



Co-funded by  
the European Union

PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

CEIPES

I&F  
Instruction & Formation  
LEARNING FOR LIFE



Eduact

ÇAMA INSTITUTE  
Sănătate, Educație, Cercetare

aspaym  
castilla y león





Co-funded by  
the European Union



**NÚMERO DE PROYECTO: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031**

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

# índice

|   |    |
|---|----|
| <b>Introducción</b>   | 5  |
| <b>Investigación sobre métodos innovadores de involucración de los/as jóvenes</b>   | 5  |
| <b>Narrativa</b>  | 6  |
| <i>Introducción</i>   | 6  |
| <i>¿Qué es la narrativa?</i>  | 6  |
| <i>La Narrativa como un método no formal en el trabajo juvenil</i>  | 8  |
| <i>Lo que necesita saber como trabajador/a juvenil para utilizar la narrativa como un método no-formal para trabajar con jóvenes.</i> | 11 |
| <b>Realización de películas</b>   | 12 |
| <i>Introducción</i>   | 12 |
| <i>¿Qué es la realización de cine?</i>  | 12 |
| <i>La realización de cine como método no-formal en el trabajo juvenil</i>   | 15 |
| <i>¿Qué necesitas saber como trabajador/a juvenil para utilizar la realización de cine como método no-formal?</i>                     | 16 |
| <b>Diseño Gráfico</b>   | 18 |
| <i>Introducción</i>   | 18 |
| <i>¿Qué es el diseño gráfico?</i>   | 19 |
| <i>El diseño gráfico como método no-formal en el trabajo con jóvenes</i>  | 20 |
| <i>¿Qué necesita saber como trabajador/a juvenil para utilizar el diseño gráfico como un método no-formal?</i>                        | 21 |
| <b>Las mejores prácticas en el uso de la narrativa, el diseño gráfico y el cine en la juventud</b>                                    | 23 |
| <i>Introducción – cómo leer y entender la síntesis de buenas prácticas</i>  | 23 |
| <b>Narrativa y buenas prácticas</b>   | 24 |
| <b>Las mejores prácticas de realización de Cine</b>   | 32 |
| <b>Las mejores prácticas de Diseño Gráfico</b>  | 40 |
| <b>Talleres – Paso A Paso</b>   | 42 |
| <i>Valores a tener en cuenta en los talleres – participación y compromiso cívico de los/as jóvenes</i>                                | 42 |
| <i>Taller de Narrativa</i>  | 44 |
| <i>Talleres de realización de Cine</i>  | 52 |
| <i>Taller de diseño gráfico</i>   | 67 |
| <b>Bibliografía</b>   | 76 |

# introducción

Youth-REC: Youth Recordings for Educational Campaigns es un proyecto cuyo objetivo es combatir las bajas y decrecientes tasas de compromiso y participación en la sociedad civil, y la confianza en la estructura democrática, mientras se aprovecha la promesa de métodos creativos para involucrar a los y las jóvenes. Por tanto, el Proyecto desarrolla y utiliza métodos creativos innovadores sobre narrativa, cine y diseño gráfico para mejorar las habilidades de los trabajadores/as juveniles y comprometer y empoderar a la juventud europea desfavorecida.

**Los objetivos** de Youth-REC: Youth Recordings for Educational Campaigns son:

- Fomentar la transición de los y las jóvenes de la frustrante marginación hacia la participación constructiva en asuntos de interés cívico.
- Conectar a la juventud europea de 7 países, fomentando su empatía y solidaridad
- Prestar más atención a las cuestiones de los y las jóvenes, promoviendo la no discriminación y la igualdad
- Lanzar y promover campañas que arrojen luz sobre los problemas que afectan a la juventud europea
- Las campañas aumentarán la importancia a niveles más altos de gobierno.
- Mejorar las competencias de los trabajadores/as juveniles y de las organizaciones juveniles
- Mejorar las conexiones entre 7 organizaciones juveniles en Europa
- Mejorar la calidad y la innovación del trabajo juvenil más allá de las organizaciones asociadas.

En el proyecto Youth-REC, las actividades principales son la investigación y recopilación de las mejores prácticas, con la finalidad de desarrollar un manual del proyecto que proporcione directrices para el uso de los métodos del proyecto; estos métodos tienen como objetivo involucrar y empoderar a los y las jóvenes. Al final del proyecto, se llevarán a cabo una serie de eventos para exhibir las películas de los y las jóvenes, y lanzar y promover sus campañas.

**Los principales resultados** del proyecto Youth-REC son: este manual con la investigación, las mejores prácticas y una guía de talleres para los trabajadores/as juveniles, con el fin de involucrar y empoderar a la juventud desfavorecida. Desde los talleres, los y las jóvenes producirán películas sobre temas personales para ellos/as y/o sus comunidades, y campañas de acompañamiento, incluyendo marcas visuales para participar en el festival de cine local e internacional.

## **Investigación sobre métodos innovadores de involucración de los/as jóvenes**

En este capítulo, profundizaremos en la base teórica que subyace a las tres metodologías utilizadas por el proyecto para involucrar a los y las jóvenes en la participación y la ciudadanía activa. Estas metodologías, concretamente la Narrativa, el Cine y el Diseño Gráfico, han demostrado ser herramientas no formales eficaces en el trabajo juvenil. Explorando estas metodologías y su conexión con el compromiso cívico, la participación, la ciudadanía activa, el sentido de iniciativa de los/as jóvenes y el emprendimiento juvenil, nuestro objetivo es dotar a los trabajadores/as juveniles de valiosos conocimientos y consejos prácticos para implementar estas metodologías en su trabajo.

Cada una de las 3 metodologías se explorará en un subcapítulo específico. Estos subcapítulos introducirán el tema, proporcionarán una descripción en profundidad de la metodología como una herramienta no formal en el trabajo juvenil, y destacarán su relevancia para los temas centrales de compromiso cívico, participación, ciudadanía activa, sentido de iniciativa de los/as jóvenes y emprendimiento juvenil.

A lo largo de los subcapítulos, encontrará información sobre el poder de la narración, el arte cinematográfico y el universo creativo del diseño gráfico. Estas metodologías no sólo son atractivas e innovadoras, sino que también ofrecen oportunidades únicas para que los y las jóvenes expresen sus ideas, manifiesten sus preocupaciones y contribuyan activamente a sus comunidades. Al integrar estas metodologías en el trabajo juvenil, podemos empoderar a los/as jóvenes para que se conviertan en agentes de cambio y fomenten un sentido de propiedad en sus comunidades.

A medida que avance a través de cada subcapítulo, encontrará consejos prácticos y recomendaciones específicamente diseñadas para los trabajadores/as juveniles. Estos conocimientos le guiarán en la utilización eficaz de la narración, el cine y las metodologías de diseño gráfico en su trabajo con los y las jóvenes. Si usted es un trabajador/a juvenil experimentado/a o nuevo/a en el campo, este capítulo le proporcionará una base teórica sólida y una guía práctica para implementar estas metodologías con éxito.

Entonces, emprendamos juntos/as este viaje mientras exploramos el marco teórico que apoya las 3 metodologías del proyecto Youth-REC. Comprendiendo los principios subyacentes y su conexión con los temas clave, obtendrá información valiosa para involucrar a los/as jóvenes en la participación y la ciudadanía activa, fomentando su sentido de iniciativa y el emprendimiento juvenil. ¡Prepárese para descubrir el potencial de la narración, el cine y el diseño gráfico como herramientas poderosas para el cambio positivo y el empoderamiento de los y las jóvenes!

# Narrativa

## Introducción

En este documento, investigamos el tema de la narrativa y su relación los/as jóvenes y su compromiso con la sociedad. ¿Qué es exactamente y cómo podemos usarla para inculcar y promover ciertos valores importantes en los y las jóvenes?

Evaluaremos la mejor manera de utilizar la narración como un puente para empoderar a los/as jóvenes y cómo la fantasía, la imaginación y la creatividad pueden beneficiar y mejorar la sociedad en general, a través de las acciones y la motivación de los y las jóvenes. Esta mejora puede tener lugar tanto interna como externamente, en la sociedad y en el espíritu empresarial, en el hogar y en la comunidad en general, a través de cuestiones como la ciudadanía activa y el emprendimiento juvenil.

Al haber una caída general de la entrada de jóvenes en áreas como la política y la democracia, particularmente después de la pandemia, cuando muchos/as se sintieron aislados/as y se quedaron atrás a medida que el mundo avanzaba, la narración de historias puede ser una manera de fomentar la participación social y devolver la voz a aquellos/as que más la necesitan. No sólo sienten que se les da voz, sino también que su capacidad de actuar se expande por lo que oyen.

## ¿Qué es la narrativa?

La narrativa o narración es la capacidad de involucrar a los y las jóvenes a través del arte de contar una historia. Es un proceso mediante el cual utilizamos la imaginación para estimular la creatividad de una persona joven, y también explicamos diferentes conceptos y valores de la vida a través de una historia ficticia. Asimismo, los personajes ayudan a definir y poner en contexto una amplia variedad de emociones o problemas que el/la joven podría estar experimentando.

El concepto de la narrativa es inspirar o entretener mediante la narración de una historia, involucrar la imaginación de los y las jóvenes para que puedan ver un mundo mejor o que puedan gestionar mejor los problemas en sus propias vidas a través de la creatividad y el color. También es importante que los/as jóvenes se inspiren para ser narradores/as y que sean vistos a través de la expresión creativa de compartir sus propias opiniones y experiencias.

La idea principal es usar el poder de contar una historia (a menudo, ficticia) para empoderar a la juventud de hoy en día para contar sus propias historias, para tener sus propias opiniones representadas y vistas como dignas. Esto se hace a través de la trama de la historia, donde llegamos a ver las luchas por las que pasan los personajes principales. Sus emociones, acciones y dificultades nos enseñan valores y morales, y nos aseguran que nosotros/as también podemos convertirnos en protagonistas de nuestras propias vidas y que, en esencia, todos/as estamos en el mismo barco y todos/as soportamos los mismos tipos de desafíos.

Todas las historias tienen ciertos elementos para ser realmente efectivas para llegar a los y las jóvenes. Los siguientes elementos son reconocidos por los autores y en el mundo de la narrativa por ser vitales, si su mensaje significa algo y tiene un impacto duradero.

**Creíble** - ¿La historia puede suceder en la vida real, ya sea la trama o los asuntos tratados por los personajes?

**Memorable** - ¿Es algo que la gente (jóvenes) puedan recordar e inspirarles mucho tiempo después de que hayan terminado la historia? Esto es, a menudo, algo similar al viaje del héroe, cuando el personaje principal es capaz de encontrar un pozo profundo de coraje dentro de sí mismo y de superar obstáculos sustanciales que pueden haber sido injustos o impuestos por otros.

**Entretenido** - ¿Se entretienen los/as jóvenes con lo que oyen o leen? Si no es así, la atención disminuye y la moral de la historia se pierde. El entretenimiento es subjetivo, por supuesto, pero una historia con humor o valentía o tramas y personajes interesantes generalmente será vista como entretenida.

**Relacionable** - ¿Los/as jóvenes pueden relacionar lo que suceda en la historia con algo que suceda en sus propias vidas o algo con lo que tengan experiencia?

*‘Las historias ayudan a solidificar conceptos abstractos y a simplificar mensajes complejos’  
(Hubspot, 2022)*

# Narrativa

Las historias deben ser simples y fáciles de entender. Si son demasiado complejas, su mensaje se malinterpreta o se pierde, y la historia se vuelve inútil, pues no llega a su público objetivo.

Se sabe que cada narración tiene cinco etapas diferentes. Una historia efectiva tocará cada uno de estos pasos y, en general, seguirá el mismo orden.

**Exposición:** Aquí es donde se introduce al lector/a en la historia. Da detalles de los personajes principales, de dónde tiene lugar la historia y de las circunstancias o el período de tiempo de la acción.

**Acción ascendente:** Aquí es cuando comienza algún tipo de conflicto y la historia se pone en marcha. El lector/a tiene una idea de lo que trata su historia.

**Clímax:** Aquí está la parte de la historia con el nivel más alto de conflicto. Anima al personaje o personajes principales a lidiar con algún tipo de asunto o problema, y les obliga a afrontar la verdad o a tomar una decisión difícil.

**Caída de la Acción:** Este es el resultado directo de la decisión del personaje principal (protagonista), y el conflicto da paso a la resolución. Los cabos sueltos se aclaran y hay una disminución de la tensión.

**Resolución:** Esto es cómo termina la historia – ¿feliz o triste? ¡Depende del escritor/a!

Una vez que sabemos cómo contar una historia, ahora debemos pensar en nuestro público objetivo: ¿quién está escuchando nuestra historia y qué mensajes estamos intentando transmitir? Si nuestra historia no es adecuada para un grupo particular de personas, su impacto será mucho menor que una que lo sea. Con estos consejos, que también se pueden aplicar al acto de escribir una historia, podemos asegurar que nuestros esfuerzos de comunicación con la generación más joven serán más fructíferos.

Conozca a su público – ¿quién escucha su narración? ¿Es adecuada para el público, de modo que será bien recibida? Tener la historia correcta para el grupo objetivo adecuado asegurará una respuesta positiva y un mayor potencial para que los/as jóvenes actúen.

Defina su mensaje o moral – ¿qué está intentando comunicar a los/as jóvenes? Si, por

ejemplo, son personas desfavorecidas, tal vez sea necesario contar historias de personajes que, mediante la determinación o la valentía, han salido de situaciones problemáticas y han mejorado sus vidas. Si está intentando animarlos a usar sus habilidades y talentos para cuidar o mejorar el mundo que les rodea, entonces quizás se podrían contar historias de inspiración o de iniciativa en nombre del protagonista para tener un impacto positivo en el entorno.

¿Qué tipo de historia es? – todas las historias son diferentes y provocarán sentimientos y emociones diferentes. Descubra lo que quiere que el público objetivo sienta y lo que les inspirará hacia la grandeza personal. Esto podría comunicarse a través de los valores de una historia o de cómo reúne a comunidades y grupos bajo una bandera común. Por ejemplo, si quiere fomentar la empatía, entonces se podría contar una historia centrada en un personaje que no tiene suerte o que vive un suceso triste, o si usted busca inspirar a los/as jóvenes, entonces se podría elegir una historia sobre un personaje que muestra gran tenacidad para ir más allá de sus límites y acceder a sus reservas de fuerza.

Establezca una 'Llamada-a-la-Acción' – ¿cuál quiere que sea el resultado final de su narración? Esto informará del tipo de historia que elija contar a los/as jóvenes. Como la confianza social puede ser baja entre algunos/as jóvenes, haga estas llamadas seguras y fáciles, al menos al principio.

# Narrativa

## La Narrativa como un método no formal en el trabajo juvenil

En este párrafo, debatiremos sobre la forma ideal de conducir una clase/sesión de narración (ajuste y reflexión), antes de entrar en las razones por las que la narrativa es tan beneficiosa para los/as jóvenes y cómo puede ser un camino creativo hacia una vida mejor, no sólo para los/as jóvenes, sino también para sus comunidades y futuros.

Entorno

Donde la historia se desarrolla puede ser un ambiente relajado e informal. No hay ningún requisito de que sea en un entorno específico, como una clase o una sala de estudio. La localización debe ayudar a que los/as jóvenes estén a gusto. Esto es un proceso creativo e íntimo (especialmente, si los/as jóvenes se convierten en los narradores/as) y el escenario debe reflejar esto. A algunos/as jóvenes les da vergüenza contar sus historias, por lo que un lugar que ofrezca privacidad también es bienvenido.

Algunas sugerencias de entorno para la narración son:

- El uso de asientos cómodos es importante, ya que ayuda a mantener la atención de los/as jóvenes. Si las sillas son incómodas, es menos probable que ellos/as se centren en lo que se esté diciendo y contando.
- La ubicación debe ser cálida y acogedora, lo que permite que ellos/as se relajen y se abran al proceso.
- Los asientos podrían colocarse en círculo, de forma que todos estén en una posición de igualdad, sin que nadie esté "presidiendo la mesa". Se pueden usar sofás o pufs para mejorar la comodidad y añadir una atmósfera informal.
- Un entorno tranquilo es a menudo beneficioso, pues permite a los/as participantes escuchar y concentrarse en la historia. Si hace un buen día, realizar la sesión al aire libre también puede inspirar un estado de ánimo más relajado y creativo.
- Si se utilizan más técnicas de improvisación, donde las historias se cuentan o se 'actúan' sobre la marcha, entonces sería más apropiado un entorno más dinámico, donde sería apropiado estar de pie, moverse y posiblemente haya menos privacidad.

### Reflexión

Después de una sesión de narración, es bueno dejar algo de tiempo al final para la reflexión. Esto puede venir en forma de preguntas entre los/as jóvenes y al trabajador/a juvenil, o como un debate informal sobre lo que se contó y escuchó.

Contar algunas anécdotas personales, en particular si de alguna forma fueron traumáticas, puede hacer que un/a joven se sienta vulnerable o confundido y ser capaz de hablar de estas cosas antes de que ellos/as se vayan a casa puede ser bueno para ayudarles a hacer las paces con lo sucedido. También pueden estar buscando soluciones a un obstáculo de sus vidas o ayuda para resolver un problema urgente. Reservar 10 o 15 minutos para debatir después de haber contado las historias puede marcar la diferencia en lo que a calmar sus mentes respecta.

A los/as jóvenes también les gusta inspirarse los unos/as en los otros/as, y un debate en grupo donde se sugieran maneras de mejorar, resolver problemas o ayudar a una persona o comunidad necesitada podría ser una gran forma de encender su imaginación y su capacidad para cuidar.

*Mírese en el espejo de la vida de los demás y obtenga un reflejo en la suya propia...*

### Compromiso cívico

*La narrativa cultiva una comprensión fundamental del tema de la participación, los parámetros y criterios para dicha participación, y arroja inspiración para el compromiso.* Citizenlab

La narración puede ser una gran forma de involucrar a los/as jóvenes para que participen en sus comunidades; en particular, cuando hay asuntos o problemas que sus comunidades pueden tener. A través de las historias, siendo tanto escuchadas como contadas de forma creativa, podemos ver e imaginar cómo nuestras acciones (mediante los personajes principales de la historia) pueden tener un efecto positivo en el mundo que nos rodea. A través de temas y mensajes en la historia,



# Narrativa

los/as jóvenes de hoy en día tienen un modelo colectivo para marcar la diferencia en su mundo. Siguiendo los ejemplos establecidos por los personajes de ficción inspiradores y valientes, también pueden aspirar a crear cambios en sus propias sociedades. Algunos beneficios de la ciudadanía activa incluyen:

Un medioambiente más limpio, libre de basura y contaminación

Contribuir a los problemas sociales acuciantes

Involucrarse en las políticas locales

Presionar para conseguir reformas importantes en materia de contaminación o sostenibilidad

‘A lo largo de la historia, la gente ha utilizado las historias para promover la cooperación e influir en los comportamientos sociales. Y hay evidencia científica de que las historias pueden cambiar nuestro comportamiento.’ (Hubspot, 2022)

Al involucrarse más en la comunidad y en mejorarla para todos/as, los/as jóvenes se benefician de un aumento en la satisfacción y del conocimiento de que ellos/as están ayudando a quienes les rodean. Esto les empodera y distrae (o alivia) de sus propios problemas. Ellos/as pueden convertirse en una fuente de bienestar para otros/as y para el medioambiente, justo como si escuchasen una historia en movimiento. A través de la imitación de personajes de una historia amada que hayan leído, contado o escuchado, donde los personajes pueden haber utilizado sus poderes o habilidades para la mejora de la localidad, los/as jóvenes pueden aspirar a resultados similares y sentirse orgullosos/as de sus logros. Incluso escuchar hablar a sus amigos/as o compañeros/as de clase sobre acciones o iniciativas que hayan realizado para participar en su propia comunidad, ya sea mejorándola o haciendo que avance tras un desastre como un incendio o una inundación, puede encender la llama de la participación en el/la joven promedio.

Al final, todos/as queremos ser parte de algo más grande que nosotros/as mismos/as, algo con lo que podamos relacionarnos y sentirnos orgullosos/as de nuestra pertenencia, y esto es lo que las historias pueden darnos. Estas fomentan ese vínculo entre las aspiraciones personales y la necesidad de contribuir a algo que consideramos especial o importante.

Una historia puede ayudar a los/as jóvenes a verse a sí mismos/as como personajes principales (o como los héroes/heroínas) de sus propias vidas. También es bueno tener diversidad de personajes y escenarios en las historias que se transmiten, así como los trabajadores/as que están involucrando a la juventud. Jaylene Chung, de Jóvenes Narradores, dice: ‘Intencionalmente, hemos estado intentando diversificar a nuestros mentores/as porque pensamos que es muy importante que nuestros/as estudiantes se vean reflejados/as en cada parte de la organización’. Naturalmente, Podemos extender esto a la sociedad en general, no sólo como parte de una empresa. Cuando un/a joven oye hablar de otros/as similares en la cultura o situación representada y a quienes se les da voz en la historia, conduce a una mayor aceptación en la sociedad y a una reducción de las suposiciones o los estereotipos.

Es imaginando primero un mundo mejor para nosotros/as mismos/as y para las personas que nos rodean como, a continuación, activamente lo intentamos y lo creamos.

## **Participación**

Si un/a joven ha tenido un pasado problemático o accidentado (o se ha sentido al margen de la sociedad y que él/ella no encaja), entonces una historia que les hable de en un nivel crudo, visceral, puede traerles del frío y hacerles sentir pertenencia. Cuando un personaje principal de una historia atraviesa las mismas experiencias, puede mostrar al/la joven que no está solo/a y que todo el mundo sufre de alguna manera.

Hay muchas historias que ilustran cómo se siente un personaje o cómo está aislado/a de los demás. Esto se podría deber a circunstancias ajenas a su control o a una discapacidad mental o física. Al escuchar la historia, podemos ver cómo el personaje resolvió sus problemas. ¿Qué acciones llevó a cabo para superar los obstáculos de su camino y continuar con su vida? ¿Qué hicieron para encontrar la felicidad? Una historia convincente puede reflejar situaciones similares a las de sus propias vidas, así como las formas en que los/as jóvenes pueden superarlas. Se pueden aprender muchas lecciones grandes leyendo o escuchando una historia, y aquellas con un tema social o comunitario inspirador pueden fomentar su participación en todas las áreas de sus vidas,

# Narrativa

ya sea socialmente, en la escuela o marcando una diferencia en su pequeña parte del mundo.

La narración de historias siempre ha sido una herramienta eficaz para el compromiso y la participación, que se remonta a la Edad Media. A medida que los tiempos cambian, también lo hacen los métodos de difundir las historias. Hoy en día, los estilos o formas de comunicar estas historias (ya sea cara a cara, de forma digital o virtualmente) pueden ser diferentes a los de los viejos tiempos, pero la única cosa que sigue siendo cierta es que las historias tienen la capacidad de motivar e inspirar a que la gente participe más plenamente en la historia de sus propias vidas. Las historias muestran que todos/as tienen derecho a la felicidad y a vivir una vida llena de alegría y de belleza, sin importar nuestra etnia, credo, color o creencias.

Estas historias también pueden ser contadas por los/as propios/as jóvenes. Al involucrarse en el proceso de narración, en lugar de ser sólo destinatarios/as de una historia, están comprometidos/as de forma activa con los personajes y la historia. ¡Esto les da la sensación de que están con el protagonista, caminando de la mano con sus corazones llenos hacia su destino, y de lo que pueden lograr!

## **Sentido de iniciativa de los/as jóvenes**

La mayoría de las buenas historias son claras, atractivas y motivadas por las emociones, y, de esta forma, pueden inspirar a los/as jóvenes que hasta el momento han sido apáticos/as a actuar. Esta acción puede ser en muchas formas diferentes, desde la decisión de participar en algún programa que trate de hacer el bien para el mundo, hasta simplemente decidirse a ser más como los personajes de una historia trascendental y obtener más control de sus propias vidas. En cualquier caso, esto puede ser una victoria para la sociedad en general, ya sea beneficiándose de que alguien tome medidas positivas para mejorar las cosas para la ciudadanía, u obteniendo un carácter más decidido y empoderado que pueda liderar e inspirar a través de la inspiración y la creencia en uno/a mismo/a.

