

## **Creación de conciencia a través de contenido multimedia**

Los participantes aprenderán a identificar métodos en los que emplear varios tipos de contenido multimedia para promover la concienciación sobre un tema.

# Uso de contenido multimedia para promover el cambio

## Primera parte

### Debate con tus alumnos

El contenido multimedia es una herramienta excepcional para compartir ideas con otros. Muchas personas prefieren las plataformas de medios digitales para comunicar sus mensajes. Por ejemplo, HolaSoyGerman usa YouTube para compartir divertidas historias con personas de todo el mundo y Malala Yousafzai usa Twitter para proclamar los derechos de las mujeres y los jóvenes.

En muchos casos, jóvenes activistas hacen uso de los medios digitales para abordar problemas específicos. Por ejemplo, Amandla Stenberg es una joven actriz y activista que publicó un vídeo en 2015 sobre la cultura negra y la apropiación cultural para su clase de historia. Al hacerlo, defendió y creó conciencia sobre una causa que le apasiona. Otras personas prefieren usar plataformas de medios no digitales y analógicos, como la televisión, la radio o la prensa, para comunicar sus ideas.

En una pantalla de proyección al frente de la sala, muestra un ejemplo reciente de vídeo relacionado con el contexto local o regional de los participantes para ilustrar en mayor medida el uso de los medios para promover la concienciación y defender los intereses de causas particulares.

### Debate con tus alumnos

Como promotores del cambio, los medios de comunicación de todo tipo pueden ser herramientas muy útiles para lograr nuestros objetivos. En la siguiente actividad, exploraréis esta idea mediante la creación de un mensaje y su difusión a través de varios tipos de medios para llegar a una gran audiencia.

# Tarea

## Primera parte

### Debate con tus alumnos

Buscad un ejemplo de contenido multimedia (por ejemplo, un vídeo de YouTube, una publicación de Facebook o una foto) que sea inspirador y un buen método para difundir un mensaje sobre una causa que os importe. Tenéis 15 minutos para buscarlo. Seguidamente, cada participante mostrará al resto del grupo lo que ha encontrado y explicará por qué le parece inspirador.

### Interacción en clase

Ofrece a los participantes 15 minutos para buscar un ejemplo de contenido multimedia que crean que difunde un mensaje de forma eficaz sobre una causa. A continuación, emplea 15 minutos para que cada participante describa brevemente o muestre el contenido al grupo y debatan por qué lo encuentran inspirador.

La segunda parte de esta tarea se puede completar durante la convocatoria del grupo actual o del segundo, en función del tiempo asignado.

## Segunda parte

### Debate con tus alumnos

Ahora que hemos encontrado un ejemplo eficaz e inspirador de contenido multimedia para promover una causa y hemos debatido sobre él, es el momento de que creéis vuestro propio contenido sobre una causa que os importe. Durante los siguientes 20 minutos, pensad en una causa que os importe y escribid vuestra idea para crear conciencia sobre esa causa en un tipo de medio específico. Estos son algunos ejemplos:

1. Una publicación de texto que comunique vuestra causa y por qué las personas deberían implicarse.
2. Una idea de imagen o contenido gráfico (o una imagen o contenido gráfico en sí mismos) que comunique la causa y cómo las personas podrían apoyarla.
3. Una idea de vídeo que cree conciencia y promueva la acción entorno a esa causa.

Además de esta idea, escribid también:

1. Al menos dos modos posibles para difundir el mensaje del contenido multimedia

a fin de aumentar la visibilidad y la concienciación de la causa.

### **Interacción en clase**

Ofrece a los participantes 20 minutos para escribir sus ideas. Seguidamente, pídeles que compartan lo que han escrito con el resto del grupo. Emplea 15 minutos para el debate.