



# El poder de tu voz

**GUÍA PRÁCTICA PARA  
EJERCER UN ACTIVISMO  
CREATIVO Y DIGITAL**



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Vicepresidència Segona i  
Conselleria de Serveis Socials,  
Igualtat i Vivenda



**Paz & Desarrollo**



Coordinación: **Nubia Forero Bermúdez y Elena Belenguer García**

Apoyo: **Sara Molina, Fernanda Fernández, CIPÓ Company, Vokaribe Radio, Ricardo Osorno y Colectivo OYE!**

Colaboración especial de las organizaciones participantes en el proyecto: **Mujeres, Voces y Resistencias, Infancias i Dones del Món, Orriols Convive, ACICOM-Associació Ciutadania i Comunicació, Unió de Periodistes Valencians y Fundación Manantial.**

Edición: **Paz y Desarrollo**

Financiación: **Dirección General de Cooperación Internacional de la Generalitat Valenciana**

Diseño y maquetación: **2022, Fàbrica Gràfica Coop. V.**

Rediseño y maquetación: **2023, Fàbrica Gràfica Coop. V.**

© Paz y Desarrollo, 2023

Esta guía se puede copiar y distribuir en cualquier medio o formato, siempre y cuando se reconozca y referencie adecuadamente la autoría y destine su uso exclusivamente con propósito pedagógico, didáctico y afines. Por lo tanto, queda prohibida rotundamente su reproducción con fines económicos.

Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Generalitat Valenciana. El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de Paz y Desarrollo y no refleja necesariamente la opinión de la Generalitat Valenciana.

---

# ¡HOLA!

Somos **Paz y Desarrollo**, una organización no gubernamental de desarrollo (ONGD) con 31 años de experiencia en el sector de la Cooperación y la Educación para la Ciudadanía Global. Nuestro trabajo se centra en la lucha por el desarrollo endógeno, económico y social, y la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres a nivel *glocal*.

Entre mayo de 2021 y junio de 2022 desarrollamos el proyecto “**El poder de la voz: podcasts para la construcción de una ciudadanía crítica y conectada con sus realidades glocles**”, financiado por la Dirección General de Cooperación Internacional de la Generalitat Valenciana. ¿Nuestro objetivo? **Impulsar nuevas narrativas creativas y transformadoras para la formación y concienciación de la ciudadanía valenciana sobre la desigualdad mundial y sus consecuencias.**

La guía que tienes entre tus manos - **EL PODER DE TU VOZ** - recoge la experiencia de los trece meses de trabajo estructurados en los siguientes bloques:

- 1. Deconstrucción.** Te explicamos detalladamente el origen, los objetivos y la metodología utilizada en el proyecto.
- 2. Recorrido.** Te contamos el proceso formativo y los logros obtenidos.
- 3. Escucha.** Te mostramos el resultado final: los episodios del podcast “El poder de la voz”.



# ÍNDICE

## 1. DECONSTRUCCIÓN, 5

- a. Marco teórico, 6
- b. Marco normativo?, 9
- c. El poder de la voz, 12

## 2. RECORRIDO, 14

- a. Fase 1. Arranque y socialización del proyecto, 15
- b. Fase 2. Formación, 16
- c. Fase 3. Sensibilización y evaluación de lo aprendido, 32

## 3. ESCUCHA, 35

+

•

+

+

•

+

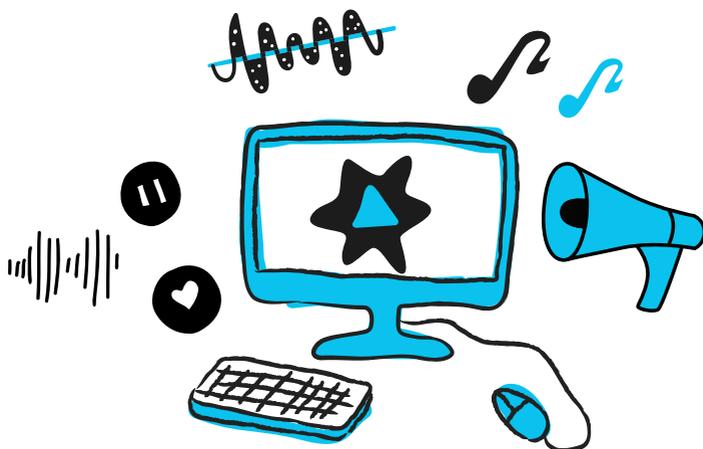
+

# 01. DE- CONS- TRUC- CIÓN



---

# MARCO TEÓRICO



Como indica la UNESCO, la comunicación para el desarrollo “marca la diferencia en el desarrollo humano. Da prioridad a los sistemas y procesos de comunicación que permiten a las personas deliberar y expresar su opinión sobre asuntos importantes de su propio bienestar. Su papel en los procesos de empoderamiento le distingue de otras formas de comunicación, como por ejemplo las comunicaciones corporativa o interna, y la convierte en parte esencial de los programas dirigidos a alcanzar, de manera equitativa y sostenible, los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y otras prioridades de desarrollo” (UNESCO, 2011).

Hoy, los ODM han pasado a ser los Objetivos de Desarrollo Sostenible, al tiempo que la **comunicación para el desarrollo** se ha convertido en una herramienta imprescindible en un nuevo contexto marcado por el auge de los discursos xenófobos, racistas o machistas, especialmente lanzados a través de las redes sociales y los medios digitales. En este sentido, Paz y Desarrollo realizamos una apuesta clara a través de la inclusión de la comunicación para el desarrollo como parte fundamental de nuestra Estrategia de Educación para la Ciudadanía Global 2021-2025 con el objetivo de contribuir a la libertad de expresión, responder al nuevo contexto comunicativo - en el que la hiperconexión y la desinformación están a la orden del día - y fortalecer los procesos de desarrollo de las comunidades con las que trabajamos a nivel global.



## EL IMPARABLE AUGE DE LAS TIC

Los procesos comunicativos han experimentado rápidos y grandes cambios respecto a cómo concebíamos la comunicación hasta el momento. En este sentido, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se han constituido como las principales plataformas de intercambio de conocimientos, mensajes, discursos o experiencias. Así, son clave para la ciudadanía en aras de sostener la incidencia política, seguir informándose y permanecer conectados entre la propia ciudadanía y respecto a las estructuras institucionales de poder y decisiones.

Sin embargo, al tiempo que las TIC han posibilitado la generación de nuevas estruc-

turas, mecanismos de divulgación y lenguajes que pueden ser utilizados para profundizar en temas complejos, también han propiciado la construcción en el imaginario colectivo de determinados posicionamientos ideológicos. A este respecto, las plataformas digitales - especialmente las redes sociales - constituyen uno de los principales nichos en los que se insertan los **discursos de odio**. Según la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia, el discurso del odio consiste en el "... fomento, promoción o instigación (...) del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones por razones de raza, color, ascendencia, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y otras características o condición personales".

Desde Paz y Desarrollo entendemos que a menos que se disminuyan las brechas sociales, de género, educativa y digital, es imposible crear una sociedad de la información igualitaria en la que el conocimiento y la innovación fluyan libremente. Por tanto, apostamos a que las TIC y los medios de comunicación pueden usarse:



En su forma más sencilla: para **informar**.



