# De la información a la comunicación:

# JÓVENES COMUNICADORES SOLIDARIOS



Aprendizajes del proyecto "De la información a la comunicación: Jóvenes comunicadores solidarios", ejecutado por CIC Batá y cofinanciado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID).

Córdoba, octubre de 2017

Luz Buitrago y Lucrecia Olivari

Antígona Procesos Participativos







Jóvenes Comunicadores Solidarios es un proyecto de educación para el desarrollo ejecutado por CIC Batá entre los años 2016 y 2017, con la cofinanciación de la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID). La iniciativa se enmarca en uno de los objetivos institucionales de CIC Batá: la generación de procesos participativos que propicien la transformación social desde el ámbito educativo y de la comunicación, y la creación y consolidación de sinergias con agentes sociales de diferente índole vinculados al trabajo con jóvenes, comunicación y educación para el desarrollo.

La presente publicación es un encargo realizado por CIC Batá a Antígona Procesos Participativos, y constituye uno de los productos/resultados del proyecto.

Dado que el proyecto da continuidad a una serie de actuaciones en torno al derecho a la comunicación que se han venido impulsando desde Batá, en primer término se presentan los principales antecedentes y ámbitos que desde la entidad se venían abordando, que incidieron en la formulación y ejecución del actual proyecto.

En un segundo apartado se realiza un recorrido descriptivo del proyecto, poniendo especial atención en las acciones formativas realizadas y la campaña de sensibilización e incidencia, los dos frentes en los que el proyecto realizó el despliegue de sus actividades. En el caso de las acciones formativas, se muestran además las valoraciones realizadas por los distintos perfiles de actores implicados en el proyecto (alumnado, equipo de formadores/as, profesorado, equipos directivos y de orientación) recogidas en las fichas de evaluación de los cursos, así como una serie de sugerencias que estos actores plantean de cara a futuras acciones formativas. En el caso de la campaña de sensibilización, se describen las tres acciones principales en torno a las que se organizó la campaña (muestras/encuentros en los IES, actos de calle y jornadas de sensibilización sobre el tratamiento informativo con perspectiva de género), y se presentan las valoraciones de quienes participaron en cada una de las acciones (IES, periodistas, equipo del proyecto).

En el último apartado se presentan los aprendizajes identificados por el equipo del proyecto, a fin de que puedan ser tomados en cuenta en el diseño y formulación de nuevas iniciativas que permitan seguir avanzando en el trabajo con jóvenes y el afianzamiento del derecho a la comunicación.

A lo largo de todo el documento, se hace especial hincapié en el enfoque de género incorporado en el diseño y ejecución del proyecto, así como a los retos pendientes en este ámbito.

La elaboración del documento se realizó a partir de la revisión de la documentación y los materiales generados por Batá a lo largo del proyecto, del intercambio de información con el equipo de trabajo que tuvo a cargo la ejecución del mismo, y de la observación participante de alguna de las actividades realizadas en el marco del proyecto.

PARTIMOS DE COMPRENDER EL MUNDO EN QUE VIVIMOS,
PROFUNDIZAR EN LOS PROBLEMAS GLOBALES DEL DESARROLLO,
ANALIZAR LA MIRADA ANDROCÉNTRICA, DESDE LA PLURALIDAD DE
VOCES, IMÁGENES Y DISCURSOS, UTILIZANDO HERRAMIENTAS COMO
LA RADIO, LA TELEVISIÓN, LA PRENSA Y LAS REDES SOCIALES, Y
ACTUAR Y PARTICIPAR A TRAVÉS DE NUESTRA VOZ (PENSAMIENTOS,
OPINIONES, REIVINDICACIONES, NECESIDADES, POSTURAS...)

Creamos y comunicamos nuestros mensajes utilizando herramientas comunicativas para que nos escuchen porque CONTAMOS EN ESTA HISTORIA.

Accedemos a la información con GAFAS CRÍTICAS

# Antecedentes

### La continuidad de un proceso desarrollado por CIC Batá

El abordaje de la información y comunicación en la educación para el desarrollo ha sido un ámbito estratégico de las actividades formativas y de incidencia de la organización desde hace más de 15 años. El área de la organización que ha estado implicada en el desarrollo de esta línea estratégica es el Área de Educación, Comunicación y Cultura para el Desarrollo (ECCD).

Los programas, proyectos y actividades desarrolladas en este ámbito se han trabajado a partir de la búsqueda de objetivos comunes y/o complementarios al interior del área ECCD y de sus redes, creando sinergias importantes en diferentes escenarios.

Las iniciativas más significativas desarrolladas que nutren el proyecto de JCS son:

#### Foro Andaluz de educación, comunicación y ciudadanía

Red de articulación de agentes sociales andaluces de educación para el desarrollo y comunicación, que inicia su andadura en el año 2010 contando con el impulso de Batá con un desafío común: posicionar la comunicación como elemento central en la construcción de una ciudadanía informada, activa, crítica, participativa y transformadora de su entorno, desde la defensa y promoción del ejercicio del derecho a la comunicación.



#### Comparte tus ideas para otro mundo mejor

Red de educación para el desarrollo que, desde el ejercicio del derecho a la comunicación, pone énfasis en la participación de la ciudadanía andaluza; herramienta que favorece la alfabetización digital y permite a los/as usuarios/as sentirse partícipes de una propuesta colectiva encaminada a construir otro mundo mejor y adquirir nociones sobre los problemas del desarrollo en un centro TIC (sobre todo en los centros de la Red Guadalinfo)<sup>2</sup>.



#### El "Kiosko de pensar"

Exposición itinerante impulsa por Batá desde el año 2010 orientada a cuestionar el modelo de comunicación vigente y demandar medios de comunicación más participativos, inclusivos y activos en los procesos de desarrollo. A partir de esta exposición se desarrollan diversas iniciativas de empoderamiento comunicativo en las ciudades de Córdoba y Málaga.



<sup>2 &</sup>lt;u>Guadalinfo</u> es una red pública de centros de acceso ciudadano a la sociedad de la información en Andalucía. Los centros Guadalinfo se localizan en ayuntamientos menores de 20.000 habitantes, entidades locales autónomas y barriadas urbanas menos favorecidas. Los centros trabajan desde 2003 en la igualdad de oportunidades en el acceso a las TIC y la promoción del talento y la inteligencia colectiva.

#### La unidad didáctica sobre medios de comunicación y brecha digital

Desde hace 15 años CIC Batá imparte esta unidad didáctica en el programa municipal del Ayuntamiento de Córdoba "Solidaridad, tarea de todos/as", en la que se incorpora un juego de mesa orientado a poner en evidencia la brecha digital en los países empobrecidos y la fractura digital de género.