Escuchar hablar sobre un personaje valiente y entusiasta que se hace cargo de la dirección hacia la que se dirigen sus vidas, particularmente si estaba en circunstancias terribles o

enfrentando desafíos severos, puede tener un efecto maravilloso en la resolución de los/as jóvenes para cambiar sus propias vidas. Del mismo modo, escuchar hablar acerca de los desafíos de nuestros/as amigos/as o grupo de compañeros/as, y de lo que hicieron para derrotarlos o resolverlos, puede llevarnos a actuar en nuestras propias vidas. Ellos/as pueden ser la prueba de que nada es insuperable y de que ningún obstáculo es nunca demasiado grande para superarlo. Sus historias pueden ayudar a proporcionar soluciones a nuestras propias situaciones, en particular si ellos/as están en etapas o situaciones similares de la vida.

*‘La historia de cualquier persona puede cambiar nuestra forma de pensar — y cambiar la manera en que la gente piensa puede cambiar nuestro mundo.’*

Bradley, Wired)

Los/as jóvenes tienen el impulso y la energía y la ambición (incluso si está temporalmente oculto) para tener éxito en lo que se propongan. A veces todo lo que necesitan es un pequeño empujón, y una historia desgarradora (o un personaje principal valiente) a menudo puede ser dicho empujón.

Las historias nos pueden informar de lo posible, no sólo de lo improbable.

## **Emprendimiento juvenil**

Ser un emprendedor/a requiere mucha seguridad y confianza, tanto en uno/a mismo/a como en cualquier producto o servicio que usted ofrezca. A menudo, los/as jóvenes no sienten que tienen el derecho de establecerse como hombres o mujeres de negocios, pensando que eso está reservado para las personas muy formadas o muy ricas.

Una historia inspiradora de alguien que rompe los esquemas (posiblemente, un/a estudiante que abandonó sus estudios o alguien que sea del ‘lado equivocado’) y que se las ingenia para implantarse en el mundo de las finanzas o del comercio, puede conducir a que los/as jóvenes miren con agitación en su propio mundo y extraigan determinación y voluntad de unas reservas que ni siquiera sabían que tenían.

No es necesario que estas historias sean siempre ficticias, sino que también pueden ser anécdotas y relatos de la vida real sobre el triunfo personal. Las historias son reales y re-

# Narrativa

presentan lo que se puede lograr con trabajo duro y persistencia. Por ejemplo, miremos a personas como J.K Rowling, autora de Harry Potter, o Richard Branson, propietario de muchas empresas diferentes, incluyendo Virgin Air. Sus caminos no siempre fueron sencillos, y tuvieron que luchar y fallar para llegar hasta donde están hoy en día. Ellos/as hacen historias fascinantes y son personajes inspiradores, y los/as jóvenes pueden imitar sus acciones o simplemente sentirse alentados/as a destacar, a salir a la luz.

En un estudio realizado por el Departamento de Psicología y el Departamento de Estudios Islámicos de la Universitas Muhammadiyah Surakarta en Indonesia, se descubrió que la narración de historias era eficaz para aumentar la intención empresarial de los/as estudiantes.

'La narrativa es esencialmente un disparador que puede incitar a los/as oyentes a prestar atención al campo del emprendimiento, mientras que una interpretación ulterior de las historias puede proporcionar refuerzo y ayudar a las personas a desarrollar la determinación de convertirse en empresarios/as exitosos/as.'

Descubrieron que el emprendimiento no es un talento innato, sino una habilidad que se puede adquirir a través de la educación o la formación, una de las cuales es la narrativa. En otro estudio realizado por la Universidad de Teherán [El Efecto de la educación emprendedora mediante la narración sobre la Actitud Emprendedora de los/as estudiantes de Primaria] (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017), se descubrió que 'la educación empresarial mediante la narrativa mejora la actitud empresarial, así como sus dimensiones, incluyendo la creatividad, la necesidad de logros, el locus de control interno y la autoestima en los/as estudiantes.'

Las historias abren y fomentan nuevas perspectivas, nuevas formas de ver el mundo y de cómo funciona. Esto se aplica también al mundo de los negocios, y a los tipos de productos y servicios que la gente y la humanidad, en general, necesitan y van a necesitar más adelante. Al ser capaces de 'ver el panorama completo', gracias a la creatividad que alimenta la narrativa ficticia o no ficticia, los/as jóvenes pueden dar rienda suelta a su espíritu emprendedor y aprovechar las necesidades y deseos de la sociedad - de sus compañeros/as, sus padres/madres y sus comunidades, ¡y hasta del mundo entero!

## Lo que necesita saber como trabajador/a juvenil para utilizar la narrativa como un método no-formal para trabajar con jóvenes.

### **Habilidades**

Es muy importante que un trabajador/a juvenil sepa cómo estructurar una historia. Si una historia no está estructurada y ordenada correctamente, parecerá descuidada y no tendrá el mismo impacto. El objetivo es utilizar la narración para inspirar a los/as jóvenes a que se superen y mejoren sus comunidades, y si el trabajador/a no está familiarizado/a con la forma de transmitir y detallar una historia, no alcanzará el objetivo previsto.

También es bueno que el trabajador/a tenga una imaginación aguda y fértil. La mayoría de las historias están llenas de creatividad y asombro, y si el trabajador/a sabe aprovechar este elemento, él o ella puede hacer que la clase (o la narración) cobre vida. Obviamente, también es ideal ser capaz de interactuar de forma competente con los/as jóvenes (y posiblemente con jóvenes problemáticos/as). Es importante ser empático/a con sus problemas y decidirse a intentar ayudarles a largo plazo:

- ¿El trabajador/a juvenil puede hacer que una historia sea interesante?
- ¿Él o ella puede transmitir el mensaje deseado?
- ¿Tiene habilidades adecuadas de lectura o narración?
- ¿Puede inspirar a los/as jóvenes para que compartan sus propias historias de forma divertida, sanadora y creativa?

### **Recomendaciones**

El trabajador/a juvenil debe ser íntimo/a y entender cómo contar o crear una historia. Es de gran ayuda que tengan experiencias de primera mano en la escritura y que, así, puedan describir con precisión los entresijos de su creación.

Algunas formas en que los trabajadores/as juveniles pueden estar preparados/as para dirigir una clase o sesión de narración son las siguientes:

- Que ellos/as mismos/as sean escritores/as o personas creativas/artísticas
- Tener mucha experiencia para ser capaces de contar anécdotas personales
- Hacer una clase de escritura creativa para poder enseñar a otros/as
- Leer (o haber leído) muchos libros, especialmente relatos de ficción o historias sobre héroes/éxitos de la vida real
- Tener buena imaginación y que les guste transmitir la magia de una historia y la moraleja de una fábula

# Realización de películas

## Introducción

El objetivo de este capítulo es introducir a los/as jóvenes en el cine, de forma que ellos/as conozcan los conceptos básicos y el proceso que sigue el mundo cinematográfico, persiguiendo una serie de valores que implican compromiso cívico, participación, ciudadanía, sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor; y dando pautas, habilidades y consejos que son útiles para aprender en esta área.

## ¿Qué es la realización de cine?

### **Fase 1: Desarrollo**

Antes de que una película pueda ponerse en marcha, debe atravesar la fase de “desarrollo”. Esta fase incluye la creación, redacción, organización y planificación de un proyecto cinematográfico. Se deciden el presupuesto, el casting (audiciones), y la localización, y se escriben varios guiones. A menudo, los escritores/as y directores/as crean guiones gráficos para atraer a productores/as que financien la película.

Cuando una película está en fase de desarrollo, tiene posibilidades de hacerse, pero no hay nada seguro. No hay garantías de que el período de desarrollo de la película no se prolongue, lo que a menudo causa la cancelación del proyecto o una pausa indefinida. Un estudio de cine tendrá que resolver la logística. Tendrán que confirmar un presupuesto y conseguir los derechos de cualquier medio digital adaptado a la película (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

### **Fase 2: Preproducción**

Una vez que la película o el soporte digital ha salido de la fase de desarrollo, todavía no ha llegado el momento de empezar a rodar. Si bien ese día está cada vez más cerca, primero debe haber una fase de preproducción. Aunque las cámaras aún no rueden, la preproducción puede ser tan intensa como el propio rodaje.

Durante el periodo de preproducción, los/as cineastas necesitan saber quién participará en la película, cuál será el presupuesto final y qué cambios deben hacerse. Necesitan trabajar con las ciudades locales para conseguir la cooperación necesaria para rodar en distintas partes de la ciudad, crear los decorados y el vestuario, y dotar al equipo de todos los

miembros necesarios.

La preproducción puede suceder en un abrir y cerrar de ojos, y cuanto más preparado/a esté el/la cineasta, mejor podrá terminar su película. También debe haber planes de contingencia en caso de que las cosas cambien, como si en una ciudad hay una emergencia que impide el desarrollo del proyecto. Una vez que se ha completado la preproducción, se pasa a la fase de producción de la película (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

### **Fase 3: Producción**

La producción es la parte más rápida, y a veces la más corta, de producir una película y medios digitales. El tiempo que lleva rodar depende de variables como el número de localizaciones, la duración de la película y algunos miembros clave, como los/as protagonistas y cómo se encuentran fuera del plató durante el rodaje. Una buena producción depende de la buena comunicación. Los directores/as deben tener claras sus ideas. El cine es un proceso de colaboración, y la colaboración es lo más importante durante la producción. Una vez que se rueda la primera escena de la producción, puede empezar la fase de postproducción, (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021), pudiendo editar esa escena de muchas formas (audio, video, CGI...).

### **Fase 4: Postproducción**

La postproducción es el momento en que se edita el metraje, se añaden efectos a la música y se finalizan los títulos. Para que el metraje se convierta en una película o un soporte digital, hay que pasar por una fase de postproducción exitosa. El montaje es una de las partes más importantes de una película, pero es fácil pasarla por alto. Los montadores/as deben crear un ritmo para la película. Si una película se alarga o la trama se desarrolla a un ritmo demasiado rápido, el fracaso puede achacarse a un mal montaje (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

A pesar de su nombre, la postproducción se realiza al mismo tiempo que el rodaje. Al igual que los editores/as, los/as artistas de efectos, los diseñadores/as de sonido y los compositores/as no necesitan estar de guardia para las escenas, ya que pueden dedicar tiempo a realizar sus tareas fuera de cámara. Tam-

# Realización de películas

bién pueden ayudar a señalar los problemas de rodaje que impidan a los demás hacer el mejor trabajo posible.

La postproducción puede recompensar finalmente los esfuerzos y sacrificios del/la cineasta. Es el momento en el que el metraje bruto se refina y empieza a parecer una película de verdad. No es fácil, pero puede ser inmensamente gratificante (Etapas de la Producción Cinematográfica, 2021).

## Fase 5: Distribución

Esta fase consiste en dar a conocer el largometraje al público. Con tantos medios diferentes, como el cine, la televisión, el vídeo casero, los medios digitales y el streaming, hay varias posibilidades de distribución. El tipo de distribución que consiga una película puede depender de su calidad y del tirón del/la cineasta o del estudio.

Hacer una película o un medio digital no garantiza su distribución, pero es esencial para los/as cineastas, porque la distribución es necesaria para que una película obtenga beneficios. Cuanto mejor sea una película, mayores será su recaudación (Etapas de la producción cinematográfica, 2021).

¿Quién trabaja en la producción cinematográfica? Para trabajar en producción, es necesario tener formación especializada como comunicación audiovisual, fotografía, interpretación, diseño y demás. Algunos de los oficios que encontramos en este sector son, entre otros:

- Director/a de cine.
- Ayudante de dirección.
- Jefe de producción.
- Productor/a.
- Guionista.
- Director/a de fotografía.
- Ayudante del director/a de fotografía.
- Director/a o director/a de casting.
- Montador/a.
- Compositor/a.
- Director/a o director/a artístico/a.
- Diseñadores/as.
- Distribuidores/as.

Hay algunos consejos clave a la hora de iniciarse en el mundo del cine y es importante saber que todo lo que ve el espectador debe

estar colocado dentro del encuadre, creando relaciones significativas entre los sujetos, de forma que se consiga un conjunto equilibrado, estéticamente agradable, armonioso y unificado. Pero, ¿qué es el encuadre? Es la selección de la realidad que elige el fotógrafo/a o el operador/a de cámara, que también puede llamarse 'plano'. Los encuadres se definen por el ángulo, el nivel, la altura y la distancia de la cámara con respecto al plano (Kevin, 2021). Estos conceptos son importantes en el mundo del cine, por lo que requieren una explicación más precisa para entenderlos correctamente.

Si comenzamos por el primer elemento, es importante señalar que toda imagen audiovisual implica un ángulo de encuadre. Dentro de éste, podemos diferenciar el ángulo recto o normal, donde la cámara se sitúa delante de la escena, sin ninguna inclinación. El ángulo picado es aquel en el que la cámara muestra la escena de arriba abajo (si se hace desde arriba se denomina ángulo 'cenital'), y el posterior, en el que la cámara muestra la escena de abajo arriba (si se hace desde abajo se denomina 'nadir').

Por otro lado, el nivel se refiere a la relación entre los elementos verticales y horizontales de una escena en relación con los bordes del encuadre.

La distancia es relevante, porque el tamaño del plano toma como patrón el cuerpo humano, estableciendo así una clasificación basada en la mayor o menor cantidad de campo ocupado por los caracteres del fotograma.

Una vez que estos conceptos están claros, es importante considerar:

No colocar el tema en el centro. De hecho, es mejor colocarlo a un lado.

Las tomas anteriores siguen un patrón llamado regla de los tercios, que trata de decir que las composiciones son más armoniosas si el sujeto se sitúa en una de las intersecciones de esta cuadrícula, teniendo espacio suficiente para la cabeza.

# Realización de películas

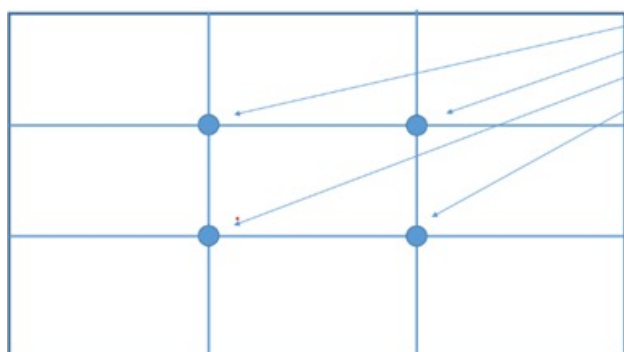


Figura 1  
Ejemplo de la regla de los tercios

No colocar al sujeto demasiado bajo en el encuadre, porque crea demasiado espacio alrededor de la cabeza, ni fotografiarlo contra una pared, ya que crea sombras que desarmonizan el entorno.

No colocar al sujeto demasiado alto en el encuadre. Habrá muy poco espacio para la cabeza, ya que tiende a ser demasiado estrecho.

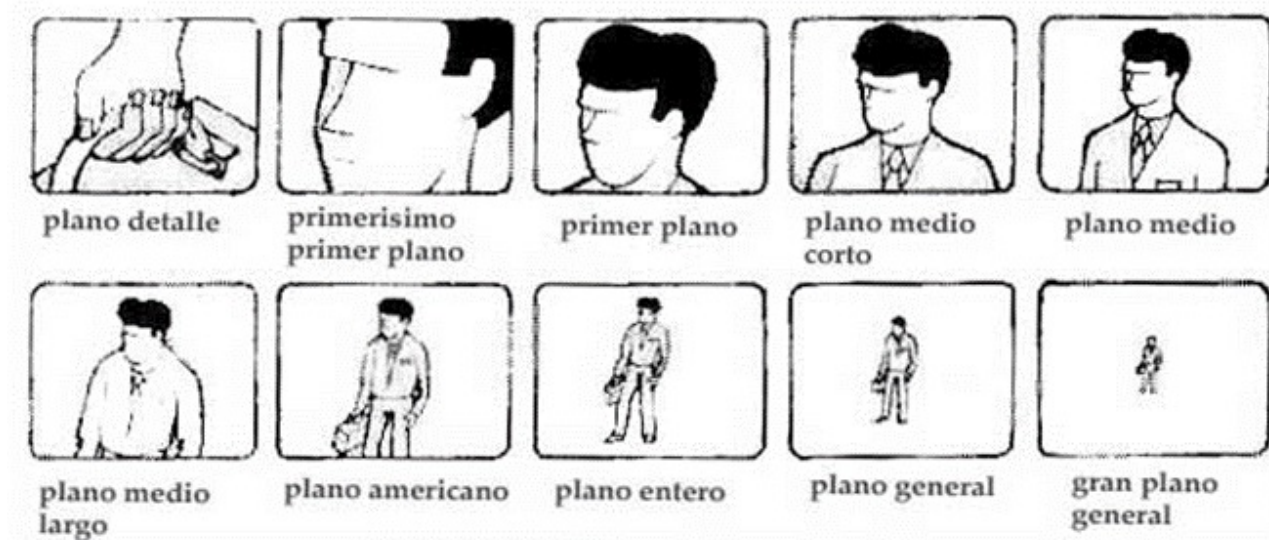


Figura 2  
Imagen de diferentes tipos de encuadre

**Plano general:** Introduce al espectador/a en la situación, le da una visión de conjunto y le informa sobre el lugar y las condiciones en las que se desarrolla la acción. Suele situarse al principio de una secuencia narrativa. Un plano general suele incluir muchos elementos, por lo que su duración en pantalla debe ser mayor que, por ejemplo, la de un primer plano, para que el espectador/a pueda orientarse y asimilar la situación.

**Plano general panorámico:** Abarca elementos muy distantes. En este plano, los personajes son menos importantes que el paisaje.

**Gran plano general:** Se trata de una panorámica general con acercamiento de objetos o personas (unos 30 metros).

**Plano general corto:** Abarca toda la figura humana con espacio por encima y por debajo. Este plano es única y exclusivamente de contexto. Se pueden ver los personajes y sus acciones, ganando importancia.

**Plano americano (P.A.):** Muestra a las personas de rodilla para arriba. También llamado plano tres cuartos, plano medio largo o plano vaquero, se utiliza habitualmente para visualizar la acción de las manos.

**Plano medio (P.M.):** Los personajes pueden ocupar la pantalla con un tercio de su cuerpo.

**Primer plano:** Encuadre de una figura humana del rostro y una parte reducida de su cuerpo. Permite una identificación emocional del espectador/a con los personajes. Es mucho más subjetivo y directo que los anteriores y muestra la psicología del personaje.

**Plano cerrado:** Se centra en una parte reducida del personaje como la cara, la mano, los ojos, etc.

**Plano detalle:** Equivalente al plano cerrado, pero de un objeto.

# Realización de películas

Beron, K (20 de mayo de 2020). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>

Por otra parte, es importante conocer los distintos tipos de planos que podemos encontrar en el mundo del cine, sabiendo que cada uno tiene una finalidad diferente. En un plano extremadamente largo, podemos saber dónde están las personas, pero nada sobre ellas, mientras que un plano largo puede proporcionarnos contexto y algunos detalles. Los primeros planos sirven para enfatizar o mostrar las emociones de los personajes.

El plano general introduce al espectador/a en la situación y le ofrece una visión de conjunto; el plano general panorámico incluye elementos muy distantes, donde los personajes son menos importantes; el gran plano general es una panorámica general que implica un mayor acercamiento de objetos o personas a una distancia aproximada de 30 metros; el plano general corto incluye toda la figura humana con espacio por encima y por debajo; el plano americano capta a las personas desde la rodilla hacia arriba; en el plano medio, la persona puede ocupar la pantalla con un tercio de su cuerpo; el plano de primer plano encuadra la cara y una parte reducida del cuerpo; el plano cerrado se centra en una parte reducida del personaje como la mano, la cara, los ojos, etc. ; y el plano detalle es similar al anterior pero con objetos (Kevin, 2021).

## La realización de cine como método no-formal en el trabajo juvenil

Los y las jóvenes de hoy en día han crecido con la tecnología digital; saben más de ella que las personas adultas y eso les da ventaja. Son los primeros/as en adoptar y adaptarse a las nuevas tecnologías. La revolución digital que está en marcha está transformando todos los ámbitos de nuestra vida (Gil & Martí, s. f.). El cine juvenil y su creación, a través de talleres en contextos no formales, puede ser una vía para que los/as jóvenes reconozcan la importancia de los medios de comunicación. Por lo tanto, hay que entender los medios de comunicación y adquirir control sobre ellos para entenderlos y controlarlos (Mercader Martínez, Y., (2012). Además, esto implica un compromiso cívico, ya que puede fomentar

valores positivos, actitudes positivas y una forma saludable de pasar el tiempo libre. También puede crear participación ciudadana y ciudadanía activa porque puede animar a los/as jóvenes a movilizarse y comprometerse con algunos problemas sociales como la emergencia climática, el feminismo y la lucha por la plena inclusión de las personas con discapacidad en la ciudadanía. Es muy importante no dejar la creación de material cinematográfico sólo en manos de personas adultas que, en la mayoría de casos, están alejadas de los/as jóvenes y pueden no compartir sus valores y visiones. Sin embargo, tienen el poder mediático de controlar las historias que los/as jóvenes necesitan contarse a sí mismos/as (Gil & Martí, s. f.).

El cine es cultura, por lo que es un derecho humano acceder a él. También es una forma de arte, posiblemente la más influyente que tenemos hoy en día. Representa grandes relatos de nuestra historia y de la vida contemporánea, y es un elemento central de nuestro patrimonio cultural común. Las salas de cine y las plataformas de streaming son un vehículo fantástico para que los/as estudiantes descubran y exploren su repertorio y aprendan sus técnicas. Forma parte de la experiencia cultural de la mayoría de los/as jóvenes y es un medio con el que pueden relacionarse y sentirse cómodos/as, independientemente de su edad. Utilizarlo es una gran oportunidad para lograr un aprendizaje memorable y agradable que fomente el crecimiento personal. El cine puede aportar nuevas iniciativas a los/as jóvenes, nuevas formas de creación y perspectivas diferentes. También fomenta el espíritu emprendedor de dichos/as jóvenes (Gil & Martí, s. f.). Hacer películas puede tener numerosos resultados positivos para los/as estudiantes. Ayuda a desarrollar la creatividad, el trabajo en equipo, la comunicación y las competencias en TICs, así como la habilidad cinematográfica, todas ellas potencialmente valiosas para la futura empleabilidad. Además, aprender a hacer películas puede permitir a los/as jóvenes contar sus propias historias y convertirse en participantes activos/as en la creación de cultura, en lugar de limitarse a consumir lo que otras personas crean. Hacer películas tiene un gran potencial como herramienta sencilla, pero útil para registrar el aprendizaje y utilizarlo para la evaluación entre iguales y el intercambio de información (GestorGenios, P. 2019, enero 31).

# Realización de películas

## ¿Qué necesitas saber como trabajador/a juvenil para utilizar la realización de cine como método no-formal?

Según Alfonso Méndiz Noguero (2008) hoy en día el cine es el medio de educación informal más poderoso que existe, contribuyendo fuertemente a la socialización y legitimación de determinados comportamientos y percepciones de la realidad. De hecho, es una herramienta muy poderosa para desarrollar una actitud crítica y personal, así como habilidades laborales como la lectura, las emociones, la expresión y la reflexión, entre otras.

Art Connection (2012) coincide en que el cine es una buena forma de crear comunidades de aprendizaje donde los/as participantes pueden desarrollar diferentes habilidades como la creatividad, la visión artística, la toma de decisiones, el liderazgo y las habilidades comunicativas, la motivación por el logro, la comprensión del proceso, la atención al detalle, el control de las emociones, la autoestima, el trabajo en equipo y el pensamiento crítico.

El cine permite a los/as participantes crear individual y colectivamente, explorar ideas a través de acciones, de la imaginación y la experiencia, así como desarrollar la comunicación de historias a través de experiencias humanas.

