



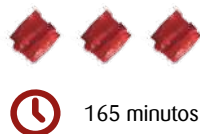
Comunicación  
transformadora  
y activismo 2.0



# Comunicación transformadora y activismo 2.0



# Comunicación transformadora y activismo 2.0



165 minutos

Esta ficha está pensada para que, a lo largo de tres sesiones de trabajo, las personas puedan participar en la creación de una campaña comunicativa para la transformación social.

Para ello, la ficha didáctica está dividida en tres sesiones diferenciadas para cada una de las distintas fases:

- 1 En la primera sesión**, se realizará un análisis de las estrategias y herramientas comunicativas que diversos movimientos sociales utilizaron en sus campañas de incidencia.
- 2 En la segunda sesión**, se plantea el diseño de una campaña comunicativa para la transformación, que sea de interés político-social en su entorno.
- 3 En la última fase** de este proceso se expondrán el proceso vivido y los resultados obtenidos durante la realización de las distintas campañas que hayan diseñado.

#Comunicación para la transformación

#Activismo 2.0 y ciberactivismo

## 1- Conociendo estrategias comunicativas

La persona facilitadora explicará la idea general de la ficha, de la actividad a desarrollar en la primera sesión y los tiempos disponibles. Se dividirá a la clase en cuatro grupos y se repartirá a cada grupo el material adjunto “A4. Fichas Movimientos sociales”.

Seguidamente se realizará una breve introducción sobre los conceptos principales que van a trabajar en la sesión con apoyo de la presentación de *power point* “P4. Ciudadanía crítica y transformadora//3.4. La comunicación transformadora para el cambio”.

A continuación, la clase dispondrá de unos 30 minutos para realizar una búsqueda de información en internet, en un aula de informática o en ordenadores portátiles propios, sobre las distintas campañas para la mejora de nuestros derechos, realizadas por los distintos movimientos sociales.

Las preguntas a contestar sobre la estrategia comunicativa de los diferentes movimientos sociales son:

- ♦ ¿Cuáles han sido los canales y las formas de comunicación del movimiento?
- ♦ ¿Qué soportes informativos se han creado para ilustrar la lucha?
- ♦ ¿Cómo se podría innovar en las técnicas utilizadas por ese movimiento?
- ♦ ¿Cuál fue el alcance de la información de las movilizaciones? ¿Local? ¿Nacional? ¿Internacional?

En el dorso de las fichas (A4) hay una serie de preguntas que no se tienen que contestar, puesto que corresponden a la ficha didáctica de “Movimientos sociales por nuestros derechos”.

Transcurrido el tiempo acordado, los grupos deberán volver al aula para presentar la información obtenida de cada una de las campañas que hayan analizado. De este modo se pretende compartir la información y que todas y todos puedan empezar desde el mismo punto de partida. La persona facilitadora se encargará de recoger aquellos recursos y elementos que encuentren destacables de las distintas campañas y que pudieran ser de utilidad en el futuro.



55 minutos.



- Ordenadores portátiles o aula de informática
- Conexión a internet



- A4. Fichas movimientos sociales



- P4. Ciudadanía crítica y transformadora//3.4. La comunicación transformadora para el cambio

## 2- Creando comunicación transformadora

La persona facilitadora presentará esta sesión que va dirigida a la creación y puesta en práctica de una campaña comunicativa para la transformación social.

En primer lugar, dividirá a la clase en varios subgrupos de entre cuatro y seis personas, en función de los intereses personales, que diseñarán su propia campaña comunicativa de interés social y afectación en su entorno próximo entre las campañas propuestas. Se deberá tener en cuenta la paridad y la igualdad entre grupos y facilitar una participación equitativa en las cargas de trabajo.

En segundo lugar, deberán decidir sobre qué cuestión quieren realizar la campaña y planificar cómo será la puesta en práctica (en horario no lectivo), preparando una ficha de planificación con la siguientes preguntas:

- 1.** Nombre de la campaña
- 2.** Temática que se pretende trabajar
- 3.** Objetivo de la campaña
- 4.** Público a quien se dirige
- 5.** Canales de comunicación, soportes informativos y productos 2.0
- 6.** Elementos y símbolos destacados del discurso
- 7.** Plan de trabajo (con fechas o hitos principales de la campaña)
- 8.** Reparto de tareas

La persona facilitadora se encargará de ayudar a que los grupos organicen correctamente el tiempo para aprovechar el trabajo colectivo en el aula. Podrán utilizar la información obtenida en la sesión anterior como punto de partida para la planificación de sus propias campañas.

Con esta sesión se dará inicio a la puesta en práctica de las distintas campañas a través de los canales que propongan, tienen que concretar el día de su finalización.



55 minutos.



- Ordenadores portátiles o aula de informática
- Conexión a internet



### 3- Evaluando nuestras campañas

Esta sesión supondrá el cierre de las campañas comunicativas llevadas a cabo. De forma previa a la sesión, cada grupo de trabajo preparará una exposición creativa con el fin de compartir con el resto de la clase la campaña realizada y los resultados obtenidos. Esta presentación deberá contener, al menos:

- ◆ La ficha de planificación elaborada
- ◆ Resumen de la campaña realizada
- ◆ Productos 2.0 de la campaña
- ◆ Puntos fuertes y puntos a mejorar

La persona facilitadora empezará presentando la sesión que servirá para cerrar el ciclo de esta actividad. Tras lo que cada grupo dispondrá de unos minutos para presentar su campaña de comunicación transformadora.

Al finalizar las exposiciones, la persona facilitadora se encargará de resumir las distintas etapas desarrolladas durante la sesión y, de este modo, poder cerrar la actividad.



55 minutos.



• Proyector de imagen