Red de Recursos de Educación y Comunicación para el desarrollo virtual y físico, impulsada por Cic Batá en la provincia de Córdoba.



#### Programa Imágenes del Sur

Implementado durante los años 2012 a 2016, el programa buscaba incorporar la cultura audiovisual en la EpD, generando procesos educomunicativos para incidir en las instituciones de cara a fortalecer las políticas públicas de cooperación y solidaridad, poniendo el énfasis en la formación de conocimientos y habilidades a través de la herramienta audiovisual. Tiene como población destinataria fundamental a los/as jóvenes andaluces/zas, con la intención de aportar al proceso de transformación social expresada en términos de empoderamiento educomunicativo y de incidencia.



El proyecto "De la información a la comunicación: Jóvenes Comunicadores Solidarios" (en adelante JCS) ha impulsado un proceso educomunicativo con perspectiva de género desde la alfabetización mediática (utilización de los medios de comunicación como herramientas educativas y de empoderamiento), implementado con jóvenes de los Institutos de Educación Secundaria (IES), ante todo de los cursos de 3° y 4° de secundaria, en 10 municipios de la Provincia de Córdoba pertenecientes en su gran mayoría a las comarcas y/o mancomunidades del Alto Guadalquivir y Campiña Sur.

#### Mapa de la provincia de Córdoba. Municipios donde se implementó el proyecto.



#### Alto Guadalquivir

El Carpio Montoro Pedro Abad Villa del Río

#### Campiña Sur

Fernán Núñez Montalban Montemayor La Rambla

# Valle Medio del Guadalquivir

La Carlota

#### Córdoba

Barriada de Villarrubia (distrito Periurbano Oeste-Sierra)



Para abordar este proceso educomunicativo ha sido fundamental la coordinación con los equipos directivos y de orientación de los IES, la participación del profesorado en las acciones formativas, así como la colaboración de periodistas de los medios de comunicación locales de las comarcas y delegados/as de los ayuntamientos en los que tuvieron lugar las acciones formativas.

METAS

Utilizar crítica y creativamente
los medios de comunicación de
nuestros pueblos, comarcas y los
que se generan en nuestros centros educativos.

Aprender a manejar la radio,
el vídeo, la prensa, las redes
sociales para comunicar
con más eficacia y participar
con más firmeza
en nuestros ámbitos sociales.

Impulsar la creación de contenidos comunicativos desde los pueblos, zonas rurales; contar lo que no es noticia, historias invisibles, noticias positivas, preocupaciones de la juventud, mensajes solidarios; crear medios propios a través de fotografías, portadas, noticias, pod-cast, vídeos, mensajes, reflexiones, etc. El proyecto se desarrolló en cuatro fases:



#### Fase 1: Preparación

En la fase inicial, dedicada en exclusiva a la preparación de la intervención, se llevan a cabo cuatro actividades:

- 1. Elaboración de contenidos y materiales didácticos. El diseño y elaboración de los contenidos y materiales didácticos de las acciones formativas se realiza a partir de las experiencias previas de Batá y la revisión de otras propuestas del Centro de Recursos de la organización, poniendo especial énfasis en el enfoque de género.
- 2. Selección de los municipios participantes. Tres criterios orientaron la selección de los municipios participantes: municipios de menos de 20.000 habitantes, proximidad geográfica y priorización de los municipios que hacen parte de la "Red comparte tus ideas para otro mundo mejor".
- **3.** Coordinación con los IES. Tras la primera toma de contacto con las directivas, se planifican las reuniones de presentación del proyecto, que se realiza a través de un documento informativo y un <u>video</u>. Estas reuniones tienen como objetivo dar a conocer la propuesta en su conjunto y programar las acciones formativas en los centros.
- 4. Identificación de medios de comunicación. Si bien esta actividad no estaba contemplada en el diseño del proyecto, desde el equipo de Batá se vio la necesidad de realizar desde el inicio un acercamiento a profesionales de la comunicación y

medios locales de los municipios que hacían parte del proyecto, a fin de motivar su implicación en la campañas de sensibilización. En las actividades de identificación y los contactos con medios y profesionales se puso especial énfasis en el tratamiento informativo con perspectiva de género.

#### Fase 2: Ejecución de las acciones formativas

Tras la concertación con los IES, se comienzan a implementar las acciones formativas. Dado que varios institutos solicitaron la realización de las actividades en más cursos de los programados inicialmente, esta fase tuvo una duración más prolongada que la contemplada en el cronograma inicial.

# Fase 3: Campaña de sensibilización sobre el derecho a la información y a la comunicación

#### Actividades

- Diseño de la campaña. Dada la prolongación de la fase anterior, el diseño de la campaña se inicia en paralelo a la implementación de las acciones formativas, ajustando el cronograma real del proyecto en función de las incidencias producidas hasta ese momento.
- 2. Coordinación para la ejecución de la campaña, tanto con los centros educativos como con los ayuntamientos y medios de comunicación locales.
- 3. Ejecución de la campaña, que se concentra en el último mes de ejecución del proyecto.

#### Fase 4. Difusión de los resultados

Elaboración de un documento que da cuenta del proceso realizado y de los aprendizajes generados, y de un reportaje sobre "los retos de la alfabetización mediática", difundidos a través de la web de CIC Batá.

Principales incidencias y ajustes en la ejecución del proyecto		
Incidencias	Ajustes	
Dificultades para compaginar el número de horas de la unidad didáctica diseñada con las horas que los centros pueden poner a disposición para la implementación de las actividades.	Se realiza una adaptación de la unidad didáctica, que pasa de 20 a 10 horas.	
<ul> <li>La acción formativa no se puede realizar con los cursos de Bachillerato por la carga curricular y porque están en período de preparación de la selectividad de los cursos de 2º de Bachillerato.</li> <li>Aumento de grupos participantes por IES: se pasa de 2 programados a entre 3 a 4 por centro; de 20 cursos previstos se pasa a 30. (Algunos IES solicitan aumentar la participación a más clases de</li> </ul>	El aumento en los cursos a impartir demandó ampliar el equipo de dinamizadores/as a fin de responder adecuadamente a la impartición de la acciones formativas.  El nuevo calendario de los cursos implicó, además, una reorientación de la campaña: se sustituye la exposición itinerante prevista inicialmente por muestras-encuentros en los IES	
3° y 4° de la ESO e incluir algunas clase de 2°; el IES de Villafranca solicita una intervención concreta en un campamento de inmersión lingüística en inglés.)	y actos de calle.	
En forma paralela al proyecto JCS, Batá estaba ejecutando el proyecto "Enlazando la participación infantif" que incluía una campaña de incidencia centrada también en el derecho a la comunicación, en este caso con foco en la infancia.	A fin de no duplicar mensajes, esfuerzos y recursos, desde la coordinación de ambos proyectos se decide generar una única campaña, respetando la naturaleza de cada proyecto.	

