# IV Congreso de Educación para el Desarrollo

cambiar la comunicación para cambiar el mundo…

Por una acción educativa emancipadora!

Vitoria-Gasteiz, octubre 2014

"En la sociedad global de la complejidad, el riesgo y la incertidumbre, el conjunto de instituciones sufre una situación de desanclaje (Giddens). Esto sucede tanto a las ONG como a los medios y al oficio periodístico. No en vano, Gabilondo llama a lograr que el periodismo se convierta en una profesión con encaje global (2011). Pues bien, el anclaje institucional en el nuevo escenario pasa por el redescubrimiento de la figura del sujeto (como ser con dignidad, con capacidad de selección y de reinterpretación).

Todas las instituciones sociales están hoy bajo sospecha y van siendo llamadas, unas antes que otras, a una metamorfosis (Morin, 2011). Se trata de una (re)invención que es de fondo, no sólo tecnológica, que pasa por ponerse al servicio de los sujetos como creadores de sí mismos. El sujeto se presenta entonces como la resistencia más firme contra los aparatos y las lógicas instrumentales de consumo y de la gestión que nos amenazan."

Javier Erro Sala. Comunicación y Desarrollo: nuevos escenarios. UIMP, 2011.

"Hay que volver a reclamar justicia social. Hacer preguntas que nos golpeen en la cara. Indisciplinar las ciencias sociales" Víctor M. Marí Sáez

# #COMUNICAMBIO

## LT2. Comunicación para la transformación

GT3. Pablo Navarro. ZEMOS98. Lidia Ucher. Comunicambio. (Relatoría)

"La comunicación es esencial para cambiar el mundo"

"La comunicación nos puede ayudar mucho en el ámbito educativo". "La comunicación es vital para enganchar a padres y profesores". "Soy fan de la educación para el desarrollo, de la cultura remix, de las nuevas formas de narrar". "Es imprescindible comunicar a través de las nuevas tecnologías". "Nos preocupa de por qué no se habla de la educación para los derechos humanos y la resistencia de las organizaciones a superar el lenguaje de otras épocas y integrar en el trabajo diario las nuevas tecnologías".

Con estas reflexiones iniciamos el viernes 10 de octubre en el IV Congreso de Educación para el Desarrollo en Vitoria el Grupo de Trabajo "Comunicación para la transformación social", dinamizado por Pablo Navarro, de Zemos98, con la relatoría a cargo de Lidia Ucher, periodista y comunicadora social.

Nos presentamos hablando de lo que cada una de nosotras hacemos y pensamos en torno a la comunicación social, y exponemos asimismo nuestras expectativas en este Grupo de Trabajo:

"Todo me interesa, tenemos un gran reto porque la educación queda encapsulada". "Me interesa el rol de los medios de comunicación para empoderar a la gente". "No tengo ni idea de educación para el desarrollo, pero sí de comunicación y quiero aprender a vincular ambas disciplinas".

En el Grupo de Trabajo contamos con una compañera que ejerce de observadora de género.

# 1. "Cartografías del desarrollo"

¿Cómo se representan a las migrantes en los medios de comunicación? ¿Dónde te sientes en casa?

Con una metodología basada en la cartografía, en el proyecto Remapping Europe se representaron en un mapa las respuestas a esta pregunta.



Basándonos en esta metodología, expuesta por Pablo Navarro en el aula, dibujamos en un mapa la crónica de lo que vamos a hacer en el Grupo de Trabajo.

Se trata de "lanzar palomas": soltar todas las ideas que tengamos porque nos sirven posteriormente para construir.

