



El poder de la teua veu

**GUIA PRÀCTICA PER A
EXERCIR UN ACTIVISME
CREATIV I DIGITAL**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Vicepresidencia Segunda y
Conselleria de Servicios Sociales,
Igualdad y Vivienda



Paz & Desarrollo

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

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

Col·laboració especial de les organitzacions participants en el projecte: **Mujeres, Voces y Resistencias, Infàncies i Dones del Món, Orriols Convive, ACICOM-Asociació Ciutadania i Comunicació, Unió de Periodistes Valencians y Fundación Manantial.**

Edició: **Paz y Desarrollo**

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

Disseny i maquetació: **2022, Fàbrica Gràfika Coop. V.**

Redisseny i maquetació: **2023, Fàbrica Gràfika Coop. V.**

© Paz y Desarrollo, 2023

Aquesta guia es pot copiar i distribuir en qualsevol mitjà o format, sempre que es reconega i referencie adequadament l'autoria i destine el seu ús exclusivament amb propòsit pedagògic, didàctic i afins. Per tant, queda prohibida rotundament la seua reproducció amb finalitats econòmics.

Aquesta publicació ha sigut realitzada amb el suport financer de la Generalitat Valenciana. El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva de Paz y Desarrollo i no reflecteix necessàriament l'opinió de la Generalitat Valenciana.

HOLA!,

Som **Paz y Desarrollo**, una organització no governamental de desenvolupament (ONGD) amb 30 anys d'experiència en el sector de la cooperació i l'educació per a la ciutadania global. El nostre treball se centra en la lluita pel desenvolupament endogen, econòmic i social, i la igualtat de drets i oportunitats entre dones i homes a nivell *glocal*.

Entre maig de 2021 i juny de 2022 vam desenvolupar el projecte «**El poder de la veu: pòdcasts per a la construcció d'una ciutadania crítica i connectada amb les seues realitats *glocals***», finançat per la Direcció General de Cooperació Internacional de la Generalitat Valenciana. El nostre objectiu? **Impulsar nous relats creatius i transformadors per a la formació i conscienciació de la ciutadania valenciana sobre la desigualtat mundial i les seues conseqüències.**

La guia que tens entre les teues mans - **EL PODER DE LA TEUA VEU** - recull l'experiència dels tretze mesos de treball estructurats en els següents blocs:

1. Desconstrucció. T'expliquem detalladament el marc teòric i normatiu sobre el qual s'erigix el projecte, així com els seus objectius i fases d'implementació.

2. Recorregut. T'expliquem, punt per punt, el procés formatiu i el que hem aconseguit.

3. Escolta. Et mostrem el resultat final:

els episodis del pòdcast *El poder de la voz*.

Encara no l'has sintonitzat? Activa el poder de la teua veu!



ÍNDEX

1. DESCONSTRUCCIÓ, 5

- a. Marc teòric, 6
- b. Marc normatiu, 9
- c. El poder de la veu, 12

2. RECORREGUT, 14

- a. Fase 1. Arrancada i socialització del projecte, 15
- b. Fase 2. Formació, 15
- c. Fase 3. Sensibilització i avaluació dels aprenentatges, 26

3. ESCOLTA, 29

+

•

+

+

•

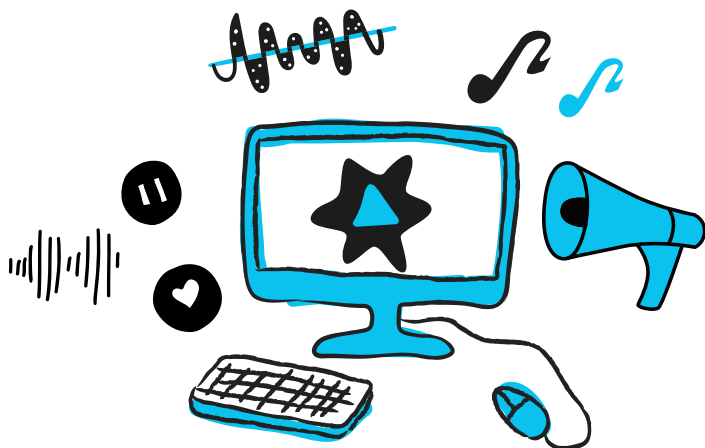
+

+

01. DE- CONS- TRUC- CIÓ

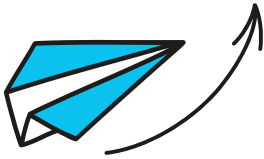


MARC TEÒRIC



Com indica la UNESCO, la comunicació per al desenvolupament «marca la diferència en el desenvolupament humà. Dona prioritat als sistemes i processos de comunicació que permeten a les persones deliberar i expressar la seua opinió sobre afers importants del seu propi benestar. El seu paper en els processos d'apoderament la distingix d'altres formes de comunicació, com per exemple la comunicació empresarial o interna, i la convertix en una part essencial dels programes dirigits a assolir, de manera equitativa i sostenible, els Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni (ODM) i altres prioritats de desenvolupament» (UNESCO, 2011).

Hui, els ODM han passat a ser els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), al mateix temps que la **comunicació per al desenvolupament** ha esdevingut una eina imprescindible en un context nou marcat per l'auge dels discursos xenòfobs, racistes o masculistes que circulen, sobretot per les xarxes socials i els mitjans digitals. En aquest sentit, en Paz y Desarrollo fem una aposta clara considerant la comunicació per al desenvolupament una part fonamental de la nostra Estratègia d'Educació per a la Ciutadania Global 2021-2025, amb l'objectiu de contribuir a la llibertat d'expressió, donar una resposta al nou context comunicatiu —en el qual la hiperconnectivitat i la desinformació són el nostre pa de cada dia— i enfortir els processos de desenvolupament de les comunitats amb les quals treballem a nivell *local*.





L'AUGE IMPARABLE DE LES TIC


Els processos comunicatius han experimentat canvis ràpids i molt importants pel que fa a la nostra concepció de la comunicació. En aquest sentit, les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) són, en aquests moments, les principals plataformes d'intercanvi de coneixements, missatges, discursos o experiències. Així, són clau per a la ciutadania pel que fa a la incidència política i per a poder continuar informant-se. També són fonamentals per a fer de vincle entre la mateixa ciutadania i les estructures institucionals de poder i decisions.

No obstant això, al mateix temps que les TIC han possibilitat la generació d'estructures, mecanismes de divulgació i llenguatges nous que es poden utilitzar per a aprofundir en temes complexos, també han afavorit la construcció de determinats posicionaments ideològics en l'imaginari col·lectiu. En aquesta línia, les plataformes digitals —especialment les xarxes socials—, constitueixen un dels nínxols principals en els quals s'infilten els **discursos d'odi**. Segons la Comissió Europea contra el Racisme i la Intolerància, un discurs de l'odi es defineix com a «...foment, promoció o instigació [...] de l'odi, la humiliació o el menyspreu d'una persona o grup de persones; així com l'assetjament, descrèdit, difusió d'estereotips negatius, estigmatització o amenaça respecte a aquesta persona o grup de persones, i la justificació d'eixes manifestacions per motius de raça, color, ascendència, origen nacional o ètnic, edat, discapacitat, llengua, religió o creences, sexe, gènere, identitat de gènere, orientació sexual i altres característiques o condició personals».