Hacer a los/as participantes protagonistas del proceso les permite convertirse en directores/as de sus propias historias. Este proceso creativo audiovisual les permite desarrollar la capacidad de liderazgo, ya que el director/a se convierte en la fuerza creativa y el nexo entre las técnicas de producción y la dirección de los equipos creativos (casting, guion, montaje, cámara, producción, etc.). Además, enseña a convertir un guion en imágenes y sonidos con significado, y a poner en práctica habilidades organizativas (Art Connection, 2012).

Las sociedades del futuro estarán expuestas a demasiada información, y, como afirman Bartolomé y Cabrera (2003), es un reto que

está en nuestras manos, construir una ciudadanía intercultural donde los ciudadanos/as sean activos/as y desarrollen y aprendan ciertas habilidades y competencias que les permitan desarrollar un compromiso democrático y participativo. Aquí es donde entra en juego el cine, que puede ser de gran ayuda para la humanización de la sociedad y el desarrollo personal y social de las personas.

Para lograr estos objetivos, es necesario desarrollar cierta formación para la lectura audiovisual; porque recibir un mensaje audiovisual implica comprender, descifrar e interpretar lo que alguien ha expresado. Pero para esta lectura son necesarios ciertos conocimientos, habilidades y destrezas que nos permitan desarrollar estrategias para interpretar el significado.

La clave no es sólo formar en cine, sino formar a los/as estudiantes en cinematografía, porque ningún medio cultural será tan dominante y accesible en la vida de una persona como el cine. Pero para entender este medio, la gente debe familiarizarse con las técnicas, los estilos y los distintos géneros cinematográficos. La mejor manera de hacerlo (de entenderlo e interpretarlo) es abordar el aprendizaje y el control de los aspectos formales; sin olvidar que cada mensaje, incluso el más sencillo, ha pasado por la elaboración de la cámara y ha sido reelaborado durante el montaje.

En relación con la educación no formal y la implicación de los/as líderes juveniles en este campo, es importante señalar la enorme capacidad del cine para transmitir un conocimiento directo, vivo y real de los acontecimientos sociales, ya que es una herramienta que conecta fuertemente con las emociones de las personas, generando motivaciones y facilitando el compromiso de las personas con el cambio.

El cine permite a los animadores/as juveniles conocer y reflexionar sobre la realidad, percibir las circunstancias por las que atraviesan las personas y motivarlas para que se comprometan con el objeto de su acción educativa.

El cine y la educación tienen una finalidad



## Realización de películas

muy concreta, el cambio de la sociedad, de su mentalidad, de sus actitudes, de sus costumbres y de sus comportamientos, ya que nos permite mostrar las injusticias y concienciar a todos/as de que son merecedores/as de derechos; ya que tiene un gran poder sociocultural, artístico y humano, haciendo que cualquier aprendizaje transmitido a través de él sea fácil de asimilar.

Para concluir, es importante señalar que existen diferentes guías didácticas cinematográficas que desglosan el tema a tratar, las áreas, las películas que las abordan, así como los valores sociales implicados. Por ejemplo, dentro de la animación sociocultural e intercultural, las áreas a trabajar serían, por un lado, “educar para el ocio y el tiempo libre” con películas como “Un abril encantado” o “Billy Elliot” tratando los valores de libertad, felicidad, vida, responsabilidad, comprensión y cooperación; y, por otro lado, el desarrollo comunitario sostenible y cultural con películas como “Hoy empieza todo”, trabajando valores de apoyo, confianza, justicia, cooperación, responsabilidad y diálogo (Pereira, 2021).

# Diseño Gráfico

## Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo explorar y fomentar el uso del diseño gráfico y sus herramientas para trabajar con los/as jóvenes con el fin de promover su compromiso y participación cívica.

El compromiso cívico de los/as jóvenes, según el Informe Mundial de las Naciones Unidas sobre el Compromiso Cívico de los Jóvenes (2016), “puede considerarse un fin en sí mismo, pero también es un medio para lograr otros objetivos y beneficios en la sociedad. Su potencial para contribuir al desarrollo personal de los/as jóvenes, mejorar su bienestar y hacer frente a la injusticia en la sociedad también proporciona un impulso para promover el compromiso cívico como un componente del trabajo juvenil y la acción juvenil”.

Por definición, y debido a su naturaleza esencial, la juventud es una fase de transición en la vida de los/as jóvenes. Para llevar a cabo esta transformación y encontrar su papel en el mundo, los/as jóvenes experimentan un proceso de negociación social e interpersonal para afirmar su autonomía.

Por lo tanto, en esta fase es de vital importancia promover el empoderamiento juvenil para permitir a los/as jóvenes encontrar su identidad y autoestima de forma saludable, y para afrontar los retos de este pasaje. Desde una perspectiva más amplia, este proceso positivo también beneficia al cambio social, ya que la mejora del sentido de la responsabilidad y el compromiso de los/as jóvenes les impulsa hacia una transición sostenible y participativa de la sociedad. En este marco, la capacitación de los/as jóvenes es un esfuerzo por comprender su papel a la hora de marcar una diferencia positiva en su individualidad y, al mismo tiempo, en su vida presente y futura en la sociedad cívica.

Para comprometerse cívicamente, la juventud necesita sentir el poder de su voz. En los últimos años, la emancipación de los/as jóvenes ha sido una estrategia eficaz de los trabajadores/as juveniles para aumentar su potencial a nivel social.

En este proceso de emancipación, los/as jóvenes se sienten empoderados/as a través del intercambio social fuera de sus familias e, interactuando con sus iguales y adultos/as, inician un camino positivo que los lleva a dar su

contribución a nivel social y cívico.

No siempre los/as jóvenes emprenden fácilmente este camino hacia su emancipación, debido a un sentimiento de frustración y desconfianza. El sentirse parte de una comunidad y corresponsable de la misma ha ido disminuyendo con el paso de los años. Esta desafección está presente en las personas adultas, pero cada vez más también en los/as jóvenes, que luchan por encontrar su lugar en la sociedad y hacer oír su voz.

En general, los/as jóvenes afirman sentirse alejados/as de las características tradicionales de la ciudadanía, como ser miembro de un partido político, participar en el gobierno local y en sus asuntos políticos, y optan por tipos de compromiso diferentes y más atractivos. En este marco, las redes sociales representan un caldo de cultivo para el compromiso de los/as jóvenes.

Muy relacionados con el diseño gráfico, los medios sociales son la nueva frontera para el compromiso cívico, especialmente para los/as jóvenes, porque están más dispuestos/as que el resto de la población a participar en actividades políticas y cívicas en línea. Su comunicación e información están orientadas a Internet y evitan el uso de los medios de comunicación de masas clásicos para informarse, como la televisión, los periódicos o la radio. Además, los medios sociales permiten a las personas usuarias convertirse en participantes activos/as y colaboradores/as en lugar de espectadores/as pasivos/as.

A nivel de la UE, la Comisión Europea fomenta el uso de formas no convencionales de compromiso político o cívico para facilitar el acceso de los/as jóvenes y para ampliar su participación, yendo mucho más allá de actos normativos como el voto.

En este contexto, el diseño gráfico en el compromiso cívico de los/as jóvenes ha demostrado recientemente ser “una metodología prometedora para la intervención: como una forma de conocer e indagar, y como actividades atractivas” (Mouchrek, 2020). Asimismo, un estudio reciente de Sadikin A., Indriyani W., (2020) ha demostrado que los talleres de formación en diseño gráfico fomentan el empoderamiento de los/as jóvenes, gracias a su atractivo tecnológico y a su capacidad para responder eficazmente a sus intereses y valores. Al formar parte de la naturaleza de la juventud, curiosa, creativa e impulsora del cambio, las actividades basadas en el diseño pueden ser el elemento clave para fomentar el proceso de empoderamiento y compromiso de los/as jóvenes, apoyándoles con instrumentos prácticos para transformar sus ideas

# Diseño Gráfico

## ¿Qué es el diseño gráfico?

La AIGA, una de las asociaciones internacionales más importantes en lo que respecta al mundo del diseño gráfico, define el diseño gráfico como “[...] el arte y la práctica de planificar y diseñar ideas y experiencias a través de contenido visual y textual. La forma de éste puede ser física o virtual y puede incluir imágenes, palabras o cualquier elemento gráfico. La experiencia puede producirse en un instante o durante un largo periodo de tiempo. El trabajo puede realizarse a cualquier escala: desde el diseño de un sello hasta el diseño de un sistema nacional de identidad postal”.

Los colores, las letras, las formas y las imágenes empujan a la gente a pensar más, y el trabajo del diseño gráfico es, por tanto, ayudar a la gente a entender mejor las cosas. De hecho, el diseño gráfico utiliza a menudo el lenguaje visual para dirigir directamente el mensaje de forma atractiva, clara y eficaz, evitando malentendidos.

De hecho, las “letras” en su esencia abarcan todo el mundo de la tipografía, el conocimiento de los tipos de letra, las fuentes, la selección y combinación de fuentes, la gestión del espacio y su armonía. Por su parte, los colores implican conceptos como las escalas de color, la gama y las teorías del color, y las imágenes implican la manipulación y creación de formas e imágenes mediante el dibujo, la impresión, a través de ordenadores y un sinfín de otros medios técnicos.

### El proceso del diseño gráfico

Los proyectos de diseño gráfico requieren una investigación minuciosa y un trabajo metódico basado en pasos bien definidos que sirven para buscar pistas creativas viables y para desarrollar un concepto acorde con las necesidades de comunicación. El famoso diseñador Bruno Munari explica la metodología del diseño mediante el ejemplo de la preparación del arroz verde. Según Munari, este método debe basarse en “una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia”, para no dejar nada a la casualidad y la improvisación. El proceso creativo requiere libertad de expresión, pero siempre recordando seguir unas pautas para evitar malentendidos con el público.

Los pasos a seguir para realizar un diseño gráfico, optimizar el tiempo y mejorar el resultado final son los siguientes:

1. **Elaboración del resumen:** en esta fase, definirá los objetivos comunicativos y visuales que debe alcanzar para transmitir su mensaje. Un buen resumen debe contener al menos la siguiente información:

Objetivos de comunicación que debe alcanzar (¿Cuál es su mensaje principal? ¿Cuál es la razón por la que quiere llevar ese mensaje al mundo?).

Los valores a destacar (¿Qué valores quiere transmitir con ello? ¿Qué valores son cruciales?).

El estilo gráfico, la paleta de colores u otros elementos visuales que se utilizarán; (¿Qué estilos gráficos cree que reflejan su mensaje? ¿Tiene algunos ejemplos que le sirvan de inspiración?).

El público destinatario y su lenguaje; (¿A quién quiere dirigirse con su mensaje? ¿Cómo hablan estas personas? ¿Cómo es su lenguaje cotidiano?).

El plazo de entrega (¿Cuándo tengo que lanzar la creación?).

2. **Estudio del informe:** en esta fase se analiza el resumen de diseño que se ha elaborado, identificando cualquier información que falte o que no esté clara para poder corregirla.

3. **Búsqueda de información previa:** en este punto, es importante encontrar todo el material posible sobre el diseño gráfico específico (por ejemplo, fuentes, colores, estilos), pero también sobre la idea que se quiere difundir y los valores que se quieren transmitir.

4. **Búsqueda de inspiración:** a la hora de crear un diseño gráfico, es esencial “alimentar la mente” con imágenes, fuentes, colores y otros elementos visuales. Hay muchos sitios web útiles para la búsqueda de inspiración (por ejemplo, Pinterest, Pixabay, Flickr o Unsplash), pero recuerde que las propuestas también pueden surgir de forma aleatoria, de libros o revistas que hojee por casualidad, o de carteles publicitarios que vea por la calle. Durante esta fase, es importante tener siempre a mano un cuaderno y un lápiz, para poder esbozar las ideas que le vengan a la mente en cualquier momento. Este paso es crucial para desarrollar un abanico de posibles ideas, entre las que podrá elegir las mejores más adelante.

5. **Elegir el concepto:** en esta fase, tendrá que procesar los resultados de la investigación

## Diseño Gráfico

que ha realizado, pero también las ideas aleatorias que ha apuntado en su libreta. Puede guardar todo el material en una carpeta de su ordenador o crear un tablón de ideas en una plataforma gratuita (Canva, Pinterest, ...) para poder revisarlo rápidamente y seleccionar las ideas que desea desarrollar. Puede elegir un único concepto y declinarlo en 3 versiones gráficas diferentes o, por el contrario, plantear tres propuestas completamente distintas. Lo importante es comunicar las soluciones de forma clara y diferenciada, creando una línea gráfica para cada una.

6. Realización del borrador gráfico: es el momento en el que se pasa de la teoría a la acción, desarrollando las propuestas gráficas en el ordenador. Algunas herramientas online gratuitas para empezar a trabajar son Desygner, Vista Create, Canva, befunky, iDroo. Si ha realizado correctamente los pasos anteriores, podrá optimizar el tiempo que tarda en “traducir a gráficos” los conceptos que ha elegido. En esta primera fase, es importante plasmar sus ideas en forma de borrador, con el objetivo de ver si pueden funcionar incluso después de haberlas puesto “sobre el papel”.

7. Revisar y finalizar la línea de diseño gráfico: después de hacer una breve pausa, útil para contemplar el proyecto con una mirada más lúcida y objetiva, puede eliminar las propuestas que no le convengan y dedicarse a revisar los conceptos seleccionados. En esta fase, es importante analizar cada detalle y perfeccionarlo visualmente, antes de exportar el archivo final.

8. Presentación del proyecto: la preparación cuidadosa de la presentación final al grupo o al trabajador/a juvenil es crucial para el éxito de cualquier proyecto de diseño gráfico, ya que le ayudará a presentar sus propuestas de forma eficaz y persuasiva, explicando las razones para elegir cada solución y las diferencias entre unas y otras.

## El diseño gráfico como método no-formal en el trabajo con jóvenes

El diseño gráfico y sus metodologías participativas se adaptan bien al proceso de empoderamiento de los/as jóvenes que se convierte en adultos/as. Por ejemplo, una forma de combinar las metodologías participativas y el diseño gráfico es el concurso de la AIGA “diseño para la democracia”, que desde 1998 trata de aplicar las herramientas y el pensamiento del diseño para aumentar la participación cívica. Los diseñadores/as se convierten en ciudadanos/as más participativos/as y hacen que la democracia sea más sólida. Ya desde los años 70, en el norte de Europa, el diseño participativo se ha establecido como una herramienta para el compromiso cívico y la democratización (Ehn, 2008). Apoya sus cimientos en los valores democráticos y el aprendizaje conjunto. A lo largo de las décadas, el diseño participativo ha evolucionado y ha adquirido un uso más extenso, hasta las fronteras más recientes para hacer más accesible la participación y potenciar el cambio social y el desarrollo a través de enfoques innovadores.

Debido a su naturaleza interdisciplinar y a su potencial para ser un catalizador del cambio, el diseño gráfico es adecuado para una serie de proyectos innovadores en diferentes campos, incluido el trabajo con jóvenes.

En este campo, el diseño gráfico se convirtió en una valiosa herramienta para que los/as jóvenes comprendieran la realidad, expresaran su punto de vista y transmitieran un mensaje.

Además, las prácticas en toda Europa demuestran cómo en los talleres no formales, el diseño gráfico colaborativo aporta más beneficios. De hecho, las actividades de formación que utilizan métodos de diseño colaborativo con los/as jóvenes, les animan a pensar de forma diferente y a resolver problemas encontrando soluciones nuevas y creativas, fomentando un sentido de crecimiento conjunto. Las actividades de Diseño Colaborativo fomentan el empoderamiento de los/as jóvenes y su compromiso con el cambio social sostenible, al motivar desde diferentes flancos a la juventud a participar, permitiéndoles adoptar una perspectiva e iniciar un pensamiento dialéctico que les sitúa al mismo nivel de altura social que los adultos/as.

Una práctica que se ha popularizado recientemente son los talleres comunitarios de educación en diseño, en los que un diseñador/a gráfico pone a disposición de los/as jóvenes

## Diseño Gráfico

sus conocimientos en técnicas de manipulación gráfica, diseño web, fotografía o ilustración, de forma gratuita. Los/as jóvenes obtienen de este encuentro no sólo habilidades profesionales, sino, lo que es más importante, herramientas innovadoras e importantes para expresar sus pensamientos de forma clara e incisiva.

Otra técnica de formación en diseño gráfico es la combinación de la educación de personas adultas y los métodos participativos. El enfoque de la educación de adultos/as se utiliza para guiar a los/as jóvenes en la definición de necesidades y el establecimiento de objetivos, la metodología del diseño gráfico empieza con el proceso creativo y el camino “del resumen” y los lleva a resolver problemas en diversos ámbitos como la experiencia vital, la educación o la participación cívica. Resolver problemas proporciona a los/as jóvenes un sentido de pertenencia al objetivo que quieren alcanzar; además, les da una herramienta adecuada para enfrentarse a los retos de su vida personal y social, y les proporciona la habilidad de pensar sistemáticamente.

La metodología de formación participativa es especialmente adecuada para jóvenes con un alto nivel de dependencia. Se lleva a cabo mediante la identificación de las necesidades, los contratos de aprendizaje, el proceso de aprendizaje, la evaluación y el nuevo diagnóstico de las necesidades de la comunidad.

De hecho, utilizando estas técnicas de educación de adultos/as, los/as jóvenes interactúan con la comunidad, lo que les proporciona experiencia, intercambio de puntos de vista y les transmite motivación para aprender. A través de este intercambio dialéctico, ellos/as mismos/as se convierten en agentes del cambio. Los/as jóvenes que participaron en cursos de diseño gráfico que trataban sobre temas relacionados con su vida social mostraron, a menudo, interés y voluntad de participar e implicarse expresando sus opiniones y convirtiendo sus visiones y soluciones creativas en actos concretos.

De entre las metodologías utilizadas para implicar a los/as jóvenes en un cambio social y cívico sostenible, el diseño gráfico surge como una herramienta valiosa para los trabajadores/as juveniles. De hecho, permite a los/as jóvenes diseñar estilos de vida nuevos y prácticos, fomentando su pensamiento crítico y su autonomía personal a la hora de tomar decisiones y encontrar soluciones a los problemas cívicos o sociales de su vida cotidiana. Esto se hace a través de la poderosa herramienta del lenguaje visual y el trabajo colaborativo, basado en valores compartidos y empatía.

## ¿Qué necesita saber como trabajador/a juvenil para utilizar el diseño gráfico como un método no-formal?

El proceso para reproducir la metodología del diseño gráfico en las actividades no formales comienza con la asignación a un pequeño grupo de jóvenes de diferentes tareas conectadas que, en conjunto, darán lugar al proyecto de diseño finalizado. Por ejemplo, el facilitador/a pide que todo el grupo haga en equipo una pancarta, un logotipo o un folleto. A continuación, el facilitador/a divide al equipo en pequeños grupos que deben trabajar en un único aspecto del proyecto para completar la tarea asignada. Los/as jóvenes tendrán que cooperar y participar para resolver problemas y crear finalmente un trabajo de diseño gráfico innovador y creativo que sea útil y significativo para su mensaje.

La educación en diseño gráfico es una poderosa herramienta para los/as jóvenes que se enfrentan a complejos retos como ciudadanos/as de hoy en día. Esta metodología puede darles el poder de transformar en respuestas concretas e innovadoras el sentimiento abstracto de desconfianza y frustración que, a menudo, sienten respecto a su papel en la sociedad cívica y los problemas que hay dentro de ella. En otras palabras, les enseña el proceso cognitivo de la resolución de problemas, mejorando su comprensión de los problemas que les rodean y fomentando el desarrollo de habilidades personales, sociales y profesionales fuertemente relacionadas con la resolución de problemas como la gestión del tiempo, la autopresentación y la escucha activa.

A continuación, se ofrece una lista de recomendaciones para un espacio cívico seguro e innovador, dirigida a los trabajadores/as juveniles que deseen utilizar el diseño gráfico como método no formal para implicar cívicamente a los/as jóvenes.

Recomendación práctica:

Seguir los 8 pasos

Dejar que los/as jóvenes expresen libremente sus ideas

Usar los canales de los/as jóvenes, como las redes sociales, y su lenguaje y referencias

Mostrarles información cívica directamente relacionada con sus vidas e intereses

Utilizar información breve y fácil de entender

Usar imágenes llamativas y colores vivos

Mantener un espacio informal, libre de juicios

## Diseño Gráfico

y con libertad de expresión para potenciar la participación de todos/as los/as jóvenes

Apoyar su proceso de adquisición de liderazgo entre iguales y a nivel social

Fomentar una estrategia desde abajo hacia arriba, donde los/as jóvenes creen el compromiso cívico por sí mismos/as y cooperen entre sí

Dar retroalimentación o feedback, y reconocimiento por su trabajo

Proponer escenarios visionarios que permitan a los/as jóvenes crear caminos futuros

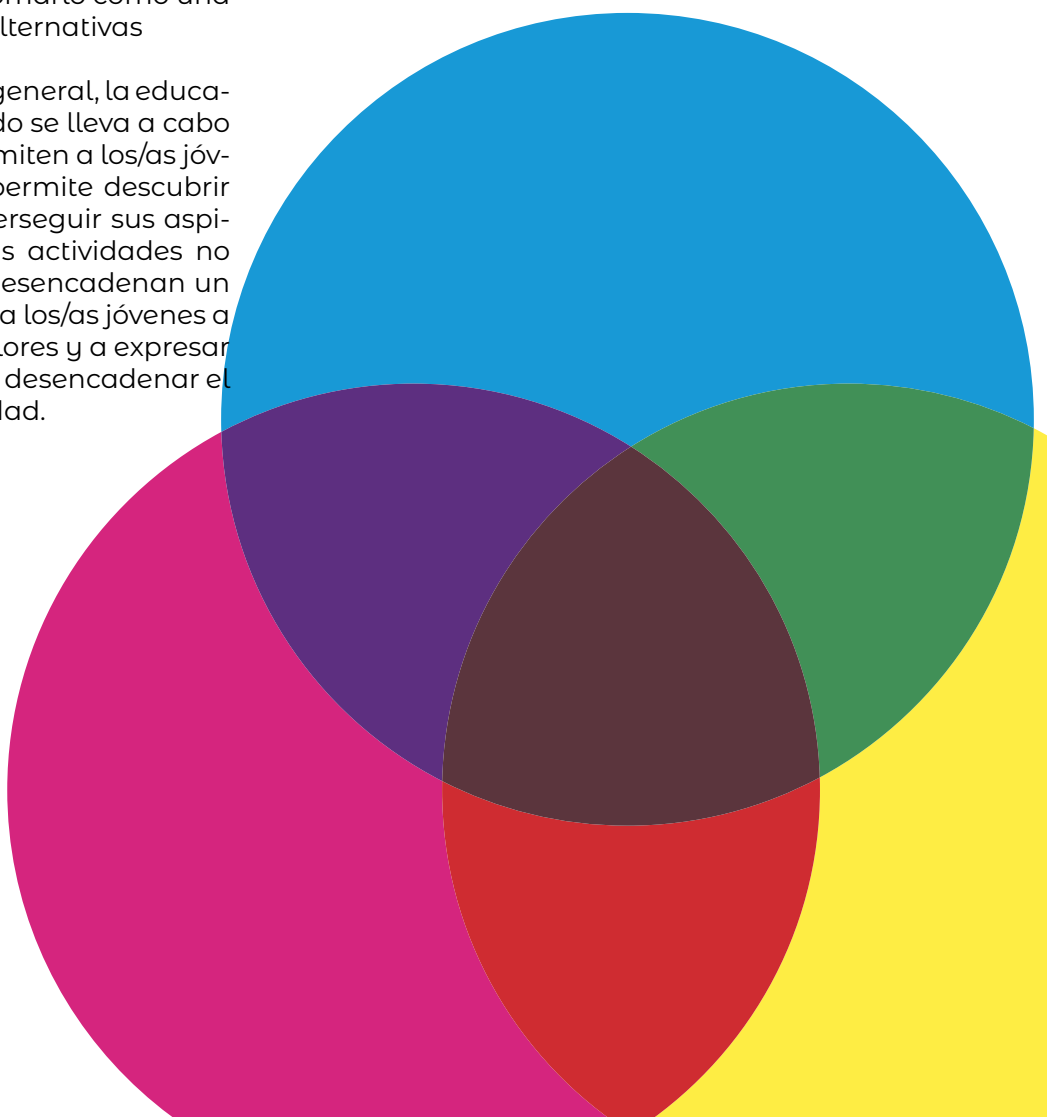
Crear oportunidades para que conviertan sus ideales y potenciales en proyectos concretos

Permitir que las redes y el intercambio faciliten su compromiso cívico y su participación como grupo

Reflexionar y debatir con los/as jóvenes sobre los problemas y lo que echan en falta dentro del mundo del diseño gráfico (por ejemplo, anuncios, pancartas, logotipos, eslóganes, ilustraciones, medios de comunicación...).