El proyecto articuló dos ámbitos de actuación estratégicos:

- la acciones formativas
- · la campaña de sensibilización.

Para el abordaje del trabajo en ambos ámbitos, se definió en primer lugar la <u>estrategia de incorporación del enfoque de género</u>, que proporciona el marco para acometer la elaboración de contenidos y definir la metodología de la unidad didáctica así como de los documentos y materiales de la campaña de sensibilización.

### III.a. Las acciones formativas

#### Enfoque de la formación

La propuesta educomunicativa asumida desde Batá en las diferentes iniciativas que lleva a cabo en este ámbito, parte de la comunicación como componente fundamental del proceso educativo, como elemento estratégico a partir del cual propiciar una visión crítica y aportar a los procesos de transformación social en la construcción de una sociedad más justa y equitativa. En el caso del proyecto JCS, para propiciar esta visión crítica se parte de problemáticas propias de los/as jóvenes destinatarios/as del proyecto, poniéndolas en relación con problemáticas claves del mundo actual.

El trabajo se aborda a partir de la concepción de la juventud como ciudadanía participativa (en lugar de simple audiencia), con capacidad crítica y reflexiva a la hora de recibir información y cualquier otro tipo de contenido audiovisual; con capacidad para utilizar herramientas comunicativas desde la responsabilidad y el compromiso; de la juventud como "prosumidora", a la vez consumidora y productora de contenidos.



PRESENTACIÓN ANTECEDENTES EL PROYECTO APRENDIZAJES

#### Los talleres: despliegue de la acción educomunicativa

La <u>unidad didáctica</u> está estructurada en 10 sesiones de una hora de duración cada una, impartidas por lo general en el horario lectivo de los centros educativos. Los contenidos giran alrededor del funcionamiento y contenidos de los medios de comunicación; la producción y difusión de la información-comunicación desde una actitud crítica; el acercamiento al lenguaje audiovisual y radial y <u>las redes sociales</u>; y la aportación de nociones básicas-prácticas para el diseño y producción de información propia. En todos los contenidos se transversaliza el enfoque de género, incluyéndose además sesiones específicas sobre <u>violencia de género</u> y <u>publicidad sexista</u>.

Las acciones formativas se impartieron en las aulas con el formato de talleres, promoviendo la participación del alumnado en las reflexiones y debates sobre los temas abordados en cada sesión y propiciando la construcción colectiva por parte del alumnado de los diferentes materiales radiofónicos y audiovisuales. Se recurre a diferentes dinámicas, intercalando la teoría y la práctica y utilizando un lenguaje sencillo, ameno y cercano a los/as jóvenes, apostando por el trabajo en equipo a fin de fomentar el trabajo cooperativo y el diálogo.

Las actividades planificadas en torno a las acciones formativas no se quedan en el aula sino que las reflexiones y materiales generados durante los talleres nutren una de las acciones principales de la campaña de sensibilización e incidencia: las muestras/encuentros que se realizan en cada centro, destinados a difundir y socializar los resultados obtenidos durante las acciones formativas.

#### EL EQUIPO DE DINAMIZADORES/AS DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Los talleres fueron implementados por un equipo de dinamizadores/as con formación en educación y/o profesionales de la comunicación, con experiencia en alfabetización mediática y trabajo con jóvenes. Su papel ha consistido en orientar el trabajo en los talleres y facilitar información y recursos al alumnado, así como promover la participación del profesorado presente en el aula durante la acción formativa.

#### **Dificultades**

#### Relacionadas con el alumnado

- En algunos de los institutos, el equipo de formadores/as se encontró con grupos de
  jóvenes que al inicio de los cursos mostraron "apatía" en relación a la temática
  propuesta, asociada en algunos casos a comportamientos y comentarios que influyeron en la dinámica de las sesiones y repercutieron en la totalidad del grupo. Si bien
  desde el equipo de formadores se logró re-encauzar las sesiones, tal como se recoge
  en las valoraciones del alumnado, parece necesario revisar las estrategias del equipo
  de formadores/as a fin de evitar este tipo de situaciones.
- Inicialmente se tenía previsto que sea el alumnado quien realice la edición y montaje final de los materiales audiovisuales y pod-cast generados en los talleres. A partir de las modificaciones incorporadas en la programación inicial que redujo el número de horas de la acción formativa, no se contó con el tiempo requerido para abordar estas tareas, que fueron finalmente asumidas por el equipo de formadores/as.

#### Relacionadas con el profesorado

Una dificultad que ha atravesado gran parte de la planificación e implementación de las acciones formativas se relaciona con la escasa o nula implicación del profesorado durante los talleres, elemento clave de cara a amplificar el impacto de las sesiones. La implicación del profesorado, en aquellos centros en los que se ha conseguido, ha redundado de forma clara en una mayor predisposición del alumnado a participar.

En algunos centros educativos el profesorado participante no ha estado muy implicado en las sesiones educativas, aprovechando las horas del taller para hacer sus tareas o corregir exámenes. No obstante, también podemos destacar profesores aliados y comprometidos con todo el proyecto.

Donde los profesores se han implicado ha sido todo perfecto y se nota una mayor predisposición de los/ as alumnos/as a participar.

Porque igual te encuentras profesores que te preguntan: qué es lo que tu vas a hacer y otros que están más enterados.

#### **EL ALUMNADO**

En total participaron en las acciones formativas 748 alumnos/as de 10 IES de diferentes municipios de la provincia de Córdoba.

MUNICIPIO	IES
El Carpio	García Menéndez
Montoro	Santos Isasa
Pedro Abad	Sacilis
Villa del Río	Nuestra Señora de la Estrella
Fernán Núñez	Francisco de los Ríos
Montalbán	Eloy Vaquero
Montemayor	IES Ulía Findentia
La Rambla	Tierno Galván
La Carlota	Nuevas Poblaciones
Córdoba	Villarubia

A partir del análisis de los <u>cuestionarios de evaluación</u> de las acciones formativas cumplimentados por el alumnado, se identifican cuatro ámbitos que dan cuenta de lo que ha significado su paso por los cursos, y se recogen una serie de sugerencias de cara a futuras acciones formativas.

