

Concientización a través de los medios de comunicación

Los participantes obtendrán información sobre las maneras en que se pueden usar diferentes tipos de medios de comunicación para concientizar sobre un asunto y cómo identificarlas.

Cómo usar los medios de comunicación para el cambio

Primera parte

Explica a los alumnos

Los medios de comunicación son una herramienta maravillosa para compartir ideas con los demás. Muchas personas prefieren hacer llegar sus mensajes a través de las plataformas de medios digitales. Por ejemplo, HolaSoyGerman usa YouTube para compartir historias divertidas con personas de todo el mundo, mientras que Malala Yousafzai usa Twitter para defender los derechos de las mujeres y los jóvenes.

En algunos casos, los jóvenes defensores de causas usan los medios digitales para enfocarse en problemas específicos. Por ejemplo, Amanda Stenberg es una joven actriz y activista que publicó un video en el año 2015 sobre la cultura negra y la apropiación cultural para su clase de historia. Al publicar el video, actuó como defensora de una causa y concientizó sobre un problema que le apasionaba. Otras personas prefieren usar plataformas de medios análogos y no digitales, como la televisión, la radio o los periódicos, para compartir sus ideas con el público.

En una pantalla de proyección al frente de la sala, muestra como ejemplo un video reciente (apto para el contexto local o regional, o bien el de los participantes) a fin de ilustrar mejor de qué manera se pueden usar los medios de comunicación para concientizar sobre una causa concreta y defenderla.

Explica a los alumnos

Si queremos defender el cambio, todos los medios de comunicación pueden ser herramientas eficaces para lograr nuestros objetivos. En la siguiente actividad, explorarán esta idea mediante la creación de un mensaje y su difusión, a través de varios tipos de medios de comunicación, para llegar a un gran público.

Tarea

Primera parte

Explica a los alumnos

Encuentren un ejemplo de contenido multimedia (por ejemplo, un video de YouTube, una publicación de Facebook o una foto) que sea inspirador y que pueda ser una buena manera de ayudar a difundir un mensaje acerca de una causa que les interese. Tendrán 15 minutos para encontrar el contenido. Luego, cada participante le mostrará al grupo lo que descubrió y la razón por la cual cree que es algo inspirador.

Interacción grupal

Concede a los participantes 15 minutos para encontrar un ejemplo de contenido multimedia que, en su opinión, difunde eficazmente un mensaje acerca de una causa. Luego, dedica 15 minutos para pedir a cada participante que describa o muestre el contenido al grupo y que diga por qué le parece inspirador.

Es posible completar la segunda parte de esta tarea en la sesión actual del grupo o en la siguiente, en función del tiempo disponible.

Segunda parte

Explica a los alumnos

Ahora que encontramos ejemplos inspiradores y eficaces para promocionar una causa y que hablamos sobre ellos, es hora de crear contenidos propios en torno a una causa que les interese. En los próximos 20 minutos, piensen en una causa que sea importante para ustedes y anoten la idea para un tipo particular de contenido, a fin de concientizar sobre esta causa. Estos son algunos ejemplos:

1. Una publicación de texto para comunicar la causa y la razón por la que las personas deberían actuar
2. Una idea para una imagen o un gráfico (o bien estos mismos) para comunicar la causa y la manera en que los demás pueden apoyarla
3. Una idea de un video para concientizar y motivar la acción en torno a la causa

Además de esta idea, anoten lo siguiente:

1. Al menos dos formas posibles en que podrían difundir el mensaje del contenido para aumentar la visibilidad y concientizar sobre la causa.

Interacción grupal

Concede a los participantes 20 minutos para anotar sus ideas. Luego, pídeles que compartan lo que escribieron con todo el grupo. Dedicar 15 minutos a conversar.