Des de Paz y Desarrollo entenem que, llevat que disminuïsqen les bretxes socials, de gènere, educatives i digitals, és impossible crear una societat de la informació igualitària en la qual el coneixement i la innovació flueixen de forma lliure. Per tant, la nostra aposta és que les TIC i els mitjans de comunicació poden utilitzar-se per a:

 Per a **informar** (en la seua forma més senzilla).

 Per a **ser una ferramenta de denúncia i mobilitzar** la ciutadania.

 Com a eina per a **formar** la ciutadania d'una manera més directa i pròxima.

Des d'aquest punt de vista, les TIC, com a dret fonamental i al servei de l'educació, la mobilització social i la conscienciació de la ciutadania, són un motor poderós i clau per a l'activisme digital i per a la transformació social, incloent-hi la lluita contra la proliferació dels discursos d'odi.



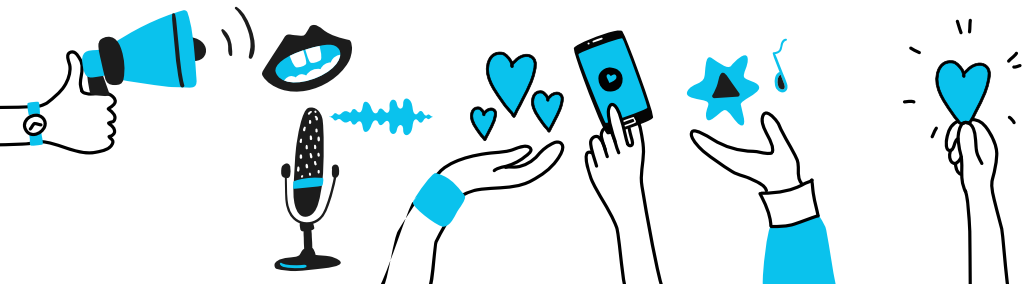
ACTIVISME DIGITAL

Amb aquest rerefons, ens trobem davant l'auge de l'activisme digital, alhora que partim de la idea que cal crear noves **comunitats en espais virtuals** que tinguin causes comunes, que s'identifiquen entre elles i compartiquen els mateixos objectius. És a dir, estem en un moment clau per a transitar de l'activisme dels carrers cap a l'activisme del ciberespai. Ja s'ha demostrat que per mitjà de l'activisme digital es faciliten intercanvis, la formació de

consensos i els processos de coordinació dins d'un grup o col·lectiu, així com també se n'afavorix la gestió de la informació i la transmissió de manera efectiva amb persones externes a aquest grup o col·lectiu.

Si bé la primera conquesta s'ha produït als carrers i als espais de decisions i poder, tant la crisi provocada per la pandèmia de la CÒVID-19 com un context comunicatiu marcat pel domini de les xarxes socials plantegen un gran repte per a continuar treballant a peu de carrer per a conservar els drets conquistats, i també per a la lluita que busca materialitzar noves reivindicacions al mateix temps que accepta el repte de transitar cap a l'activisme del ciberespai.

D'una altra banda, comprenem que la comunicació digital per mitjà de les xarxes socials té un potencial que encara no s'ha explorat per complet. Els moviments ciberactivistes han demostrat que tenen una incidència molt gran en els afers socials, per això fem aquesta crida a investigar les oportunitats que ens poden oferir i a **explorar noves formes innovadores i creatives per a conscienciar, mobilitzar i formar**. En Paz y Desarrollo hem començat a treballar precisament en aquesta línia, en concret, per mitjà de diversos projectes d'Educació per a la Ciutadania Global amb l'objectiu de fer servir eines educatives i d'incidència que siguin innovadores.



MARC NORMATIU

ESTRATÈGIES GLOCALLS PER A UN MÓN MÉS JUST, IGUALITARI I SOSTENIBLE

Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible

És un pla d'acció mundial a favor de les persones, el planeta i la prosperitat basat en 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) que té com a finalitat assegurar el progrés social i econòmic sostenible arreu del món i enfortir la pau universal dins d'un concepte més ample de la llibertat.

L'Agenda 2030 —amb els seus Objectius de Desenvolupament Sostenible— vol erradicar la pobresa i la fam en tot el món; combatre les desigualtats que hi ha dins dels països i entre ells; construir societats pacífiques, justes i inclusives; protegir els drets humans; promoure la igualtat entre gèneres; l'apoderament de les dones i les xiquetes, i garantir una protecció duradora del planeta i els seus recursos naturals.

La normativa autonòmica en cooperació i EpCG

El projecte contribuïx a la consecució dels objectius recollits en l'Estratègia d'Educació per al Desenvolupament en l'àmbit formal de la Comunitat Valenciana (2017-2021) de la Generalitat Valenciana, dissenyada per a «contribuir a la coherència de polítiques públiques de la Generalitat en aquest model de desenvolupament sostenible social i mediambiental» i en la qual s'aposta per l'Educació per a la Ciutadania Global (EpCG) com a model d'Educació per al Desenvolupament.

En paral·lel, la implementació d'aquest projecte també ajuda a complir amb els compromisos que va adquirir la Generalitat Valenciana per a promoure l'EpCG; aquests compromisos estan inclosos en la Llei 18/2017, de 14 de desembre, de la Generalitat, de cooperació i desenvolupament sostenible, la qual té com a finalitat «establir i regular el règim jurídic al qual s'ha d'ajustar l'activitat de l'administració de la Generalitat i del sector públic que en depèn en matèria de cooperació internacional al desenvolupament i de solidaritat internacional i del compliment de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible». En ella, s'hi estableixen l'EpCG i la sensibilització social com a condicions per a la consecució de la solidaritat i la justícia social. També s'hi definixen els instruments per a la seua materialització:

«e) Educació per a la ciutadania global: comprén un procés continuat que ha de basar-se en la coordinació necessària de la cooperació internacional al desenvolupament i l'educació, que afavorisca capacitats perquè cada ciutadà i ciutadana siga conscient de la pertinença a una comunitat local i global, es comprometa activament en la construcció d'un món més just i sostenible i contribuïska a erradicar la injustícia i la pobresa, i a incrementar el seu compromís amb els objectius de desenvolupament sostenible i la defensa dels drets humans». (*Article 5. Els instruments de la cooperació internacional al desenvolupament*).

LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ I COMUNICACIÓ PER AL CANVI SOCIAL

Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea

La Carta dels Drets Fonamentals de la Unió Europea inclou en l'article 11 la llibertat d'expressió i informació, que recull els següents preceptes:

1. Tota persona té dret a la llibertat d'expressió. Aquest dret comprén la llibertat d'opinió i la llibertat de rebre o comunicar informacions o idees sense que pugui haver-hi ingerència d'autoritats públiques i amb independència de les fronteres.

2. Es respecta la llibertat dels mitjans de comunicació i el seu pluralisme.

Orientacions per a l'ús d'un llenguatge inclusiu (ONU Dones)

En el marc de l'«Estratègia per a tot el Sistema de les Nacions Unides sobre la Paritat de Gènere», el Departament de l'Assemblea General i de Gestió de Conferències, el Departament de Gestió, el Departament de Comunicació Global i ONU Dones van elaborar diferents recursos amb la finalitat d'ajudar el personal de les Nacions Unides a utilitzar un llenguatge inclusiu pel que fa a qüestions de gènere en els sis idiomes oficials de l'organització.

Per «llenguatge inclusiu pel que fa a qüestions de gènere» s'entén la manera d'expressar-se oralment i per escrit sense discriminar un sexe, gènere social o identitat de gènere en particular, i sense perpetuar-ne estereotips. Atés que el llenguatge és un dels factors clau que determinen les actituds culturals i socials, utilitzar un d'inclusiu en termes de gènere és una forma summament important de promoure la igualtat de gènere i combatre'n els prejudicis.