#### Nuevos conocimientos

En su gran mayoría, el alumnado plantea que los cursos le han permitido el acceso a conocimientos que previamente desconocía o conocía de forma parcial. Estos

nuevos conocimientos se relacionan con dos ámbitos: los procesos de comunicación en sí (funcionamiento de los medios, construcción de la información, el campo audiovisual y de la radio, las redes sociales y la comunicación como derecho) y la influencia de los contextos socioeconómicos y políticos en los procesos comunicativos (prejuicios y estereotipos sociales, en especial los construidos hacía la mujeres; diferencia entre los países desarrollados y en vías de desarrollo, etc.).

#### • Adquisición de Habilidades y destrezas

Los participantes indican haber adquirido conocimientos y habilidades técnicas en torno a la herramienta audiovisual y la radio, que les han permitido construir y comunicar contenidos propios. Plantean, además, que han aprendido a hacer un mejor uso de las redes sociales y de internet.

Ahora sé como comunicar mejor las cosas. Crear una historia basándose en unas palabras que elegimos.

Ahora sabemos cómo transmitir mediante los medios de comunicación.

Grabar los reportajes. A grabar en la radio y hacer noticias. El manejo de la cámara y la grabadora. He aprendido los distintos planos que existen.

Hacer un uso correcto de la comunicación, las redes y las nuevas tecnologías. Porque nosotros vemos la parte buena de las redes sociales y los medios de comunicación, pero no vemos lo malo.

#### • Promoción de actitudes que favorecen la comunicación

La acción formativa también ha promovido una serie de actitudes que facilitan el trabajo en grupo y mejoran las capacidades comunicativas a nivel personal.

He aprendido a trabajo en grupo. Participar y trabajar en equipo.

He descubierto cosas de mí mismo que no sabía. Quitarme el miedo de hablar en público. Me ayuda a explicar mis emociones y pensamientos.

He aprendido a relacionarme mejor. He aprendido a comunicarme mejor con otras personas. Te enseña a que no hay que hablar tanto si no sabes de una cosa.

Compartir ideas, poder expresar nuestras opiniones. Debatir sobre temas y respetar la opinión de las personas. Aprender a escuchar.

#### · Cambios de percepción en relación a la comunicación

El paso por los talleres les ha llevado a cambiar la percepción que tenían previamente sobre la comunicación y ha puesto en evidencia los múltiples condicionantes que operan a la hora de "construir" e "interpretar" la información.

Interpretar mejor la información que quieren transmitir los medios de comunicación,... ahora valoro mucho más la información que recibo por diferentes fuentes.

Que la información depende de la persona que la cuenta. Ahora me fijo en detalles que antes ni percibía.

Ahora entiendo mejor muchas cosas del mundo. Ahora veo las cosas desde otra perspectiva.

Que aunque dispongamos de libertad de expresión, en algunos medios (tanto públicos como privados) sigue habiendo censura.

Que no debo fiarme de lo primero que leo o veo por los medios. Ahora sé como se manipula la información.

#### Sugerencias y recomendaciones para nuevos talleres Tener un poco más de "mano Se podría hacer un día un taller Le falta dinamismo en las primedura" con el comportamiento ras clases más teóricas. fuera de clase. de algunos/as alumnos/as. Intercalar más prácticas durante las primeras clases. Que se realicen más actividades que charlas. Debería haber más juegos interactivos. Explicaciones con imágenes / presentaciones.

#### EL PROFESORADO DE LOS IES

La implicación del profesorado no se dio de manera uniforme en todos los institutos; al no estar presentes en las sesiones, no fue posible que se apropien en su totalidad de los contenidos trabajados y que funcionen como amplificadores al interior de los centros.

En los casos en que se dio una participación activa del profesorado, las <u>evaluaciones</u> realizadas muestran una valoración muy positiva de las acciones formativas, resaltando (en sintonía con el alumnado) el tipo de conocimientos adquiridos así como las habilidades y actitudes que promueven. En estas valoraciones se hace mención, además, al papel que cumple la comunicación en la resolución de conflictos y la repercusión de este tipo de actividades en la mejora de las relaciones entre alumnado y profesorado. Consideran, en general, que la acción formativa es un complemento curricular importante en el ámbito de la comunicación y que permite al alumnado ampliar el conocimiento del contexto local y global.

Valoraciones de las acciones formativas realizadas por el profesorado				
COMUNICACIÓN	CONTEXTO LOCAL Y GLOBAL			
Motiva la reflexión, la argumentación y el carácter crítico ante la información.	Se abre una puerta al exterior, lo que ayuda a salir del "localismo" y de las visiones sectarias y par- celistas de determinadas zonas de población.			
Contribuye a potenciar la capacidad de comunicación y expresión.	Se han trabajado temas de índole social y ética a través de la mirada del alumnado.			
Se enseña al alumnado a comunicar sus ideas y pensamientos con rigor.	Facilita la comprensión de conceptos y culturas foráneas.			
Permite analizar diferentes situaciones desde un punto de vista práctico.	Hacen referencia a temas históricos que se rela- cionan con la actualidad reciente.			
Favorece la capacidad lingüística y la tolerancia.	Ayuda a tener una visión más realista del mundo.			

Trabaja la empatía, sociabilidad, solidaridad y visión crítica que forman parte del currículo.	Ayuda a abrir la mente.
Promueve el desarrollo de competencias como la digital, artística, ciudadana, cultural, así como la autonomía y la iniciativa personal.	Permite que el alumnado adquiera nuevos puntos de vista de otras zonas y culturas.
Han contribuido al desarrollo curricular del alum- nado, tanto en el uso de las nuevas tecnologías como mediante el fomento del espíritu crítico.	La comunicación entre diferentes culturas permite la reflexión sobre la diferencia y pensamiento distinto.

#### Temas propuestos para ampliar la acción formativa

Participación del alumnado en los medios de comunicación.

Nuevas tecnologías y redes sociales: Lectura de medios, realización de análisis crítico de los medios. Sobre la manipulación mediática y el buen uso de redes sociales.

Comunicación e igualdad. Formas de expresar, lenguaje no verbal, asertividad, resolución pacífica de los conflictos.

Temas relacionados con la problemática adolescente, organización y realización de debates.

Técnicas comunicativas, dar a conocer técnicas de buenos comunicadores que permita a los/las alumnos/as crear criterios y posturas más maduras ente los medios de comunicación.