Identificar el "problema" y tomarlo como una posibilidad para pensar en alternativas

Finalmente, y de forma más general, la educación en diseño gráfico, cuando se lleva a cabo en entornos seguros que permiten a los/as jóvenes su libre expresión, les permite descubrir su potencial más oculto y perseguir sus aspiraciones. En este sentido, las actividades no formales de diseño gráfico desencadenan un modelo positivo que empuja a los/as jóvenes a colaborar, a perseguir sus valores y a expresar claramente su mensaje para desencadenar el cambio deseado en la sociedad.



# Las mejores prácticas en el uso de la narrativa, el diseño gráfico y el cine en la juventud

## Introducción – cómo leer y entender la síntesis de buenas prácticas

Las tres metodologías (narrativa, diseño gráfico y realización de películas) se utilizaron a lo largo del tiempo como métodos de educación no formal en el trabajo juvenil, tanto en el campo de la educación pública como de la privada. La forma en que se integraron estos métodos es diferente, según el tema de la actividad o proyecto, el grupo objetivo y especialmente según el propósito y los objetivos que los facilitadores/as, formadores/as y organizaciones querían lograr. En este capítulo, sintetizamos varias buenas prácticas que tuvieron un impacto en el grupo objetivo, produciendo un cambio. Para cada buena práctica analizamos algunos indicadores que pueden reflejar el impacto que tuvo el proyecto. Estos criterios son:

**Temporalidad:** la duración del proyecto y la forma en que las actividades perduran en el tiempo o son utilizadas por las organizaciones y grupo objetivo durante un largo periodo de tiempo. La referencia que se empleó fue de 1 año, como mínimo

**Eco-sostenibilidad:** la forma en que la práctica/actividad/proyecto es sostenible en términos de respeto del medioambiente y las buenas prácticas

**Inclusión:** la forma en que la práctica es inclusiva y permite tener acceso a las personas en situaciones de vulnerabilidad

**Resultados:** que haya información sobre los resultados del proyecto/práctica y sobre el impacto y los indicadores alcanzados

**Innovación:** la práctica tiene un carácter innovador, mejorando la situación preexistente, aportando soluciones originales al contexto en el que se aplica o transformando completamente la realidad previa.

**Replicabilidad:** la forma en que el proyecto tiene la posibilidad de ser replicado como acciones en otros contextos o lugares, adhiriéndose a los criterios de escalabilidad. Además, en este análisis de buenas prácticas, también se pueden encontrar algunos indicadores como el número de personas alcanzadas en el proyecto o práctica, los idiomas en los que están disponibles los materiales o resultados, el país en el que se desarrolló y un enlace en el que puede encontrar información más útil. La breve descripción presentada en la tabla siguiente se hizo de manera que refleje la idea principal de la práctica y que aporte un contexto breve, pero suficiente, para ayudar al lector/a a decidir si desea leer más y si es adecuado para la actividad que desea desarrollar.

# Narrativa y buenas prácticas

## **MARE DI LIBRI**

Italia

[www.maredilibri.it/](http://www.maredilibri.it/)

Temporalidad 4

Eco-sostenibilidad 4

Inclusión 5

Resultados 5

Innovación 4

Replicabilidad 5

Número de personas alcanzadas **17.000**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **Italiano e inglés**

Mare di Libri es el primer festival literario italiano para lectores/as adolescentes. Hace más de 14 años, el Festival surgió de una idea bastante simple: un festival literario enteramente dedicado a las historias y el arte que aman los lectores/as de 11 a 18 años.

El pequeño grupo de fundadores/as quería ayudar a los/as adolescentes a encontrar comunidades de compañeros/as lectores/as, aprender a trabajar juntos/as, interactuar con sus autores/as favoritos/as, aprender y, en general, desplegar sus alas.

Esto hizo de Mare di Libri un festival único, dirigido por adolescentes para adolescentes. Los numerosos/as jóvenes lectores/as que trabajan como voluntarios/as en el festival son quienes deciden a qué autores/as invitar, qué historias explorar. Gracias al apoyo de un pequeño grupo de personas adultas, los voluntarios/as coordinan los actos, apoyan a los/as visitantes, asisten a los invitados/as y también se ocupan de la comunicación y promoción del evento.

Con el tiempo, el festival ha traído a Rimini a escritores/as y artistas italianos/as y extranjeros/as. Hemos recibido, entre otros, a Craig Thompson, Aidan Chambers, Patrick Ness, John Boyne, Natasha Pulley, David Almond, Paul Dowsnell y muchos, muchos otros.





# Narrativa y buenas prácticas

## REPRESENTAR UNA HISTORIA

Rumanía

[www.britishcouncil.ro/en/events/to-picture-a-story-creative-life-skills-workshops](http://www.britishcouncil.ro/en/events/to-picture-a-story-creative-life-skills-workshops)

Temporalidad 3

Eco-sostenibilidad 4

Inclusión 5

Resultados 3

Innovación 3

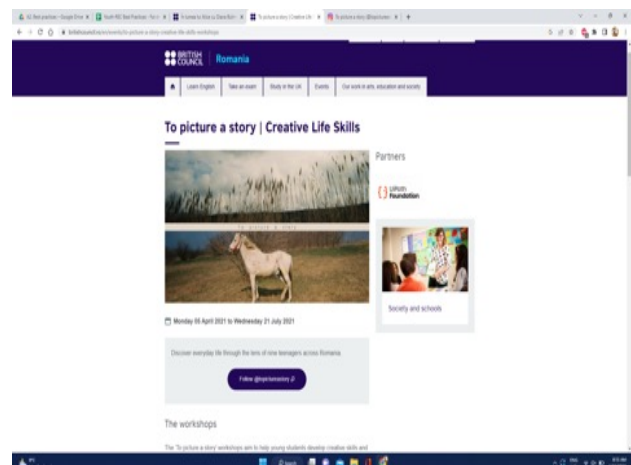
Replicabilidad 5

Número de personas alcanzadas 135

¿En cuántos idiomas está disponible? 2

¿Qué lenguajes? Inglés y rumano

Los talleres “Representar una historia” pretenden ayudar a los/as jóvenes estudiantes a desarrollar habilidades creativas y fluidez en inglés a través de la fotografía y la narración, permitiéndoles capturar y compartir sus historias de la vida cotidiana en las zonas rurales o pequeñas ciudades de Rumanía. A lo largo de 3 meses, de abril a junio de 2021, 9 adolescentes de zonas subdesarrolladas de Rumanía, que forman parte de la red de la Fundación UiPath, aprenden y practican la fotografía cinematográfica y la narrativa en inglés, en una serie de talleres bimensuales apoyados por la Fundación UiPath e impartidos por el profesor del British Council David Hughes, la artista Wanda Hutira y el experto en comunicación Cosmin Anghel. El programa se centra en desarrollar la fluidez en inglés y la capacidad creativa de los alumnos/as a través de 2 conjuntos de habilidades: - La narración visual, mediante la profundización en el conocimiento de las técnicas fotográficas y el uso de las cámaras de cine proporcionadas por el programa para mostrar fragmentos de la vida rumana desde su propia perspectiva local. - La narración escrita, aprendiendo a desarrollar historias cortas en formato de pie de foto de Instagram que transmitan mejor el mensaje de cada foto, ya sea capturando un sentimiento o estado de ánimo, o proporcionando contexto; de este modo, los/as estudiantes desarrollan sus habilidades de narración escrita junto con su fluidez en inglés.



# Narrativa y buenas prácticas

## **ROMPE LA CADENA, ¡SÉ EL CAMBIO! (KA1)**

España

<https://www.youtube.com/watch?v=Ry0b3zVK3B4>

Temporalidad

Eco-sostenibilidad **5**

Inclusión **3**

Resultados **3**

Innovación **3**

Replicabilidad **5**

|                                      |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Número de personas alcanzadas        | <b>500 (más o menos)</b> |
| ¿En cuántos idiomas está disponible? | <b>1</b>                 |
| ¿Qué lenguajes?                      | <b>-</b>                 |

“Rompe la cadena, ¡sé el cambio!” es un vídeo creado por los/as participantes en el intercambio juvenil internacional “Graba a un hater” del programa Erasmus +.



# Narrativa y buenas prácticas

## RADIO TEATRO: HISTORIAS DE LA CUARENTENA

España

<https://radiotheater.infoproject.eu/>

|                    |   |
|--------------------|---|
| Temporalidad       | 5 |
| Eco-sostenibilidad | 5 |
| Inclusión          | 5 |
| Resultados         | 5 |
| Innovación         | 5 |
| Replicabilidad     | 5 |

El proyecto tiene como objetivo proporcionar nuevas herramientas a los trabajadores/as juveniles y educadores/as sociales que les permitan mejorar las habilidades de los/as jóvenes en términos de creatividad, hablar en público, trabajo en grupo, expresión corporal, expresión artística, gestión del tiempo, autoconocimiento, aprovechando el teatro y la radio como nuevas herramientas educativas creativas. El uso de las historias a través de la radio y el impacto que esto genera en el trabajo con los/as jóvenes son el tema principal del proyecto, apoyado por la organización de actividades de aprendizaje, enseñanza y formación con un itinerario compuesto por 4 formaciones, cada una relacionada con la fase de producción de los podcasts de radio-teatro. El objetivo es mejorar las capacidades de los/as jóvenes promoviendo sus habilidades y valores, y fomentando el aprendizaje y desarrollo de competencias clave mediante el uso de herramientas digitales, especialmente importantes en el contexto de distanciamiento social provocado por Covid-19.

Número de personas alcanzadas **En cada entidad, más o menos 20 jóvenes participantes en el taller (en total, 100 personas). Si también consideramos la gente que ha oído los diferentes episodios del podcast, el número de gente a la que ha llegado es mucho mayor, ya que se actualiza continuamente en función de las reproducciones diarias.**

¿En cuántos idiomas está disponible?

5

¿Qué lenguajes?

Español, inglés, rumano, portugués e italiano



## Narrativa y buenas prácticas

### **RADIO INCLUSIÓN (PODCAST INCLUSIVO)**

España

<https://open.spotify.com/show/2G-7gZKPYc5mxFWBWGGvQlM?si=b-1db77f6e5e6406d&nd=1>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **5**

Inclusión **5**

Resultados **3**

Innovación **5**

Replicabilidad **5**

Radio Inclusión es el podcast de ASPAYM CYL Juventud en el que se da voz a todos aquellos/as jóvenes y asociaciones juveniles que quieran participar en él. Durante sus 3 temporadas, ha tratado diversos temas de interés social, siempre sensibilizando en el ámbito social y local. La discapacidad, las enfermedades raras, la relación entre jóvenes y mayores en un podcast intergeneracional, el teatro, y diversas áreas de interés para los/as jóvenes han sido los protagonistas de este podcast.

Número de personas alcanzadas **1000** (más o menos)

¿En cuántos idiomas está disponible? **1**

¿Qué lenguajes? **Español**



# Narrativa y buenas prácticas

## DIÁLOGOS FNS

Grecia

<https://www.snfdialogues.org/en/>

A través de debates en directo, eventos y ricos contenidos multimedia, los Diálogos FNS fomentan el intercambio de ideas, haciendo hincapié en la necesidad de que los ciudadanos/as se expresen y comuniquen entre sí, siempre enraizados/as en valores de equidad y diversidad.

Temporalidad 5

Eco-sostenibilidad 5

Inclusión 5

Resultados 5

Innovación

Replicabilidad 5

Número de personas alcanzadas **54 diálogos, 261 ponentes, 20**

¿En cuántos idiomas está disponible? -

¿Qué lenguajes? -

SNF  
DIALOGUES



IEN / SNF

STAVROS NIARCHOS FOUNDATION



D}V}rSE OPINiONS  
N3W WAYS OF ThINKING

# Narrativa y buenas prácticas

## ¡VAMOS A CONTAR HISTORIAS DIGITALES!

Rumanía

<https://www.stiri.org/ong/educatie/atelier-de-digital-storytelling>

Temporalidad 3

Eco-sostenibilidad 4

Inclusión 5

Resultados 4

Innovación 3

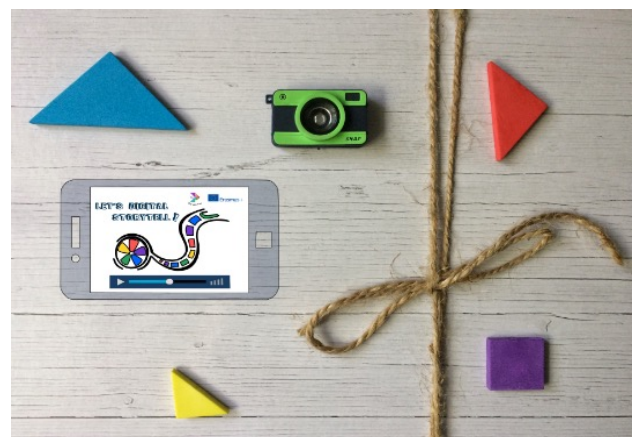
Replicabilidad 5

Durante el curso de 10 días, los/as participantes aprenderán los principios fundamentales que subyacen a la creación de una historia digital (narración digital) y crearán 6 historias que se pueden utilizar en la actividad diaria con estudiantes y jóvenes de las comunidades locales. El programa también incluye una visita interactiva y un taller de difusión en el Museo Nacional de Literatura Rumana, así como una visita al Palacio de Mogoșoaia. Los 24 participantes representarán a 6 países europeos (Bulgaria, Lituania, Gran Bretaña, España, Portugal y Rumanía), y durante el desarrollo del proyecto, se tuvieron en cuenta las necesidades muy específicas de los/as participantes, siendo 2 de ellos/as personas con discapacidad auditiva a las que la organización del anfitrión proporcionará un intérprete de lengua de signos.

Número de personas alcanzadas -

¿En cuántos idiomas está disponible? 1

¿Qué lenguajes? **Romeno**



## Narrativa y buenas prácticas

### EUROPA A TRAVÉS DE OJOS JÓVENES: INTERCAMBIO, EXPLORACIÓN, EXPOSICIÓN

Austria

<https://europe3e.yes-forum.eu/index.html>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **3**

Inclusión **5**

Resultados **5**

Innovación **3**

Replicabilidad **5**

Número de personas alcanzada: **250**

¿En cuántos idiomas está disponible? **5**

¿Qué lenguajes? **Inglés, alemán, francés, holandés y griego**

Este proyecto tenía como objetivo cultivar una ciudadanía activa significativa, aumentar la conciencia política y profundizar la inclusión social entre los/as jóvenes.

Los objetivos de este proyecto se alcanzaron mediante las siguientes medidas: conectar la vida de los/as jóvenes con Europa a nivel personal utilizando el método de la fotovoz (fotografía participativa) para dar lugar a una interacción creativa e integradora con “Europa” como tema que utiliza una simulación para hacer más tangible la investigación y exploración de los/as participantes de Europa sobre la influencia de Europa a nivel local y transnacional, el desarrollo de recomendaciones para el desarrollo de políticas de la UE y la publicación de estrategias para personas jóvenes desfavorecidas.



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## FESTIVAL DE CINE DE GIFFONI

Italia

<https://www.giffonifilmfestival.it/en/>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **3**

Inclusión **5**

Resultados **5**

Innovación **5**

Replicabilidad **5**

El Festival Giffoni nace en 1971. Los/as protagonistas y jurados del evento son niños/as y jóvenes de toda Italia y del mundo. Su tarea es ver las películas que compiten y debatir sobre ellas con directores/as, autores/as e intérpretes, y luego se les pide que elijan la ganadora. El jurado está dividido por grupos de edad y las categorías de competición son largometrajes, cortometrajes y documentales. Los temas cambian año tras año, pero siempre están relacionados con la ciudadanía activa, la inclusión social, la igualdad y el cambio climático. Además, durante los días del festival, los jurados se reúnen con varios invitados del mundo del cine y la televisión, con los que participan en un debate, haciéndoles preguntas. El Festival va desde un poco más que un evento regional a un evento internacional, al que hoy se unen personalidades del mundo del cine, la cultura y la música.

Número de personas alcanzadas **50.000.000**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **Italiano e inglés**





# Las mejores prácticas de realización de Cine

## BEARING. TALLER DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA

Rumanía

<https://atelierdefilmdocumentar.ro/>  
<https://www.youtube.com/@asociatiavira9519>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **3**

Inclusión **5**

Resultados **5**

Innovación **4**

Replicabilidad **5**

Los talleres para estudiantes de secundaria introducen a los/as jóvenes de entre 14 y 18 años en el mundo del cine documental. A través de los talleres de cine documental para estudiantes de secundaria, los/as jóvenes participantes desarrollan un complejo conjunto de habilidades relacionadas con el análisis y la comprensión del universo en las inmediaciones, así como la representación visual de un tema de esta esfera. Cada taller da como resultado un número de 4 a 7 cortometrajes documentales, realizados íntegramente por estudiantes de secundaria y orientados hacia temas inspirados en su propia vida o comunidad. Todas las películas están incluidas en un circuito de proyecciones públicas, tanto en cines, escuelas y comunidades, como espacios culturales.

Número de personas alcanzadas

**346 suscriptores en el canal de youtube, más de 150 películas hechas por jóvenes**

¿En cuántos idiomas está disponible?

**1**

¿Qué lenguajes?

**Rumano**



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## FESTIVAL DE CINE ODS

España

<https://sdgfilmfestival.eu/proyecto/>

El “Festival de Cine ODS” tiene como objetivo promover la comprensión y el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible entre los/as jóvenes y los trabajadores/as juveniles en Europa y América Latina.

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **5**

Inclusión **5**

Resultados **5**

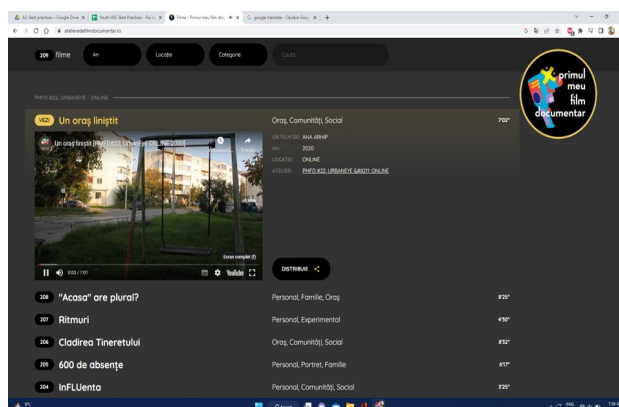
Innovación **5**

Replicabilidad **3**

Número de personas alcanzadas -

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **Inglés y español**



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE TESALÓNICA

Grecia

<https://www.filmfestival.gr/el/>

El Festival Internacional de Cine de Tesalónica es el principal festival de cine de Europa Sudoriental, el escenario para la presentación de la producción griega anual y el festival principal y más antiguo de los Balcanes para las creaciones de cineastas emergentes de todo el mundo.

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad

Inclusión

Resultados **3**

Innovación **5**

Replicabilidad

Número de personas alcanzadas **112,517**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **Inglés y español**



## Las mejores prácticas de realización de Cine

### FESTIVAL INTERNACIONAL DE CORTOMETRAJES DE DRAMA

Grecia

<https://www.dramafilmfestival.gr/>

Cada año, en el Festival de Cortometrajes de Drama, se presentan las creaciones de cineastas griegos/as y extranjeros/as, con el objetivo de encantar a su leal público, pero también para ofrecer nuevas experiencias y sorpresas.

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad

Inclusión

Resultados **3**

Innovación **5**

Replicabilidad

Número de personas alcanzadas **15335**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **-**



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## FESTIVAL DÍAS DE VIDEO Y CINE

Austria

<https://www.wienextra.at/medienzentrum/jugendliche/festival/>

<https://www.videoundfilmtage.at/2022/>

<https://www.facebook.com/videoundfilmtage/>

El Festival de Video y Cine es un festival de cortometrajes con una conexión personal para cineastas de hasta 22 años.

Video y Cine significa ver películas, conocer cineastas, planificar nuevos proyectos, sudoración con los oídos calientes en el asiento del cine porque su propia película está parpadeando a través la pantalla por primera vez, recibiendo comentarios de la audiencia y de un jurado experto y tal vez incluso uno de los codiciados premios.

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **5**

Inclusión **4**

Resultados **4**

Innovación **5**

Replicabilidad **2**

Número de personas alcanzadas **Al menos, 400**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2 (alemán/inglés)**

¿Qué lenguajes? **Todo tipo de idiomas**



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## CRUZANDO EUROPA FESTIVAL DE CINE

Austria

[https://www.crossingeurope.at/en/program/yaaas\\_youth\\_program/yaaas\\_what\\_is\\_it](https://www.crossingeurope.at/en/program/yaaas_youth_program/yaaas_what_is_it)

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **4**

Inclusión **3**

Resultados **4**

Innovación **3**

Replicabilidad **3**

En 2019 CRUZANDO EUROPA presentó un programa holístico para la educación cinematográfica, adquisición de competencias de medios y producción de video hecho por uno/a mismo/a (DIY).

Más de 900 adolescentes asistieron a la primera edición del Programa Juvenil ¡YAAAS!, que consiste en promover la competencia de los medios de comunicación mediante el trabajo práctico con el medio de la película y su recepción.

Número de personas alcanzadas **Al menos, 300**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2 (alemán/inglés)**

¿Qué lenguajes? **Todo tipo de idiomas**



# Las mejores prácticas de realización de Cine

## NOCHES DE CINE RUMANO

Romania

<https://festivalsfr.ro/>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **4**

Inclusión **4**

Resultados **5**

Innovación **4**

Replicabilidad **5**

SFR (Noches de Cine Rumano) es un festival iniciado en 2010, por iniciativa de la Asociación de Estudiantes Periodistas de Iași. Desde 2018, el festival SFR ha sido organizado por la Asociación ARTIS. El festival tiene un perfil único y logra, a lo largo de los años, transformar la capital de Moldavia en un polo del cine rumano. Dentro de las Secciones del Festival, cada año se presentan películas de diferentes períodos del cine rumano, así como películas nuevas, óperas primas o cortometrajes. El concepto del festival incluye la difusión de producciones rumanas, invitando a actores y actrices, directores/as, guionistas y críticos/as de cine a la proyección. El diálogo y el encuentro con el público significa una apertura del cine.

Número de personas alcanzadas **17000 seguidores/as**

¿En cuántos idiomas está disponible? **1**

¿Qué lenguajes? **Rumano**



# Las mejores prácticas de Diseño Gráfico

## GRAPHIC DAYS®

Italia

<https://www.graphicdays.it/en/homepage-en/>

|                    |   |
|--------------------|---|
| Temporalidad       | 4 |
| Eco-sostenibilidad | 5 |
| Inclusión          | 5 |
| Resultados         | 5 |
| Innovación         | 5 |
| Replicabilidad     | 5 |

Graphic Days es un centro cultural innovador que se encarga y realiza proyectos culturales con repercusiones sociales; se ocupa del diseño visual y social. Graphic Days es también un festival internacional anual de comunicación y un observatorio sobre diseño visual y social, gracias a la colaboración con una red de actores y actrices internacionales y locales. El diseño social consiste en diseñar e implementar acciones en el territorio con repercusiones sociales y que estimulen, mediante acciones concretas y colaboración con instituciones y organismos del tercer sector, la activación de sistemas y buenas prácticas en ámbitos diversificados: de la regeneración urbana a la planificación conjunta internacional, del aprendizaje informal a los proyectos de ciudadanía activa.