Constitució espanyola


La llibertat d'expressió es troba recollida en l'article 20 de la Constitució espanyola, el qual reconeix i protegeix els drets següents:


- A expressar i difondre lliurement els pensaments, idees i opinions mitjançant la paraula, l'escrit o qualsevol altre mitjà de reproducció.
- A la producció i creació literària, artística, científica i tècnica.
- A la llibertat de càtedra.
- A comunicar o rebre lliurement informació veraç per qualsevol mitjà de difusió.

Llei 13/2022, de 7 de juliol, general de comunicació audiovisual


El Títol I. Principis generals de la comunicació audiovisual inclou, per mitjà dels articles que el conformen, els principis pels quals s'han de regir les activitats comunicatives audiovisuals desenvolupades en el territori espanyol, i destaca:


 La comunicació audiovisual serà respectuosa amb la dignitat humana i els valors constitucionals (article 4.1).


 La comunicació audiovisual no incitarà a la violència, a l'odi o a la discriminació contra un grup o membres d'un grup per raó d'edat, sexe, discapacitat, orientació sexual, identitat de gènere, expressió de gènere, raça, color, origen ètnic o social, característiques sexuals o genètiques, llengua, religió o creences, opinions polítiques o de qualsevol altre tipus, nacionalitat, patrimoni o naixement (article 4.2).


 La comunicació audiovisual no continuarà una provocació pública a la comissió de cap delictes i, especialment, no provo-

carà públicament la comissió d'un delictes de terrorisme, de pornografia infantil o d'incitació a l'odi, hostilitat, discriminació o violència contra un grup, una part del mateix o contra una persona determinada per motius racistes, xenòfobs, pel seu sexe o per raons de gènere o discapacitat en els termes que es preveuen en el Codi Penal (article 4.4) i sense perjudici d'aquest.

 Es promourà la pluralitat de la comunicació audiovisual mitjançant el foment de l'existència d'un conjunt de mitjans, tant públics com de titularitat privada i comunitària, que reflectisquen el pluralisme ideològic i polític, i la diversitat cultural i lingüística de la societat (article 5.1).

 La comunicació audiovisual transmetrà una imatge igualitària i no discriminatòria de dones i homes i no afavorirà, directament o indirecta, situacions de discriminació per raó de sexe, desigualtat de les dones o que inciten a la violència sexual o de gènere (article 6.1).

 La comunicació audiovisual afavorirà una imatge ajustada, respectuosa, apreciativa, inclusiva i lliure d'estereotips de les persones amb discapacitat (article 7.1).

 L'autoritat audiovisual competent, els prestadors del servei de comunicació audiovisual, els prestadors del servei de comunicació audiovisual comunitari sense ànim de lucre i els prestadors del servei d'intercanvi de vídeos per plataformes, en cooperació amb totes les parts interessades, incloent-hi les organitzacions, associacions, col·legis i sindicats professionals de l'àmbit de la comunicació i el periodisme, adoptaran mesures per a l'adqui-

sició i el desenvolupament de les capacitats d'alfabetització mediàtica en tots els sectors de la societat, per als ciutadans de totes les edats i per a tots els mitjans, i avaluaran periòdicament els avanços realitzats (article 10.1).

Llei orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva entre dones i homes

La Llei, a través del títol III. Igualtat i mitjans de comunicació i l'article 39. La igualtat en els mitjans de comunicació social de titularitat privada destaquen que tots els mitjans de comunicació han de respectar la igualtat entre dones i homes, evitant-hi qualsevol forma de discriminació. D'una altra banda, la Llei també fa referència a la implementació de la igualtat en el llenguatge en determinats àmbits, com consta en l'article 28. Societat de la informació: «En els projectes de l'àmbit de les tecnologies de la informació i la comunicació sufragats totalment o parcial amb diners públics, es garantirà que el seu llenguatge i continguts siguin no sexistes».

EL PODER DE LA VEU

En Paz y Desarrollo apostem per **la comunicació com una ferramenta de transformació social**. Per això, l'any 2016, amb motiu del 25 aniversari de l'organització, vam posar en marxa Radio XXII (<https://radioxxii.com/>), una emissora en línia amb l'objectiu de donar veu a les organitzacions socials del territori espanyol. Radio XXII és una aposta per a generar coneixement, intercanvi i debat sobre l'acció per al canvi social. En els seus sis anys d'existència ha comptat amb la participació de moltes persones voluntàries i entitats del tercer sector que han prestat la seua veu per a contribuir en la lluita pels drets humans.

Però, al capdavant, la confluència d'un context marcat pels discursos d'odi i l'aposta ferma de l'organització per la comunicació per a la transformació social va donar lloc al projecte **«El poder de la veu: pòdcasts per a la construcció d'una ciutadania crítica i connectada amb les seues realitats *glocals*»**, una iniciativa que hem desenvolupat entre maig de 2021 i juny de 2022 gràcies al finançament de la Direcció General de Cooperació Internacional de la Generalitat Valenciana.

QUINS SÓN ELS SEUS OBJECTIUS?

El projecte incorpora noves metodologies i recursos tecnològics i comunicacionals per a adaptar-se a les necessitats i demandes actuals de la ciutadania valenciana, i, de manera específica, dels moviments activistes que

trobem a la ciutat de València. Però, sobretot, sorgix del fet de ser conscients de les desigualtats estructurals que ens allunyen a uns més que a uns altres de l'accés a la formació i la tecnologia, i pren com a exemple experiències comunitàries de països del Sud que han aconseguit eliminar les bretxes socials i digitals, i arribar a les poblacions més empobrides en contextos de pau i de conflicte gràcies a eines creatives com el pòdcast.

D'aquesta forma, el projecte pretén que la societat valenciana, una societat en renovació i reconfiguració contínues influenciada per les cultures diverses que en conformen l'actual teixit social, es transforme en una **ciutadania crítica i connectada amb les seues realitats *glocals*, respectuosa de la diversitat cultural, els drets humans i la igualtat de**

gènere. Com? Impulsant nous relats creatius i transformadors per a la formació i conscienciació sobre la desigualtat mundial i les seues conseqüències, en l'exercici de l'intercanvi de sabers Sud-Nord i els mitjans digitals

QUINA METODOLOGIA SEGUIM?


Les fases que han possibilitat posar en pràctica aquesta experiència, i que detallarem en l'apartat RECORREGUT perquè qualsevol persona pugua aplicar-les al seu projecte — amb aquesta guia entre les mans—, han sigut:


FASE 1. Arrancada i socialització del projecte:


El projecte va començar amb la creació del grup de persones que participarien en el procés formatiu. Per a això, se'n va dissenyar la imatge identificativa i es va difondre un formulari d'inscripció en línia. S'hi van apuntar 15 activistes que representen entitats, col·lectius i moviments socials diferents del territori valencià.


FASE 2. Formació:


Una vegada creat el grup de treball, es va programar el calendari de formacions d'activisme digital, comunicació inclusiva i transformadora, i producció de pòdcast, que compta amb les sessions següents:

 Com comunicar la nostra causa: tendències actuals per a augmentar l'impacte del nostre activisme.

 Perspectiva de gènere i igualtat en la comunicació inclusiva.

 Taller d'intercanvi de sabers Sud-Nord sobre experiències de comunicació comunitàries i alternatives: immersió en el pòdcast.

 Formació en activisme creatiu i digital: el poder de la veu.