## Nuestros mapas



### Primer mapa: Espirales

"No funcionar aisladas, sino como un continente. La importancia de estar en un planeta, con posibilidades pero que nos limita. Están los ríos, el mar… y las personas dibujadas como espirales: personas como colectivos, nos conecta unas con otras y están vinculadas a una comunicación en diálogo con los entornos. Idea de la felicidad, con un enfoque de persona feliz. Hay un desierto representando al ser libre, único y sin condicionamientos culturales. Nos permite reescribir, el viento lo borra todo y nos permite redibujarnos en una nueva línea. Dibujamos un puente que une personas que viven en territorios aislados. Completamos con conceptos fuera del círculo principal: espiral, culturas, medio, ciudadanía, vida."

### Segundo mapa: Redes

Representamos en redes la banca ética, la educación, el juego, la alimentación, otra economía, integración en la diversidad cultural representado por tres figuras humanas de varias formas: triángulo, círculo…

Las nuevas tecnologías, las artes, el teatro, las gafas de género observando, una cesta de frutas, una vela representando la espiritualidad, un edificio que representa nuevas instituciones.

La tela de araña en el centro que une todo el proceso: el pasado, el presente, el futuro. Se quiso representar en un ciclo lo que no nos sirve: desaprender y reconstruir.







## Mapa 3: Dos sistemas opuestos

Un ecosistema con un río limpio, con escuelas, donde todos participen, que intervenga el Estado "no sólo con regalar computadoras", sino abriendo la mano para permitir la participación, la educación, conocimiento a los chicos para saber cómo usar la computadora y las tecnologías para abrirse al mundo. Para que sea posible hace falta la intervención del Estado. El debate del grupo es también importante: cómo abordar las soluciones a problemas que vemos en nuestro mundo.

## Mapa 4: La plaza como centro.

La plaza en el centro y calles que confluyen: la educación, mercado sostenible, cooperación, arte y creatividad, cuidados corresponsables, salud, ocio (deporte, pero derecho también a no hacer nada, a conversar como un espacio de ocio).




El carril bici-circunvalación es lo que une todos los espacios: la comunicación que conecta las rotondas de toda la comunidad, con un enfoque de género (morado). Se representa un río y el sol como símbolos de la felicidad, ilusión, y el sentimiento.

Dibujamos en la plaza árboles para destacar la importancia de conectar con la naturaleza y como espacio de participación diferente, que el barrio tenga un sistema multiplicador y que sea sostenible.

**Pablo Navarro destaca el proceso que supone dibujar estos mapas: ayuda a ver a qué le tenemos que dar más importancia, y replantearse cómo medimos y representamos a las personas (en espirales para destacar la independencia, los colores para destacar el género, o la contaminación -con el río marrón-…)**

## Conclusión general:

1. Sentimos como el proceso de mapear nuestra visión del mundo y de la vida nos hace cuestionarnos nuestros códigos mentales de cómo reproducimos el mundo que queremos, de manera colectiva.
2. Este proceso nos da respuestas a la pregunta: ¿crees necesario trascender de la llamada educación para el desarrollo o educación para la ciudadanía global hacia una educación crítica y emancipadora? Vemos que en el proceso se dan estas claves: pensamos y surgen nuevos símbolos, modelos, códigos de convivencia y modelo de mundo que queremos: espirales, tamaños continente, colores -género, río-, la red como elemento central.

## Dos conclusiones de cada grupo:

Mapa 1: Generar debate, dudas, interrogantes. Evidenciar la complejidad de los procesos y que no se resuelven en poco tiempo.

Mapa 2: proceso creativo

Mapa 3: Evidenciar ideales compartidos en todos los mapas.

Mapa 4: El río como la participación, conocimiento crítico, creatividad, consenso.. y el sol como esperanza, fuente de vida, focalizar y unir fuerzas.



# 3. ”Nuestro viaje: ¿qué valores tiene?”

**Pensamos durante cinco minutos qué necesidades personales tenemos para emprender nuestro viaje. Otros cinco minutos para compartir nuestras necesidades individuales con el grupo y negociarlas.**

II. Organización del viaje: Qué podemos aportar a este viaje. Qué sabemos hacer, cuáles son nuestros recursos. Configurar el viaje: destino, logística, reparto de tareas.