Para **denunciar y movilizar** a la ciudadanía.



Como herramienta para **formar** a la ciudadanía de una manera más directa y cercana.

Visto así, las TIC, como derecho fundamental y al servicio de la educación, movilización social y concienciación de la ciudadanía, son un motor poderoso y clave para el activismo digital y para la transformación social, incluyendo en este sentido la lucha contra la proliferación de los discursos de odio.



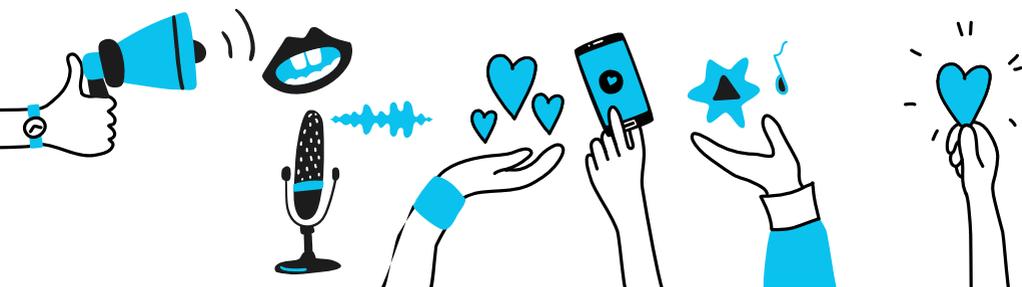
## ACTIVISMO DIGITAL

Con todo este contexto de fondo, nos encontramos ante el auge del activismo digital, bajo el supuesto de que es necesario crear nuevas **comunidades en espacios virtuales** que persigan causas comunes y se identifiquen entre sí y compartan los mismos objetivos. Es decir, estamos en un momento clave para transitar del activismo de calle hacia el activismo del ciberespacio. Ya se ha demostrado que en el ejercicio del activismo digital se facilitan intercambios, formación de con-

senso y procesos de coordinación dentro de un grupo o colectivo, así como la gestión de la información y transmisión de la misma de manera efectiva con personas externas a dicho grupo o colectivo.

Si bien la primera conquista ha sido en las calles y los espacios de decisiones y poder, tanto la crisis provocada por la pandemia de COVID-19 como un contexto comunicativo marcado por el dominio de las redes sociales plantean un gran reto para continuar a pie de calle, por la permanencia de los derechos conquistados y la lucha para alcanzar nuevas reivindicaciones, al tiempo que se abre el reto de transitar hacia el activismo del ciberespacio.

Por otro lado, comprendemos que la comunicación digital a través de las redes sociales tiene un potencial que aún no se ha explorado completamente. Los movimientos ciberactivistas han demostrado que tienen una importante incidencia en los temas sociales, de ahí el llamado a investigar las oportunidades que estos pueden ofrecer y **explorar nuevas formas innovadoras y creativas para concienciar, movilizar y formar**. Es en esta línea en la que, precisamente, se ha comenzado a trabajar en Paz y Desarrollo por medio de diversos proyectos de Educación para la Ciudadanía Global, con el objetivo de emplear herramientas educativas y de incidencia innovadoras.



---

# MARCO NORMATIVO

## ESTRATEGIAS GLOCALES POR UN MUNDO MÁS JUSTO, IGUALITARIO Y SOSTENIBLE

### **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible**

Es un plan de acción mundial a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, basado en 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que tiene por objeto asegurar el progreso social y económico sostenible en todo el mundo y fortalecer la paz universal dentro de un concepto más amplio de la libertad.

La Agenda 2030 a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible busca poner fin a la pobreza y el hambre en todo el mundo, combatir las desigualdades dentro de los países y entre ellos, construir sociedades pacíficas, justas e inclusivas, proteger los derechos humanos y promover la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres y las niñas, y garantizar una protección duradera del planeta y sus recursos naturales.

### **La normativa autonómica en cooperación y EpCG**

El proyecto contribuye a la consecución de los objetivos recogidos en la Estrategia de Educación para el Desarrollo en el ámbito formal de la Comunitat Valenciana (2017-2021) de la Generalitat Valenciana, diseñada para “contribuir a la coherencia de políticas públicas de la Generalitat en este modelo de desarrollo sostenible social y medioambiental” y en la cual se apuesta por la Educación para la Ciudadanía Global (EpCG) como modelo de Educación para el Desarrollo.

Paralelamente, la implementación de este proyecto también ayuda a cumplir con los compromisos adquiridos por la Generalitat Valenciana para promover la EpCG incluidos en la Ley 18/2017, de 14 de diciembre, de la Generalitat, de cooperación y desarrollo sostenible, la cual tiene por objeto “establecer y regular el régimen jurídico al cual se ha de ajustar la actividad de la administración de la Generalitat y de su sector público dependiente en materia de cooperación internacional al desarrollo y de solidaridad internacional y del cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible”. En ella, se establece la EpCG y la sensibilización social como condiciones para la consecución de la solidaridad y la justicia social y se definen los instrumentos para su materialización:

“e) Educación para la ciudadanía global: comprende un proceso continuado que debe basarse en la necesaria coordinación de la cooperación internacional al desarrollo y la educación, que favorezca capacidades para que cada ciudadano y ciudadana sea consciente de su pertenencia a una comunidad local y global, se comprometa activamente en la construcción de un mundo más justo y sostenible, contribuyendo a erradicar la injusticia y la pobreza, y a incrementar su compromiso con los objetivos de desarrollo sostenible y la defensa de los derechos humanos” (artículo 5. Los instrumentos de la cooperación internacional al desarrollo).

---

## LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL

### Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea

La Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea incluye en su artículo 11 la libertad de expresión e información, que aglutina los siguientes preceptos:

1. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.
2. Se respeta la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo.

### Orientaciones para el empleo de un lenguaje inclusivo (ONU Mujeres)

En el marco de la “Estrategia para todo el Sistema de las Naciones Unidas sobre la Paridad de Género”, el Departamento de la Asamblea General y de Gestión de Conferencias, el Departamento de Gestión, el Departamento de Comunicación Global y ONU Mujeres, elaboraron distintos recursos cuya finalidad es ayudar al personal de las Naciones Unidas a emplear un lenguaje inclusivo en cuanto al género en los seis idiomas oficiales de la Organización.

Por “lenguaje inclusivo en cuanto al género” se entiende la manera de expresarse oralmente y por escrito sin discriminar a un sexo, género social o identidad de género en particular y sin perpetuar estereotipos de género. Dado que el lenguaje es uno de los factores clave que determinan las actitudes culturales

y sociales, emplear un lenguaje inclusivo en cuanto al género es una forma sumamente importante de promover la igualdad de género y combatir los prejuicios de género.

### Constitución española

La libertad de expresión se encuentra recogida en el artículo 20 de la Constitución española, el cual reconoce y protege los siguientes derechos:

- a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.
- b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.
- c) A la libertad de cátedra.
- d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.

### Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual

El Título I. Principios Generales de la Comunicación Audiovisual incluye, a través de los artículos que lo integran, los principios por los que se deben regir las actividades comunicativas audiovisuales desarrolladas en el territorio español, destacando a este respecto:

 La comunicación audiovisual será respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales (artículo 4.1).

 La comunicación audiovisual no incitará a la violencia, al odio o a la discriminación contra un grupo o miembros de un grupo por razón de edad, sexo, discapa-

---

cidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento (artículo 4.2).

 La comunicación audiovisual no contendrá una provocación pública a la comisión de ningún delito y, especialmente, no provocará públicamente la comisión de un delito de terrorismo, de pornografía infantil o de incitación al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo, una parte del mismo o contra una persona determinada por motivos racistas, xenófobos, por su sexo o por razones de género o discapacidad en los términos y sin perjuicio de lo previsto en el Código Penal (artículo 4.4).

 Se promoverá la pluralidad de la comunicación audiovisual a través del fomento de la existencia de un conjunto de medios, tanto públicos como de titularidad privada y comunitarios, que reflejen el pluralismo ideológico y político y la diversidad cultural y lingüística de la sociedad (artículo 5.1).

 La comunicación audiovisual transmitirá una imagen igualitaria y no discriminatoria de mujeres y hombres y no favorecerá, directa o indirectamente, situaciones de discriminación por razón de sexo, desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género (artículo 6.1).

 La comunicación audiovisual favorecerá una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas con discapacidad (artículo 7.1).

 La autoridad audiovisual competente, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, en cooperación con todas las partes interesadas, incluidas las organizaciones, asociaciones, colegios y sindicatos profesionales del ámbito de la comunicación y el periodismo, adoptarán medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad, para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios, y evaluarán periódicamente los avances realizados (artículo 10.1).

### **Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres**

La Ley, a través del Título III. Igualdad y medios de comunicación y el artículo 39. La igualdad en los medios de comunicación social de titularidad privada, destaca que todos los medios de comunicación respetarán la igualdad entre mujeres y hombres, evitando cualquier forma de discriminación. Por otra parte, la Ley también hace referencia a la implementación de la igualdad en el lenguaje en determinados ámbitos, como consta en el Artículo 28. Sociedad de la Información: "En los proyectos del ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación sufragados total o parcialmente con dinero público, se garantizará que su lenguaje y contenidos sean no sexistas."

---

# EL PODER DE LA VOZ

Paz y Desarrollo apostamos por **la comunicación como una herramienta de transformación social**. Es por ello que en el año 2016, con motivo del 25 aniversario de la organización, pusimos en marcha Radio XXII (<https://radioxxii.com/>), una emisora online con el objetivo de dar voz a las organizaciones sociales del territorio español. Radio XXII es una apuesta por generar conocimiento, intercambio y debate sobre la acción para el cambio social. En sus seis años de existencia ha contado con la participación de numerosas personas voluntarias y entidades del tercer sector que han prestado su voz para contribuir en la lucha por los derechos humanos.

Con todo, la confluencia de un contexto marcado por los discursos de odio y la firme apuesta de la organización por la comunicación para la transformación social dio lugar al proyecto **“El poder de la voz: podcasts para la construcción de una ciudadanía crítica y conectada con sus realidades glocales”**, una iniciativa que hemos desarrollado entre mayo de 2021 y junio de 2022 gracias a la financiación de la Dirección General de Cooperación Internacional de la Generalitat Valenciana, Caixa Popular y la Coordinadora Valenciana de ONGD.

## ¿CUÁLES SON SUS OBJETIVOS?

El proyecto incorpora nuevas metodologías y recursos tecnológicos y comunicacionales para adaptarse a las necesidades y demandas

actuales de la ciudadanía valenciana y, específicamente, de los movimientos activistas presentes en la ciudad de València. Pero, sobre todo, parte del hecho de ser conscientes de las desigualdades estructurales que nos alejan a unos más que a otros del acceso a la formación y tecnología, tomando como ejemplo experiencias comunitarias de países del Sur que han logrado eliminar las brechas sociales y digitales y llegar a las poblaciones más empobrecidas en contextos de paz y de conflicto gracias a herramientas creativas como el podcast.

De esta forma, el proyecto pretende que la sociedad valenciana, la cual está en continua renovación y reconfiguración influenciada por las diversas culturas que conforman el actual tejido social de la ciudad, se transforme en

---

una **ciudadanía crítica y conectada con sus realidades glocales, respetuosa de la diversidad cultural, los derechos humanos y la igualdad de género**. Esto a través del **impulso de nuevas narrativas creativas y transformadoras para la formación y concienciación sobre la desigualdad mundial y sus consecuencias, en el ejercicio del intercambio de saberes Norte-Sur y los medios digitales**.

### ¿QUÉ METODOLOGÍA SEGUIMOS?

Las fases que han posibilitado la praxis de esta experiencia, y que detallaremos en el apartado RECORRIDO para que cualquier persona con esta guía en sus manos pueda aplicarlas, han sido:

#### **FASE 1. Arranque y socialización del proyecto:**

El proyecto comenzó con la conformación del grupo de personas participantes en el proceso formativo. Para ello, se diseñó la imagen identificativa del proyecto y se difundió un formulario de inscripción online en el que se apuntaron 15 activistas que integran diferentes entidades, colectivos y movimientos sociales del territorio valenciano.

#### **FASE 2. Formación:**

Una vez conformado el grupo de trabajo, se configuró el calendario de formaciones en activismo digital, comunicación inclusiva y transformadora, y producción de podcast, compuesto por las siguientes sesiones:

 Cómo comunicar nuestra causa: tendencias actuales para mayor impacto de nuestro activismo.

 Perspectiva de género e igualdad en la comunicación inclusiva.

 Taller de intercambio de saberes Sur-Norte sobre experiencias de comunicación comunitarias y alternativas: inmersión en el podcast.

 Formación en activismo creativo y digital: el poder de la voz.

 Formación teórico-práctica sobre creación y producción de podcasts.

#### **FASE 3. Sensibilización:**

El propósito en esta fase fue promover las iniciativas creativas y transformadoras convertidas en material de audio digital (podcast) como herramientas para la formación y sensibilización para la ciudadanía en general, promocionando los productos obtenidos en formato podcast entre el tejido asociativo y activista de la ciudad de València. A su vez, se complementó con la organización de un foro abierto a la ciudadanía sobre el reto de la transformación del activismo hacia uno creativo y digital.

# 02. RECO- RRIDO



---

**A continuación, te invitamos a recorrer, a modo de instrucciones para la replicabilidad de la intervención, las acciones que componen cada una de las fases de ejecución del proyecto para que conozcas sus objetivos y contenidos específicos, así como los resultados obtenidos:**

## **FASE 1. ARRANQUE Y SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO:**

Como primer paso tras la conformación del grupo de trabajo - en nuestro caso, integrado por 15 activistas de diferentes entidades, colectivos y movimientos sociales del territorio valenciano (Mujeres, Voces y Resistencias, Infancias i Dones del Món, Orriols Convive, ACI-COM-Associació Ciutadania i Comunicació, Unió de Periodistes Valencians y Fundación Manantial - se aplica un cuestionario inicial al grupo participante, con el fin de obtener un diagnóstico que sitúe los conocimientos y las experiencias de las personas participantes en torno a la metodología de trabajo y los contenidos a abordar, al tiempo que permita comparar los resultados obtenidos con el proceso de evaluación final.