 Formació teoricopràctica sobre creació i producció de pòdcasts.

FASE 3. Sensibilització i avaluació dels aprenentatges:

El propòsit d'aquesta fase va ser la promoció de les iniciatives creatives i transformadores ja convertides en material d'àudio digital (pòdcast) com a eines per a la formació i sensibilització de la ciutadania en general. Es va fer difusió dels productes obtinguts en format pòdcast entre el teixit associatiu i activista de la ciutat de València. A més a més, la promoció es va complementar amb l'organització d'un fòrum obert a la ciutadania sobre el repete de la transformació de l'activisme cap a un model activista creatiu i digital, i, per acabar, amb l'avaluació final del procés i la recopilació d'aprenentatges corresponent.

02. RECO- RRE- GUT





A continuació, et convidem a recórrer, com si foren una mena d' instruccions per a replicar la intervenció, les accions que componen cadascuna de les fases d'execució del projecte perquè en conegues els objectius i continguts específics, així com els seus resultats:


FASE 1. ARRANCADA I SOCIALITZACIÓ DEL PROJECTE:


En un primer lloc, després de la creació del grup de treball —en el nostre cas, integrat per 15 activistes d'entitats, col·lectius i moviments socials diferents del territori valencià (Mujeres, Voces y Resistencias, Infàncies i Dones del Món, Orriols Convive, ACICOM-Associació Ciutadania i Comunicació, Unió de Periodistes Valencians i Fundación Manantial)—, es distribuí un qüestionari inicial al grup participant, amb la finalitat d'obtenir un diagnòstic que situe els coneixements i les experiències de les persones participants pel que fa a la metodologia de treball i els continguts que s'han de mamprendre; al mateix temps, aquest diagnòstic inicial també permet comparar aquests primers resultats amb el procés d'avaluació final.


Preguntes a incloure en el diagnòstic:


 Saps què són els Objectius de Desenvolupament Sostenible?


 En una escala de l'1 al 5, consideres important rebre formació sobre activisme digital?

 En una escala de l'1 al 5, consideres important rebre formació sobre educació mediàtica?

 En una escala d'1 al 5, quin nivell d'importància dones a la perspectiva i la transversalitat de gènere?

 Consumixes pòdcasts de temàtica social (per exemple, sobre feminismes, acció pel clima, etc.)?

 Sents motivació per posar en marxa nous relats creatius i transformadors?

 En la teua vida quotidiana, fas un ús inclusiu i no sexista del llenguatge?

FASE 2. FORMACIÓ


Els tallers que integren el procés busquen dotar a les persones participants d'una formació integral per a aprendre a produir pòdcasts amb perspectiva de gènere i un enfocament centrat en els drets humans, i, així, permetre l'exploració del món del pòdcast com a eina d'incidència política i social per a qualsevol activista. Acompanya'ns en aquest repàs sessió per sessió i pels continguts que s'hi van tractar!


TALLER 1. COM COMUNICAR LA NOSTRA CAUSA: TENDÈNCIES ACTUALS PER A GUANYAR IMPACTE EN EL NOSTRE ACTIVISME

IMPARTIT PER: CIPÓ Company
(<https://cipocompany.com/>)

DURACIÓ: 2 sessions de 2 hores/sessió.


OBJECTIUS:


 Identificar els punts fonamentals a tindre en compte per a realitzar una campanya amb èxit: tàctiques, accions, eines i missatges.


 Contextualitzar els determinants en situacions reals d'elaboració de campanyes, la forma en la qual s'han d'abordar i l'efecte que tindran una vegada acabades.


CONTINGUTS (*estructurar en dos columnes, una per sessió*):


Sessió 1:

 Quina és la clau de l'èxit d'una acció o campanya de comunicació (i quina la del seu fracàs...).


 La creativitat al servei de l'activisme: claus per a encendre «l'hemisferi dret» del cervell i tàctiques creatives.


 Com crear objectius comunicatius eficaços: la fletxa en la diana.


 Segmentació i anàlisi de públics.


 Pràctiques grupals que busquen definir els objectius comunicatius de les causes en les quals treballem; segmentar el públic diana al qual ens volem dirigir, i crear una idea comunicativa de comunicació.


Sessió 2:

 Estratègies correctes per a comunicar: tàctiques, accions, ferramentes i missatges.

 Tipus d'accions que funcionen.

 Ferramentes comunicatives.

 Els 7 missatges que funcionen.

 Balanç final: què podem millorar en la nostra comunicació perquè el nostre activisme siga més eficaç?

GLOSSARI:

Activisme digital: exercici de la ciutadania i del compromís social mitjançant la participació activa en xarxes socials de persones naturals o jurídiques amb dinàmiques d'informació, sensibilització, educació i mobilització social que fan servir les xarxes socials i els canals de comunicació en línia. També pot denominar-se ciberactivisme, activisme en internet, activisme web o activisme en línia.

Comunicació eficaç: procés de transmissió d'un missatge específic o informació perfectament descrita dirigida al receptor, el qual és capaç d'entendre el missatge enviat de manera efectiva, concreta i determinant.

Creativitat digital: procés mental que genera idees o conceptes nous per a solucionar qualsevol problema en l'ecosistema digital.

Segmentació creativa: conjunt de ferramentes amb què es pot encetar el procés de dirigir-se a un públic concret en funció

d'on està, qui és, què li agrada i, en conseqüència, com es comporta.

Creativitat tàctica: capacitat de generar solucions diverses en una situació concreta i triar-ne una que siga útil, nova, estadísticament poc usual i original.

Intel·ligència tàctica: tipus de pensament que s'esforça per trobar la millor solució a un problema i es basa en una gran precisió i una gran lògica.

Campanya de comunicació: composició de diferents estratègies i accions que tenen com a objectiu promocionar i gestionar la relació amb tots els públics rellevants per a una persona, empresa, institució, esdeveniment, producte o servei.

EL RESULTAT: QUÈ FA EXITOSA LA COMUNICACIÓ PER AL CANVI SOCIAL?

Pàgina següent 



El poder de la veu

QUÈ FA EXITOSA LA COMUNICACIÓ PER AL CANVI SOCIAL?



CREATIVITAT

LES CLAUS SÓN:

- ☑ Tindre diversos projectes creatius oberts.
- ☑ Equips creatius que treballen en reptes diferents.
- ☑ Tindre un banc d'idees compartit.
- ☑ Exploreu tàctiques diferents: canviar els punts de vista, fer jocs de paraules, crear expectativa, fer servir l'humor o inspirar-se en «mems».

OBJECTIUS CENTRATS

ELS OBJECTIUS SERAN:

- ☑ Viables, que es pugui assolir el nivell de canvi.
- ☑ Realistes, atesos els recursos i les capacitats.
- ☑ Específics: què vull? De qui? Amb quina finalitat?

«VEURE» LA GENT: SEGMENTAR

RECORDA:

- ☑ La comunicació comença on està el teu públic.
- ☑ Ix de la teua bombolla.
- ☑ Analitza els seus comportaments i maneres de pensar.

ESTRATÈGIES

DISSENYA LES TEUES ESTRATÈGIES A

PARTIR DE:


- ☑ Tàctiques: dedica temps a pensar en quina és la millor forma d'arribar al teu públic.
- ☑ Accions innovadores.
- ☑ Ferramentes: menys és més, han de ser senzilles.
- ☑ Missatges que funcionen:
 - > Coses properes davant de coses llunyanes.
 - > Positivitat davant de negativitat.
 - > Elements emocionals abans que impersonals.
 - > Coses concretes abans que coses abstractes.
 - > Coses senzilles abans que coses complexes.
 - > Coses divertides abans que «rotllos» institucionals.
 - > Creativitat abans que obvietat.