Durante 30 minutos, cada grupo comparte sus objetivos, valores, necesidades e inquietudes para la organización colectiva del viaje.

Cada grupo expone su plan de viaje:

Viaje 1:

Objetivos: Se habla de descubrir, nuevas culturas, compartir, motivarse, reciclarse…

Valores: respeto, corresponsabilidad, aplicando los valores al interior del propio grupo, no solo ante las personas a las que vamos a visitar.

Enamorarnos de la vivencia, de las personas, de la cultura, de nosotras mismas… utopías posibles…

Nuestro destino es la India, durante 15 días o un mes. Nuestros aportaciones son las ONG y personas que conocemos allí, una guía

en el grupo, audiovisuales. Nuestros recursos: tenemos alojamiento donde quedarnos, material audiovisual…

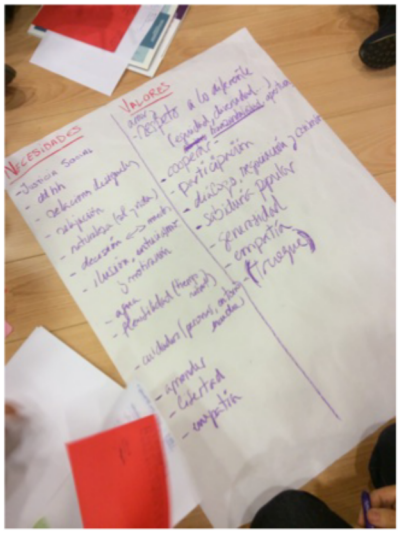
Se reparten las tareas de vacunas, itinerario, traductoras, ocio que puede reportar dinero…

Preguntas: ¿os iriáis de viaje, de verdad? Sí, hasta que llegaron al tema de fechas: "con esa piedra en el camino, nos quedamos con nuestra utopía"

**El tema del tiempo es un obstáculo importante en la planificación conjunta del viaje.**

¿Cómo si no os queréis gastar mucho dinero, os vais a la India?

Se ha organizado un viaje de cooperación pero hay personas que prefieren un viaje para no hacer nada. Por tanto, la libertad es importante para vivir cada uno un viaje espiritual.




**Surgen las tensiones entre lo individual y lo colectivo, si se cede a favor de lo colectivo se van generando frustraciones que luego saltan.**

Viaje 2:

La pregunta ha sido no a dónde, si no qué necesito yo para realizar ese viaje: libertad, relajación… con valores como trueque, conciencia de sí mismas, objetivos de buen vivir, aprender y desaprender, la felicidad, nuevas sinergias…

**En la organización, ha surgido el caos.** Era un viaje más hipotético que real. El viaje se ha convertido en crear una cooperativa, un espacio donde reunirse y compartir y donde todos pudieran aportar algo: capital, conocimientos, redes, estrategia de comunicación. Todo acabó en la necesidad de hacer un plan de empresa.

**Conclusiones: los equipos de trabajo necesitan previamente unos objetivos comunes, y construir el "viaje" a partir de ellos.**

**Valoración:**

**Cuando hay cosas que no sabemos solucionar, las metemos en el congelador. No se pueden tomar decisiones rápidamente. Hay que buscar objetivos más pequeños y realizables.**

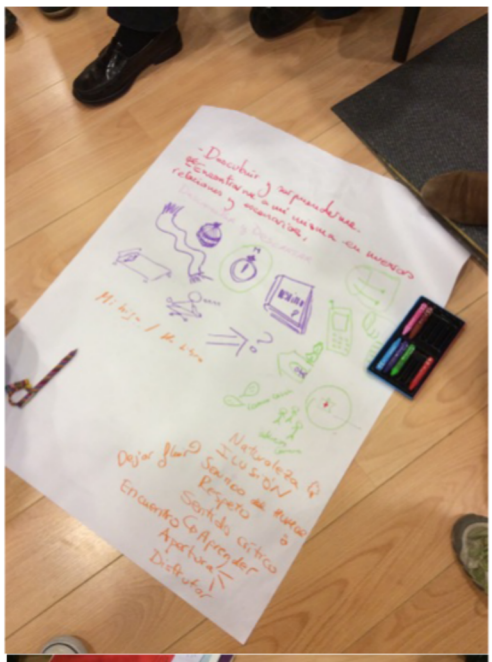
Viaje 3:

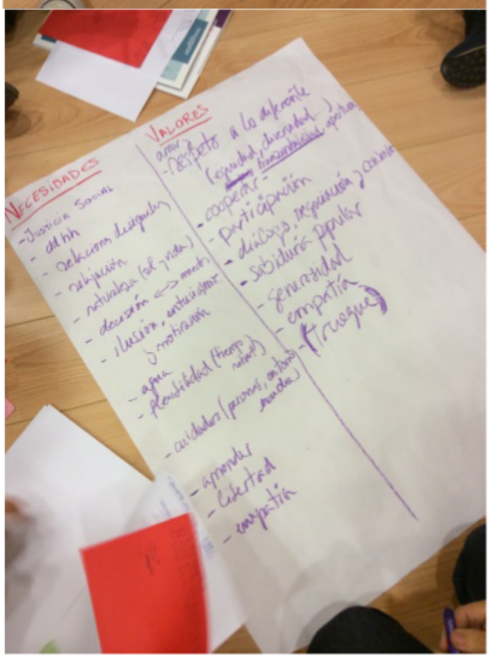
Un viaje sin expectativas sin excesiva planificación, con el objetivo de aprender más que aportar, adaptándonos a lo que va surgiendo. Simplemente aportamos la experiencia y las ganas de implicarse, y que cada uno se haga responsable de lo suyo.

**Conclusiones**: Al final, el tema de recursos es importante. Pero hay viajes así que solas por nosotras mismas no lo hacemos, pero sí en grupo. Cuenta más la confianza en el grupo, y la ilusión de hacer algo juntos, que creen que algo es posible, sin saber lo que va a pasar, pero te sientes poderoso, capaz y optimista. Queríamos disfrutarlo y vivirlo, dejándonse llevar.

## Viaje 4: Viaje Happy Flower.

**“El viaje lo hemos hecho ya durante la planificación del mismo.” La misma planificación es ya el viaje en sí: buscar colectivamente las necesidades, valores, objetivos y organización.**






Fundamental el respeto, la solidaridad (“la ternura de los pueblos”), el conocimiento mutuo de conocernos entre nosotros, la curiosidad empática. Intentar sentir como se siente la cultura. Los cuidados, el amor, el disfrute.

Objetivos: desconectar, gozar, desaprender, compartir relatos y sentimientos: llevar y traernos sentimientos. Salir de la zona de confort, conectar y a la vez desconectar, aprender y a la vez desaprender.

No llegamos a definir concretamente el viaje. Queríamos una vuelta al mundo en caravana, para llegar a lugares recónditos.

Cada uno interpretó la caravana de una manera. Lo intentaron dibujar pero lo dejaron estar para hablar de los aportes de cada uno: dinero, creatividad…

La logística se complicó: agua, linterna, portátiles…

El reparto de tareas: a quien le guste más una cosa, que la pida y lo que no le gusta a nadie se hace rotatorio.