### **Preguntas a incluir en el diagnóstico**

 ¿Sabes qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?

 En una escala del 1 al 5, ¿consideras importante recibir formación en activismo digital?

 En una escala del 1 al 5, ¿consideras importante recibir formación en educación mediática?

 En una escala de 1 al 5 ¿qué nivel de importancia das a la perspectiva y transversalidad de género?

 ¿Consumes podcasts de temática social (por ejemplo, sobre feminismos, acción por el clima, etc.)?

 ¿Te sientes motivado/a para la puesta en marcha de nuevas narrativas creativas y transformadoras?

 En tu vida cotidiana, ¿utilizas un lenguaje inclusivo y no sexista?

---

# FASE 2. FORMACIÓN

Los talleres que integran el proceso persiguen dotar a las personas participantes de una formación integral en cómo realizar podcasts desde una perspectiva de género y un enfoque de derechos humanos, permitiendo la exploración del podcast como una herramienta de incidencia política y social para cualquier activista. ¡Acompáñanos en este repaso por cada sesión y los contenidos abordados!

## TALLER 1. CÓMO COMUNICAR NUESTRA CAUSA: TENDENCIAS ACTUALES PARA MAYOR IMPACTO DE NUESTRO ACTIVISMO

**Impartido por:** CIPÓ Company  
(<https://cipocompany.com/>)

**Duración:** 2 sesiones de 2 horas/sesión.

### OBJETIVOS:

 Identificar los puntos determinantes a tener en cuenta para realizar una campaña exitosa: tácticas, acciones, herramientas y mensajes.

 Contextualizar los determinantes en situaciones reales de elaboración de campañas, la forma en la que se deben abordar y el efecto que tendrán una vez terminadas.

### Sesión 1:

 Qué hace exitosa una acción o campaña de comunicación (y qué le hace fracasar...).

 La creatividad al servicio del activismo: claves para encender el 'hemisferio derecho' del cerebro y tácticas creativas.

 Cómo crear objetivos comunicativos eficaces: la flecha en la diana.

 Segmentación y análisis de públicos.

 Prácticas grupales consistentes en definir los objetivos comunicativos en las causas en las que trabajamos, segmentar un público diana al que nos queremos dirigir, y crear una idea comunicativa.

## Sesión 2:

 Estrategias correctas para comunicar: tácticas, acciones, herramientas y mensajes.

 Tipos de acciones que funcionan.

 Herramientas comunicativas.

 Los 7 mensajes que funcionan.

 Balance final: ¿Qué podemos mejorar en nuestra comunicación para ser más eficaces en nuestro activismo?

### GLOSARIO:

**Activismo digital:** Ejercicio de la ciudadanía y del compromiso social mediante la participación activa en redes sociales de personas naturales o jurídicas creando dinámicas de información, sensibilización, educación y movilización social usando las redes sociales y los canales online. También puede denominarse ciberactivismo, activismo en Internet, activismo web o activismo online.

**Comunicación eficaz:** Proceso de transmisión de un mensaje específico o información perfectamente descrita dirigida al receptor, el cual es capaz de entender el mensaje enviado de manera efectiva, concreta y determinante.

**Creatividad digital:** Proceso mental que genera ideas o conceptos nuevos para solucionar cualquier problema en el ecosistema digital.

**Segmentación creativa:** Conjunto de herramientas con el que puede comenzar el pro-

ceso de dirigirse a una audiencia en función de dónde están, quiénes son, qué les gusta y no les gusta, y cómo se comportan como consecuencia.

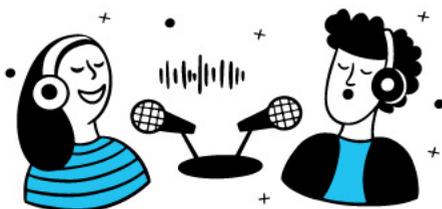
**Creatividad táctica:** Capacidad de generar diversas soluciones en una situación dada y elegir una que sea útil, novedosa, estadísticamente rara y original.

**Inteligencia táctica:** Tipo de pensamiento, el cual se esfuerza por encontrar la mejor solución a un problema y se basa en una alta precisión y lógica.

**Campaña de comunicación:** Composición de diferentes estrategias y acciones que persiguen el objetivo de promocionar y gestionar la relación con todos los públicos relevantes para una persona, empresa, institución, evento, producto o servicio.

### EL RESULTADO: ¿QUÉ HACE EXITOSA LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL?

Página siguiente 



# El poder de la voz

## ¿QUÉ HACE EXITOSA LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL?



### CREATIVIDAD

#### LAS CLAVES SON:

- ☑ Tener varios procesos creativos abiertos.
- ☑ Equipos creativos que estén trabajando en retos diferentes.
- ☑ Tener un banco de ideas compartido.
- ☑ Explorad posibles tácticas: cambiar los puntos de vista, hacer juegos de palabras, crear expectación, usar el humor o inspirarse en 'memes'.

### OBJETIVOS CENTRADOS

#### LOS OBJETIVOS DEBEN SER:

- ☑ Alcanzables, que sea posible obtener el nivel de cambio.
- ☑ Realistas, según los recursos y capacidades.
- ☑ Específicos: ¿qué quiero? ¿de quién? ¿para qué?

### 'VER' A LA GENTE: SEGMENTAR

#### RECUERDA:

- ☑ La comunicación empieza donde está tu público.
- ☑ Sal de la burbuja.
- ☑ Analiza sus comportamientos y formas de pensar.

### ESTRATEGIAS

#### DISEÑA TUS ESTRATEGIAS EN BASE A:

- ☑ Tácticas: dedica tiempo para pensar en la mejor forma de llegar a tu público.
- ☑ Acciones novedosas.
- ☑ Herramientas: menos es más / deben ser sencillas.
- ☑ Mensajes que funcionan:
  - > Lo cercano frente a lo lejano.
  - > Lo positivo frente a lo negativo.
  - > Lo emocional frente a lo impersonal.
  - > Lo concreto frente a lo abstracto.
  - > Lo sencillo frente a lo complejo.
  - > Lo divertido frente al 'rollo institucional'.
  - > La creatividad frente a lo obvio.

---

## TALLER 2. PERSPECTIVA DE GÉNERO E IGUALDAD EN LA COMUNICACIÓN INCLUSIVA

**Impartido por: Nubia Forero**

**Duración: 5 sesiones de 2 horas/sesión.**

### OBJETIVOS:

 Lograr la incorporación del lenguaje inclusivo a todos los niveles, sin excepción, con el propósito de visibilizar a las mujeres y evitar, de esta forma, perpetuar estereotipos y roles por razón de sexo que, en algunos casos, conllevan a la exclusión e infravaloración de las mujeres.