TALLER 2. PERSPECTIVA DE GÈNERE I IGUALTAT EN LA COMUNICACIÓ INCLUSIVA

IMPARTIT PER: Nubia Forero


DURACIÓ: 5 sessions de 2 hores/sessió.


OBJECTIUS:


 Aconseguir la incorporació del llenguatge inclusiu a tots els nivells, sense excepció, amb el propòsit de visibilitzar les dones i així evitar que es perpetuen estereotips i rols per raó de sexe que, en alguns casos, causen l'exclusió i infravaloració de les dones.


 Socialitzar l'aprenentatge i visibilitzar les contribucions de les persones participants a l'hora de dissenyar situacions de sensibilització en matèria d'igualtat i prevenció de les diferents expressions de violència de gènere que existixen cap a les xiquetes i les dones.


CONTINGUTS:

 Un viatge per la desigualtat.

 Desigualtat, la gènesi de la violència de gènere?

 Una aproximació a la inclusió de la perspectiva d'igualtat entre dones i homes en el llenguatge inclusiu no sexista.

 Nomena'm per a existir!

 Un, dos, tres, fil a l'agulla!

GLOSSARI:

El principi de no discriminació: sobre la base de la igualtat de l'home i de la dona, tota distinció, exclusió o restricció basada en el sexe que tinga com a objecte o com a resultat minyscar o anul·lar el reconeixement, gaudi o exercici dels drets humans i les llibertats fonamentals en les esferes polítiques, econòmiques, socials, culturals i civils, o en qualsevol altre àmbit per part de les dones, amb independència del seu estat civil (Nacions Unides, 1979).

Androcentrisme: visió del món i de les coses, des del punt de vista teòric i epistemològic, en la qual els homes en són el centre i la mesura, de manera que s'oculta i s'invisibilitza tota la resta, incloent-hi les aportacions i contribucions de les dones a la societat. Una visió androcèntrica pressuposa que l'experiència masculina és «la universal», la principal, el model o representació de la humanitat, i deixa de banda l'experiència femenina.

Democràcia paritària: forma d'organització social i política en la qual existix igualtat en termes numèrics i de drets dels diferents col·lectius que constituïxen la societat i que han de formar part dels òrgans de decisió i govern. A hores d'ara, la majoria de les democràcies patixen d'una presència escassa de dones en els estaments de poder i òrgans de l'Estat, per la qual cosa, determinats col·lectius de dones consideren que aquesta equiparació és un principi fonamental per a la consecució de la igualtat entre dones i homes.

Apoderament de les dones - Empowerment: terme encunyat durant la Conferència Mundial de les Dones a Pequín per a referir-se a l'augment de la participació de les dones en els processos de presa de decisions i en l'accés als llocs de poder. Actualment, aquesta

expressió també expressa una altra dimensió: la presa de consciència del poder que ostenten les dones individualment i col·lectivament pel que fa a la recuperació de la seua pròpia dignitat com a persones.

Feminització de la pobresa: fenomen que dona nom a una situació generalitzada a la majoria dels països i que invisibilitza la representació de les dones, és a dir, a més de la mitat de la població pobra del planeta. La pobresa i les polítiques d'ajust dels països tenen un impacte directe en la participació de les dones i en el seu accés al món laboral, educatiu, sanitari i social per la manca de lleis que promoguen l'accés de les dones als recursos econòmics per a evitar-ne l'exclusió social.

Estereotips: són imatges mentals o judicis molt simplificats que sempre comporten la discriminació d'alguns dels sexes. .

Rols: són els papers relacionats amb les tasques, funcions i conductes que, de manera tradicional, s'han atribuït a un sexe com a propi, i que s'aprenen i s'interioritzen per mitjà de les institucions i mecanismes que operen en el procés de socialització.

Factors de la desigualtat: la forma que tenim d'aprendre segons el nostre sexe no és única, sinó que els canals de transmissió en són molts i variats. La família, l'escola, els mitjans de comunicació, el llenguatge o la literatura infantil són alguns dels agents que ens presenten papers molt diferents i desiguals segons el sexe.

Igualtat d'oportunitats entre dones i homes: constitueix la garantia que dones i homes puguin participar en diferents esferes (econòmica, política, social, de presa de decisions) i activitats (educació, formació, ocupació) a partir de la base del principi d'igualtat.

Resistència al canvi: les polítiques d'igualtat actuals han impulsat la transformació del

model de relacions entre dones i homes. No obstant això, el procés és lent a l'hora de desconstruir la visió androcèntrica, present, de manera majoritària, als espais on es prenen les decisions i s'ostenten les responsabilitats que poden generar un canvi.

EL RESULTAT: ESTRATÈGIES ÚTILS PER A UNA COMUNICACIÓ INCLUSIVA

Pàgina següent 



El poder de la veu

ESTRATÈGIES ÚTILS PER A UNA COMUNICACIÓ INCLUSIVA



EVITAR EXPRESSIONS DISCRIMINATÒRIES

- ☑ Fer servir formes de tractament adients. Quan ens adreçem a algú, cal utilitzar les formes de tractament (títol de cortesia), el pronom personal i els adjectius que encaixen amb el seu gènere.
- ☑ Evitar expressions amb connotacions negatives que generen estereotips sexistes (per exemple, no dir «els xiquets no ploreu» o «actua com una xiqueta»).
- ☑ Evitar expressions que perpetuen estereotips sobre els rols socialment assignats als gèneres (per exemple, en lloc de dir «infermeres i metges van participar en la vaga del sector», millor «el personal sanitari va participar en la vaga del sector»).

VISIBILITZAR EL GÈNERE QUAN LA SITUACIÓ COMUNICATIVA HO EXIGISCA

- ☑ Fer servir el parell femení i masculí (desdoblament).
- ☑ Fer servir estratègies tipogràfiques (barra o parèntesi).
- ☑ Fer servir «dones i homes».

NO VISIBILITZAR EL GÈNERE QUAN LA SITUACIÓ COMUNICATIVA NO HO EXIGISCA

- ☑ Ometre el determinant davant de substantius comuns pel que fa al gènere.
- ☑ Fer servir substantius col·lectius i altres estructures genèriques.
- ☑ Fer servir substantius col·lectius per a referir-nos a conjunts de persones.
- ☑ Fer servir la paraula *persona*.
- ☑ Fer servir formes neutres (*qui, qualsevol...*).
- ☑ Fer servir adjectius sense marca de gènere en comptes de substantius.
- ☑ Fer servir construccions impersonals («es recomana»), de passiva reflexa («es debatrà») o de passiva perifràstica («va ser debatut»).
- ☑ Ometre l'agent de l'oració.
- ☑ Fer servir l'infinitiu i el gerundi.

I RECURSOS COMUNICATIUS I DE SENSIBILITZACIÓ PER A AMPLIAR!