Aspectos del ámbito de la comunicación a profundizar en el aula			
Analizar una misma noticia des- de fuentes con ideologías distin- tas	Desarrollar con el alumnado un blog informativo donde expresar opiniones sobre la actualidad	Realización de cortometra- jes	
Información de los medios para el análisis del respeto de cidertos artículos de la constitución	Taller para poner en marcha un periódico en el centro.	Realización de spots publicitarios.	
Reflexión sobre el poder de la información (pública y privada).	La idea de tener en el centro una emisora de radio.	Trabajar con debates.	
Analizar distintas versiones de la actualidad en distintos medios de comunicación.	Elaboración de una revista del centro.	Analizar los anuncios de televisión.	
Usar las nuevas tecnologías para motivas al alumnado.		Realización de vídeos y audiciones.	

#### LOS EQUIPOS DIRECTIVOS Y DE ORIENTADORES/AS DE LOS CENTROS

Entre las respuestas al cuestionario dirigido a los <u>equipos directivos</u> y <u>de orientación</u> de los centros, la acción formativa se valora de forma positiva, haciendo hincapié en la dificultad de compaginar este tipo de intervenciones con el funcionamiento cotidiano de un centro educativo. Se valora positivamente además el nivel de formación del equipo de dinamizadores/as del proyecto, que permite aportar unos conocimientos específicos en el ámbito de la comunicación que muchas veces el profesorado no tiene a su alcance. Coinciden también con el profesorado acerca de la importancia de la alfabetización mediática del alumnado de los centros y la adquisición de habilidades que no estaban previstas en su currículo ordinario. De otra parte, señalan que la participación en estas actividades permite al alumnado un acercamiento a una la realidad diversa, complementario a su formación.

### III.b. La campaña de sensibilización e incidencia

Tal como se indica en la <u>estrategia de género del proyecto</u>, la campaña pretende que todos los agentes implicados en el proceso comunicativo (emisores y receptores) estén sensibilizados en materia de género, ya que ambas partes son imprescindibles para que la comunicación sea un motor de cambio social que garantice el cumplimiento de los derechos humanos y la plena igualdad. En la campaña, por tanto, se desarrollan acciones dirigidas tanto a periodistas como a la ciudadanía en general, aprovechando los materiales producidos por el alumnado en las acciones formativas.

El eslogan de la campaña "Contamos en esta historia" es una evolución de "Tú cuentas en esta historia" del programa *Imágenes del Sur*, buscando afianzar un mensaje que había calado entre los/as jóvenes en la iniciativa previa.







Una campaña de sensibilización sobre

# El derecho a la información y a la comunicación



Video resumen de la campaña

Con el asesoramiento de una comunicadora experta en género, se crea la estrategia comunicativa que incluye la elaboración de materiales de sensibilización y cuñas de radio, y se planifican las tres acciones principales de la campaña:

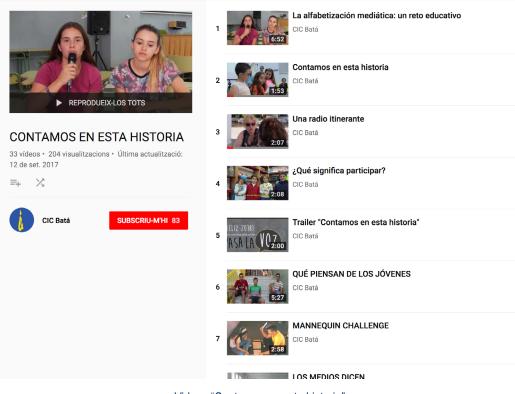
- **Muestras Encuentros**, orientados a socializar los resultados de las acciones formativas al interior de los IES.
- Actos de calle, dirigidos a la ciudadanía de los diferentes municipios.
- Jornadas de sensibilización sobre el tratamiento informativo con perspectiva de género, dirigidas a profesionales de los medios locales de comunicación de los municipios.

El material generado por el alumnado durante las sesiones educativas nutre la campaña a nivel de redes sociales y medios.





Pod-cast "Contamos en esta historia"



Videos "Contamos en esta historia"

#### Muestras - Encuentros

Las muestras realizadas en los centros funcionaron como espacios de encuentro del alumnado de los diferentes cursos que participaron de los talleres, el profesorado, los equipos directivos y los equipos de orientadores/as de los IES. Se sumaron también, en algunos casos, medios de comunicación y periodistas locales, así como representantes de los ayuntamientos.

Tras la presentación de la campaña "Contamos en esta historia" y la difusión de los

diferentes productos audiovisuales realizados por el alumnado del centro, se abre un espacio de diálogo en el que las personas presentes valoran la experiencia llevada a cabo y los resultados obtenidos. En los casos en que se contó con la asistencia de medios y periodistas, se realizaron intervenciones dando a conocer sus medios, motivando a los/ as jóvenes a participar en los medios locales y comprometiéndose a difundir los materiales producidos durante las acciones formativas. En varias de las muestras se contó con la participación de una consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía que, tras realizar una presentación institucional de la entidad, planteó una serie de claves para abordar los contenidos de los medios de comunicación y la publicidad desde una perspectiva de género.

Es también un momento para que los/as periodistas y trabajadores/as de esos medios inviten a los/as estudiantes al medio, hablen también sobre la actualidad de los/as jóvenes. Porque muchos materiales son una respuesta de la juventud frente a los estereotipos negativos que suelen lanzar los medios de comunicación hacia ellos/ellas.

Tal como se recoge en los <u>cuestionarios de evaluación</u>, tanto los equipos directivos como de orientación de los centros coinciden en valorar las muestras como un espacio de

y difundir los materiales comunicativos realizados por el alumnado. Debido a los ajustes realizados en el cronograma inicial del proyecto (prolongación de la fase inicial, incremento de los cursos), las muestras tuvieron lugar durante el mes de junio, en un período de mucho trabajo en los centros (especialmente para el profesorado y las directivas) en tanto coincide con el cierre del ciclo lectivo. Tanto desde el equipo de Batá como desde los centros, se considera que la realización de las muestras en otro momento del calendario escolar hubiera permitido una mejor planificación y un mayor aprovechamiento de esta actividad.



#### Actos de calle

Dentro de la campaña, los actos de calle constituyeron las acciones dirigidas más directamente a la ciudadanía en general. En cada uno de los municipios donde se realizaron acciones formativas, se identifican los espacios públicos y los momentos del día en los que se congregan más personas a fin de instalar los elementos y materiales para la realización de los actos de calle.

#### Radio itinerante

Abrimos los micrófonos, invitamos a la gente a que se siente en la radio y conversamos sobre los hábitos que tienen, sobre los medios de comunicación, si se plantea la información y la comunicación como un derecho. Lo que hablamos en la teoría lo llevamos a pie de calle y desde la cotidianidad.

