

15

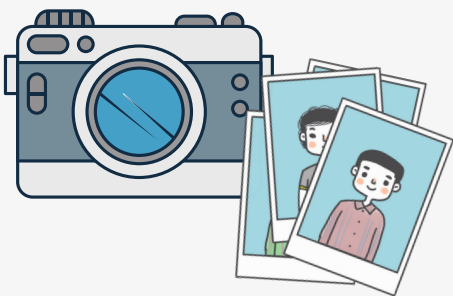
Claves para el diseño e implementación de campañas de comunicación con la infancia y la adolescencia

Participación activa y protagonista de las niñas, los niños y los adolescentes



Es fundamental involucrar a las niñas, los niños y los adolescentes en todas las etapas del proceso de comunicación. Desde la planificación hasta la ejecución, se debe procurar que tengan voz y voto, fomentando su participación activa y convirtiéndolos en protagonistas de la campaña.

Respeto al derecho a la propia imagen



Es esencial salvaguardar el derecho a la propia imagen de las niñas, los niños y los adolescentes que participan en la campaña. Siempre se debe solicitar la firma de un documento de cesión de imagen por parte de los padres o tutores legales, garantizando así su consentimiento informado y respetando su privacidad.



AGENCIA ANDALUZA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL
PARA EL DESARROLLO
Consejería de Igualdad, Políticas Sociales
y Conciliación

Valorar las inquietudes e intereses de las niñas, los niños y los adolescentes



Es importante trabajar con los medios de comunicación que valoren las inquietudes, intereses y valores de las niñas, los niños y los adolescentes. El objetivo es que los medios reconozcan su capacidad propositiva y transformadora, evitando infantilizarlos y promoviendo una comunicación que les brinde la oportunidad de expresarse y ser escuchados.

Considerar a las niñas, los niños y los adolescentes como informantes clave



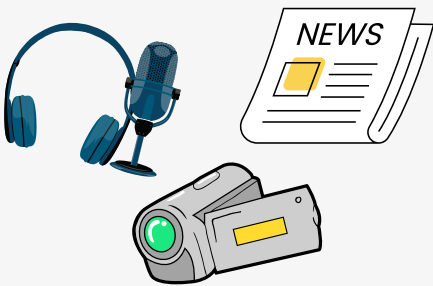
Las niñas, los niños y los adolescentes son informantes clave en temas que les afectan directamente, como sus derechos. Es fundamental preguntarles, tener en cuenta sus opiniones y aportaciones, y valorar su perspectiva única. Su participación en la toma de decisiones fortalece la autenticidad y relevancia de la campaña.

Valorar las propuestas de las niñas, los niños y los adolescentes



Es esencial destacar y poner en valor las propuestas directas de las niñas, los niños y los adolescentes. Sus frases, dibujos y aportaciones deben ser visibilizados y reconocidos como elementos centrales en la comunicación, ya que reflejan su creatividad, imaginación y perspectiva únicas.

Selección adecuada de técnicas y herramientas de comunicación



Cada contexto y grupo de edad requiere de enfoques y técnicas de comunicación específicos. Es fundamental seleccionar los modos y herramientas más adecuados para transmitir los mensajes de forma efectiva y comprensible, teniendo en cuenta las características y necesidades de las niñas, los niños y los adolescentes a quienes se dirige la campaña.

Trabajo colaborativo con los centros educativos y las asociaciones de padres y madres



Es importante establecer una colaboración estrecha con los canales informativos de los centros educativos y las asociaciones de padres y madres. Esto permitirá que la comunidad docente y las familias se sientan partícipes del proceso de comunicación y se conviertan en agentes multiplicadores de los mensajes.

Comunicación fluida mediante newsletters y otros soportes



Es recomendable elaborar newsletters y otros soportes de comunicación para mantener informados a todos los centros educativos y familias involucradas en la campaña. Estos canales facilitan la difusión de información relevante y mantienen a la comunidad al tanto de los avances y logros alcanzados.

Elaboración de materiales prácticos y adecuados



Es importante elaborar materiales de difusión prácticos y adecuados para que los mensajes lleguen de la mejor manera posible a los niños. Utilizar materiales escolares, como cuadernos, estuches u otros objetos cotidianos, puede ser una estrategia efectiva para captar su atención e involucrarlos en la campaña.

Formación de líderes inter-pares



Es recomendable formar líderes inter-pares entre las niñas, los niños y los adolescentes, capacitándolos para generar debates, reflexiones y acciones dentro de sus propios grupos. Estos líderes promoverán la participación activa de sus compañeros y contribuirán al éxito de la campaña.

Enfoque de comunicación para el cambio social en terceros países



En las acciones dirigidas a niñas y niños de terceros países, es fundamental adoptar un enfoque de comunicación para el cambio social. Esto implica promover una visión proactiva, global y enriquecedora de otras culturas, evitando cualquier actitud paternalista y fomentando el respeto mutuo.

Consideración de la diversidad en centros escolares de otros países



Es importante tener en cuenta la diversidad al trabajar con centros escolares de otros países. Se debe alentar la investigación, la curiosidad y el análisis por parte de las niñas, los niños y los adolescentes, para comprender y representar de manera fiel la realidad de esos terceros países, evitando estereotipos y prejuicios.

Comunicación inclusiva y no sexista



La comunicación dirigida a niñas y niños debe ser inclusiva y no sexista. Se debe evitar cualquier tipo de discriminación o estereotipo de género, promoviendo la igualdad y respetando la diversidad. Es fundamental transmitir mensajes que fomenten la coeducación y la igualdad de oportunidades.

Visibilización de los centros en los diferentes medios:



Es esencial maximizar la visibilidad de cada uno de los centros educativos en todos los soportes de comunicación. Desde la página web hasta las redes sociales, pasando por newsletters u otros tipos de comunicaciones, se debe destacar la participación de los centros y resaltar sus logros y contribuciones en la campaña.

Visibilización de las niñas en los medios de comunicación:



Es necesario potenciar que las opiniones y contribuciones de las niñas se visibilicen en los medios de comunicación, otorgándoles un espacio destacado. Esto contribuye a equilibrar la representación de género y a promover la igualdad de oportunidades en el ámbito de la comunicación.