- [Plan Director de Coeducación](#)
- [Pacto de Estado contra la Violencia de Género](#)

Llenguatge inclusiu:

- [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](#)
- [Guia Lenguaje no sexista. Oxfam Intermon](#)
- [La receta](#) Direcció: Pilar Ramírez Inglés
- [Por la flor de la canela:](#)
Direcció: María Sánchez Testón
- [Se dice poeta](#)
Direcció: Sofía Castañón

Publicitat no sexista:

- [Córrer com una xiqueta](#)
- [GoldieBlox & Rube Goldberg "Princess Machine"](#)
- [Pavofrío](#)
- [Supercircuito Fisher Price](#)

Corresponsabilitat familiar:

- [Adiós tortilla](#)
Direcció i guió: Mar Gómiz
- [Un billete a nunca jamás](#)
Director: Jorge Naranjo

Estereotips i rols de gènere:

- [El azul, el rosa y los otros colores](#)
Directora: Cristina Linares
- [Revelando estereotipos que no nos representan](#), por Yolanda Domínguez.
Produïx: TEDxMadrid
- [Otras diversas masculinidades](#),
per Erick Pescador
Produïx: Centro de profesorado de Sabiñánigo
- [Campaña de sensibilización: 48 Cosas que las mujeres escuchan a lo largo de su vida](#)
Produïx: El HuffPost
- [Campaña de sensibilización: 48 frases que los hombres escuchan a lo largo de su vida](#)
Produïx: El HuffPost

Violència de gènere i manifestacions diverses:

- [Mariama](#)
Directora: Mabel Lozano
- [Campaña de sensibilización: La MGF es...](#)
Produïx: Plan Internacional España

[Reportatge: «Matrimonios forzados de niñas: Sudán del Sur»](#)

Produïx: WWR Español

[Reportatge: «Sudán des Sur: la violación como arma de guerra»](#)

Produïx: Euronews

[Campaña: ¡No más!](#)

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

Mites al voltant del maltractador:

[Entrevista: Jorge Freudenthal: «Los maltratadores no están enfermos, es una ideología».](#) Produïx: Salvados LaSexta

[Entrevista: Jorge Freudenthal: «Los hombres somos muy analfabetos emocionalmente hablando».](#)

Produïx: Salvados LaSexta

Assetjament al carrer:

[Campanya de sensibilització: «Acabemos con el acoso callejero #SaferCitiesForGirls»](#)

Produïx: Plan International-Espanya

[Campanya de sensibilització: «Violencia viral-Grooming - Di no a la violencia online que sufre la infancia».](#)

Produïx: Save the Children-Espanya

Micromasclismes:

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

[¿No te ha pasado que...?](#)

Visibilització de les dones:

[Campanya de sensibilització: NoMoreMatildas](#)

Produïx: Asociación de Mujeres Científicas

[Reportatge: «Mi mensaje a las niñas que quieren ser científicas».](#) Jane Goodall, primatòloga

Produïx: BBVA

[Reportatge: «Historia mundial de los derechos de las mujeres en 3 minutos».](#)

Produïx: ONU Dones

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


Produïx: BBVA Aprendemos Juntos


TALLER 3. TALLER D'INTERCANVI DE SABERS SUD-NORD SOBRE EXPERIÈNCIES DE COMUNICACIÓ COMUNITÀRIES I ALTERNATIVES: IMMERSIÓ EN EL PÒDCAST.


IMPARTIT PER: Vokaribe Radio (<https://www.vokaribe.net/>)

DURACIÓ: 2 sesiones de 2 horas/sesión.


OBJECTIUS:

 Propiciar un acostament a la producció col·laborativa dels pòdcasts a partir de l'experiència de projectes de comunicació comunitària (el cas de Vokaribe Radio a Barranquilla, Colòmbia).


 Aferrar pràctiques comunicatives amb un enfocament ciutadà participatiu.


 Conèixer les possibilitats del pòdcast com a ferramenta per a la transformació social.


 Adquirir coneixements sobre el funcionament del pòdcast, els seus instruments i característiques principals.

 Generar el primer exercici pràctic gravant entrevistes en format pòdcast a altres experiències d'emissores comunitàries.

CONTINGUTS:

 Apoderament comunitari per mitjà de la comunicació social: l'experiència de Vokaribe Radio.

 Pòdcast: definició, context, tipologies, formats i algunes claus.

 Escolta, explora i crea: treball col·laboratiu per a aprendre a guionitzar i comunicar la nostra causa.

GLOSSARI:

Pòdcast: és un àudio digital que pot combinar veu, música i efectes sonors. Els pòdcasts gravats s'allotgen en un web des d'on es poden descarregar i reproduir en directe. És un format de ràdio amb contingut sota demanda.

Comunicació per al canvi social: aquest enfocament considera que la comunicació és una ferramenta d'apoderament i un àmbit per a millorar la qualitat de vida de les persones, sobretot en els processos de participació ciutadana. A més a més, aquest enfocament entén la comunicació com un bé comú i un dret (Marcelo Martínez Hermida i Francisco Sierra Caballero).

Alfabetització mediàtica: l'alfabetització mediàtica és la capacitat d'accedir, analitzar, crear i actuar utilitzant totes les formes de comunicació que tenim al nostre abast.

EL RESULTAT: CLAUS PER A PRODUIR UN PÒDCAST

Pàgina següent 



El poder de la veu

CLAUS PER A PRODUIR EL NOSTRE PÒDCAST



QUÈ ÉS UN PÒDCAST

- ☑ És una producció sonora parlada.
- ☑ Es presenta com un contingut seriat i estructurat en episodis i temporades.
- ☑ Es produïx per a consum sota demanda.
- ☑ Els continguts responen a un consum personal, atent i íntim.
- ☑ Permet la subscripció i la multidistribució.
- ☑ La interacció és asíncrona.



CLAUS PER A LA SEUA PRODUCCIÓ


- ☑ Compartir amb la resta allò que t'agradaria escoltar.
- ☑ Parlar com si t'adreçares a una amistat.
- ☑ En un pòdcast narratiu s'ha d'afavorir el context rellevant. Ubica a qui t'escolta.
- ☑ Narrar amb sons. Crea imatges fines.
- ☑ Acció-interés. Plantejar detalls brillants.
- ☑ Pensa sobre la teua passió. Per què tries aquesta història?
- ☑ No menystenir les persones que ens escolten.
- ☑ Tindre empatia.
- ☑ Connecta amb la teua memòria sensorial. Quin dels teus sentits es connecta amb la història?
- ☑ Aprén a tancar a temps. Conclou quan toca.
- ☑ El primer minut i l'últim són igualment importants.

TALLER 4. FORMACIÓ EN ACTIVISME CREATIU I DIGITAL: EL PODER DE LA VEU

IMPARTIT PER: Colectivo OYE! (<https://www.somosoye.com/>)

DURACIÓ: 3 sessions de 3 hores/sessió.¹

OBJECTIUS:

 Dissenyar el prototip d'un episodi de pòdcast que servisca com a vehicle empàtic per a connectar amb públics *locals* i com a ferramenta per a connectar amb el seu propòsit activista en un context digital.