Número de personas alcanzadas **20.000**

¿En cuántos idiomas está disponible? **2**

¿Qué lenguajes? **Italiano e inglés**





## Las mejores prácticas de Diseño Gráfico

### CONCURSO DE CARTELES DEL FESTIVAL DE CINE DE SEMINCI (SEMANA INTERNACIONAL DEL CINE DE VALLADOLID)

España

<https://www.seminci.es/>

Temporalidad **5**

Eco-sostenibilidad **4**

Inclusión **3**

Resultados **5**

Innovación **5**

Replicabilidad **3**

Número de personas alcanzadas -

¿En cuántos idiomas está disponible? **1**

¿Qué lenguajes? **Español**

Concurso de ideas para la selección por parte de la Fundación Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Valladolid / SEMINCI de los carteles que serán la imagen de las secciones Oficial, Punto de Encuentro y Tiempo de Historia del festival.



# Talleres – Paso A Paso

## Valores a tener en cuenta en los talleres – participación y compromiso cívico de los/as jóvenes

El compromiso cívico implica “trabajar para marcar una diferencia en la vida cívica de la comunidad y desarrollar la combinación de conocimientos, habilidades, valores y motivación para marcar esa diferencia. Significa promover la calidad de vida en una comunidad, a través de procesos políticos y no políticos” (Erlich, 2000).

El compromiso cívico tiene 4 constructos principales:

Acción cívica o participación en actividades como el voluntariado o el aprendizaje de servicios para ayudar a mejorar la comunidad.

Compromiso o deber cívico, o la voluntad de hacer contribuciones positivas a la sociedad.

Habilidades cívicas, o la habilidad de involucrarse en la sociedad civil, la política y la democracia.

Cohesión social, o un sentido de reciprocidad, confianza y unión con los demás.

Los diversos ambientes donde los individuos viven, aprenden, juegan, rezan y trabajan también afectan a sus compromisos comunitarios. Como cabría esperar, los entornos familiares tienen una profunda influencia en la participación cívica de los niños y niñas. Los padres y madres influyen en las actividades cívicas de sus hijos/as, alentando la participación de sus hijos/as, sirviendo como modelos de participación, transmitiendo sus valores mediante el debate con sus hijos/as y vinculándolos con organizaciones comunitarias.

### **¿Por qué queremos desarrollar el compromiso cívico con los/as jóvenes?**

Los estudios muestran, por ejemplo, que los niños/as cuyas familias hablan de política en el hogar tienen 2 o 3 veces más probabilidades de seguir la política, de firmar peticiones y de ser voluntarios/as cuando se hagan adultos/as, en comparación con los niños/as cuyos padres y madres no hablan de política. Los entornos escolares y de vecindario tienen una influencia igualmente profunda en la participación cívica de los/as jóvenes. Los niños y niñas que estudian en escuelas que ofrecen oportunidades para que los/as estudiantes realicen servicio comunitario, alienten el respeto entre los/as estudiantes y los maestros/as, y ofrezcan una amplia gama de actividades extracurriculares, tienen muchas más probabilidades de convertirse en ciudadanos/as activos/as cuando lleguen a la edad adulta.

Los entornos sociales más amplios, como el estado, la provincia o el país en que residen las personas, también influyen en la medida en que estas participan en actividades cívicas. Los países con altos niveles de materialismo, desigualdad económica y sistemas políticos en los que los individuos no ejercen el mismo poder de influencia en las decisiones gubernamentales, tienden a tener ciudadanos/as que desprecian el gobierno y participan menos en la vida cívica.

Las personas adultas civilmente involucradas también tienen una mayor autoestima y mejores relaciones personales. Además, tienen menos enfermedades, niveles más bajos de depresión, ¡e incluso viven más tiempo! Por ejemplo, los estudios han demostrado que las personas mayores que se ofrecen como voluntarias en su comunidad experimentan una reducción del 40% al 50% en la mortalidad durante su vejez, en comparación con las que no lo hacen.

La participación cívica afecta no sólo a los individuos, sino a sociedades enteras. Los vecindarios con mayores niveles de participación cívica tienen un mayor sentido de comunidad, menores niveles de delincuencia y ciudadanos/as más sanos/as y felices. Los Estados y países con mayor proporción de ciudadanos/as comprometidos/as civilmente tienen tasas más bajas de patologías físicas, enfermedades mentales y suicidio. También tienen tasas de delincuencia más bajas, así como una mayor prosperidad económica, niños/as mejor educados/as y gobiernos más eficaces.

Las políticas de juventud y las prácticas de trabajo juvenil deben ayudar a los/as jóvenes a descubrir todo su potencial como miembros autónomos de la sociedad, permitiéndoles desarrollar planes de vida y ejercer su ciudadanía democrática. La participación es un elemento esencial

de la ciudadanía en una sociedad democrática y en una Europa democrática. La participación de los/as jóvenes no es un fin en sí mismo, sino un medio para lograr cambios positivos en la vida de los propios/as jóvenes y de construir una sociedad mejor.

La participación de la juventud es el compromiso activo de los/as jóvenes en sus propias comunidades. A menudo, se utiliza como una abreviatura de la participación de los/as jóvenes de muchas formas, incluyendo la toma de decisiones, los deportes, las escuelas y cualquier actividad donde los/as jóvenes no están comprometidos históricamente.

Los principios en los que se basa la participación de los/as jóvenes son:

**Empoderamiento:** los/as jóvenes tienen un mayor control sobre sus vidas a través de la participación.

**Compromiso con propósito:** los/as jóvenes asumen roles personales, abordan cuestiones que son relevantes para ellos/as e influyen en resultados reales.

**Inclusividad:** garantizar la participación de todos/as los/as jóvenes.

Algunos ejemplos de la participación de jóvenes en la práctica son:

jóvenes que son consultados sobre sus ideas y opiniones.

jóvenes que investigan sobre cuestiones que afectan a sus vidas.

jóvenes que planifican o dirigen actividades o eventos comunitarios.

jóvenes que participan en comités o grupos de acción juveniles.

jóvenes que participan en órganos de decisión definidos por personas adultas.

Es importante recordar que la participación de los/as jóvenes es un enfoque, no una 'cosa' que se puede calificar o hacer como un proyecto único (Holdsworth, 2001). Un enfoque de participación juvenil ayuda a los/as jóvenes a actuar, a tomar sus propias decisiones y a defenderse a sí mismos/as (en lugar de verlos como "clientes/as" pasivos/as).

En la política y la práctica en materia de juventud, suele haber 3 tipos de "compromiso de los jóvenes

compromiso en (normalmente en educación o formación)

compromiso de (participar en una actividad)

compromiso con (estar conectado/a con algún tipo de asociación o trabajo en grupo con otras personas).

Al igual que ocurre con la participación juvenil, es importante reflexionar sobre el término "compromiso juvenil": para que forme parte de nuestro trabajo, es necesario comprender y expresar exactamente qué queremos decir con él.



**Taller de**  
**Narrativa**

## Lluvia de ideas y narraciónnarración ming e Storytelling

### ● Propósito general y objetivos

El objetivo de estos talleres es fomentar la participación y el compromiso cívico de los/as jóvenes mediante las competencias de la narrativa y la lluvia de ideas. Esto les ayudará a esculpir ideas y formular las historias con las que desarrollar y utilizar para sus guiones cinematográficos. El propósito de estos talleres es también fomentar y desarrollar:

La competencia literaria

La competencia personal, social y para aprender a aprender

### ● Participantes: 15 jóvenes

### ● Duración: 4 horas

### ● Entorno:

En una sala con suficientes mesas y sillas para acomodar a todos los participantes. Las mesas pueden estar separadas para permitir la formación de grupos, o en semicírculo para permitir un mayor debate e interacción.

### ● Introducción y romper el hielo

Título: Recuerdos de cuentos

Introducción del tema:

Descripción del ejercicio:

El ejercicio para conocerse que utilizaremos en este taller es Recuerdos de cuentos. Consiste en que cada uno/a de los/as participantes describa su primer libro o un libro que le haya encantado y el recuerdo o la emoción que le provoca. Por ejemplo, Moby Dick podría recordarte una época en la que visitaste o viviste junto al mar (¡o tuviste una ballena de mascota!) y tal vez te encantó ese lugar en particular porque te hizo sentirte uno/a contigo mismo/a o porque fue una época en la que tenías muchos/as amigos/as o conociste a tu primer amor.

Esta actividad puede ser amplia y no tiene por qué ser tan personal, si los/as participantes no quieren compartir nada demasiado revelador al principio.

## Descripción de los ejercicios

### Ejercicio 1

#### La Magia de la Narrativa colectiva

Introducción: Este ejercicio trata sobre la narración colaborativa y se basa en la imaginación no de una única persona, sino de un puñado de gente. Al igual que en la lluvia de ideas, los esfuerzos combinados y los recursos creativos son mucho más potentes en grupo, ¡lo que permite crear historias agudas y memorables!

Se basa en la premisa de que varias cabezas piensan mejor que una, y donde una persona puede quedarse atascada o perpleja sobre ciertos detalles (desarrollo de personajes, progresión narrativa, vocabulario, descripciones y demás), otras personas pueden resolver los problemas y hacer avanzar la historia por un camino más adecuado, lo que también debería mejorar la calidad de la escritura. Esto suele ocurrir en la industria cinematográfica, donde una película o serie tiene varios/as “escritores/as” diferentes, por lo que ser capaz de colaborar es esencial a la hora de hacer una película. Algunas de las ideas que se le ocurran al grupo pueden ser el combustible de cualquier idea para una historia.

Tareas y facilitación: Se crean grupos pequeños (varios equipos pequeños, si forman parte de un conjunto mucho mayor) y se les encarga que elaboren juntos/as una historia. Cada miembro del equipo sugerirá ideas y formas de avanzar en la narración hasta que hayan llegado a una historia completa con un principio, un nudo y un desenlace que puedan leer en voz alta durante la sesión.

Cada miembro del equipo contribuye a la historia, basándose en lo que han dicho los anteriores. Esto fomenta la creatividad, la imaginación y la continuidad de la narración. Se trata de un ejercicio de construcción con bloques, y el objetivo es que unos bloques encajen perfectamente con otros.

A medida que la historia se desarrolla de forma fluida y natural, los/as participantes pueden sorprenderse de lo originales y eficaces que pueden llegar a ser sus esfuerzos. Cada miembro debe ver respetadas sus sugerencias y funcionar como una unidad democrática. Si el grupo decide en equipo revisar algunas frases o partes de la historia, está permitido. Evidentemente, es importante elegir las mejores ideas, siempre que todos los miembros se sientan valorados y reciban la debida consideración.

La historia puede ser tan larga o corta como

se considere necesario. Sería una buena forma de empezar una novela gráfica, o quizá el principio, el medio y el final de una prosa corta. Luego, se pueden adaptar para el guion de una película.

### Ejercicio 2

#### **Ser un narrador/a profesional con Tarjetas o Pasos para Contar Historias**

Introducción: Existe una estructura particular que la mayoría de los escritores/as siguen a la hora de escribir una historia, ya sea un libro, un relato corto o un largometraje. Este formato ayuda a dar a la historia un ritmo y un estilo que son fáciles de seguir para el lector/a y fáciles de recordar para el escritor/a en ciernes.

Si quiere que la gente lea o vea su obra, su historia debe ser coherente y tener sentido desde el punto de vista narrativo; de lo contrario, reinará la confusión y el lector/a abandonará la lectura. Estas tarjetas permiten a los/as participantes explotar esta estructura comúnmente aceptada y les dan más posibilidades de hacer un buen trabajo creativo.

Se enseña a los/as participantes a crear una historia utilizando estas tarjetas y, a continuación, cada uno/a de ellos/as escribirá una historia corta que abarque cada uno de los pasos. Este proceso transformará inmediatamente al/la participante en un escritor/a mucho más consumado/a con sólo un poco de práctica. También les ayudará a tener más confianza en su escritura, ya que sabrán (y descubrirán) que están tomando las decisiones correctas y escribiendo mejor material.

Tareas y facilitación:

El facilitador/a o trabajador/a juvenil explicará cada una de las tarjetas o pasos a los/as participantes y les pondrá un poco en antecedentes o les dará algunos ejemplos de historias famosas para dejar claro su punto de vista. Explicará a qué corresponde cada una y cómo se desarrolla la historia a través de las tarjetas. Los/as participantes experimentarán cómo la historia evoluciona y cobra vida a medida que van utilizando los pasos (tarjetas) para dar cuerpo a sus historias. Verán hasta qué punto tiene sentido y empezarán a notar cómo mejora el nivel de su escritura.

Tendrán tiempo suficiente para hacerse una idea de cómo se construye una historia siguiendo las pautas correctas. Por ejemplo, cada paso puede constar de 10 líneas o media página. Escribirán una historia corta que abarque todos estos pasos y la leerán en voz alta delante del grupo. Esto les proporcionará una retroalimentación vital y un reconocimiento de dónde han acertado y qué tipo de ajustes deben hacer para lograr una buena síntesis

de los diferentes elementos de la historia.

Pasos (cada uno de ellos puede desarrollarse o desglosarse más)

#### 1. Escenario

¿Cuándo y dónde comienza/ocurre la historia? ¿Quiénes son el Protagonista y los demás personajes de la historia?

#### 2. Conflicto

¿Qué amenaza el orden del mundo? ¿Es un villano/a o una perturbación externa (desastre natural, enfermedad, etc.)? ¿Qué aspecto tiene el villano/a? ¿Qué poderes destructivos utiliza el villano/a?

#### 3. Punto de Inflexión

¿Quién ayuda al héroe o heroína a completar las tareas o qué le da fuerza y valor? ¿Se encuentra con un sabio/a o descubre un poder secreto? ¿Qué descubre el héroe/heroína sobre sí mismo/a y sobre el mundo? ¿Qué suceso lleva al héroe/heroína a una resolución?

#### 4. Resolución

¿Cómo es el final del viaje? ¿El héroe/heroína consigue un premio (un príncipe o princesa, joyas, victoria, etc.)? ¿Cómo es el mundo ahora y cómo ha cambiado el héroe/heroína?

#### 5. Moraleja

¿Cuál es la lección universal de la historia, qué nos enseña?

### Ejercicio 3

#### **Historias a través de la Improvisación**

Introducción:

En este ejercicio, a los/as participantes se les da una idea y luego tienen que inventar una historia a partir de esa idea. Puede ser una palabra, una frase, un accesorio o una idea. La historia puede ser un sketch, un relato corto, el guion de una película o una mezcla de todo ello.

Esto puede ayudar a los/as participantes a practicar sus habilidades de improvisación y animarlos a pensar de forma creativa sobre la narración. Cuanto más creativo/a sea un/a participante, mejor escribirá automáticamente. Pensar con originalidad da lugar a historias originales y fascinantes.

El hecho de basarse en un estímulo los anima a estar abiertos/as a sugerencias y a dejarse llevar por lo que el facilitador/a decida darles. Aprenden a esperar lo inesperado y, como en el mundo de la improvisación, ¡a no decir nunca que no a nada!

Tareas y facilitación:

El facilitador/a decidirá qué estímulo dar a los/as participantes. Puede ser un ejercicio en grupo o en solitario. Es preferible que las respuestas sean breves, en lugar de ser una historia extensa. Es una forma de incitar a los/as participantes a pensar en cómo empezar un

determinado escenario, escena o capítulo. Por ejemplo, el facilitador/a puede decir una frase: "Las luces se apagaron y ella sintió un frío terror en lo más profundo", o escribir una escena en la que haya jaleo en el comedor escolar y los/as participantes deben describir lo que está ocurriendo. Esto permite a los/as participantes utilizar su imaginación y crear el comienzo de una historia. Se podría incluso continuar con una frase inicial del primer capítulo o escena: "El cielo era luminoso, pero delante de él vio algo inusual, no estaba seguro, pero parecía un...".

También se permite un objeto físico. Puede ser un juguete que tenga el facilitador/a y puede pedir a los/as participantes que escriban sobre él, por ejemplo, dónde lo compraron, qué significa para ellos/as o cómo piensan pasarlo a la siguiente generación.

#### *Ejercicio 4*

### **Convertirse en Robot**

Introducción:

Este ejercicio introducirá una nueva forma de involucrar la creatividad del/la participante a través de su mente subconsciente. La escritura automática en esencias desconecta nuestras mentes prácticas y fomenta una escritura fluida, que proviene de un lugar más profundo. Se basa en la inspiración más que en la practicidad y puede ayudar a sacar a relucir una creatividad asombrosa.

Muchas veces, estamos limitados/as o atados/as por nuestra mente pensante, sin permitir o aprovechar la parte de nosotros/as donde reside la inspiración y la magia. Impedimos activamente que surjan las ideas porque intentamos forzarlas o "pensarlas". Por el contrario, la mejor escritura, a menudo, surge de rendirse y permitir que grandes palabras, frases e ideas surjan de forma natural y de un lugar inconsciente al que no se puede llegar sólo a través del pensamiento.

Tareas y facilitación:

Cada participante tendrá a su disposición un folio A4 (si es más grande, mejor, ya que deja espacio suficiente para fluir sin interrupciones por tener que cambiar de página). A continuación, el facilitador/a explicará que, para acceder a la parte inconsciente de la mente, primero hay que "desconectar" la parte consciente o práctica del cerebro.

El objetivo principal de este ejercicio es promover y acceder a un tipo de inspiración que normalmente no está disponible, sobre todo si se ve frenada por emociones como la vergüenza o la ira. También puede verse obstaculizada, si un/a participante piensa que no es lo suficientemente bueno/a o que no ha logrado lo suficiente como escritor/a y, por lo tanto,

no "merece" escribir material fantástico.

Para entrar en el flujo de la conciencia y acceder a su rica fertilidad, los/as participantes deben activar primero su mente subconsciente y reducir la dependencia de la parte consciente de su cerebro. Para poder hacerlo con mayor eficacia, los/as participantes deben escribir de forma continuada después de haber empezado. Es importante que no haya pausas ni paradas para "pensar" en el siguiente movimiento. El objetivo no es la perfección (de la gramática, el sentido o la continuidad del pensamiento), sino la inspiración pura y el aprovechamiento de la mente subconsciente, que al final se filtrará en la mente consciente y se equilibrará con ella. Este ejercicio debe durar, al menos, 10 minutos para que los/as participantes que no estén acostumbrados/as a esta forma de operar se sientan cómodos/as dejándose llevar y permitiendo que salga lo que está enterrado.

#### *Ejercicio 5*

### **Inteligencia Emocional**

Introducción:

Escribir es una forma muy eficaz de afrontar las emociones, sobre todo las negativas, que pueden haber sido causadas por situaciones difíciles de la vida. Les da una salida para ser reconocidas y, a menudo, resueltas. Esto se debe a que, al escribir, "hablas" de ellas, aunque sólo sea contigo mismo/a, y al expresarte y expresar tus problemas por escrito, les das permiso para que se noten y se curen.

Al escribir cómo te sientes, a menudo en forma de diario, trabajas consciente (e inconscientemente) con lo que te afecta en ese momento, en lugar de reprimirlo y enterrarlo, lo que hará que se pudra y cree más problemas en el futuro. Este proceso te permite darte cuenta de las cosas y encontrar soluciones a tus problemas. Este ejercicio es una práctica para enumerar y describir tus estados emocionales. Ayudará a los/as participantes a entrar en contacto con sus emociones más profundas, pero también con su prosa descriptiva cuando trabajen con emociones en sus historias. También les muestra la importancia de ser capaces de describir y poner en palabras lo que ellos/as (y sus personajes) sienten.

Tareas y facilitación:

Pida al grupo que cree un breve diario o entrada de diario que se centre en una emoción específica, como la alegría, la ira o la tristeza. Esto también puede relacionarse con su guion para el resultado final. Puede ser real y describir cómo se siente usted como participante o puede ser una descripción de un personaje ficticio. Por ejemplo, puede estar relacionado con una frustración cívica o política, en la

que usted o el personaje de su película hayan experimentado algún tipo de injusticia o falta de fe en la esfera política o cultural en la que vivan.

Combine estos sentimientos con el acontecimiento o la situación que hizo que usted o su personaje se sintieran así. Por ejemplo, puede que asistiera a una manifestación en favor de una causa justa y que la actuación de la policía fuera brusca y rayara en la brutalidad policial, lo que le hizo sentir decepcionado/a o dolido/a; o puede que hubiera algo beneficioso que se pretendía hacer o poner en práctica en su comunidad, pero debido a la corrupción en el gobierno local (¿cómo lo descubre el personaje?), esta acción tan necesaria quedó aplazada para otro día, dejando a las personas que más lo necesitaban disgustadas y desamparadas.

Como facilitador/a, puede repasar ciertas frases o palabras o formas de decir y describir estados emocionales. Desde el punto de vista de la escritura, es importante poder describir una situación (feliz, divertida, triste, trágica, etc.) con las emociones que se derivan de ella. El lector/a se sentirá atraído/a y seguirá pasando páginas o viendo la película, si puede ver o sentir las emociones verdaderas y crudas de los personajes.

Es bueno que los/as participantes lean su trabajo en voz alta, pero si se trata de un relato muy personal de su propia vida o sentimientos, es importante darles la opción de decidir si quieren que el resto del grupo conozca su "historia".



## ● SESIÓN INFORMATIVA

Tiempo de Reflexión y Conclusiones  
Preguntar siempre

¿Qué ha pasado?

¿Cómo me siento?

¿Qué me gustaría cambiar para la próxima vez?

### Ejercicio 1

Cuando los participantes hayan terminado su relato colaborativo, podrán leerlo (individualmente o en equipo) al resto del grupo. Como parte del proceso de retroalimentación, los otros equipos pueden hacer sugerencias sobre lo bueno de la historia, dónde podría haberse mejorado o qué habría encajado mejor en la narración. Dónde tenía sentido y dónde se perdió el equipo el hilo de la narración, y por qué.

Los otros equipos y el facilitador/a pueden proponer mejoras, tanto en el estilo de redacción como en la forma de unir las partes de la historia.

### Ejercicio 2

Lo que tratamos de conseguir con este ejercicio es una escritura de mayor calidad, por lo que el facilitador/a debe guiar al grupo para que aporte comentarios constructivos sobre la forma en que los/as participantes elaboraron su historia y la estructura que adoptó. Si se ajusta a las tarjetas (pasos), pero también qué tipo de flexibilidad se permite, porque las historias son, en esencia, obras de creatividad y necesitan ser flexibles en algunos aspectos. Si un/a participante comete un desliz importante en la estructura, hay que señalarlo y explicarle cómo puede afectar a la progresión de la historia en una fase posterior.

### Ejercicio 3

La improvisación es una forma diferente de creatividad. Es espontánea y, a veces, puede resultar extraña o incómoda, ya que no se puede elegir lo que se decide, al menos al principio. Algunos/as participantes se adaptarán con facilidad a este tipo de creación "presentada", mientras que a otros/as les costará porque sienten que no tienen el control o que la presión que se ejerce sobre ellos/as para que partan de un punto claramente definido es demasiado grande.

Una buena pregunta para los/as participantes es "¿cómo te has sentido haciendo este ejercicio? ¿Fue fácil o te costó ser creativo/a, debido a los parámetros fijos? ¿Disfrutasteis y prosperasteis en una situación en la que había directrices claras y sabían exactamente lo que tenían que hacer?"

### Ejercicio 4

Como la mayoría de los/as participantes no habrán trabajado mucho con la mente subconsciente (a menos que tengan experiencia con la meditación o el Mindfulness o atención plena), conviene ser paciente y preguntarles cómo se sienten mientras lo hacen. Algunos/as pueden tener problemas para soltarse, por lo que el facilitador/a tendrá que orientarles y asegurarles que los sentimientos de incomodidad son normales al principio. Hay que asegurarles que, al tratarse de un método de acceso al subconsciente, parte de lo que escriban puede resultar embarazoso o "delicado", ya que afloran ideas, pensamientos y emociones muy arraigadas.