**El primer conflicto fue no estar de acuerdo en si habría o no conflicto: unos que sí, otros que no… primer conflicto.**

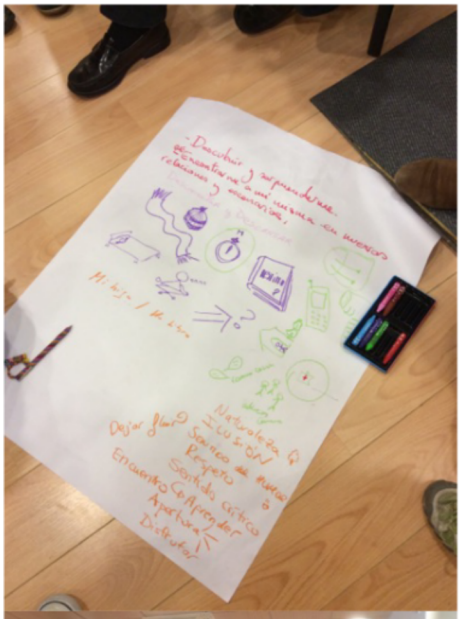
Todo se basa en las asambleas para organizarse. Y que es un viaje interior también.

¿os iríais de viaje? El tema de los hijos. Es tema recurrente los condicionantes personales. Se habló de ir incorporándose al viaje según circunstancia de cada uno.

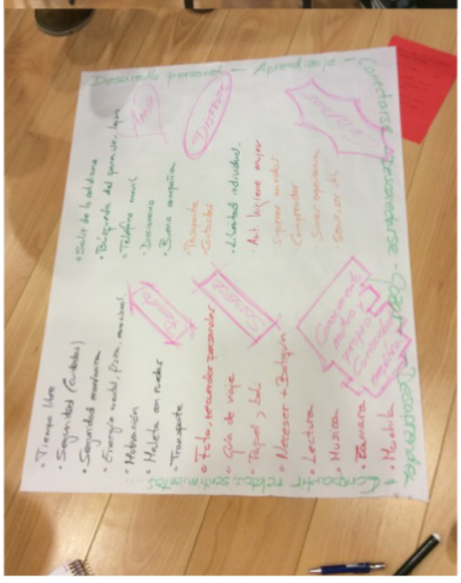
**Conclusiones: Interesante contar lo que pasa en el grupo**

**Conclusiones generales:**

1. **La comunicación ha funcionado bien a nivel de grupo pero no hacia fuera.**
2. **¿Qué conclusión sacamos en cuanto a la comunicación? Se repite el debate.**
3. **Partir de nuestras emociones pero saber concretar unos**