 Socializar el aprendizaje y visibilizar las contribuciones de las personas participantes a la hora de diseñar situaciones de sensibilización en igualdad y prevención de las diversas expresiones de violencia de género hacia las niñas y mujeres.

### CONTENIDOS:

 Un viaje por la desigualdad.

 Desigualdad, ¿génesis de la violencia de género?

 Una aproximación a la inclusión de la perspectiva de igualdad entre mujeres y hombres en el lenguaje inclusivo no sexista.

 ¡Nómbreme para existir!

 ¡Un, dos, tres, manos a la obra!

### GLOSARIO:

**El principio de no discriminación:** toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por las mujeres, con independencia de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y de la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas políticas, económicas, sociales, culturales y civiles o en cualquier otra esfera (Naciones Unidas, 1979).

**Androcentrismo:** Visión del mundo y de las cosas, desde el punto de vista teórico y del conocimiento, en la que los hombres son el centro y la medida de todas ellas, ocultando y haciendo invisible todo lo demás, incluyendo las aportaciones y contribuciones de las mujeres a la sociedad. Una visión androcéntrica presupone que la experiencia masculina sería “la universal”, la principal, la referencia o representación de la humanidad, obviando la experiencia femenina.

**Democracia paritaria:** forma de organización social y política en la que existe igualdad de número y derechos de los distintos colectivos que componen la sociedad y que deben formar parte de los órganos decisorios y de gobierno. En la actualidad, la mayoría de las democracias adolecen de una escasa presencia de mujeres en los poderes y órganos del Estado, por lo que dicha equiparación es considerada por determinados colectivos de mujeres un principio fundamental para la consecución de la igualdad entre mujeres y hombres.

**Empoderamiento de las mujeres - Empowerment:** término acuñado en la Conferencia Mundial de las Mujeres en Beijing (Pekín) para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de de-

---

cisiones y acceso al poder. Actualmente esta expresión conlleva también otra dimensión: la toma de conciencia del poder que individual y colectivamente ostentan las mujeres relacionados con la recuperación de la propia dignidad de las mujeres como personas.

**Feminización de la pobreza:** fenómeno que da nombre a una situación generalizada en la mayoría de los países y que invisibiliza la representación de las mujeres, es decir, a más de la mitad de la población pobre del planeta. La pobreza y las políticas de ajuste de los países impactan de manera directa en la participación de las mujeres y en su acceso al mundo laboral, educativo, sanitario y social por la falta de leyes.

**Estereotipos:** son imágenes mentales o juicios muy simplificados y que conllevan siempre la discriminación de alguno de los sexos.

**Roles:** son los relacionados inherentemente con las tareas, funciones y conductas que tradicionalmente se ha atribuido a un sexo como propio, y se aprenden e interiorizan a través de las instituciones y mecanismos que operan en el proceso de socialización.

**Factores de la desigualdad:** la forma en cómo aprendemos de acuerdo con el sexo al que pertenecemos no es única, sino que son múltiples y variados los canales a través de los que se transmite. La familia, la escuela, los medios de comunicación, el lenguaje, la literatura infantil, son algunos de los agentes que presentan papeles muy diferentes y desiguales según el sexo.

**Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres:** constituye la garantía de que mujeres y hombres puedan participar en diferentes esferas (económicas, política, participación social, de toma de decisiones) y actividades (educación, formación, empleo) sobre las bases de la igualdad.

**Resistencia al cambio:** las actuales políticas de igualdad han impulsado la transformación del modelo de relaciones entre mujeres y hombres. No obstante, el proceso resulta lento a la hora de desmontar la visión androcéntrica, presente mayoritariamente en los espacios donde se toman las decisiones y responsabilidades para el cambio.

## **EL RESULTADO: ESTRATEGIAS ÚTILES PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA**

**Página siguiente ▶**



# El poder de la voz

## ESTRATEGIAS ÚTILES PARA UNA COMUNICACIÓN INCLUSIVA



### EVITAR EXPRESIONES DISCRIMINATORIAS

- ❑ Emplear las formas de tratamiento adecuadas: Al dirigirnos o referirnos a alguien, conviene utilizar las formas de tratamiento (título de cortesía), el pronombre personal y los adjetivos que concuerden con su género.
- ❑ Evitar expresiones con connotaciones negativas que conducen a estereotipos sexistas (por ejemplo, no decir "los hombres no lloran" o "actúa como una niña").
- ❑ Evitar expresiones que perpetúan estereotipos sobre los roles socialmente asignados a los géneros (por ejemplo, en lugar de "Enfermeras y médicos participaron en la huelga del sector", utilizar "El personal sanitario participó en la huelga del sector").

### VISIBILIZAR EL GÉNERO CUANDO LO EXIJA LA SITUACIÓN COMUNICATIVA

- ❑ Emplear pares de femenino y masculino (desdoblamiento).
- ❑ Emplear estrategias tipográficas (barra o paréntesis).
- ❑ Emplear "hombres y mujeres".

### NO VISIBILIZAR EL GÉNERO CUANDO NO LO EXIJA LA SITUACIÓN COMUNICATIVA

- ❑ Omitir el determinante ante sustantivos comunes en cuanto al género.
- ❑ Emplear sustantivos colectivos y otras estructuras genéricas.
- ❑ Usar sustantivos colectivos para referirnos a conjuntos de personas.
- ❑ Usar la palabra "persona".
- ❑ Usar el pronombre relativo "quien(es)", los pronombres indefinidos "alguien", "nadie" y "cualquiera" y el adjetivo indefinido "cada" seguido de sustantivo común en cuanto al género.
- ❑ Usar adjetivos sin marca de género en lugar de sustantivos.
- ❑ Emplear construcciones con "se" impersonal ("se recomienda"), de pasiva refleja ("se debatirá") o de pasiva perifrástica ("se va a elegir").
- ❑ Omitir el agente.
- ❑ Usar el infinitivo y el gerundio.

---

## ¡Y RECURSOS COMUNICATIVOS Y DE SENSIBILIZACIÓN PARA AMPLIAR!

➤ [Plan Director de Coeducación](#)

➤ [Pacto de Estado contra la Violencia de Género](#)

### Lenguaje inclusivo:

➤ [Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje. UNESCO](#)

➤ [Normas mínimas de lenguaje inclusivo. Consejo General del Poder Judicial](#)

➤ [Manual de estilo para el tratamiento de la violencia machista y el lenguaje inclusivo en los medios de comunicación. Unió de Periodistes Valencians](#)

➤ [Guía Lenguaje no sexista. Oxfam Intermon](#)

➤ [La receta](#)

Dirección: Pilar Ramírez Inglés

➤ [Por la flor de la canela](#)

Dirección: María Sánchez Testón

➤ [Se dice poeta](#)

Dirección: Sofía Castañón

### Publicidad no sexista:

➤ [Correr como una niña](#)

GoldieBlox & Rube Goldberg "Princess Machine".