También les hacemos preguntas para reflexionar sobre la presencia de la mujer en los medios.







Video resumen Radio itinerante

#### **Photocall**

Invitamos a la gente a que se haga una fotografía como apoyo a la campaña, que dice: "Yo promuevo el derecho a la información y la comunicación".





#### **Paneles informativos**

Se exponen unos paneles que tenemos de una exposición de CIC Batá sobre el derecho a la comunicación "El Kiosco de Pensar". Son materiales divulgativos, material muy sencillo donde damos unas pinceladas sobre el derecho a la información y la comunicación.

#### Material de sensibilización en formato de calendarios

Entregamos a todas las personas que pasan al acto un calendario del segundo semestre de 2017 y anual de 2018 y en cada página se brindan recomendaciones, consejos para que vean cómo nos podemos informar de una manera más crítica y podemos sobre todo comunicar.

En los actos de calle, que se realizaron en mercadillos, plazas y calles más concurridas de los pueblos, se contó con la participación de un/a profesional de la animación que apoyó al equipo a pie de calle, llamando la atención de la gente, animándola a ser entrevistada o a utilizar el photocall.

El equipo del proyecto considera que a través de los actos de calle, en los que participaron alrededor de 100 personas apoyando la campaña con una foto en el photocall y/o en las entrevistas realizadas en la radio itinerante, no sólo se ha logrado un impacto mediático, sino que han permitido trabajar "cara a cara con la ciudadanía, generar diálogo, intercambio, reflexión crítica en torno a cómo viven en su cotidianidad la comunicación."

La campaña de difusión no finaliza con las muestras y actos de calle, sino que los recursos audiovisuales generados durante estas actividades siguen siendo difundidos más allá de la fecha de finalización del proyecto.



Reportaje sobre Alfabetización mediática

PRESENTACIÓN ANTECEDENTES EL PROYECTO APRENDIZAJES

#### Jornadas de sensibilización con periodistas

Las jornadas de sensibilización constituyen la acción específica de la campaña dirigida inicialmente a periodistas, ampliada luego a personas de las administraciones locales con responsabilidad en el ámbito de la comunicación². Las dos jornadas (que tuvieron lugar en los municipios de Montoro y Montemayor) han permitido ampliar conocimientos y reflexiones sobre la presencia de la mujer en los medios generalistas y abrir debate sobre el papel de los medios locales en este ámbito. Se plantean, además, una serie de recomendaciones que permitan a los/as profesionales llevar a la práctica una comunicación con enfoque de género.



Para el desarrollo de las jornadas se elaboró el dossier "<u>Comunicando con perspectiva de género</u>" en el que se abordan temas relacionados con el tratamiento informativo con perspectiva de género (medios de comunicación y opinión pública; la construcción de estereotipos de género; la violencia de género; internet y redes sociales y nuevas formas de comunicar) y se incluye un apartado de recursos (guías para tratamiento de la información, fuentes y páginas web)<sup>3</sup>.

Durante la planificación de las jornadas, desde el equipo del proyecto se vio la necesidad de incorporar una actividad no contemplada en el diseño inicial, la identificación y estudio de los medios de comunicación existentes en los municipios de la zona, que dio como resultado un **diagnóstico preliminar - mapeo de medios**. De forma previa a las jornadas, se facilitó a los/as periodistas un cuestionario en el que se pedía valoren cuál es la realidad de los medios locales en materia de comunicación con perspectiva de género. Las respuestas, recopiladas junto a la ficha de inscripción a las jornadas, sirvieron como insumos para estimular los debates propuestos en las jornadas. Tras la realización de las jornadas, se distribuye un cuestionario de evaluación para recoger las valoraciones de las personas que participaron en la acción, que muestra opiniones coincidentes en torno a:

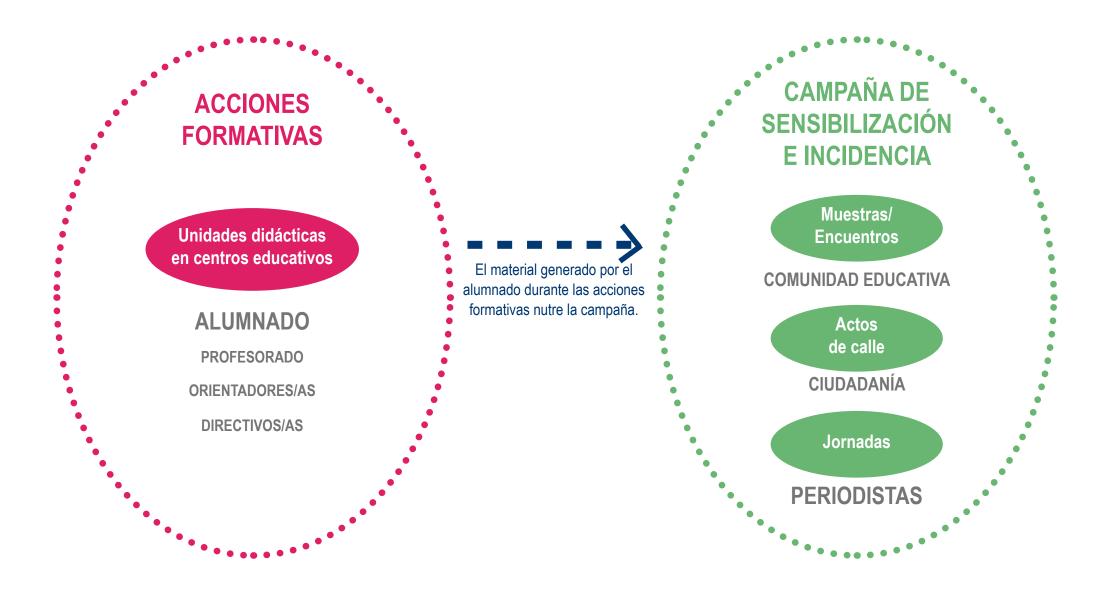
- valorar de manera positiva la formación recibida, ya que las nociones adquiridas podrán ser incorporadas en su labor profesional.
- la necesidad de realizar más charlas, seminarios o talleres formativos para profundizar en la temática.
- la importancia de difundir la información/formación a través de páginas web y redes sociales, para llegar a más gente.