Se trata de un ejercicio en el que los/as participantes no necesitan leer su material después, debido a la naturaleza a menudo sensible de lo que sale en el papel. Si lo desean, pueden hacerlo, pero no es obligatorio.

### Ejercicio 5

Una vez más, dado que puede tratarse de una experiencia más personal, la elección de leer su trabajo debe recaer en el propio/a participante. Puede ser bueno escuchar algunas formas de describir las emociones y que los/as participantes hagan sugerencias sobre cómo mejorar, ya que es una parte importante de la escritura. Si las emociones coinciden con la situación o las acciones, el trabajo puede resultar mucho más coherente.

O, si los/as participantes lo prefieren, pueden escribir sobre un personaje y compartir sus emociones a través de él o ella para absolver al/la participante de expresar directamente sus sentimientos privados.

## ● Materiales

Papel para escribir  
Pizarra blanca  
Bolígrafos, lápices y rotuladores de diferentes colores  
Lienzos grandes para la historia en equipo, si se desea  
Material de atrezzo, si es necesario  
Ejemplos o impresiones de historias  
Folios de papel A4

## ● Adaptaciones a grupos destinatarios específicos:

No se necesitan adaptaciones reales. Los temas presentados por el facilitador/a pueden variar de un/a participante a otro/a y de un grupo de edad a otro. Corresponde al facilitador/a sugerir lo que es pertinente para un grupo concreto.

## ● Recomendaciones para facilitadores

Tener la mente abierta y aceptar lo que crean/ sugieran los/as participantes,  
Ser paciente, ya que desarrollar la creatividad en la escritura requiere tiempo y práctica,  
Ofrecer comentarios/retroalimentación que sirva de inspiración, pero que también ayude a mejorar las habilidades prácticas,  
Si el/la participante es tímido/a, puede ser reacio/a a exponerse, por lo que leer en voz alta su historia puede infundirle ansiedad (o miedo a ser juzgado por sus esfuerzos), así que puede hacerlo usted o dejar que cada participante decida si quiere que se escuche su historia,  
Tener un plan de contingencia por si los/as participantes se ponen nerviosos/as,  
Aceptar lo que se escriba en el papel, ya que algunos de estos ejercicios pueden dar resultados inesperados,  
Asesorar sobre salidas para seguir mejorando sus habilidades, como grupos de escritura o grupos virtuales/en su barrio.

## Bibliografía

*Bibliografía y materiales recomendados para leer antes del taller)*

### Escritura Automática

<https://www.meldstudios.com.au/thoughts/automatic-writing-exercise-help-efficient-writer#:~:text=Automatic%20writing%20is%20a%2010,for%20the%20report%2C%20presentation%20etc>

### Escribir sobre tus emociones

<https://psychcentral.com/health/what-is-it-really-like-to-stay-at-a-psychiatric-hospital#re-cap>

### Pasos para escribir una historia

<https://prowritingaid.com/elements-of-fiction#:~:text=There%20are%20seven%20elements%20of,to%20create%20a%20coherent%20story>

## Anexo

Historias famosas que siguen un proceso paso a paso como se establece en las tarjetas, como:

Harry Potter

Rocky

Shrek

El Señor de los Anillos

(cualquier historia que muestre la progresión de un héroe o heroína involuntario/a o improbable que lucha contra todo pronóstico y sale victorioso/a al final).

Esto es un vistazo a las Tarjetas de Narración en su forma básica. Si se desea, se pueden añadir otros elementos más completos. La tabla también muestra cómo se puede construir la historia, pero desde un ángulo diferente.

## TARJETA DE NARRACIÓN – CONSTRUYENDO LA HISTORIA

| <b>ESCENARIO</b><br><b>4</b>                           | <b>CONFLICTO</b><br><b>3</b> | <b>PUNTO DE IN-<br/>FLEXIÓN</b><br><b>1</b> | <b>RESOLUCIÓN</b><br><b>2</b>        | <b>MORALEJA</b><br><b>5</b> |
|--|------------------------------|---|--------------------------------------|-----------------------------|
| Conocer al héroe/heroína<br>El sueño del héroe/heroína | Problema del héroe/heroína   | El héroe/heroína actúa de forma diferente   | El héroe/heroína alcanza su objetivo | Lecciones aprendidas        |

### Pasos

cada uno de ellos puede desarrollarse o desglosarse más

1. Escenario  
¿Cuándo y dónde comienza/ocurre la historia? ¿Quiénes son el Protagonista y los demás personajes de la historia?
2. Conflicto  
¿Qué amenaza el orden del mundo? ¿Es un villano/a o una perturbación externa (desastre natural, enfermedad, etc.)? ¿Qué aspecto tiene el villano/a? ¿Qué poderes destructivos utiliza el villano/a?
3. Punto de Inflexión  
¿Quién ayuda al héroe o heroína a completar las tareas o qué le da fuerza y valor? ¿Se encuentra con un sabio/a o descubre un poder secreto? ¿Qué descubre el héroe/heroína sobre sí mismo/a y sobre el mundo? ¿Qué suceso lleva al héroe/heroína a una resolución?
4. Resolución  
¿Cómo es el final del viaje? ¿El héroe/heroína consigue un premio (un príncipe o princesa, joyas, victoria, etc.)? ¿Cómo es el mundo ahora y cómo ha cambiado el héroe/heroína?
5. Moraleja  
¿Cuál es la lección universal de la historia, qué nos enseña?

**Talleres de**  
**realización de Cine**

## Introducción a la Realización de Cine

### ● Propósito general y objetivos

El objetivo principal de estos talleres es dotar a los/as jóvenes de las habilidades y recursos necesarios para realizar una serie de vídeos con las fases que conlleva (preproducción, producción y postproducción), a la vez que aprenden habilidades transversales y se empoderan, las cuales están directamente relacionadas con las competencias clave SALTO, como son:

Competencias personales, sociales y para aprender a aprender  
Conciencia cultural y competencia de expresión  
Competencia digital

### ● Participantes: De 5 a 25

### ● Duración: 4 horas

### ● Entorno:

Modalidad presencial, en una sala con proyector y espacio suficiente para el número de participantes.

### ● Introducción y romper el hielo

Título: Giro argumental

Introducción al tema: Hoy en día, estamos acostumbrados/as a ver películas con guiones planos. Estamos acostumbrados/as a predecir el final de una película, a conocer de antemano los papeles de los personajes... Ahora, todo eso va a cambiar.

Descripción del ejercicio:

El facilitador/a dispondrá las mesas y las sillas en círculo mirando hacia dentro. Los/as participantes se sentarán en este círculo.

En primer lugar, se explicará a los/as participantes qué es un giro argumental:

“Un giro argumental es un cambio en la cadena de acontecimientos de una trama, ya sea literaria, teatral o cinematográfica. Suele producirse hacia el final de la obra, pero también puede darse hacia la mitad. Estos giros cambian radicalmente el propósito de los personajes”.

Tras esta introducción, se pedirá a cada participante que escriba en un papel una película que le guste y que todos o casi todos hayan visto alguna vez (una película famosa).

Una vez que hayan escrito el nombre de su película en el centro, pasarán su hoja de papel al participante de la derecha. Cada participante escribirá un posible giro argumental para esa película (cuanto más loco, mejor), hasta volver a su dueño, habiendo cerrado el círculo.

A continuación, los/as participantes leerán cada uno de esos giros argumentales de su película y, mientras lo hacen, cada persona dirá qué giros argumentales ha escrito, así como su nombre y una breve introducción.

Es importante informar de antemano a los/as participantes de que cuanto más loco o hilarante sea el giro argumental que vayan a escribir, más divertido será el ejercicio.

### Descripción de los ejercicios

Después de romper el hielo, se pedirá a los/as participantes que tomen asiento en sus mesas frente a la pantalla en la que se proyectará la presentación.

Esta presentación contiene diversos conceptos, técnicas y demás, relacionados con la realización de películas para que cualquier persona usuaria pueda tener un nivel básico de comprensión de este tema.

Se proyectará la presentación y el facilitador/a, con un estudio previo, explicará el contenido de la misma y realizará las actividades propuestas en ella.

#### Ejercicio 1

**Presentación de los conceptos básicos de uso de la cámara fotográfica y de vídeo, así como de los conceptos relacionados con la grabación.**

En este primer ejercicio, los/as participantes prestarán atención al facilitador/a, que ofrecerá una explicación detallada de los conceptos más básicos relacionados con la fotografía y el vídeo.

Los facilitadores/as se centrarán en la comprensión de cada una de las diapositivas, asegurándose con preguntas de que los/as participantes han entendido el contenido, y haciendo hincapié en que estos conocimientos les serán útiles para la creación de sus cortometrajes (dándoles esa motivación basada en el dominio y control que tendrán los/as participantes).

Una vez finalizada la lección sobre el contenido de las diapositivas, el facilitador/a preguntará si quedan preguntas pendientes (aunque esto también se habrá hecho de forma transversal en varias diapositivas).

Al mismo tiempo, el facilitador/a habrá explicado desde el principio que es normal que surjan dudas y que se agradecerá la curiosidad y originalidad de cada participante.

#### Ejercicio 2:

##### Vídeo libre

Una vez finalizado el ejercicio 1, el facilitador/a explicará a los/as participantes que ahora disponen de media hora para grabar un vídeo de su elección, utilizando los distintos parámetros que han aprendido (ISO, velocidad y diafragma, así como iluminación). Se informará previamente a los/as participantes de que, en la medida de lo posible, deberán reproducir algunas de las técnicas utilizadas en la presentación anterior.

Es importante que, durante este ejercicio, se explique a los/as participantes que, a través de éste y de los siguientes ejercicios, adquirirán el poder de participar en la esfera social, en este

caso, a través de la creación de películas. También se les informará de que se valorará la creatividad y la originalidad, así como la creación de una pequeña historia o argumento dentro del vídeo.

El facilitador/a animará al resto de participantes a realizar este ejercicio, y les ayudará en todo lo posible para sacar lo mejor de cada uno/a de ellos/as.

Al final de la media hora, se dedicará el tiempo necesario (probablemente, menos de 10 minutos) para elegir, por consenso, los 3 vídeos ganadores. Al mismo tiempo, se seleccionarán los aspectos positivos y creativos de los demás vídeos que no estén en el podio.

Los/as participantes también deberán hacer 3 fotos de la forma más creativa posible, utilizando las variables aprendidas previamente. Después, se elegirán por consenso la mejor fotografía y el mejor vídeo.

### *Ejercicio 3*

#### **Presentación de conceptos básicos relacionados con la iluminación y las diferentes fuentes de luz.**

Esta parte de la presentación proporcionará conocimientos sobre qué es la iluminación, los diferentes tipos de luces que se utilizan y el efecto que producen, así como la forma de utilizarlas correctamente al fotografiar.

Se recomienda que, mientras se explica cada uno de los diferentes tipos de iluminación, el facilitador/a intente simular estas condiciones de iluminación con los/as participantes en el espacio disponible.

Como estos conceptos son bastante sencillos, es importante que el facilitador/a se asegure de que se entienden.

A continuación, se realizará el ejercicio 4.

### *Ejercicio 4*

#### **Luces y sombras**

Para este ejercicio, los/as participantes aplicarán lo que han aprendido en este tema, haciendo vídeos de no más de un minuto en los que demuestren que han entendido los diferentes conceptos. En caso de que no haya suficientes materiales para todos/as, se turnarán, apreciando y reforzando el trabajo en equipo y las ideas que se generen.

Se aclarará de antemano que deben utilizarse, al menos, 2 de los tipos de iluminación anteriores.

Finalmente, el vídeo con la mejor aplicación de iluminación será elegido por consenso.

Se valorará el uso de la iluminación y la creatividad, pudiendo utilizar la voz y los efectos sonoros, además de enfatizar la importancia de la participación en la sociedad como tema principal.

### *Ejercicio 5*

#### **Tipos de tomas/encuadres.**

Presentación de los diferentes tipos de tomas y sus diferentes aplicaciones en la grabación de vídeo. Se recomienda que el facilitador/a lea, en la sección de “materiales”, la breve teoría sobre ellos para poder explicarlos correctamente.

También se recomienda que los/as participantes traten de nombrar las películas que aparecen en los ejemplos de las diferentes tomas, ya que esto reforzará el aprendizaje y la memorización visual.

### *Ejercicio 6*

#### **Encuadres de nosotros/as mismos/as.**

Una vez hayamos aprendido los diferentes tipos de tomas básicas que existen, vamos a llevar a cabo un video conjunto en el que utilizaremos todos los tipos de tomas aprendidas, al menos una vez, conectados con el tema principal de ciudadanía activa y participación.

Para ello, vamos a diseñar una pequeña historia relacionada con la inclusión y promoción de la participación de todos/as los/as jóvenes en la sociedad, y vamos a crear un video de no más de 2 minutos.

Para ello, usaremos todo lo que hemos aprendido hasta ahora para llevarlo a cabo, valorando el trabajo en equipo y el uso del consenso para el tema del video y los aspectos relacionados con él.

### *Ejercicio 7*

#### **Ángulos y emociones**

La última parte de la presentación se lleva a cabo, mostrando los diferentes ángulos, haciendo que los/as participantes vean que estos, así como las tomas, se pueden utilizar para transmitir emociones al público.

### *Ejercicio 8*

#### **Nuestro primer boceto**

Una vez que hayamos aprendido los diferentes tipos de tomas básicas que existen, vamos a hacer un video conjunto en el que utilizaremos, al menos, 3 de las tomas previamente aprendidas, y 3 ángulos que transmitan una emoción relacionada con el tema que elijan.

*Se va a hacer de forma conjunta y se debe utilizar todo el conocimiento previamente aprendido.*

## ● SESIÓN INFORMATIVA

### Tiempo de Reflexión y Conclusiones

Después de cada una de las actividades, el facilitador/a preguntará a los/as participantes, de manera cercana y empática, su opinión sobre cada actividad.

Es importante que, en este punto, el facilitador/a inicie su discurso asumiendo que esta capacitación puede haber implicado un cierto nivel de dificultad, pero que es consciente de que cada uno/a de los/as participantes lo ha hecho lo mejor que ha podido.

Si hay sugerencias de mejora, es importante escucharlas y tomar nota de ellas para mejorar la dinamización del taller en futuras ocasiones. Si hay crítica destructiva o autocrítica destructiva de los/as participantes, el facilitador/a debe intentar centrarse en los aspectos positivos de su crítica, o en las cosas positivas que se han hecho o aprendido.

Una vez finalizada esta reflexión, el facilitador/a hará una “ronda de sentimientos”, pidiendo a cada uno/a de los/as participantes que se feliciten por algo que han hecho o aprendido durante el taller.

Es importante destacar que las críticas que el taller puede recibir, o las cosas que pueden tener sugerencias para mejorar, son muy importantes para la mejora futura de este taller, por lo que el facilitador/a anotará todas ellas para mejorarlo en el futuro.

Preguntar siempre:

¿Qué ha pasado?  
¿Cómo me siento?  
¿Qué me gustaría  
cambiar para la  
próxima vez?

## ● Materiales

Materiales requeridos:

Teléfonos móviles, si es posible con la Entorno manual de la cámara (se puede compartir un teléfono móvil entre 2 personas)

Presentación de Canva, incluyendo las habilidades necesarias que serán proporcionadas por el facilitador/a

Hojas de papel y bolígrafos para el rompehielos “Giro argumental”

Si es posible, focos y trípodes para estabilizar la cámara y poder cumplir con la parte de iluminación

Presentación de Canva (español): [https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm\\_content=DAFeeDsACRo&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

Presentación de Canva (inglés): [https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm\\_content=DAFhABVE5Ag&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

## ● Adaptaciones a grupos destinatarios específicos

Discapacidad visual: la persona ciega puede actuar como director/a, actor/actriz y otros papeles importantes en este campo.

Discapacidad intelectual: Se prestará especial atención a sus capacidades y se intentará, en la medida de lo posible, adaptar la lección y los contenidos a esta persona.

## ● Recomendaciones para facilitadores

Todas las mencionadas anteriormente.

Si hay personas con discapacidad durante el taller, se alienta a que los facilitadores/as adapten, en la medida de lo posible, todas las actividades a su nivel y capacidades.

## ● Bibliografía

Bibliografía y materiales recomendados para leer antes del taller

Presentación de Canva  
[https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm\\_content=DAFeeDsACRo&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

<https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/>

## Anexo

Presentación de Canva (español): [https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm\\_content=DAFeeDsACRo&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPNq/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

Presentación de Canva (inglés): [https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm\\_content=DAFhABVE5Ag&utm\\_campaign=designshare&utm\\_medium=link2&utm\\_source=sharebutton](https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf0gou5TWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton)

Ambas presentaciones se encuentran en la carpeta Drive, en formato PDF.



## Realización de Cine - Edición

### ● Propósito general y objetivos:

Los/as participantes alcanzarán las competencias para grabar y editar videos motivacionales

Los/as participantes aprenderán a editar su película

Los/as participantes comenzarán la edición de su película

### ● Participantes: 15

### ● Duración: 4 horas

### ● Entorno:

Modalidad presencial, en una sala con proyector y espacio suficiente para el número de participantes.

### ● Introducción y romper el hielo

Título: La entrevista

El facilitador/a hará un recorrido redondo para que cada participante cuente cómo está desde el último taller hasta ahora y cómo integra los conocimientos adquiridos hasta ahora en el cine.

El facilitador/a propondrá un juego divertido, en el que, en parejas, los/as participantes necesitan inventar un lenguaje secreto, utilizando grupos de sonidos (por ejemplo, Bla-bi-ba, etc). Ronda a ronda, cada pareja recreará una entrevista en su nuevo idioma y los demás deberán adivinar cuál es el tema del debate.

## Descripción de los ejercicios

### *Ejercicio 1*

#### **Mensaje para el mundo.**

Se pide a los/as participantes que piensen en 10 cosas que les gustaría cambiar del mundo. Después, tienen que eliminar 5 de ellas, dejando las 5 más importantes. El siguiente paso es elegir 3 de estas últimas 5 cosas. Al final de este paso, cada participante habrá elegido 3 cosas.

El facilitador/a divide al grupo en 3 equipos de trabajo de 5 personas (u otro procedimiento de división, según el número de participantes en el grupo). Cada equipo debatirá y presentará las cosas elegidas para cambiar el mundo. Después del debate, tienen que elegir un tema sobre el cual continuar trabajando en el taller. Elegirán algo que tengan en común.

### *Ejercicio 2*

#### **Motivar el cambio.**

Después de elegir el tema de su grupo, los/as participantes harán una lluvia de ideas durante 30 minutos y dibujarán en un rotafolio las principales ideas relacionadas con el tema y el mensaje que quieren transmitir a través del tema que eligieron. Presentarán en el grupo principal lo que escribieron y el facilitador/a les ayudará a refinar el mensaje, con el fin de que sea claro para ellos/as y para el público que quieran abordar.

Después de la presentación, escribirán el guion del video que quieren grabar durante el taller.

### *Ejercicio 3*

#### **Grabación de video.**

Los/as participantes trabajarán en grupos o de forma individual, con la tarea de transformar el mensaje que dibujaron en el papel en un video corto. El facilitador/a dará algunos consejos relacionados con la grabación de vídeo, utilizando una presentación sobre este tema (adaptada al nivel de conocimientos y habilidades de los/as participantes en lo que a la edición de películas respecta).

Antes de comenzar a hacer el video, el facilitador/a establecerá con los grupos algunas reglas básicas para trabajar juntos/as:

Definir el espacio que cada grupo tiene a su disposición

Definir el material y cómo usarlo

Definir el tiempo (tendrán 1 hora para realizar la tarea)

Definir algunas reglas de trabajo en equipo para ayudarles a gestionar su interacción durante la grabación

En los grupos pequeños, se definirán algunas tareas y roles, y el facilitador/a explicará dichos roles dentro del equipo, dejando después que los miembros del equipo dividan los roles de acuerdo con sus habilidades y capacidades:

- Director/a de video
- Operador/a de cámara
- Personajes

Durante la grabación de video, el facilitador/a ayudará a los/as participantes con la tarea, utilizando algunas habilidades motivacionales para animarlos a hablar, debatir, ser creativos/as, entrar en el flujo y conectar emocionalmente con su mensaje.

#### *Ejercicio 4*

##### **Edición del video motivacional**

Los/as participantes tendrán una hora para editar el video que crearon, en los grupos de trabajo. El facilitador/a ayudará a los/as participantes a dividir las tareas, según sus capacidades: una persona será responsable de la edición de video, otra de la edición de sonido, otra del texto, otra de las secuencias del video. Al final, cada grupo presentará al resto de equipos su trabajo y los otros grupos darán una retroalimentación constructiva sobre lo que está funcionando bien y lo que se puede mejorar.

## **SESIÓN INFORMATIVA**

Tiempo de Reflexión y Conclusiones)

La sesión informativa con los/as participantes se realizará según los pasos que siguieron durante el taller:

### **Para el ejercicio 1 (Mensaje al mundo):**

¿Cómo pudiste pensar en algo que transmitirías al mundo?

¿Cómo fue dejar ir algunos de los mensajes y elegir los más importantes?

¿Cómo de claro tienes ahora lo que significaría para ti un cambio en el mundo y cómo te ves a ti mismo/a en ese cambio?

¿Cuál fue el proceso de elegir un solo tema en el grupo?

¿Cómo decidiste? ¿Cuáles fueron los criterios?

¿Cómo te sientes ahora con el tema elegido?

### **Para el ejercicio 2 (Motivar el cambio):**

¿Cómo fue el proceso de lluvia de ideas en tu grupo? ¿Cómo te sentiste?

¿Sientes que tu huella está presente en la presentación del grupo? Si es así, ¿qué hiciste para plasmar tu visión en el grupo? Si no es así, ¿cuál fue la dificultad para plasmar tu visión en el grupo de trabajo?

¿Está satisfecho/a con el mensaje final?

### **Para el ejercicio 3 (Grabación de video):**

¿Cómo elegisteis los roles dentro del grupo?

¿Cómo te sentiste al interpretar ese papel/rol?

¿Qué aprendiste del papel/rol que desempeñaste?

¿Cómo es ahora el video para ti? ¿Piensas y sientes que el video está transmitiendo el mensaje que querías transmitir?

¿Qué pones especial de ti mismo/as en el video que grabaste con tu grupo? ¿Cuál es tu huella única que plasmaste en él?

### **Para el ejercicio 4 (Edición del video):**

¿Cómo percibes la edición de video ahora?

¿Qué ha cambiado ahora, en comparación con lo que sabías antes de este taller?

Preguntas finales:

¿Cómo de satisfecho/a estás ahora con el trabajo que hiciste con tu grupo?

¿Cuáles son los recursos (externos e internos) que has descubierto sobre ti mismo/a durante este proceso?

¿Cómo quieres utilizar estos recursos y todo lo que has aprendido en tu vida diaria a partir de ahora?

#### ● **Materiales:**

Folios A4

Papeles de rotafolios

Lápices y colores/rotuladores

Equipo de grabación de video: cámara de video o teléfono inteligente con buena cámara/resolución (1 por grupo)

Portátil con software de edición de vídeo (1 por grupo)

#### ● **Adaptaciones a grupos destinatarios específicos**

Las actividades de este taller se pueden hacer fácilmente con todos/as los/as jóvenes y algunos de los ejercicios o tareas deben adaptarse para las personas con discapacidad. Es importante que en la construcción de los grupos se tengan en cuenta las necesidades de las personas con discapacidad y se garantice un equilibrio en los miembros del grupo, con el fin de ayudarse mutuamente en la realización de las tareas.