CONTINGUTS:

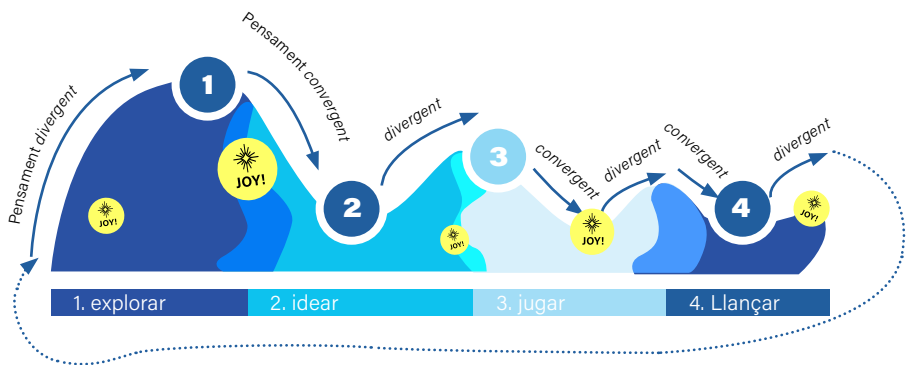
El taller utilitza la metodologia «Joy Design» creada per OYE! basada en el pensament de disseny per a fer activisme creatiu (*Design Thinking* per a activistes). Aquesta metodologia es dividix en quatre fases principals per a promoure el pensament divergent i convergent entre les persones que hi participen:

L'ús d'aquest mètode desenvolupa entre les persones participants habilitats com ara la creativitat, l'empatia, la cura per l'alteritat, el suport mutu, l'esforç propi, la responsabilitat, la democràcia directa, la igualtat, l'equitat i la solidaritat. Encara que la cooperació és un element comú en totes les propostes per al canvi social, aquest mètode, proposat des de l'àmbit del disseny, es convertix en una eina per a la recerca dels problemes complexos i proposa diferents passos, dividits en etapes, per a obtenir-ne resultats, posar-los a prova de manera ràpida i eficient, i iterar per a continuar creant.

GLOSSARI:

Activisme creatiu: activisme que fa servir la creativitat i l'empatia per a facilitar la transició cap al canvi social.

Wicked Problems: un problema social o cultural difícil o impossible de resoldre, normalment a causa de la seua naturalesa complexa i interconnectada. Com que són problemes sistèmics, es caracteritzen per tindre



¹Per a aquests tallers, els grups de treball que després enregistraran els pòdcasts hauran d'estar creats per a delimitar conjuntament el tema a tractar.

múltiples factors interdependents que fan que semblen impossibles de resoldre perquè mai existix una fórmula única o definitiva.


Disseny participatiu: conegut també com a disseny cooperatiu, és un enfocament de disseny que tracta de manera activa totes les parts involucrades amb la finalitat d'ajudar a assegurar que el producte dissenyat s'ajuste a les seues necessitats i es puga utilitzar.


EL RESULTAT: LA «JOIA» DE L'ACTIVISME CREATIU I DIGITAL

Pàgina següent ➔

I MÉS RECURSOS PER A 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


Pòdcasts:

 [Harry Potter and the Sacred Text](#) - Kasper ter Kuile


 [The Real Question](#) - Kasper ter Kuile


 [Unlocking Us](#) - Dra. Brené Brown


Exemples d'activisme creatiu:


 [Bandera "gay", creada por Gilber Baker](#) (art protesta)

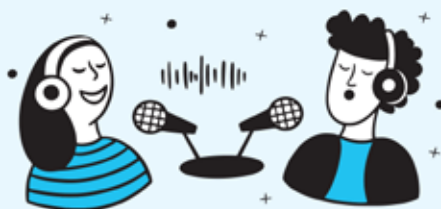
 [Performance colectivo Las Tesis "Un violador en tu camino"](#) (art protesta)

 ["Esa Coca-Cola es una Fanta"](#) (branding amb causes socials)

 ["Nike: Dream Crazy"](#) (branding amb causes socials)

 ["Jane the Virgin"](#) (entreteniment i ús de la ficció)

 ["El Tercer Mundo Después del Sol"](#) - Rodrigo Bastidas (entreteniment i ús de la ficció)



El poder de la veu

LA JOIA DE L'ACTIVISME CREATIU I DIGITAL

per OYE! Podcast



COM FER UN BRIEF QUE GUIE LA NOSTRA ACCIÓ ACTIVISTA?

1. Síntesi del teu ecosistema activista

a. Temàtica del teu episodi:

És la problemàtica que vols tractar amb aquest episodi.

b. La teua motivació/joia:

Raó per la qual vols fer aquest episodi i com es connecta amb la teua joia activista.

Què farem i per què.

2. Resultats de l'arqueologia emocional

a. El teu públic:

El tipus de persones que vols que escolten el teu episodi (a qui vas entrevistar)

b. La seua motivació/joia:

Qualsevol idea nova sobre les emocions soterrades que motiven les accions i percepcions del teu públic (arqueologia emocional)

Per a qui ho fem i què necessita,

3. Repte activista

Com pot ajudar a [públic] el nostre episodi sobre [temàtica] a sentir [punt en comú]?

Per què li interessarà?

TROBA LA TEUA JOIA COMPARTIDA





TALLER 5. FORMACIÓ TEORICOPRÀCTICA SOBRE CREACIÓ I PRODUCCIÓ DE PÒDCASTS

IMPARTIT PER: Ricardo Osorno (<https://www.rosornomusic.com/>)

DURACIÓ: 1 sessió teòrica de 2 hores i 1 sessió pràctica en l'estudi de gravació de 4 hores..

OBJECTIUS:

 Aprendre els processos de producció i planificació per a la realització d'un pòdcast.

 Entendre el context històric i la funcionalitat d'un pòdcast per a posteriorment conèixer les seues fases de producció per mitjà d'estratègies creatives, aprenent a solucionar reptes i dificultats durant el procés per a finalitzar amb la gravació de la capçalera i d'un capítol per grup.

CONTINGUTS:

El taller es dividix en dos parts. La primera està enfocada a oferir una visió global a les persones participants sobre els processos de producció i planificació d'un pòdcast per mitjà d'una capacitació teòrica. Posteriorment, es realitza una activitat pràctica de creació d'un guió per a la introducció (o capçalera) d'un capítol.

La segona part del taller és una sessió pràctica de quatre hores en la qual els i les participants entraran a l'estudi de gravació per a produir una introducció o capçalera del seu capítol. Gràcies a aquesta experiència pràctica, els i les participants poden experimentar

els reptes i dificultats que es trobaran en el moment de gravar un pòdcast. Així, poden avançar-s'hi, desenvolupar estratègies per a evitar errors i augmentar la seua eficiència en els processos de producció.

GLOSSARI:

Pòdcast: és un arxiu d'àudio descarregable, trobat en un directori en línia, dirigit a un públic que s'hi subscriu per a rebre'l de manera regular per mitjà d'una font web anomenada RSS (Real Simple Syndication).

Àudio digital: és la representació d'un so en format processat o arxivat en un ordinador o dispositiu electrònic.

Producció: la producció és el procés de materialització d'un projecte, que va des de la seua planificació, execució o desenvolupament fins a la publicació i difusió del seu contingut.

Edició d'àudio: l'edició d'àudio és el procés que es duu a terme després de la captura (enregistrament) i comprén accions com ara tallar, pegar, fondre i mesclar una pista d'àudio.

Gravació d'àudio: fa referència a la captura d'una font sonora inicial i a la seua transformació digital amb un programari de processament d'àudio.

Distribució digital: és la publicació d'un contingut en plataformes digitals com ara Spotify, Google Music, Amazon Music, Apple Podcast, entre d'altres.