➤ [Pavofrío](#)

➤ [Supercircuito Fisher Price](#)

### Corresponsabilidad familiar:

➤ [Adiós tortilla](#)

Dirección y guión: Mar Gómiz

➤ [Un billete a nunca jamás](#)

Director: Jorge Naranjo

### Estereotipos y roles de género:

➤ [El azul, el rosa y los otros colores](#)

Directora: Cristina Linares

➤ [Revelando estereotipos que no nos representan, por Yolanda Domínguez](#)

Produce: TEDxMadrid

➤ [Otras diversas masculinidades, por Erick Pescador](#)

Produce: Centro de profesorado de Sabiñánigo

➤ [Campaña de sensibilización: 48 Cosas que las mujeres escuchan a lo largo de su vida](#)

Produce: El HuffPost

➤ [Campaña de sensibilización: 48 frases que los hombres escuchan a lo largo de su vida](#)

Produce: El HuffPost

### Violencia de género y diversas manifestaciones:

➤ [Mariama](#)

Directora: Mabel Lozano

➤ [Campaña de sensibilización: La MGF es...](#)

Produce: Plan Internacional España

---

► [Reportaje: Matrimonios forzados de niñas: Sudán del Sur](#)

Produce: WWR Español

► [Reportaje: Sudán des Sur: la violación como arma de guerra](#)

Produce: Euronews

► [Campaña: ¡No más!](#)

Produce: Red Aminvi Red de Apoyo a la Mujer Inmigrante Víctima de la Violencia de Género

### **Mitos alrededor del maltratador:**

► [Entrevista: Jorge Freudenthal: "Los maltratadores no están enfermos, es una ideología"](#)

Produce: Salvados LaSexta

► [Entrevista: Jorge Freudenthal: "Los hombres somos muy analfabetos emocionalmente hablando"](#)

Produce: Salvados LaSexta

### **Acoso callejero:**

► [Campaña de sensibilización: Acabemos con el acoso callejero #SaferCitiesForGirls](#)

Produce: Plan Internacional España

► [Campaña de sensibilización: Violencia viral-Grooming - Di no a la violencia online que sufre la infancia"](#)

Produce: Save the Children-España

### **Micromachismos:**

► [Micromachismos: están ahí, aunque nos los veamos](#)

► [¿No te ha pasado que...?](#)

### **Visibilización de las mujeres:**

► [Campaña de sensibilización: NoMoreMaltildas](#)

Produce: Asociación de Mujeres Científicas

► [Reportaje: Mi mensaje a las niñas que quieren ser científicas. Jane Goodall, primatóloga](#)

Produce: BBVA

► [Reportaje: Historia mundial de los derechos de las mujeres en 3 minutos](#)

Produce: UN Mujeres

► [Entrevista: La mujer que cambió la historia del maratón para siempre. Kathrine Switzer](#)

Produce: BBVA Aprendemos Juntos

---

## TALLER 3. TALLER DE INTERCAMBIO DE SABERES SURNORTE SOBRE EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIAS Y ALTERNATIVAS: INMERSIÓN EN EL PODCAST

**Impartido por: Vokaribe Radio** (<https://www.vokaribe.net/>)

**Duración: 2 sesiones de 2 horas/sesión.**

### OBJETIVOS:

 Propiciar un acercamiento a la producción colaborativa de podcast desde la experiencia de proyectos de comunicación comunitaria (el caso de Vokaribe Radio en Barranquilla, Colombia).

 Afianzar prácticas comunicativas con un enfoque ciudadano participativo.

 Conocer las posibilidades del podcast como herramienta para la transformación social.

 Adquirir conocimientos sobre el funcionamiento del podcast y sus instrumentos y características principales.

 Generar el primer ejercicio práctico en la grabación de entrevistas en formato podcast a otras experiencias de emisoras comunitarias.

### CONTENIDOS:

 Empoderamiento comunitario a través de la comunicación social: la experiencia de Vokaribe Radio.

 Podcast: definición, contexto, tipologías, formatos y algunas claves.

 Escucha, explora y crea; colaboración colectiva para aprender a guionizar y comunicar nuestra causa.

### GLOSARIO:

**Podcast:** Es un audio digital que puede combinar voz, música y efectos sonoros. Las grabaciones en podcast se alojan en una web desde donde pueden ser descargadas y reproducidas en directo. Es un formato de radio con contenido bajo demanda.

**Comunicación para el cambio social:** Este enfoque considera la comunicación como herramienta de empoderamiento y un ámbito para mejorar la calidad de vida de las personas, sobre todo en los procesos de participación ciudadana. Más aún, este enfoque entiende la comunicación como un bien común y un derecho (Marcelo Martínez Hermda y Francisco Sierra Caballero).

**Alfabetización mediática:** La alfabetización mediática es la capacidad de acceder, analizar, crear y actuar utilizando todas las formas de comunicación.

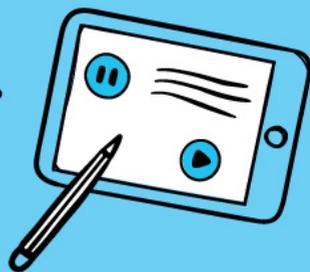
### EL RESULTADO: CLAVES PARA PRODUCIR UN PODCAST

**Página siguiente** 



# El poder de la voz

## CLAVES PARA PRODUCIR NUESTRO PODCAST



### ¿QUÉ ES UN PODCAST?

- Es una producción sonora de palabra hablada.
- Se presenta como contenido seriado estructurado en episodios y temporadas.
- Se produce para consumo bajo demanda.
- Los contenidos responden a un consumo personal, atento e íntimo.
- Permite la suscripción y la multidistribución.
- La interacción es asincrónica.



### LAS CLAVES PARA SU PRODUCCIÓN:

- Compartir con otros/as lo que te gustaría escuchar.
- Hablar como si le hablaras a un amigo o amiga.
- En podcast narrativos hay que propiciar el contexto relevante. Ubicar a quien escuchar.
- Narrar con sonidos. Crea imágenes finas.
- Acción-interés. Sacar detalles resplandecientes.
- Pensar tu pasión: ¿Por qué eliges esta historia?
- No subestimar a quien te escucha...
- Sé empático/a.
- Conéctate con tu memoria sensorial. ¿Cuál de tus sentidos se conecta con la historia?
- Aprende a cerrar a tiempo. Despréndete.
- El primer minuto y el último son igual de importantes.

## TALLER 4. FORMACIÓN EN ACTIVISMO CREATIVO Y DIGITAL: EL PODER DE LA VOZ

**Impartido por: Colectivo OYE!**

(<https://www.somosoye.com/>)

**Duración: 3 sesiones de 3 horas/sesión.**

### OBJETIVOS:

☑ Diseñar el prototipo de un episodio de podcast que sirva tanto como vehículo empático para conectar con audiencias globales, como herramienta para conectar con su propósito activista en un contexto digital.