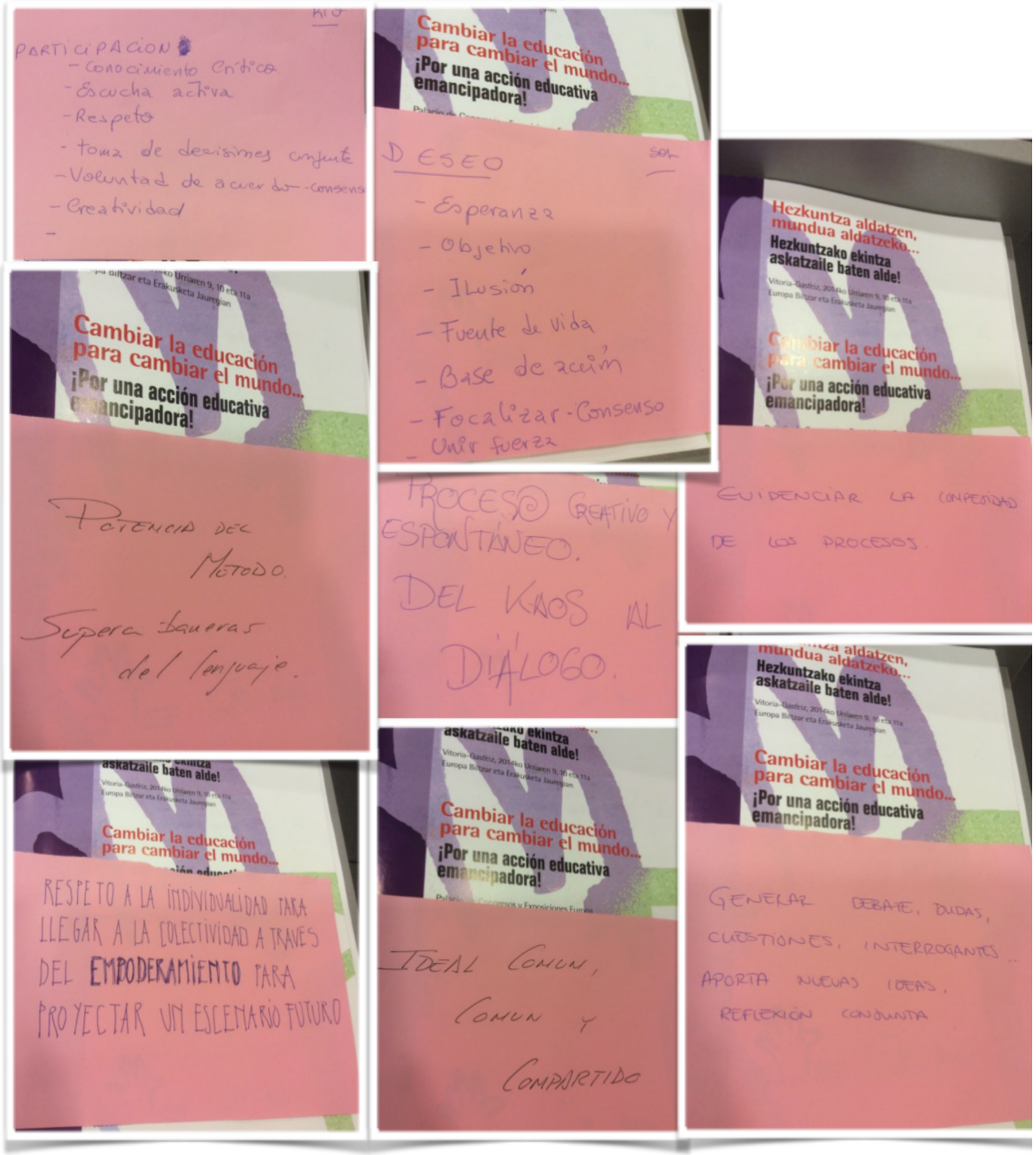






objetivos.

4. Frustraciones: se va llenando un saco que puede llegar a cargarse un grupo.



# III. Barrios en transición.

**"Ser parte de una sociedad que no te conoce, que te mira diferente, porque eres diferente…"**

En el segundo día del Grupo de Trabajo, Pablo Navarro presenta algunas campañas de comunicación:





-La Asociación de los ex-Hombres Lobo.

-Alcosa y más allá.

-Kikiriwikis. Zemos98.

