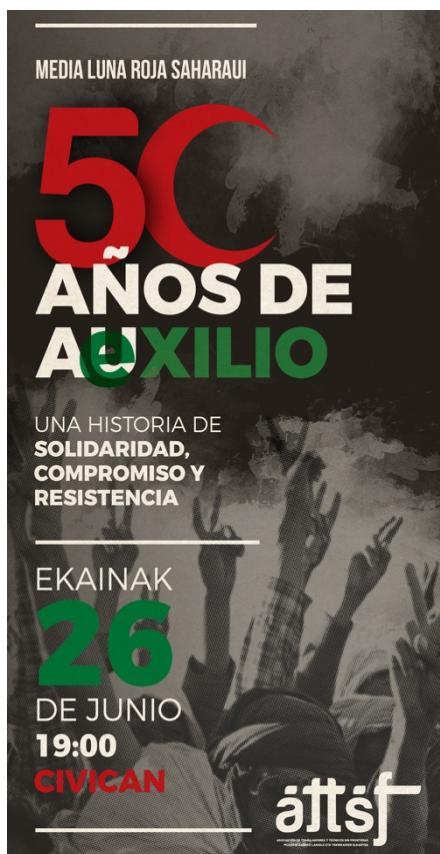
## **Cartas de apoyo personales**

La campaña también ha sido apoyada por diferentes personalidades a nivel foral y estatal como la actriz Luisa Gavasa, el cineasta Raúl de la Fuente, la compositora Teresa Catalán, el fotoperiodista Gervasio Sánchez, el periodista Jorge Nagore, el director de Bomberos de Navarra Iñaki Elías y parlamentarios como Begoña Alfaro, coordinadora de Podemos Navarra, Carlos Guzmán, de Contigo-Zurekin e Isabel Aranburu, de Geroa Bai, el alcalde de Murchante y varios concejales de Contigo-Tudela. **Un total de 38 personalidades han firmado la carta de adhesión.**

**El grueso de las aportaciones lo han enviado particulares, superando las 600 cartas. Sumadas a cartas de entidades y personas representativas de la sociedad civil, la candidatura ha superado las 700 cartas de apoyo.**

## **Producción y estreno de un documental homenaje a MLRS**

En el marco de la campaña ATTsF produjo el documental “**Media Luna Roja Saharaui; 50 años de auxilio**”. Este documental fue estrenado en el Civican de Pamplona y emitido simultáneamente por streaming el día 26 de junio como broche final a la campaña de promoción de la candidatura. El estreno fue **seguido por aproximadamente un centenar de personas en directo y 185 vía streaming**.



Para la producción se desplazó a Campamentos un equipo de dos técnicos especializados en la producción audiovisual, Jerónimo Garciafresca y Juanjo Fernández, que contaron con el apoyo para logística y traducción de Silvia Sanz de Ayala (periodista que se encuentra becada por Gobierno de Navarra para colaborar en labores de comunicación con ATTsf y MLRS) y Bol-la Salama (trabajador de ATTsf en Campamentos con experiencia previa en producción audiovisual y bilingüe hassanía-castellano) y Aza Salama (trabajadora de ATTsf con experiencia en traducción y también bilingüe). El documental recoge imágenes y testimonios que abarcan desde 1.975 hasta la fecha contando la historia de MLRS, el trabajo que desarrolla actualmente y los retos a los que se enfrenta. Contó con la participación del Presidente actual y un expresidente de MLRS, la Gobernadora de la wilaya (campamento) de Auserd, el Responsable de Voluntariado y atención a Emergencias de MLRS, el Responsable de Media Luna Roja Argelina para

atención a población saharaui, la Responsable de MLRS en la wilaya de Bujador, la responsable del programa de Tv “Con muy poco hacemos cosas buenas” (para sensibilización y formación en cocina nutritiva), personas refugiadas, el director de ATTsf, etc.

Ver documental completo en:

<https://www.youtube.com/watch?v=jAnF90T85zA&t=778s>

### Impacto de la campaña en medios de comunicación



Desde el comienzo, la campaña ha buscado la cobertura de los medios de comunicación para lograr un mayor impacto en la ciudadanía. Arrancamos con una nota de prensa anunciando el inicio de la campaña que enviamos a medios locales y nacionales y Diario de Noticias publicó dicha noticia. También emitimos una nota de prensa para

informar de nuestro evento de cierra de campaña celebrado el 26 de junio, en el Civican, donde se proyectó el documental para homenajear a la MLRS. De nuevo, Diario de Noticias hizo eco del evento. Ya el propio día del evento atendimos a Radio Nacional Española y a Televisión Española con motivo del cierre de la campaña y la emisión del

documental. El día 27 se emitido una nueva nota de prensa informando del acto celebrado el 26.

### **Conclusión**

Valoramos muy positivamente el impacto de esta campaña. Se ha logrado que el trabajo de MLRS y el propio Premio Internacional Navarra a la Solidaridad sean más conocidos tanto a nivel foral como estatal. También se ha logrado que la crisis olvidada que vive la población saharaui lo sea un poco menos y hayan recibido un aliento fundamental para su ánimo y su resistencia.