### CONTENIDOS:

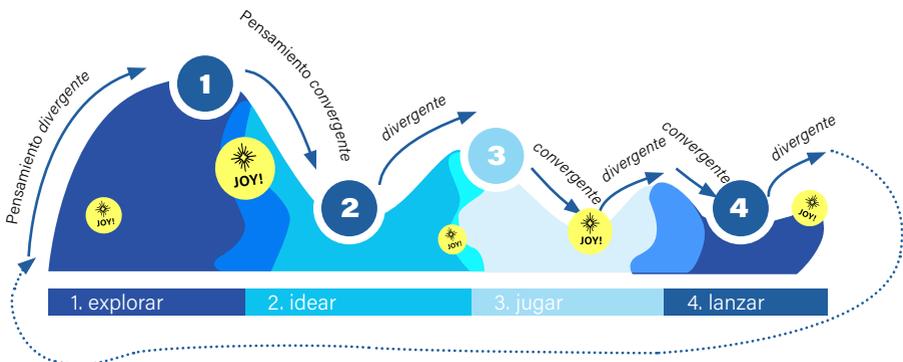
El taller utiliza la metodología "Joy Design" creada por OYE! basada en el pensamiento de diseño para hacer activismo creativo (Design Thinking para activistas). Esta metodología se divide en cuatro fases principales para promover el pensamiento divergente y convergente en los participantes:

El uso del método desarrolla en sus participantes habilidades como: la creatividad, la empatía, el cuidado de la otredad, el apoyo mutuo, el esfuerzo propio, la responsabilidad, la democracia directa, la igualdad, la equidad y la solidaridad. Aunque la cooperación es un elemento común en propuestas para el cambio social, este método, propuesto desde el diseño, se convierte en una herramienta para la investigación de los problemas complejos y propone en etapas determinadas los pasos para obtener resultados, testarlos de manera rápida y eficiente e iterar para seguir creando.

### GLOSARIO:

**Activismo Creativo:** activismo que usa la creatividad y la empatía para facilitar la transición hacia el cambio social.

**Wicked Problems:** un problema social o cultural difícil o imposible de resolver, normalmente debido a su naturaleza compleja e interconectada. Al ser problemas sistémicos, se caracterizan por tener múltiples factores interdependientes que hacen que parezcan imposibles de resolver, pues nunca existe una fórmula única o definitiva.



\*Para estos talleres, los grupos de trabajo que posteriormente generarán los podcasts deben estar conformados para delimitar conjuntamente el tema a tratar.

---

**Diseño Participativo:** También conocido como diseño cooperativo, es un enfoque para diseñar tratando activamente a todas las partes involucradas con el fin de ayudar a asegurar que el producto diseñado se ajuste a sus necesidades y se pueda utilizar.

## EL RESULTADO: LA 'JOIA' DEL ACTIVISMO CREATIVO Y DIGITAL

Página siguiente ➤

### ¡Y MÁS RECURSOS PARA AMPLIAR!

#### VIDEOS:

- [Cómo transformar la fatiga apocalíptica en acción contra el calentamiento global](#) - Per Espen Stoknes
- [99U: Why Your Critics Aren't The Ones Who Count](#) - Dra. Brené Brown

#### Webs:

- [Sacred Design Lab](#) - Kasper ter Kuile
- [Aesthetics of Joy](#) - Ingrid Fetell Lee
- <https://brenebrown.com/> - Dra. Brené Brown

#### Podcasts:

- [Harry Potter and the Sacred Text](#) - Kasper ter Kuile
- [The Real Question](#) - Kasper ter Kuile
- [Unlocking Us](#) - Dra. Brené Brown

### Ejemplos de Activismo Creativo:

- [Bandera "gay", creada por Gilber Baker](#) (arte protesta)
- [Performance colectivo Las Tesis "Un violador en tu camino"](#) (arte protesta)
- ["Esa Coca-Cola es una Fanta"](#) (branding con causas sociales)
- ["Nike: Dream Crazy"](#) (branding con causas sociales)
- ["Jane the Virgin"](#) (entretenimiento y uso de la ficción)
- ["El Tercer Mundo Después del Sol"](#) - Rodrigo Bastidas (entretenimiento y uso de la ficción)



# El poder de la voz

## LA 'JOIA' DEL ACTIVISMO CREATIVO Y DIGITAL por OYE! Podcast



### ¿CÓMO HACER UN BRIEF QUE GUÍE NUESTRA ACCIÓN ACTIVISTA?

#### 1. Síntesis de tu ecosistema activista

##### a. Temática de tu episodio:

Es la problemática que quieres abordar con este episodio

##### b. Tu motivación/joia:

Razón por la que quieres hacer este episodio y cómo se conecta con tu joia activista.

Qué vamos a hacer y por qué.

#### 2. Resultados de la arqueología emocional

##### a. Tu audiencia:

El tipo de personas que quieres que oiga tu episodio (a quien entrevistaste).

##### b. Su motivación/joia:

Cualquier idea nueva sobre las emociones enterradas que motivan las acciones o percepciones de tu audiencia (arqueología emocional).

Para quién lo vamos a hacer y qué necesita.

#### 3. Reto activista

¿Cómo podría nuestro episodio sobre [temática] ayudar a [audiencia] a sentir [punto en común]?

Por qué le va a interesar.

### ENCUENTRA TU 'JOIA' COMPARTIDA



---

## TALLER 5. FORMACIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA SOBRE CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE PODCASTS

**Impartido por: Ricardo Osorno** (<https://www.rosornomusic.com/>)

**Duración: 1 sesión teórica de 2 horas y 1 sesión práctica en el estudio de grabación de 4 horas.**

### OBJETIVOS:



Aprender los procesos de producción y planificación para la realización de un podcast.



Entender además el contexto histórico y la funcionalidad de un podcast para, posteriormente, conocer sus procesos de producción, a través de estrategias creativas, aprendiendo a solucionar retos y dificultades durante el proceso para finalizar con la grabación del cabezote y de un capítulo por grupo.

### Contenidos:

El taller se divide en dos partes. La primera parte está enfocada en ofrecer una visión global a los y las participantes sobre los procesos de producción y planificación de un podcast por medio de una capacitación teórica. Posteriormente, se realiza una actividad práctica de creación de un guión para la introducción o cabezote de un capítulo.

La segunda parte del taller es una sesión práctica de cuatro horas en donde los participantes entrarán al estudio de grabación para producir una introducción o cabezote de su capítulo. A través de una experiencia práctica los participantes pueden vivenciar los retos y dificultades que se presentan en el momen-

to de grabar un podcast. Pueden anticipar y generar estrategias para evitar errores y aumentar su eficiencia en los procesos de producción.

### GLOSARIO:

**Podcast:** es un archivo de audio descargable, encontrado en un directorio online, buscado por oyentes que se suscriben de una forma regular para recibirlo a través de una fuente web llamada RSS (Real simple syndication).

**Audio digital:** es la representación de un sonido en forma procesada o archivada en un computador o dispositivos electrónicos.

**Producción:** la producción es el proceso de realización de un proyecto desde su planificación, ejecución, desarrollo, hasta la publicación y difusión de su contenido.

**Edición de audio:** la edición de audio es el proceso que se realiza después de la captura (grabación) y comprende las herramientas de cortar, pegar, fundir, y mezclar una pista de audio.

**Grabación de audio:** hace referencia a la captura de una fuente de sonido inicial y su transformación digital en un software de procesamiento de audio.

**Distribución digital:** es la publicación de un contenido en plataformas digitales tales como spotify, google music, amazon music, apple podcast, entre otras.