#### ● **Recomendaciones para facilitadores**

Il facilitatore per questo workshop deve avere El facilitador/a de este taller debe tener diferentes habilidades, mezclando las interpersonales con las técnicas (relacionadas con la creación de videos). Algunos consejos son:

- Seguir el orden de los ejercicios, adaptando constantemente las tareas y explicaciones al nivel de comprensión de los/as participantes (el nivel de comprensión debe ser el más bajo necesario para los/as participantes en el grupo)
- Ser flexible con el tiempo: el tiempo promedio necesario para este taller es de 4 horas, pero al tratarse de un proceso creativo

y un taller práctico, algunos ejercicios pueden conllevar más tiempo de lo esperado. Es importante ser flexible y dejar que los/as participantes terminen su tarea/proceso creativo

- Hacer una sesión informativa tras cada ejercicio: siguiendo las preguntas de informe, pero siempre adaptándolas (en número y contenido) al flujo del grupo

- Resumir las conclusiones en un papel rotafolio para anclar la experiencia en la memoria de los/as participantes

- Asegurarse de que el equipo funcione con todos los/as participantes y que usted, como facilitador/a, sepa cómo usarlo con la finalidad de explicarlo de una forma sencilla a los/as participantes

- Llevar consigo a un voluntario/a para ayudar en dinámica de grupo y a un voluntario/a para la parte técnica, en caso de que aparezcan preguntas o problemas técnicos

#### ● **Bibliografía**

*Bibliografía y materiales recomendados para leer antes del taller*

Roles en la producción de video: <https://www.spinningclock.com/services/video/roles-in-video-production>

Tareas de edición de video: <https://resources.workable.com/video-editor-job-description>

Programas/software de grabación de video: <https://www.movavi.com/learning-portal/best-free-video-captures.html>

Editor de video Canva: <https://www.canva.com/video-editor/>

Creación de video motivacional: <https://offeo.com/learn/comprehensive-guide-on-motivational-videos-and-how-to-make-it>

## Finalización de la película

### Propósito general y objetivos

Desarrollo de habilidades prácticas: Los/as participantes adquieren experiencia práctica en técnicas de finalización de películas, fomentando su capacidad para participar activamente en el proceso creativo.

Comprensión de la eficacia de la narración: Los/as participantes profundizan la comprensión de cómo la finalización contribuye a la narración impactante, empoderándolos para transmitir mensajes significativos.

Fomentar la colaboración y la toma de decisiones: A través de la colaboración en grupo y la revisión en parejas, los/as participantes aprenden la comunicación efectiva y la toma de decisiones informada, fomentando la ciudadanía activa.

Fomentar la atención al detalle: Los/as participantes desarrollan la atención al detalle, identificando áreas para mejorar y aumentando el impacto de sus películas.

Promover la reflexión y la retroalimentación constructiva: Los/as participantes reflexionan sobre su trabajo y ofrecen retroalimentación constructiva, fomentando un entorno de apoyo para el crecimiento y la participación activa.

Fomentar la exploración artística: Los/as participantes experimentan con diferentes técnicas de finalización, fomentando la creatividad y los enfoques innovadores para el cine.

Garantizar la continuidad del trabajo: Los/as participantes podrán trabajar en la finalización de sus propias películas desarrolladas durante los talleres anteriores y agregar los toques finales a su trabajo.

Este taller proporcionará a los/as participantes habilidades, conocimientos y una mentalidad para finalizar películas que tengan el máximo impacto, que involucren de manera efectiva al público y que inspiren la ciudadanía activa entre los/as jóvenes.

Competencias clave:

Competencia multilingüe

Competencia personal, social y de aprender a aprender

Competencia para la ciudadanía

Competencia digital

**Participantes:** 15 jóvenes

**Duración:** 4 horas

### Entorno:

El espacio de trabajo ideal para estos talleres sería una sala bien equipada y espaciosa con las siguientes características:

1. Suficientes asientos y espacio de trabajo: Asegúrese de que haya suficientes sillas, mesas y espacios de trabajo para que cada participante revise cómodamente las películas, complete las tareas y colabore con otros/as.

2. Equipo audiovisual: Hay que proporcionar una pantalla grande o un proyector, así como altavoces de audio para facilitar las proyecciones de películas y presentaciones. Esto permitirá a los/as participantes ver y analizar las películas de manera efectiva.

3. Áreas de colaboración grupal: Organice la sala para tener áreas o mesas separadas, donde los/as participantes puedan reunirse en grupos pequeños según las películas asignadas para debatir y tomar decisiones.

4. Sitio de soporte técnico: Asigne un espacio donde los facilitadores/as puedan proporcionar asistencia técnica a los/as participantes durante el proceso de finalización. En esta área debe haber acceso a programas de edición, ordenadores y otros equipos necesarios.

5. Ambiente cómodo y propicio: Asegúrese de que la sala esté bien iluminada, bien ventilada y que sea cómoda para crear un ambiente propicio para el aprendizaje y la creatividad.

6. Área de exhibición: Establezca un área de exhibición donde los/as participantes puedan mostrar sus películas finalizadas, al acabar los talleres. Esto permitirá una visión y apreciación colectiva del trabajo de los/as participantes.

Recuerde organizar los muebles y el equipo de una manera que se fomente la interacción, la colaboración y la facilidad de movimiento dentro del espacio.

## Introducción y romper el hielo

Título: Dominio de la Finalización de la Película: desde la Colaboración hasta la Perfección

Introducción al tema: (~5 min)

En este taller, exploraremos la etapa crucial de la finalización de la película y cómo juega un papel significativo, no sólo para mejorar el impacto y la eficacia de la narrativa, sino también para fomentar la ciudadanía activa entre los/as jóvenes.

La finalización de la película es el proceso de refinar y perfeccionar un proyecto de película, abarcando varios aspectos como la clasificación de color, el diseño de sonido, los efectos visuales y la continuidad. Es durante esta fase cuando una película realmente cobra vida, cautivando al público y transmitiendo mensajes convincentes.

Al profundizar en el arte de la finalización de películas, nuestro objetivo es dotar a los/as participantes de habilidades prácticas y de comprensión que les permitan participar activamente en el proceso creativo. A través de la experiencia práctica y los ejercicios de colaboración, los/as participantes desarrollarán una atención a los detalles, aprenderán la comunicación efectiva y la toma de decisiones, y cultivarán un entorno de apoyo para el crecimiento y la retroalimentación constructiva.

Además, la finalización de la película proporciona una plataforma para que los/as jóvenes expresen sus voces, ideas y perspectivas sobre cuestiones que les importan. Al refinar sus películas con el máximo impacto, los/as participantes pueden involucrar eficazmente al público, provocar debates e inspirar un cambio positivo en sus comunidades.

Rompehielos: "Reflexión y Debate Cinematográfico" (~10-15 min)

Antes de sumergirse en el taller, el facilitador/a sugiere tomarse un momento para conocerse y reflexionar sobre las experiencias de los/as participantes con las películas. Se animará a que los/as participantes se presenten y compartan una película memorable que tuvo un impacto en ellos/as, sea cual sea el género o tema.

Grupos de Debate sobre el Cine:

Ahora, se forman pequeños grupos de 3-4 participantes. En cada grupo, los/as participantes debaten sobre las películas que comparten y exploran las siguientes preguntas:

¿Qué hizo la película memorable o impactante para ti?

¿Cómo te involucró la película emocional o intelectualmente?

¿Qué elementos de la finalización y producción de la película crees que contribuyeron a su efectividad?

Cada grupo tendrá la oportunidad de compartir un resumen de sus debates con el grupo principal. Por favor, resalte las ideas clave o aspectos de las películas que se destacaron durante la conversación.

Resumen del facilitador/a: "Gracias a todos y todas por compartir vuestros pensamientos y experiencias. Está claro que las películas tienen el poder de tocarnos en múltiples niveles y de evocarnos emociones. A medida que avancemos en este taller, recordad que el proceso de finalización juega un papel crucial en la mejora del impacto de una película y el compromiso con vuestro público. Llevemos esa pasión y comprensión a nuestra exploración sobre la finalización de películas".

\*En el anexo 1 figuran otras ideas para las actividades de rompehielos.

## Descripción de los ejercicios

### Ejercicio 1

#### Más allá de la Edición: Explorando el Arte de la Finalización de una Película para alcanzar el Máximo Impacto (~1,5 horas)

Introducción: El facilitador/a da la bienvenida a los/as participantes al taller y explica que este ejercicio profundizará en los pasos esenciales que se requieren para completar un proyecto de película, enfatizando la importancia de la atención al detalle y de la colaboración durante la fase de finalización. Al concluir el taller, los/as participantes habrán adquirido habilidades prácticas en la finalización de películas y habrán desarrollado una comprensión completa de cómo este proceso mejora la eficacia de la narración y fomenta el compromiso cívico.

Parte Intermedia:

Paso 1: Explicación de la Tarea y Revisión de la Película

Facilitador/a: Cada participante recibirá una película editada parcialmente y una lista de verificación. Tendrán que tomarse un tiempo para revisar la película y familiarizarse con la lista de verificación proporcionada (véase el anexo 2), que destaca las áreas clave en las que cada persona se debe centrar durante el proceso de finalización.

Paso 2: Revisión Individual y Retroalimentación/Comentarios

Los/as participantes verán individualmente la película que se les asigne y completarán la lista de verificación, tomando notas sobre los aspectos que necesiten mejorar o aumentarse. Los facilitadores/as se moverán por la sala, proporcionarán orientación, responderán preguntas y se asegurarán de que los/as participantes entiendan los requisitos de la lista de verificación.

Paso 3: Colaboración en Grupo y Toma de Decisiones

Los/as participantes se reúnen en pequeños grupos, basados en las películas asignadas. Debaten sobre sus observaciones individuales, comparten comentarios y deciden en equipo, colectivamente, los cambios y mejoras necesarios. Los facilitadores/as alientan la comunicación abierta y guían a los grupos a considerar diferentes perspectivas.

Paso 4: Proceso de Finalización

Utilizando la lista de verificación y las decisiones del grupo, los/as participantes aplicarán los ajustes necesarios a la película. Colaborarán para implementar cambios en áreas

como la clasificación de color, la mezcla de sonido, los efectos visuales y el ritmo general. Los facilitadores/as proporcionarán apoyo técnico, fomentarán la experimentación y se asegurarán de que los/as participantes se mantienen centrados/as.

Paso 5: Revisión por Parejas

Una vez completado el proceso de finalización, los/as participantes intercambiarán sus películas dentro de sus grupos para revisarlas en parejas. Cada miembro del grupo ve la película de otro grupo, ofreciendo comentarios/retroalimentación constructiva, basada en la lista de verificación y en sus propias observaciones. Los facilitadores/as enfatizarán la importancia de la crítica constructiva y de la comunicación respetuosa.

### *Ejercicio 2*

#### **Perfeccionar su Película: el Arte de la Finalización (~2 horas)**

El facilitador/a da la bienvenida a los participantes al taller y explica que este ejercicio tiene como objetivo explorar la etapa crucial de la finalización de una película y su importancia en la elaboración de creaciones cinematográficas impactantes y refinadas. Al final del taller, los/as participantes habrán adquirido habilidades prácticas de finalización de películas, habrán desarrollado una comprensión más profunda del papel de la finalización en la narración de historias y habrán reflexionado sobre la importancia de la meticulosidad para transmitir de forma eficaz un mensaje convincente.

Parte Intermedia:

Paso 1: Comprender la Importancia de la Finalización

El facilitador/a inicia el taller destacando la importancia de la finalización de la película, en lo que respecta a la visión artística prevista y a cautivar al público. Presentarán ejemplos de películas bien finalizadas, que ejemplifiquen la profunda influencia de la meticulosidad y el refinamiento en la narración. Se animará a los/as participantes a obtener información sobre los elementos multifacéticos de la finalización que mejoran colectivamente la calidad general de una película.

Paso 2: Evaluar los Elementos Clave de la Finalización

Los/as participantes revisarán de manera individual los fragmentos de película selec-

cionados y analizarán elementos específicos relacionados con la finalización, como la clasificación de color, el diseño de sonido, los efectos visuales y la continuidad. Tomarán notas sobre áreas que destacan y aspectos que requieren una mejora, centrándose en los detalles más finos que mejoren el impacto de la película. Los facilitadores/as proporcionarán orientación y facilitarán los debates para profundizar la comprensión de los/as participantes.

Paso 3: Aplicación de Técnicas de Finalización

Los/as participantes trabajarán en sus propios proyectos cinematográficos desarrollados anteriormente, utilizando programas/software de edición o herramientas para aplicar técnicas de finalización. Experimentarán con gradación de color, mezcla de sonido, títulos y otros aspectos relevantes para refinar los elementos visuales y auditivos de sus películas. Los facilitadores/as estarán dispuestos/as a ofrecer apoyo técnico, compartirán las mejores prácticas y fomentarán la exploración creativa.

Paso 4: Revisión por Parejas y Retroalimentación/Comentarios

Cuando los/as participantes hayan finalizado sus películas, las intercambiarán con sus compañeros/as para tener una revisión completa. Cada participante proporcionará comentarios/retroalimentación constructiva sobre las películas de sus compañeros/as, destacando las áreas fuertes y sugiriendo mejoras. Los facilitadores/as guiarán el proceso de retroalimentación, haciendo hincapié en la importancia de la crítica reflexiva y fomentando un entorno de apoyo para el crecimiento.

## ● Sesión informativa

### *Ejercicio 1*

#### **Más allá de la Edición: Explorando el Arte de la Finalización de una Película para alcanzar el Máximo Impacto**

Paso 1 - El facilitador/a puede presentar las siguientes preguntas de reflexión a los/as participantes para que las consideren y respondan:

¿Cuáles fueron los principales desafíos que encontraste durante el proceso de finalización de la película?

¿Cómo contribuyó al resultado final la colaboración dentro de tu grupo?

¿Qué habilidades específicas has desarrollado o mejorado durante este taller?

¿Cómo contribuyó el proceso de finalización al impacto general y a la eficacia de la película?

¿Qué lecciones has aprendido que puedas aplicar a futuros proyectos de cine o proyectos creativos?

Paso 2 – Debate Grupal: Los/as participantes compartirán sus reflexiones y puntos de vista con el grupo. El facilitador/a alentará a los/as participantes a expresar sus pensamientos, a escuchar activamente y a entablar un diálogo constructivo. Los/as participantes también pueden hacer preguntas adicionales o pedir aclaraciones sobre aspectos específicos del taller.

Paso 3 – Conclusiones del Facilitador/a: “A través de este taller, hemos sido testigos del poder de prestar atención al detalle y de la colaboración para finalizar una película y mejorar su impacto. Al trabajar juntos/as, hemos aprendido la importancia de la retroalimentación constructiva y de la toma de decisiones para crear una película cohesiva y atractiva. Estas habilidades no sólo son valiosas en el cine, sino también en varios aspectos del compromiso cívico y la expresión creativa”.

### *Ejercicio 2*

#### **Perfeccionar su Película: el Arte de la Finalización**

Paso 1 - El facilitador/a puede presentar las siguientes preguntas de reflexión, relacionadas con la importancia de la finalización de la película para lograr la visión artística y atraer al público, e invitar a los/as participantes a reflexionar sobre ellas:

¿Cómo contribuyó el proceso de finalización

de una película a tu comprensión de la narrativa y la experiencia del público?

¿Cuáles fueron los retos clave que encontraste durante el proceso de finalización de la película, y cómo los superaste?

¿Cómo contribuyeron los comentarios de tus compañeros/as a mejorar el resultado final de tu película?

¿Qué habilidades específicas has desarrollado o mejorado durante este taller, y cómo puedes aplicarlas a futuros proyectos de cine?

¿Cómo contribuyó el proceso de finalización al impacto general y a la eficacia de tu película para transmitir el mensaje deseado?

Paso 2 – Debate Grupal: Los/as participantes compartirán sus reflexiones y puntos de vista con el grupo. El facilitador/a alentará a que los/as participantes expresen sus pensamientos, escuchen activamente las perspectivas de los/as demás y entablen un diálogo constructivo. Los/as participantes pueden hacer preguntas adicionales o pedir aclaraciones sobre aspectos específicos del taller.

Paso 3 – Conclusiones del Facilitador/a: “A través de este taller, hemos explorado el arte de la finalización de películas como un paso vital para lograr la visión artística y entregar una narración impactante. Al prestar atención a los detalles y refinar vuestras películas, se ha elevado la calidad de vuestro trabajo y se ha mejorado su potencial para cautivar al público. Las habilidades que habéis adquirido de finalización de películas se pueden aplicar a proyectos futuros, lo que os permite crear experiencias cinematográficas convincentes que resuenen en vuestro público y transmitan vuestro mensaje de manera efectiva”.

## Materiales:

### Ejercicio 1

#### Más allá de la Edición: Explorando el Arte de la Finalización de una Película para alcanzar el Máximo Impacto:

Películas editadas parcialmente para cada participante

Listas de verificación en las que se destaquen los ámbitos clave del proceso de finalización (Anexo 2)

Equipo audiovisual para proyecciones y presentaciones de películas

Mesas, sillas y espacios de trabajo para los/as participantes

Programas/software de edición y ordenadores para aplicar ajustes (por ejemplo, PowerDirector, OpenShot, VideoPad, Adobe Premiere Elements, Clipchamp, EaseUS Video Editor, MiniTool Movie Maker, Windows Video Editor)

Equipo de apoyo técnico

### Ejercicio 2

#### Perfeccionar su Película: el Arte de la Finalización:

Videos seleccionados para analizar (propuestas en el Anexo 3)

Material para que los/as participantes tomen notas

Equipo audiovisual para presentaciones y proyecciones de películas

Mesas, sillas y espacios de trabajo para los/as participantes

Programas/software de edición y ordenadores para las técnicas de finalización

Equipo de apoyo técnico

Asimismo, sería beneficioso tener una sala bien equipada y espaciosa con suficientes asientos, iluminación adecuada y ventilación para crear un entorno creativo y de aprendizaje propicio.

## Recomendaciones para facilitadores

Crear un entorno acogedor e inclusivo para alentar la participación de los/as participantes.

Inspira a los/as participantes a reflexionar sobre las cuestiones de la ciudadanía activa, la participación de los/as jóvenes y el compromiso en asuntos cívicos y sociales importantes.

Explicar de forma clara los objetivos, haciendo hincapié en la atención al detalle, la colaboración y el impacto de la finalización de la película en la narración y el compromiso cívico.

Enfatizar la retroalimentación constructiva durante la fase de revisión por parejas, guiando a los/as participantes a ofrecer críticas reflexivas para el crecimiento y la mejora.

Establecer un tono positivo y alentador, haciendo hincapié en la importancia de la finalización de la película en la elaboración de creaciones ci-

nematográficas impactantes.

Mostrar ejemplos de películas bien finalizadas para inspirar a los/as participantes y debatir elementos que mejoran la calidad de la película.

Resumir las conclusiones principales, destacando el papel de la finalización en la realización de la visión artística, la transmisión de mensajes convincentes y la atracción del público.

## Anexo

ANEXO 1 – Otras ideas de actividades para romper el hielo

Título: Combinación de Títulos de Películas

Instrucciones:

1. Los/as participantes se dividen en parejas o grupos pequeños.

2. Se les explica que cada grupo combinará los títulos de 2 películas para crear un nuevo concepto de película.

3. Se proporcionan ejemplos para aclarar la tarea. Por ejemplo, "Jurassic Park" + "Frozen" = "Jurassic Frozen Adventure."

4. Se establece un límite de tiempo (por ejemplo, 5-7 minutos) para que los grupos hagan una lluvia de ideas y presenten su combinación de títulos de películas.

5. Una vez que se acabe el tiempo, se pide a cada grupo que comparta su combinación de títulos de películas con el resto de los/as participantes.

6. Después de compartir, se anima a los grupos a describir brevemente su concepto de cada película, proporcionando una breve sinopsis o resaltando elementos clave.

7. Se facilita un debate desenfadado, haciendo preguntas de seguimiento tales como, "¿De qué género sería esta película?", "¿Quién sería el público objetivo?" o "¿Qué temas o mensajes podría transmitir esta película?"

Sesión de reflexión:

1. ¿Cómo contribuyó la actividad rompehielos a crear una atmósfera positiva y atractiva?

2. ¿Notaste algún elemento de colaboración o trabajo en equipo durante la actividad?

3. ¿Cómo desafió a tu pensamiento crítico el proceso de combinar títulos de películas?

4. ¿De qué manera pueden la creatividad y la imaginación jugar un papel en el proceso de finalización de una película?

5. ¿Cómo se podría relacionar esta actividad rompehielos con la importancia del pensamiento innovador y la narración en nuestro proyecto?

Anime a los/as participantes a compartir sus pensamientos y a conectar la actividad rompehielos con los objetivos del taller, haciendo hincapié en la importancia de la creatividad y la colaboración en el proceso de finalización de la película.

Título: 2 Verdades y una Mentira

Facilitador/a: "Antes de sumergirnos en el tal-



ler, vamos a conocernos un poco mejor. Comenzaremos con una actividad rompehielos llamada "2 verdades y una mentira." En esta actividad, cada participante compartirá 2 declaraciones verdaderas y una declaración falsa sobre sí mismo/a. El resto del grupo intentará adivinar qué afirmación es mentira. Esta actividad nos ayudará a conectar y a crear una atmósfera amistosa. ¿A quién le gustaría empezar?"

Participante 1: "Yo primero. Aquí están mis declaraciones:

1. He viajado a 5 países diferentes.
2. Sé tocar la guitarra.
3. He escalado el Everest"

Facilitador/a: "¡Gracias por compartirlo! Ahora, pasemos por el grupo; todos/as podemos turnarnos para compartir nuestras 2 verdades y la mentira. Después de compartir, nos tomaremos un momento para adivinar qué declaración es la falsa. ¡Recordad, sed creativos/as y divertíos con vuestras declaraciones!"

Una vez que todos los/as participantes hayan compartido sus declaraciones, cuando el grupo haya hecho sus suposiciones, el facilitador/a puede dirigir un breve debate haciendo preguntas como:

¿Qué aprendiste sobre tus compañeros/as a través de esta actividad?

¿Te pareció difícil adivinar las mentiras? ¿Por qué sí o por qué no?

¿Cómo se puede relacionar esta actividad con el proceso de finalizar una película y colaborar con otros/as?

¿Cuáles son algunos puntos en común o experiencias compartidas que descubriste entre los miembros del grupo?

Esta actividad rompehielos ayudará a crear un ambiente cómodo e inclusivo para que los/as participantes se involucren en las siguientes actividades del taller.

ANEXO 2 – Lista de Verificación para la Finalización de Películas

1. Elementos visuales:

Clasificación de color: ¿El equilibrio de color es consistente y apropiado para el estado de ánimo y el tono de la película?

- Calidad de imagen: ¿Las imágenes son claras, nítidas y bien compuestas?

- Efectos visuales: ¿Hay efectos visuales perfectamente integrados y que mejoran la narración?

- Transiciones: ¿Las transiciones entre tomas o escenas fluyen sin problemas y mejoran la narrativa?

2. Elementos de audio:

- Niveles de sonido: ¿El diálogo, la música y los efectos de sonido están equilibrados y mezclados adecuadamente?

- Ruido de fondo: ¿El audio está libre de ruidos

o perturbaciones de fondo no deseadas?

- Diseño de sonido: ¿Los efectos de sonido se sincronizan bien con las imágenes y mejoran la narración?

3. Narrativa y ritmo:

- Coherencia de la historia: ¿La historia de la película fluye lógicamente y tiene sentido?

- Ritmo: ¿El tiempo y el ritmo de la película son atractivos y apropiados para el contenido?

- Continuidad: ¿Hay errores de continuidad o inconsistencias en la narración o en las imágenes?

4. Consideraciones técnicas:

- Resolución y formato: ¿Se exporta la película en la resolución deseada y el formato de archivo adecuado?

- Subtítulos y leyendas: ¿Se incluyen subtítulos o leyendas, si es necesario?

- Créditos: ¿Están incluidos los créditos de apertura y cierre, dando el crédito adecuado al equipo y los colaboradores?

5. Impacto emocional y Compromiso:

- Conexión con el público: ¿La película evoca emociones de manera efectiva o crea una conexión con el público al que va dirigida?