Con relación al trabajo desarrollado con periodistas, el equipo del proyecto destaca la importancia de las **alianzas conseguidas con profesionales de los medios locales**. Las distintas actividades desarrolladas con estos profesionales han servido para tejer una relación fundamental para los objetivos del proyecto, sobre todo al promover un rol activo que además se ha convertido en compromiso y colaboración. Desde el equipo del proyecto se destaca también la disponibilidad de algunos/as periodistas para participar en las muestras-encuentros de los IES, que permitió un acercamiento del alumnado a la comunicación desde la cotidianidad y la práctica.

En primera persona comparten su día a día con los jóvenes, dando otra visión del periodismo y la comunicación.

<sup>2</sup> Debido a que muchos consistorios no cuentan con gabinete de prensa, se ha considerado oportuno contar con concejales/as, alcaldes y/o personal municipal responsables de la comunicación. También ha participado personal técnico de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir.

<sup>3</sup> El dossier fue entregado a las personas que asistieron a las jornadas y enviado a quienes mostraron su interés en la temática pero no pudieron asistir a la convocatoria. En este caso el envío del dossier se complementó con una formación on line.



Fruto de la implementación del proyecto JCS así como de anteriores intervenciones orientadas a promover el conocimiento y la práctica del derecho a la comunicación de la ciudadanía, el equipo de Batá rescata una serie de elementos a tener en cuenta en futuros proyectos:

- Buenas prácticas. Elementos incorporados desde el inicio en el diseño del proyecto que han permitido superar dificultades identificadas en intervenciones anteriores y que han resultado decisivos en el proyecto JCS, mostrando impactos positivos tanto en la implementación del mismo como en los resultados obtenidos.
- Hallazgos. Nuevos aprendizajes identificados a partir de la implementación del proyecto JCS.
- Proyecciones de futuro. Elementos estratégicos que requieren ser repensados a la hora de definir, diseñar e implementar futuras intervenciones orientadas a promover el derecho a la comunicación de los/as jóvenes.

## **Buenas prácticas**

#### Concentración geográfica de los proyectos/procesos

Con el proyecto se confirma una apreciación que el equipo de CIC Batá fue definiendo en iniciativas anteriores respecto a la necesaria concentración geográfica de los proyectos/ procesos a fin de potenciar las sinergias y optimizar los tiempos y recursos. En el proyecto JCS en particular, abordar la selección de los municipios participantes bajo esta premisa ha incidido positivamente, sobre todo, en las sinergias logradas con los medios de comunicación locales, reforzando el trabajo en municipio rurales, fortaleciendo la red *Comparte tus ideas* y logrando una intervención más focalizada e integral.

# **Aprendizajes**

#### Tranversalización del enfoque de género

El proyecto JCS ha logrado dar un salto cualitativo muy importante en el esfuerzo que la organización viene realizando en relación a la tranversalización del enfoque de género, afrontando así una de las debilidades identificadas en iniciativas anteriores, en las que no se contaba con un plan específico que permita abordar el diseño del proyecto a partir de una estrategia clara inicial.

En el actual proyecto se ha contado con:

- Una estrategia de incorporación del enfoque de género, que ha impregnado todo el proyecto, a partir de la cual se definieron el diseño y los contenidos tanto de la acción formativa como de la campaña de sensibilización.
- Materiales formativos y de sensibilización con enfoque de género (la unidad didáctica y el dossier, así como los documentos y materiales utilizados en la campaña de sensibilización) que podrán ser utilizados en futuros proyectos.

#### Gestión de la información

Todo proyecto genera una serie de información producto de las actividades que se llevan a cabo que mucha veces se infrautiliza por falta de espacios, tiempos o recursos destinados a su sistematización. En el caso de JCS, la información generada durante el proyecto ha sido ordenada y clasificada, valorando su potencial utilidad, ya sea a lo largo del proyecto como en futuras intervenciones. Se tuvo especial cuidado en hacer uso de herramientas de recogida de información que permitieron evaluar las actividades realizadas y, en el caso de los medios de comunicación locales, se ha avanzado en la elaboración de un diagnóstico preliminar que permite identificar el tipo de medios (tanto públicos como privados), sus modalidades (digitales, escritos, etc.), cobertura y programación, entre otros. Se han identificado, además, los/as profesionales de los medios, el contexto de su trabajo y su realidad profesional desde una perspectiva de género.

A lo largo del proyecto se ha sistematizado también información relevante en relación a

la postura de los IES de cara a la alfabetización mediática así como de las acciones que vienen implementando.

## **Hallazgos**

#### Papel del equipo de orientadores/as de los centros

Si bien la puerta de entrada a los centros educativos se realizó a través de sus directivas, sus múltiples tareas y obligaciones no permitieron una adecuada coordinación de las sesiones formativas. En el proyecto JCS se ha podido apreciar que los equipos de orientadores/as de los IES resultaron ser las vías más idóneas para realizar esta coordinación. Su disposición, sus conocimientos sobre los planes curriculares de los cursos y sobre el plan de centro y además su relación directa con el profesorado ha facilitado en gran medida la realización de las actividades previstas..

### Mayor implicación y complicidad de los medios y profesionales de la comunicación

El trabajo desarrollado en el proyecto ha revelado el potencial de trabajo que se puede llevar a cabo con estos actores, implicándolos en las acciones en tanto agentes de EpD y no sólo como meros enlaces con los medios de cara a la difusión de las actividades.

Es importante no ver a los medios solo como meros receptores de una nota de prensa con la ansiada actitud de que la van a difundir, cubran nuestra actividad o nos llamen para una entrevista. Son agentes de EpD y, por ello, hay que vincularlos a los objetivos de la EpD, haciéndoles partícipes.

## Proyecciones de futuro

MEJORAS A INCORPORAR EN EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LOS PROYECTOS POR PARTE DE CIC BATÁ.

- Realizar una intervención más acorde con la realidad de los centros educativos
  - 1. No dar por sentado que al presentar el proyecto a los equipos directivos y/o equipos de orientadores/as se realiza posteriormente una transmisión de información fehaciente hacia el profesorado. De cara a futuras intervenciones, se podrían incluir actividades orientadas específicamente al profesorado (por ejemplo, una vez definidos los cursos que van a participar, convocar a profesores/as y tutores/as a una pequeña charla sobre la acción formativa a implementar) y generar materiales específicos que puedan utilizar para la realización de actividades con el grupo fuera de la acción formativa ofertada en el proyecto.

Confeccionar un material exclusivo y breve para el profesorado en materia de alfabetización mediática, ofreciendo recursos para trabajar en el aula.