-RemappingEurope.eu

**Práctica: Diseñar una campaña de comunicación.**

Metodología: La campaña

+1 póster

+Hashtag

**Socialización: Rueda de prensa**

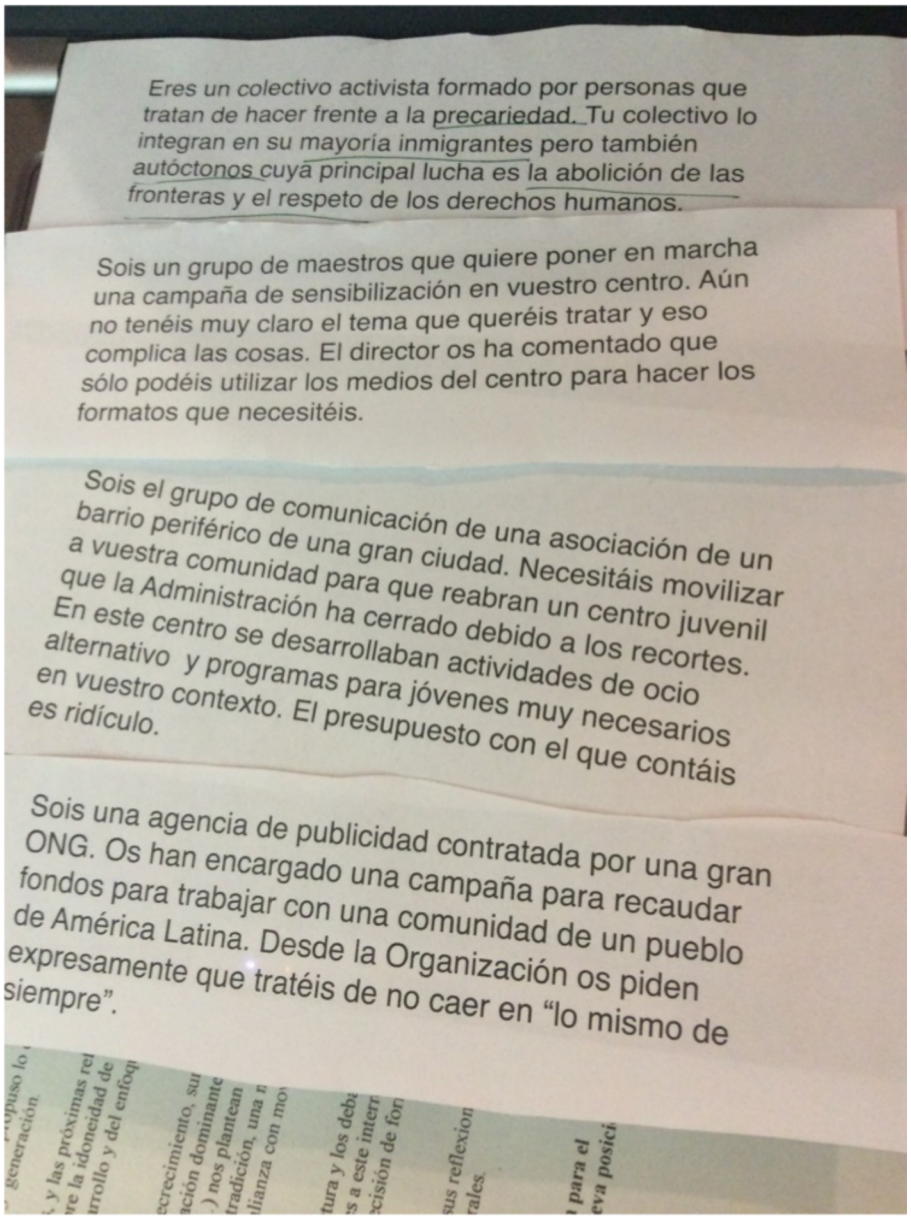
**Se presentan las campañas en rueda de prensa:**

1. Juegos Olímpicos. #Miraquiéngana

Nadia no hubiera clavado su salto con una mochila cargada de prejuicios.

2. Radio comunitaria. #Microabierto.

3. #Bailatubarrio






Conclusiones:

Necesidad de trabajar con nuevas narrativas, hacerlas participativas, incluir el humor, remix…



La comunicación debe ser creativa e innovadora, analizar a quién y para qué.

La imagen como herramienta comunicadora, mensaje que imparte y mueva a la acción.

**Conclusiones. Pablo Navarro**

El mensaje tiene que ser claro, fluido, atrapar al lector.

El sentido del humor es cada vez más importante. En comunicación, se corre el riesgo de que el público se quede inmune ante nuestras campañas.

Nos preguntan por campañas de comunicación de ONG que hayan funcionado. Sale a la palestra la campaña #3de10 de Oxfam

Debate sobre campañas que han tenido éxito y que no han tenido éxito.

"Si no cambiamos los canales, seguiremos llegando al mismo público de siempre. Lo vemos con la campaña de Oxfam: al final, se habla en el mismo lenguaje por lo que la campaña no acaba de romper ni los códigos, ni los canales para llegar a otros públicos."

Raid Aid: Ayuda desde África a Norway enviando radiadores y su calor.

Concepto Transmedia: apropiarse de los códigos y reinterpretarlos.

