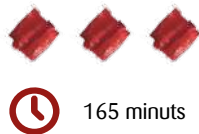




Comunicació transformadora i activisme 2.0

Comunicació
transformadora
i activisme 2.0

Comunicació transformadora i activisme 2.0



Aquesta fitxa està pensada per què al llarg de tres sessions de treball, les persones participants puguin participar en la creació d'una campanya comunicativa per a la transformació social.

Per a fer-ho, la fitxa didàctica està dividida en tres sessions diferenciades per a cada una de les diferents fases:

- 1** En la primera sessió es farà una anàlisi de les estratègies i eines comunicatives que diversos moviments socials van utilitzar en les seues campanyes d'incidència.
- 2** En la segona sessió es planteja el disseny d'una campanya comunicativa per a la transformació, que siga d'interès politicosocial en el seu entorn.
- 3** En l'última fase d'aquest procés s'exposaran el procés viscut i els resultats obtinguts durant la realització de les diferents campanyes que hagen dissenyat.

#Comunicació per a la transformació

#Activisme 2.0 i ciberactivisme

1- Coneixent estratègies comunicatives

La persona facilitadora explicarà la idea general de la fitxa, de l'activitat a desenvolupar en la primera sessió i els temps disponibles. Es dividirà la classe en quatre grups i es repartirà a cada grup el material adjunt "A4. Fitxes moviments socials".


Seguidament, es farà una breu introducció sobre els conceptes principals que treballaran en la sessió amb suport de la presentació de *PowerPoint* "P4. Ciutadania crítica i transformadora / 3.4 La comunicació transformadora per al canvi".

A continuació, la classe disposarà d'uns 30 minuts per a fer una recerca d'informació en internet, a una aula d'informàtica o amb ordinadors portàtils propis, sobre les diferents campanyes per a la millora dels nostres drets, fetes pels diferents moviments socials.

Les preguntes a contestar sobre l'estratègia comunicativa dels diferents moviments socials són:

- ◆ Quins han sigut els canals i les formes de comunicació del moviment?
- ◆ Quins suports informatius s'han creat per a il·lustrar la lluita?
- ◆ Com es podria innovar en les tècniques utilitzades per aquest moviment?
- ◆ Quin va ser l'abast de la informació de les mobilitzacions? Local? Nacional? Internacional?

En el dors de les fitxes (A4) hi ha una sèrie de preguntes que no s'han de contestar, ja que corresponen a la fitxa didàctica 03. Moviments socials pels nostres drets. Transcorregut el temps acordat, els grups hauran de tornar a l'aula per a presentar la informació obtinguda de cadascuna de les campanyes que hagen analitzat. D'aquesta manera, es pretén compartir la informació i que totes i tots puguem començar des del mateix punt de partida. La persona facilitadora s'encarregarà de compilar aquells recursos i elements que troben destacables de les diferents campanyes i que pogueren ser d'utilitat en el futur.

 55 minuts.



- Ordenadors portàtils o aula d'informàtica
- Connexió a internet



- A4. Fitxes Moviments Socials



- P4. Ciutadania crítica i transformadora//3.4. La comunicació per al canvi

2- Creant comunicació transformadora

La persona facilitadora presentarà aquesta sessió que va dirigida a la creació i posada en pràctica d'una campanya comunicativa per a la transformació social.

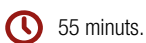
En primer lloc, dividirà la classe en diversos subgrups d'entre quatre i sis persones, en funció dels interessos personals, que dissenyaran la seua pròpia campanya comunicativa d'interès social i afectació en el seu entorn pròxim entre les campanyes proposades. S'haurà de tindre en compte la paritat i la igualtat entre grups i facilitar una participació equitativa en les càrregues de treball.

En primer lloc, hauran de decidir sobre quina qüestió volen fer la campanya i planificar com serà la posada en pràctica (en horari no lectiu), preparant una fitxa de planificació amb les preguntes següents:

- 1.** Nom de la campanya
- 2.** Temàtica que es pretén treballar
- 3.** Objectiu de la campanya
- 4.** Públic a qui es dirigeix
- 5.** Canals de comunicació, suports informatius i productes 2.0
- 6.** Elements i símbols destacats del discurs
- 7.** Pla de treball (amb dates o fites principals de la campanya)
- 8.** Repartiment de tasques

La persona facilitadora s'encarregarà d'ajudar perquè els grups organitzen correctament el temps per a aprofitar el treball col·lectiu i temps disponible a l'aula. Podran utilitzar la informació obtinguda en la sessió anterior com a punt de partida per a la planificació de les seues campanyes.

Amb aquesta sessió es donarà inici a la posada en pràctica de les diferents campanyes a través dels canals que proposen, havent de concretar el dia de la finalització.



- Ordenadors portàtils o aula d'informàtica
- Connexió a internet



3- Evaluant les nostres campanyes

Aquesta sessió suposarà el tancament de les campanyes comunicatives dutes a terme. De forma prèvia a la sessió, cada grup de treball prepararà una exposició creativa amb la finalitat de compartir amb la resta de la classe la campanya que s'ha fet i els resultats obtinguts. Aquesta presentació haurà de contindre, almenys:

- ◆ La fitxa de planificació elaborada
- ◆ Resum de la campanya que s'ha fet
- ◆ Productes 2.0 de la campanya
- ◆ Punts forts i punts a millorar

La persona facilitadora començarà presentant la sessió que servirà per a tancar el cicle d'aquesta activitat. Després d'això, cada grup disposarà d'uns minuts per a presentar-ne la campanya de comunicació transformadora.

En acabar les exposicions, la persona facilitadora s'encarregarà de resumir les diferents etapes desenvolupades durant la sessió i, d'aquesta manera, poder tancar l'activitat.



55 minuts.



• Projector d'imatge