1. Es necesario adaptarse a la realidad del currículo escolar, a los tiempos disponibles y necesidades de los centros educativos. Mientras la alfabetización mediática no sea parte del currículo escolar, la intervención con actividades de EpD en los IES debe articularse en torno a acciones más cortas, como máximo de 10 horas en total, que permitan su encaje en el currículo escolar.

Si queremos intervenir en Institutos de Educación Secundaria, no podemos proponer acciones educativas tan largas, a no ser que logremos algún tipo de colaboración con algún centro, que nos permita generar una intervención global con distintos niveles y grupos de ESO.

En los proyectos de EpD que realizan intervenciones en el ámbito de la

educación formal, es pertinente realizar la presentación de la acción formativa antes del inicio del curso académico, para realizar la programación de las actividades teniendo en cuenta el plan de centro y realizar una coordinación más adecuada con los equipos de orientadores/as y el profesorado para el curso siguiente. Este calendario permitiría, además, que las actividades finales de socialización de resultados se pueden programar en el momento más adecuado para los centros.

Antes de Semana Santa puede ser una buena época para arrancar esta fase de presentación y coordinación. Es clave iniciar esta fase con los equipos de orientación.

 En los proyectos que incluyan campañas de sensibilización, no se debe dejar su ejecución para la última fase del proyecto. Se recomienda iniciar algunas acciones previamente, que vayan aumentando su intensidad a medida que avanza el proyecto. De esa forma se aprovechan de mejor manera los recursos implicados en la campaña y se amplifica su repercusión en los objetivos del proyecto.

La prolongación de la segunda fase de ejecución de las acciones educativas casi hasta el final del curso nos obligó a condensar en el tiempo el desarrollo de la campaña de sensibilización. El iniciar antes la campaña de sensibilización es importante porque la propia campaña produce materiales que podríamos aprovechar en su beneficio, es algo que hay que reprogramar en otros proyectos.

 La formación de formadores/as se revela como un elemento necesario a abordar en iniciativas de este tipo, más aún cuando van dirigidas a adolescentes. Aunque en la selección de dinamizadores se tiene en cuenta su formación y experiencia en alfabetización mediática y trabajo con jóvenes, en la ejecución del proyecto se han presentado dificultades en el aula que requieren contar con habilidades para el trabajo con grupos donde se presentan conflictos.

Para las acciones en centros educativos, contar con un equipo profesional (dinamizadores, monitores, etc.) empático, con capacidades y habilidades comunicativas y pedagógicas para la resolución de conflictos, y conocedor de la realidad de los/las jóvenes.

- Se considera fundamental incluir en el diseño actividades orientadas a fomentar en los/as jóvenes el interés por difundir y visibilizar los productos que generan durante los procesos formativos, tanto en medios de comunicación y redes sociales como en otros espacios no tan mediáticos (encuentros, jornadas de intercambio, reuniones, etc.).
- Desde hace varios años desde Batá se ha identificado la necesidad de abordar la construcción de criterios/indicadores que permitan medir el empoderamiento comunicativo. Para el año 2017 y con la mirada puesta en 2018, existen varios proyectos abiertos que dan continuidad a procesos anteriores, en cuyo diseño se ha incluido la elaboración de estos indicadores ("Corresponsables", "Sé Mundarrio" y "Contamos en esta historia" -proyecto que surge a partir del proyecto JCS-).

# PARA PROFUNDIZAR EN EL EJERCICIO DEL DERECHO A LA COMUNICACIÓN DE LOS/AS JÓVENES A NIVEL CURRICULAR

Una de las premisas de la se parte a la hora de formular el proyecto JCS es la importancia de avanzar hacia la incorporación de la alfabetización mediática como temática a nivel curricular de los centros. Si bien fue necesario reorientar algunas de las actividades previstas inicialmente que se consideraban claves para caminar hacia esta incorporación, el proyecto ha permitido identificar cuáles son los posicionamientos de los centros (profesorado, equipos de orientadores/as y directivas de los IES) ante esta apuesta.

Aún cuando no existe una postura uniforme desde los centros, que plantean un abanico de posturas que va desde un posicionamiento a favor de la incorporación, con propuestas de posibles vías para concretarla, hasta centros que no ven la necesidad de abordar esta incorporación, sin duda cualquier estrategia futura deberá diseñarse teniendo en cuenta esta diversidad de opiniones.



### PAPEL QUE PODRÍAN DESEMPEÑAR LOS DIFERENTES ACTORES

Para seguir avanzando en el fomento de la comunicación como derecho y en los procesos de alfabetización mediática dirigidos tanto a jóvenes como a otros colectivos, el principal aliado es el **Consejo Audiovisual de Andalucía** (CAA), institución pública y entidad reguladora que fomenta el conocimiento, la comprensión crítica de los medios de comunicación, la formación y la capacidad de creación y producción mediáticas. Como queda recogido en el documento "Recomendaciones para el fomento de la alfabetización mediática", el CAA estableció para el período 2011-2013 como una de sus líneas prioritarias de actuación el desarrollo de acciones dirigidas principalmente a la protección de menores y otros colectivos vulnerables en el ámbito de la alfabetización mediática y el buen uso de las nuevas tecnologías.

Un segundo actor fundamental es el **Foro Andaluz de Educación, Comunicación y Ciudadanía**, del cuál forma parte CIC Batá, por el trabajo que realiza a fin de promover la alfabetización mediática en los distintos niveles de educación formal (infantil, juventud y población adulta) en la futura Ley de Comunicación Audiovisual de Andalucía.

Los **medios de comunicación locales** también se han identificado como otro de los aliados fundamentales, en tanto sus profesionales pueden participar y aportar desde su experiencia en las acciones de alfabetización mediática. A lo largo del proyecto se ha buscado la complicidad de los medios para que permitan el acceso a los/as jóvenes, tanto para generar contenidos como para difundir sus opiniones y puntos de vista.

En las iniciativas destinadas a centros educativos juega también un papel protagónico la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía, que atiende las recomendaciones de instituciones como el CAA, el Foro Andaluz o proyectos como los que Batá pone en marcha. Una posible vía a explorar en colaboración con esta entidad sería la de introducir cursos para capacitar al profesorado en alfabetización mediática. En la conserjería existe un programa (*ComunicAcción*) que entre sus objetivos aborda el trabajo de las competencias curriculares "mediante la creación de un medio de comunicación que favorezca el desarrollo de la competencia en comunicación lingüística, el uso adecuado y reflexivo de las TIC, el conocimiento del periodismo, del diseño, del arte y la comunicación en general". Dada la coincidencia de estos objetivos con las líneas de trabajo de CIC Batá, se considera oportuno establecer una alianza con el programa.