Vemos ejemplos de otras campañas.

**Conclusiones**: Con poco presupuesto se hacen las mejores campañas. No se trata de usar la comunicación para captar socios/

donantes/fondos. Se trata de hacer llegar a la gente que no conoce nuestro trabajo unos mensajes sencillos, claros, con los que puedan conocer, implicarse, etc.

Hay empresas/organizaciones que pueden apropiarse de mensajes contrarios para hacer sus campañas: Acciona usa el lenguaje ecologista para promocionar su empresa con valores propios del ecologismo, la Coordinadora se apropió del lenguaje del capital para "invertir en el ser humano". ¿Puede ser peligroso?¿No se está facilitando no salir de la zona de confort?

Si nos apropiamos de los códigos de manera irónica o con humor, ¿llegamos a otro público?

**La palabra clave es testear: qué te hace pensar, qué sientes… cuando hacemos campañas, pensamos en el objetivo, y luego hacemos el mensaje, con nuestra ruta podemos llegar al universo, pero siempre pensando en nuestro público y nuestro objetivo.**

Tenemos que pensar en el objetivo de nuestro viaje: con qué recursos contamos, qué necesitamos, qué queremos conseguir, qué le estamos pidiendo al grupo, etc.

Traslademos esto a las ONG: las áreas de comunicación tienen que estar integradas en las otras áreas.

Necesitamos darnos los tiempos para pensar qué necesitamos realmente en nuestra comunicación.

Educación expandida: Proyecto de Zemos98 y Platonic. Crearon el banco común del conocimiento. Intercambio de conocimientos. Empoderar a los estudiantes del centro dándoles la oportunidad de

ponerse al mismo nivel del profesorado y enseñar a todos, alumnado y profesorado, cosas que saben hacer.

Buenas prácticas:

-Iniciativas para que los chicos y chicas sean los propios reporteros

-Contenedor de proyectos "Macarena Remedia": alfabetización mediática: macarena.zemos98.org. Recopilar la memoria viva del barrio.

## Conclusiones:

-Vengo a aprender. Me llevo un gran aprendizaje para aplicar a chicos que vienen de otra realidad. Hay poca participación en los jóvenes, hay proyectos como alfabetización mediática que ayudan a educar en la participación, con pocas herramientas, pero son buenas ideas.

-"Dibujen! Nunca se me había ocurrido que me iban a pedir esto. Pero he aprendido"

-"Agradezco aprender desde la práctica. El viaje es una buena idea para enseñar cómo planificar de manera creativa y práctica, y sin pasar por los grandes medios. Agradezco que no me lo pidan!"

-"Hemos descubierto un mundo. Es importante saber cómo transmitimos en nuestro entorno más local a los chicos y chicas, sobre todo en Sevilla. Quisimos hacer temas de cine, nos presentamos a festivales de cine"

-"Somos incongruentes por naturaleza pero tenemos que permitirnos indulgencia con nosotras mismas. Hay que conocer, denunciar los fallos del sistema, asumirlo, corresponsabilizarnos de las injusticias pero para aprender a lidiar con ello y ser más

indulgentes con nosotras mismas, no flagelarnos tanto y tener dilemas morales que nos bloquean, con pequeñas acciones, pasos adelante y atrás hasta que las cosas vayan cambiando"

-"Hay que aprender a convivir con nuestras propias contradicciones. Queremos ser personas responsables, no penitentes con el sentimiento de culpa judeocristiana"

-"Tenemos que rebajar nuestra autoexigencia"

-"Hacer comunicación es ir en una cuerda floja, hay tantas trampas que podemos caer sin darnos cuenta en los modelos"

-"Testear continuamente lo que haces, teniendo claro tu objetivo"

-"No tenemos la verdad absoluta ni aleccionar, sino acercar realidades diferentes".

pablonavarro@zemos98.org. Pablo Navarro agradece a todas el trabajo del grupo.