**EL RESULTADO: ARMANDO UN PODCAST: EL PROCESO DE GUIONIZACIÓN**

**Página siguiente** ➔



# El poder de la voz

## ARMANDO UN PODCAST: EL PROCESO DE GUIONIZACIÓN

Una vez decidida la temática a abordar y con nuestro brief inicial, nos lanzamos a organizar la estructura y la conversación.

### LA ESTRUCTURA DE NUESTRO EPISODIO

#### INTRO.

2.5 min.

#### INICIO

15 minutos (la conversación)

#### NUDO

#### DESENLACE

#### CIERRE

2.5 min.

20 minutos (podcast completo)

### DISEÑAMOS LA CONVERSACIÓN

#### REFERENCIA

Recuerda tu reto activista: ¿Cómo podría nuestro episodio sobre (temática) ayudar a (audiencia) a sentir (punto en común)?

#### INICIO

Aquí darás un poco de contexto. Cualquier cosa que ayude a tu audiencia a situarse en la temática que desarrollarás.

#### NUDO

Habla sobre por qué es relevante este tema para tu audiencia y expón tu problema-oportunidad.

#### DESENLACE

Conclusiones y llamado a la acción: si hemos hecho bien nuestro trabajo, la joya compartida motivará a la acción que queremos.

---

## ¡Y MÁS RECURSOS PARA AMPLIAR!

### Software de audio:

- [Audacity \(Gratuito\) PC o MAC](#)
- [Pro Tools \(Versión de prueba gratis\) PC o MAC](#)
- [Logic X o Garageband \(MAC\)](#)

### Plataformas de distribución:

- [Anchor](#)
- [Ivoox](#)
- [Buzzsprout](#)

### Micrófonos:

- SM58
- Rode Pod mic
- BLUE Rode Mic

### Interface de audio:

- Focusrite 2i2
- Sonor audio 2

### Diseño Arte:

- [Canva.com \(Gratuito\)](#)

### Tutoriales:

- [Curso de edición de audio Audacity](#)

### Licencias de música gratuita:

- [Pixabay \(Música\)](#)
- [Youtube Music Library](#)
- [BBC Sound FX](#)



# FASE 3. SENSIBILIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LO APRENDIDO

El proceso culmina con dos acciones para promover entre el tejido asociativo y activista y la ciudadanía valenciana los podcasts como un elemento que les conecte con sus realidades glocales:

## PODCAST 'EL PODER DE LA VOZ'

Cada equipo participante en el proceso formativo graba un episodio. En nuestro caso, se grabaron un total de 5 episodios que componen el podcast 'El poder de la voz'. En el apartado ESCUCHA podrás acceder a ellos. Dichos episodios fueron difundidos a través de nuestras redes sociales y las de las entidades participantes para hacer llegar los resultados al público y concienciar sobre las diferentes realidades mostradas en cada episodio:

 Episodio 1: Mujeres que vuelan, realizado por Mujeres, Voces y Resistencias.

 Episodio 2: Aquarius, realizado por Infancias i Dones del Món.

 Episodio 3: Orriols multicultural, realizado por Orriols Convive y ACICOM -Associació Ciutadania i Comunicació.

 Episodio 4: Zahra, realizado por la Unió de Periodistes Valencians.

 Episodio 5: Radio Diversa, realizado por Fundación Manantial.

## Consejos para la grabación

 Aplicar el enfoque del periodismo constructivo o de soluciones: ¡hemos de ser propositivos/as!

 Trabajar el guión previamente con cada grupo para que al estudio de grabación se llegue con una versión final consolidada.

 Hacer algunos ejercicios de voz para vocalizar.

 Practicar un par de veces delante del micrófono para perder la vergüenza.

 La primera versión siempre es la más natural.

 Disfrutar del momento y valorizar el hecho de que nuestras voces sean escuchadas.

---

## FORO DE COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA

El punto de encuentro final del proceso lo constituye la organización del foro de comunicación transformadora. En nuestro proyecto, este recibió el título de 'El poder de la voz', y permitió socializar los episodios de podcast producidos, al tiempo que generar un espacio de reflexión sobre el podcast como herramienta de transformación social, el periodismo constructivo y el periodismo comunitario. La agenda del evento incluyó:

### MARTES, 31/05 (OCTUBRE CENTRE DE CULTURA CONTEMPORÀNIA + STREAMING)

17H a 18.30H: Mesa redonda "El podcast como herramienta de transformación social", con la participación de:

 Centre Municipal de Joventut de Ciutat Vella (unminuto.podcast).

 Medicusmundi Mediterrània (VEUS).

 Coordinadora Andaluza de ONGD (Surtopías).

 Paz y Desarrollo (Radio XXII).

 Moderado por Carmen Rodríguez, responsable de comunicación de la Coordinadora Valenciana de ONGD.

19H a 20H: Charla "El enfoque del periodismo de soluciones", por Alfredo Casares, director del Instituto de Periodismo Constructivo.

### JUEVES, 02/06 (EL SPOT STUDIOS + STREAMING)

17H a 18H: Mesa redonda "Las radios comunitarias como alternativa a la brecha digital", con la participación de:

 Vokaribe Radio (Colombia).

 Radio Savia (Colombia).

18.30H a 20H: Presentación de los episodios del podcast "El poder de la voz", con la participación de:

 Mujeres, Voces y Resistencias.

 Infàncies i Dones del Món.

 Orriols Convive.

 ACICOM.

 Unió de Periodistes Valencians.

 Fundación Manantial.

Ambas sesiones están disponibles en el canal de Youtube de Paz y Desarrollo. Aquí tienes los enlaces a la [primera sesión](#) y a la [segunda sesión](#).



## ¡Y TOCA EVALUAR!

Para analizar los aprendizajes obtenidos, el proceso culmina con un cuestionario de evaluación a través del que medir el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Preguntas a incluir en la evaluación:

 Tras tu participación en el proyecto, ¿consideras que has adquirido las competencias necesarias para reproducir contenidos de calidad y difundirlos?

 Tras participar en el proyecto, ¿te sientes motivado/a para la puesta en marcha de nuevas narrativas creativas y transformadoras?

 Tras tu participación en el proyecto, ¿se han cumplido tus expectativas respecto al mismo (tanto a nivel individual como desde tu colectivo)?

 Durante tu participación en el proyecto, ¿cómo valoras tu participación y los espacios que se han dado para la misma? ¿Consideras que se ha dado "poder a tu voz"?



# 03. ESCU- CHA



**Y ahora sólo queda que encuentres un momento para ti, te coloques los auriculares y te sumerjas en 'El poder de la voz!'**

Escucha los episodios que componen el podcast **"El poder de la voz"**.

**Realización:** Mujeres, Voces y Resistencias, Infàncies i Dones del Món, ACICOM, Orriols Convive, Unió de Periodistes Valencians y Fundación Manantial.

**Producción:** Ricardo Osorno.

**Disponibles en:** Radio XXII y iVoxx.



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

Vicepresidencia Segunda y  
Conselleria de Servicios Sociales,  
Igualdad y Vivienda



**Paz & Desarrollo**