EL RESULTAT. MUNTANT UN PÒDCAST: EL PROCÉS DE GUIONITZACIÓ

Pàgina següent 

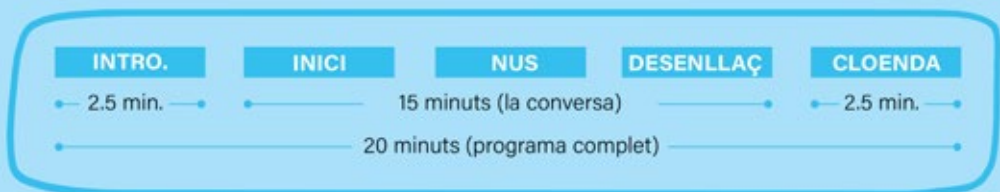


El poder de la veu

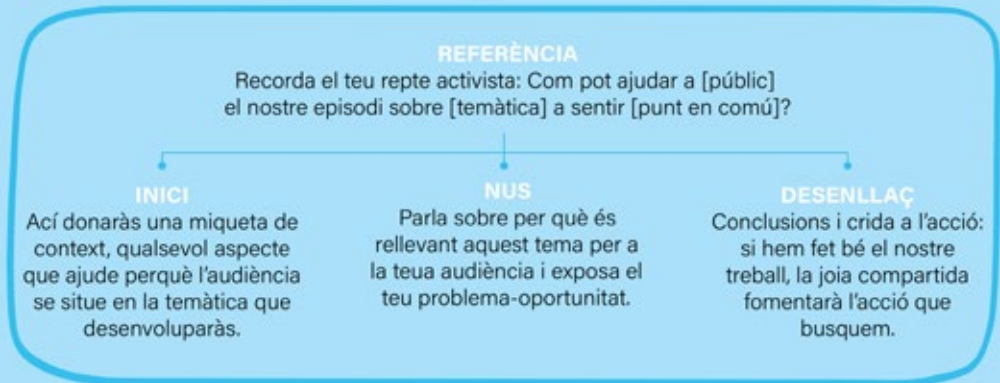
ARMANT UN PÒDCAST: EL PROCÉS DE GUIONITZACIÓ

Una vegada decidida la temàtica que s'hi tractarà i ja redactat el nostre brief inicial, comencem a organitzar l'estructura i la conversa.

L'ESTRUCTURA DEL NOSTRE EPISODI



DISSENYEM LA CONVERSA



I MÉS RECURSOS PER A AMPLIAR!

Programari d'àudio:

- [Audacity \(Gratuïto\) PC o MAC](#)
- [Pro Tools \(versió de prova gratuïta\) PC o MAC](#)
- [Logic X o Garageband \(MAC\)](#)

Plataformes de distribució:

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

Micròfons:

- SM58
- Rode Pod mic
- BLUE Rode Mic

Interfície d'àudio:

- Focusrite 2i2
- Sonor audio 2

Disseny d'art:

- [Canva.com \(gratuït\)](#)

Tutorials:

- [Curs d'edició d'àudio Audacity](#)

Llicències de música gratuïtes:

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





FASE 3. SENSIBILITZACIÓ I AVALUACIÓ DELS APRENTATGES


El procés conclou amb dos accions que busquen promoure els pòdcasts com un element que els connecte el teixit associatiu, activista i la ciutadania valenciana amb les seues realitats *locals*:


PÒDCAST 'EL PODER DE LA VOZ'

Cada equip participant en el procés formatiu enregistra un episodi. En el nostre cas, es van gravar un total de cinc episodis que conformen el pòdcast El poder de la voz. En l'apartat ESCOLTA podràs accedir-hi. Vam fer difusió d'aquests episodis per mitjà de les nostres xarxes socials i les de les entitats participants per a fer arribar els resultats al públic i conscienciar sobre les realitats diverses que es tracten en cada episodi:

 Episodi 1: «Mujeres que vuelan», realitzat per Mujeres, Voces y Resistencias.


 Episodi 2: Aquarius, realitzat per Infàncies i Dones del Món.


 Episodi 3: Orriols multicultural, realitzat per Orriols Convive i ACICOM-Associació Ciutadania i Comunicació.


 Episodi 4: Zahra, realitzat per la Unió de Periodistes Valencians.


 Episodi 5: Radio Diversa, realitzat per Fundació Manantial.


CONSELLS PER A L'ENREGISTRAMENT:


 Aplicar l'enfocament del periodisme constructiu o de solucions: hem de ser persones propositives!

 Treballar el guió prèviament amb cada grup per a arribar a l'estudi de gravació amb una versió final ja quasi tancada.

 Fer alguns exercicis de veu per a vocalitzar.

 Practicar un parell de vegades davant del micròfon per a deixar anar la vergonya.

 La primera versió sempre és la més natural.


 Gaudir del moment i valorar el fet que la gent pugui escoltar la nostra veu.


FÒRUM DE COMUNICACIÓ TRANSFORMADORA


El punt de trobada final del procés el constitueix l'organització del fòrum de comunicació transformadora. En el nostre projecte, aquest va rebre el títol de «El poder de la voz» i va permetre socialitzar els episodis de pòdcast que havíem produït al mateix temps que vam poder generar un espai de reflexió sobre el pòdcast com a eina de transformació social, el periodisme constructiu i el periodisme comunitari. El programa de l'esdeveniment va incloure:


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


17 h a 18.30 h. Taula redona «El pòdcast com a eina de transformació social», amb la participació de:

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

 Medicusmundi Mediterrània (VEUS).

 Coordinadora Andaluza de ONGD (Surtopías).

 Paz y Desarrollo (Radio XXII).


 Moderat per Carmen Rodríguez, responsable de comunicació de la Coordinadora Valenciana d'ONGD.


19 h a 20 h. Xarrada «L'enfocament del periodisme de solucions», amb Alfredo Casares,

director de l'Institut de Periodisme Constructiu.


DIJOUS, 02/06 (EL SPOT STUDIOS + STREAMING)


17 h a 18 h. Taula redona «Les ràdios comunitàries com a alternativa a la bretxa digital», amb la participació de:


 Vokaribe Radio (Colòmbia).

 Radio Savia (Colòmbia).


18.30 h a 20 h: presentació dels episodis del pòdcast El poder de la voz, amb la participació de:


 Mujeres, voces y resistencias.

 Infàncies i Dones del Món.

 Orriols Convive.

 ACICOM.

 Unió de Periodistes Valencians.

 Fundación Manantial.





Les dos sessions estan disponibles el canal de Youtube de Paz y Desarrollo. Ací pots trobar els enllaços a la [primera](#) i a la [segona](#).


I ARA TOCA AVALUAR!


Per a analitzar els aprenentatges que s'han extret del procés, es conclou el viatge amb un qüestionari d'avaluació amb el qual podem mesurar si s'han assolit els objectius del projecte.

Preguntes a incloure en l'avaluació:

 Després de participar en el projecte, consideres que has assolit les competències necessàries per a reproduir continguts de qualitat i fer-ne difusió?

 Després de participar en el projecte, sents motivació per a posar en marxa nous relats creatius i transformadors?

 Després de la teua participació en el projecte, s'han complert les teues expectatives (tant en l'àmbit individual com des del teu col·lectiu)?

 Durant el desenvolupament del projecte, com valores la teua participació i els espais en els quals s'ha dut a terme? Consideres que s'ha donat «poder a la teua veu»?



03. ES- COL- TA



I ara només queda que trobes un moment per a tu, que et poses els auriculars i et submergisques en *El poder de la voz*.

Escolta els episodis que componen el pòdcast ***El poder de la voz***.

Realització: Mujeres, voces y resistencias, Infàncies i Dones del Món, ACICOM, Orriols Convive, Unió de Periodistes Valencians i Fundación Manantial.

Producció: Ricardo Osorno.

Disponibles en: Radio XXII i iVoox.



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Vicepresidencia Segunda y
Conselleria de Servicios Sociales,
Igualdad y Vivienda



Paz & Desarrollo