- Entrega de mensajes: ¿Se comunica de forma clara y eficaz el mensaje o la llamada a la acción previstos?

- Compromiso general: ¿La película capta y mantiene la atención del público durante todo el proceso?

Los/as participantes deben utilizar esta lista de verificación como guía al revisar sus películas asignadas y proporcionar comentarios constructivos basados en estos criterios. Esta lista de verificación ayuda a asegurar que los/as participantes consideren varios aspectos del proceso de finalización, lo que da como resultado una película impactante y con cohesión.

ANEXO 3 – Perfeccionando su Película: El Arte de la Finalización (Ejemplos de fragmentos)

Aquí hay algunos ejemplos de fragmentos de película que los/as participantes pueden emplear para analizar las técnicas específicas utilizadas en su finalización:

1. Fragmento: Una escena con mucho diálogo de un drama centrado en los personajes

Técnicas a analizar: Composición de tomas y encuadre para la dinámica de personajes, gradación de color sutil para reflejar el estado de ánimo, edición de diálogos para la claridad y matices emocionales, diseño de sonido de fondo para mejorar la atmósfera.

2. Fragmento: Una escena llena de suspense de un thriller

Técnicas a analizar: Uso eficaz de la iluminación, gradación de color para crear tensión, diseño de sonido para mejorar el suspense, el ritmo y las opciones de edición para construir secuencias de suspense.

3. Fragmento: Una escena emocional y sincera  
 Técnicas a analizar: Gradación de color y cinematografía para evocar emociones específicas, diseño de sonido para potenciar el estado de ánimo, opciones de edición para el tiempo y el ritmo, uso efectivo de primeros planos y expresiones faciales para transmitir emociones.

4. Fragmento: Una escena llena de acción  
 Técnicas a analizar: Movimiento dinámico de la cámara y opciones de encuadre, edición de ritmo rápido para intensidad, diseño de sonido y mezcla para amplificar la acción, efectos visuales e integración CGI, gradación de color para aumentar el impacto general.

5. Fragmento: Un plano de un paisaje visualmente impresionante  
 Técnicas a analizar: Composición y opciones de encuadre para el atractivo visual, gradación de color para mejorar la atmósfera, uso efectivo del movimiento de la cámara, diseño de sonido para complementar las imágenes y elecciones estéticas generales.

6. Fragmento: Una escena basada en el diálogo  
 Técnicas a analizar: Técnica efectiva de plano-contraplano, opciones de edición para mantener el ritmo y el flujo, uso de primeros planos y tomas de reacción para transmitir emociones, diseño y mezcla de sonido para mayor claridad, y ritmo para apoyar la dinámica del diálogo.

Estos ejemplos cubren toda una gama de géneros y estilos, permitiendo a los/as participantes explorar varias técnicas de finalización y su impacto en la narración. Los facilitadores/as pueden proporcionar los fragmentos de películas seleccionados o recomendar otras escenas de películas populares que se alineen con los objetivos del taller.

1. Fragmento: Secuencia de apertura de "The Shawshank Redemption"  
 Técnicas a analizar: gradación de color, encuadre, movimiento de la cámara, ritmo, diseño de sonido (sonidos de fondo, sonidos ambientales), edición de transiciones.

2. Fragmento: Secuencia de acción de "Mad Max: Fury Road"  
 Técnicas a analizar: efectos visuales, gradación de color, diseño de sonido (efectos de sonido, mezcla), opciones de edición (cortes rápidos, montaje), movimiento de la cámara, uso de efectos prácticos; movimiento dinámico de la cámara y opciones de encuadre, edición acelerada, diseño y mezcla de sonido, efectos visuales e integración CGI, y gradación de color para el impacto.

3. Fragmento: Escena emocional de "Eternal Sunshine of the Spotless Mind"

Técnicas a analizar: Gradación de color (para establecer el estado de ánimo), cinematografía (composición, iluminación), opciones de edición (flashbacks, narrativa no lineal), diseño de sonido (diálogo, música de fondo, silencio).

4. Fragmento: Momento culminante de "Inception"  
 Técnicas a analizar: Efectos visuales, gradación de color (para diferenciar las capas de sueño), diseño de sonido (capas de efectos de sonido, música), ritmo, opciones de edición (corte transversal entre diferentes niveles de sueño).

5. Fragmento: Escena de diálogo de "The Social Network"  
 Técnicas a analizar: Opciones de edición (plano contraplano, ritmo), diseño de sonido (claridad de diálogo, sonidos ambientales), gradación de color, uso de primeros planos y encuadre para transmitir emociones.

6. Fragmento: Una escena de suspense del thriller "Gone Girl" (2014)  
 Técnicas a analizar: El uso de la iluminación, gradación de color, diseño de sonido, ritmo y opciones de edición para crear tensión y suspense.

7. Fragmento: Un paisaje visualmente impresionante de la película "The Revenant" (2015)  
 Técnicas a analizar: Composición y opciones de encuadre para el atractivo visual, gradación de color para mejorar la atmósfera, uso efectivo del movimiento de la cámara, diseño de sonido para complementar las imágenes y elecciones estéticas generales.

8. Fragmento: Una escena de diálogo de la película "Before Sunrise" (1995)  
 Técnicas a analizar: Técnica efectiva de plano contraplano, opciones de edición para el ritmo y el flujo, uso de primeros planos y tomas de reacción para transmitir emociones, diseño de sonido y mezcla para una mayor claridad, y ritmo para apoyar la dinámica de diálogo.

Estos fragmentos proporcionan diferentes ejemplos de diversos géneros y estilos de cine, permitiendo a los/as participantes explorar varias técnicas de finalización. Los facilitadores/as pueden ofrecer acceso a estos videos o guiar a los/as participantes para encontrarlos y analizarlos en Internet. Recuerde, el propósito de analizar estos fragmentos de película es entender cómo las técnicas específicas contribuyen a la narración y a involucrar al público. Los/as participantes deben prestar atención al uso de elementos visuales y auditivos, señalando cómo mejoran el impacto general y la eficacia de las películas.

**Taller de**  
**diseño gráfico**

## Introducción al Diseño Gráfico

### Propósito general y objetivos

Proporcionar los fundamentos del diseño gráfico

Identificar el mensaje que los jóvenes quieren hacer oír.

Primeros pasos con herramientas online gratuitas de diseño gráfico

Elaborar el primer borrador del logotipo de cada grupo de trabajo.

Trabajar en la consecución de 7 de las 8 competencias clave (Competencia personal, social y para aprender a aprender, Competencia cívica, Competencia emprendedora, Competencia de conciencia y expresión cultural, Competencia digital, Competencia matemática y competencia en ciencia, tecnología e ingeniería, Competencia en lectoescritura).

**Participantes:** 15 jóvenes

**Duración:** 4 horas

### Entorno

Aula multimedia

Preparar un espacio con ordenadores y conexión a internet para proporcionar a los jóvenes las herramientas para crear su resultado final.

Si la organización no dispone de ellos puede adaptar el taller con smartphones personales, asegurándose de tener enchufes eléctricos para cargar los teléfonos y una conexión wifi estable.

Asegúrate de tener un proyector, donde el monitor juvenil pueda mostrar a los participantes los PPTs así como el uso de los softwares.

### Introducción y romper el hielo:

Título: El diseño gráfico como herramienta de participación ciudadana

Introducción al tema [5 min]

Explicar el objetivo del taller y cómo el diseño gráfico puede ser una herramienta útil de compromiso para la participación cívica.

Romper el hielo [10 min]

Pida a cada participante que abra iDroo <https://app.idroo.com/> (o entregue un post-it a cada participante) y pídeles que escriban en él una sola palabra, un rasgo o un dibujo que represente lo que sienten sobre el entorno cívico en el que viven.

Una vez hecho esto, cada participante se presentará diciendo su nombre y explicando su rasgo.

## Descripción de los ejercicios

### Ejercicio 1

#### Fundamentos del diseño gráfico [Duración: 1h]

- Qué es el diseño gráfico

- Elementos del diseño gráfico (colores, fuentes, formas y estilos)

- el diseño gráfico como herramienta de compromiso y participación cívica. PPT:[https://docs.google.com/presentation/d/1IPa\\_1lV-27VPMPuQqhSBlzpLituLFOt8o/edit#slide=id.p1](https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV-27VPMPuQqhSBlzpLituLFOt8o/edit#slide=id.p1)

BUZZ QUIZ: Divide a los participantes en 2 grupos y proporcionales un “zumbador” por grupo o un “zumbador” virtual (<https://www.myinstants.com/en/instant/buzzer-89244/>). Muestra algunas imágenes que utilicen el diseño gráfico para compartir un mensaje importante. El primer equipo que apriete el “zumbador” tiene la posibilidad de contestar y responder si la imagen es una buena práctica de comunicación eficaz o un epic fail. Enlace: <https://view.genial.ly/6435b5ef4f52080019735f2a/interactive-content-shared-graphic-design-buzz-quiz>

Sesión de reflexión: Explicar los fundamentos para una comunicación eficaz relacionada con los temas de ciudadanía activa y participación.

### Ejercicio 2

#### Haz que tu voz se oiga claramente. [Tiempo: 1h]

- Presente algunos casos de comunicación innovadora o fuera de lo común.

- Aspecto psicológico/emocional de una comunicación eficaz

- Tu mensaje: lo que sientes y quieres decir es insustituible

Difunde tu mensaje! Divide a los participantes en el grupo de trabajo de realización de películas y pídeles que encuentren una forma creativa de compartir el mensaje principal de su película. Cada grupo presentará su idea en Prezi <https://prezi.com/> (o en un rotafolio) a la sala. Puede ser un acrónimo, un lema, un mensaje de defensa o una sola palabra que tenga un significado profundo para ellos.

### Ejercicio 3

#### **Diseñe la identidad de marca de su película.** **[Tiempo: 2h]**

- Pasos del Design Thinking. (ver capítulo sobre Diseño gráfico - manual youthREC)
  - Primera introducción a herramientas online gratuitas (Desygner, Canva, Vista Create, befunky)
- PPT: [https://docs.google.com/presentation/d/1IPa\\_1lV27VPMpuQqhSBlzpLituLF0t8o/edit#slide=id.p1](https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV27VPMpuQqhSBlzpLituLF0t8o/edit#slide=id.p1)

Borrador del logotipo: Proporcione a los participantes acceso a plataformas gratuitas en línea para que empiecen a trabajar en su primer borrador de un logotipo que refleje el objetivo de su película.

Una vez creado imprímelo para ver el resultado final (también será útil para el 2º taller sobre diseño gráfico).

Sesión de reflexión:

¿Te gusta tu logotipo?

¿Crees que refleja el mensaje?

¿Podría mejorarse?

### Sesión De Reflexión

Tiempo de reflexión y conclusiones

Preguntar siempre:

¿Qué ha pasado durante el taller?

¿Cómo me he sentido?

¿Qué me gustaría cambiar para la próxima vez?

### Materiales:

Ordenadores

PPT

Buzz Quiz

Post-it

Rotafolio

Herramientas gratuitas de diseño gráfico en línea

Enchufes eléctricos

Proyector

Impresora

Papeles

### Recomendaciones para facilitadores

Reservar tiempo suficiente para las preguntas.

Hacer reflexionar a los jóvenes sobre temas cívicos.

Dar a los participantes un pequeño descanso (una sesión de 4 horas puede ser intensiva).

Hacer que la sala sea cómoda.

Proporcionar a los participantes todas las herramientas necesarias.

## ● Bibliografía

Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, julio). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).

Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (pp 139-151).

Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.

Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 548. Atlantis press.

United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.

<https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>

<https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>

<https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>

<https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>

<https://www.libbyfalck.com/>

<https://www.aiga.org/>

<https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d>

<https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

## ● Annex

PPT

The buzz quiz.

## Diseño gráfico - Puesta en práctica

### ● Propósito general y objetivos

Familiarizarse con el programa de diseño gráfico, Canva.

Implementar gráficamente las ideas que se desarrollaron en el Taller V

1. Finalizar el logotipo

2. Crear el póster

Desarrollar una estrategia de difusión

### ● Participantes: 15 jóvenes

### ● Duración: 4 ore

### ● Entorno:

Dos posibilidades en función de los recursos disponibles:

Entorno A (con ordenadores)

Un espacio con ordenadores (todo el mundo debería tener uno)

Un proyector donde el monitor juvenil pueda mostrar cómo funciona Canva

Una impresora

Entorno B (con teléfonos móviles)

Todo el mundo debe tener un teléfono móvil y conexión a Internet

Los teléfonos deben estar completamente cargados

Cargadores suficientes para los teléfonos móviles

Un proyector donde el monitor juvenil pueda mostrar cómo funciona Canva

Una impresora

### ● Introducción y romper el hielo

Introducción

1. Repasar el orden del día y explicar los objetivos de la sesión del taller.

2. Empezar con preguntas... (vía Slido)

Después de la última formación sobre diseño gráfico

a. ¿Qué significa para ti el diseño gráfico? ¿Qué es para ti? Recogida de respuestas a través de Slido

b. ¿En qué consiste un mal diseño gráfico? Recogida de respuestas vía Slido

c. ¿En qué consiste un buen diseño gráfico? Recogida de respuestas a través de Slido

Otra posibilidad:

Escribir la pregunta en tres rotafolios y recoger las respuestas en cada uno de ellos - luego se puede colgar como recordatorio

3. Responder a las preguntas, si surgieron.

## Descripción de los ejercicios

### Ejercicio 1

#### **Galería de buenas prácticas**

El animador cuelga diferentes ejemplos de diseño gráfico ("comunicación fuera de serie")

Los participantes pasean y se detienen en el ejemplo que más les gusta

Conversación sobre lo que les gusta (y lo que no)

Ejemplos de Diseño Gráfico "Fuera de serie": PPP (diapositivas 7-9)

### Ejercicio 2

#### **Galería de logotipos**

Cada participante imprime su primer borrador de logotipo en un papel

Cada participante cuelga su primer borrador de logotipo en las paredes y lo presenta a los demás en 2 o 3 frases (si quiere presentarlo)

Todo el mundo va colocando post-it en los logotipos o carteles con comentarios CONSTRUCTIVOS (lo que les gusta, lo que se podría cambiar, preguntas abiertas, adivinando el mensaje principal del logotipo)

Cuando hayan terminado, los participantes vuelven a su sitio y leen los comentarios que han recibido.

### Ejercicio 3

#### **Desarrollo de la identidad de marca de la película con una herramienta en línea (logotipo y cartel)**

Repetir juntos los conceptos básicos de la herramienta en línea (con ayuda de un proyector)

Opcionalmente: mostrar plataformas de imágenes sin Copyright (p.e. Pixabay)

Finalizar el logotipo, tal vez incorporar comentarios y empezar a trabajar en el cartel de su cortometraje.

Ronda de preguntas abiertas, si algo no está claro.

El animador se desplaza y ayuda a los participantes si es necesario.

### Ejercicio 4

#### **Difundir el mensaje - estrategias**

Los resultados se imprimen

Se hace un círculo sentado

Quién quiere, presenta en breve la identidad de marca de su película y el mensaje que quiere difundir

Desarrollar una estrategia de difusión:

- ¿Cómo y dónde difundir los carteles y logotipos?
- Desarrollar una estrategia de difusión
- ¿Cuáles son los objetivos de la difusión?
- ¿A qué grupo destinatario hay que dirigirse?
- ¿Dónde puedo encontrar al grupo destinatario (canales específicos de redes sociales...)?
- ¿Cómo llegar a ellos?
- Aclarar, que existe la posibilidad de apoyar la organización del festival de cine (en caso de que estuvieran interesados, darles el contacto)
- Pasos siguientes

Sesión de reflexión:

¿Qué has aprendido?

¿Cuáles son tus próximos pasos?

¿Qué es lo que aún no tienes claro?

## Sesión de reflexión

Tiempo de reflexión y conclusiones

Preguntar siempre:

¿Qué ha pasado durante el taller?  
¿Cómo me he sentido?  
¿Qué me gustaría cambiar para la próxima vez?

## Materiales:

Ordenadores  
Proyectores  
Impresoras  
Teléfono móvil (con batería suficiente)  
Cargador de móvil  
Rotafolios  
Lápices  
Buena música de fondo  
Notas adhesivas  
Dixie  
Herramienta gratuita de diseño gráfico en línea, Canva.

## Adaptaciones para grupos destinatarios específicos

Scegliere tra l'impostazione A o l'impostazione B, a seconda dell'apparecchiatura disponibile

## Recomendaciones para los facilitadores

Reservar tiempo suficiente para las preguntas.  
Hacer reflexionar a los jóvenes sobre temas cívicos.  
Dar a los participantes un pequeño descanso (una sesión de 4 horas puede ser intensiva).  
Hacer que la sala sea cómoda.  
Proporcionar a los participantes todas las herramientas necesarias.

## Bibliografía o materiales recomendados para leer antes del taller

¡Familiarizarse de antemano con las Herramientas en línea!  
Literatura según la herramienta online.

## Anexo

PPT



## Promoción y campaña

### Propósito general y objetivos

El principal objetivo de estos talleres es orientar a los jóvenes en sus esfuerzos por promover su trabajo creativo empleando las herramientas y métodos que mejor lo enmarcan. Los participantes cultivarán las habilidades y competencias pertinentes mediante la práctica.

Además, cada participante o grupo de participantes creará una campaña promocional para su película.

Competencias clave: Competencia ciudadana; Competencia empresarial; Competencia digital; Competencia de alfabetización.

**Participantes:** 15 personas - jóvenes

**Duración:** 4 horas

### Entorno:

En persona, instalaciones interiores, pupitres y sillas para los participantes, silla (pupitre opcional) para el instructor, pantalla o proyector para las presentaciones, etc.

### Intro y romper el hielo:

Título: Promoción KickStart

Introducción al tema: El instructor saluda, se presenta e insta a los participantes a que se presenten tradicionalmente. A continuación, procede a explicar el Ejercicio KickStart.

Descripción del ejercicio: Cada participante elegirá una película popular favorita (el título en inglés), por ejemplo, Pretty woman, Jaws, Baywatch. Sin revelar la película al resto de participantes, se les llamará uno a uno para que hagan la mímica de la película sin hablar mientras el resto intenta adivinarla. La única ayuda disponible será la categoría de la película, que se indicará al principio, por ejemplo, comedia romántica, terror, etc. Cada participante dispondrá de un minuto. Después revelarán la película si no ha sido ya adivinada por el resto del grupo y explicarán por qué la han elegido. De esta manera comunicarán algunos elementos sobre sí mismos y también sobre su identidad artística. La actividad relajará al grupo, les ayudará a conocerse mejor a nivel personal y profesional y, al mismo tiempo, hará que cada uno diga lo que piensa, intercambie ideas y socialice, lo que les preparará para el taller.

## Ejercicios Descripción

### Ejercicio 1

#### Personas del público

El animador presenta (utilizando la presentación de los anexos) el concepto de público objetivo y de personaje del público y, a continuación, los participantes, divididos en grupos o individualmente, deben proceder a crear uno. Pueden hacerlo con el programa informático que figura en los anexos o con lápiz y papel.

Los personajes contienen información esencial sobre el público. Son esenciales para la segmentación de la audiencia

En esencia, un personaje de audiencia es la visualización y el breve perfil de una "persona" que representa a nuestra audiencia ideal. Mientras que el público objetivo es un grupo amplio de personas (por ejemplo, jóvenes), el personaje es un grupo de público óptimo más refinado y específico (por ejemplo, jóvenes entusiastas del rock con un profundo conocimiento de la escena musical rock y un gusto por todo lo vintage). Las personas tienen un conjunto específico de comportamientos, gustos, ideas y características demográficas.

Por tanto, este es uno de los primeros pasos a la hora de elaborar un plan/estrategia de promoción.

Una vez presentadas todas las personas, se procederá a una breve retroalimentación utilizando el mentimeter (tal y como se detalla en la sección de información).

### Ejercicio 2

#### Impacto al cuadrado \_ Apoyar una causa

El argumento de cada película puede o no poner de relieve una causa o un problema (racial, político, social, etc.). Involucrar a los factores de la película (actores, productores, personal) o simplemente los recursos de la película (dinero, red, audiencia) con organizaciones e instituciones que sirven a esta causa, no sólo aclara el propósito de su película en la conciencia pública, sino que también aumenta la conciencia en torno a su película y el propósito real al que sirve.

Si la película gira en torno a un tema de injusticia social, implicarse con organizaciones que trabajan por la mejora de la sociedad o participar en campañas de justicia social ya existentes tiene múltiples beneficios para su

película, su público y la sociedad en general. A los participantes, individualmente o divididos en equipos, se les dan títulos de películas internacionales y se espera que organicen y presenten una estrategia de esta película implicándose y brillando por una causa. A continuación, procederán a presentar su trabajo al grupo que actuará como público. La audiencia evaluará el esfuerzo y su impacto utilizando un mentimetro para crear un ranking. La clasificación se basará en los siguientes elementos utilizando una escala de Likert:

¿Ha parecido el esfuerzo genuino o un truco publicitario?

¿Se ha servido claramente a la causa?

¿La causa era acorde con la película?

¿Cree que esta estrategia tuvo impacto en la causa identificada?

¿Le interesaría participar en estas iniciativas?

Después de cada clasificación tendrá lugar una breve sesión de feedback.

A continuación, se hará una breve valoración de la actividad global utilizando el mentimetro (como se detalla en la sección de información).

### *Ejercicio 3*

#### **Prensa Prensa Prensa**

Saber cómo manejar la atención de la prensa y cómo utilizar las herramientas de prensa en su beneficio es clave a la hora de promocionar una película. En este ejercicio, los participantes estudiarán cómo redactar un comunicado de prensa eficaz, qué información presentar en una rueda de prensa y cómo atraer la atención de la prensa.

Redacción de un comunicado de prensa:

El instructor presentará ejemplos de buenos comunicados de prensa para películas, al tiempo que destacará los elementos básicos que deben tener todos esos comunicados de prensa. (Se utilizará la presentación presentada en los Anexos) A continuación, se presentará a los participantes un resumen e información sobre una película popular; todos recibirán lo mismo. Se les pedirá que, individualmente o en equipos, redacten un comunicado de prensa de su película que contenga toda la información necesaria, llame la atención y tenga una fuerte llamada a la acción. Para ello utilizarán las plantillas que se les proporcionarán, así como ejemplos de buenos comunicados de prensa. Una vez concluidos, se presentarán los comunicados de prensa y el equipo tratará de encontrar los puntos fuertes y débiles de cada uno, en un esfuerzo por tomar notas constructivas. A continuación se hará una breve valoración de la actividad en su conjunto utilizando el medidor de mentiras (tal y como se detalla en la sección de infor-

mes).

### *Ejercicio 4*

#### **Campañas digitales**

El facilitador presentará herramientas, plataformas, técnicas y estudios de caso útiles para las campañas digitales utilizando la presentación de los anexos. Los participantes aprenderán sobre publicaciones impactantes, hashtags, redes sociales, técnicas de promoción de la era digital y mucho más.

A continuación se dividirán en grupos.

A los participantes se les asignarán las tareas de crear los posts, el concurso digital y la programación de su película.

Una vez concluidas, se presentarán los resultados con el equipo tratando de encontrar los puntos fuertes y débiles de cada uno, en un esfuerzo por tomar notas constructivas. A continuación, se hará una breve valoración de la actividad en su conjunto utilizando el mentimetro (tal y como se detalla en la sección de debriefing).

### *Ejercicio 5*

#### **Lluvia de ideas creativas**

Ahora que los participantes han estudiado los pasos más importantes de un buen plan de promoción y campaña para una película, ¡deben buscar estímulos creativos!

Ya sea individualmente o divididos en equipos, los participantes escribirán ideas creativas de promoción para sus películas, técnicas y metodologías, ya sean originales, ya sea buscando en Internet, imitando lo que han hecho otros productores cinematográficos, etc. Una vez recopiladas todas las ideas, las debatirán en una mesa redonda, de forma distendida, y anotarán los pros y los contras de cada idea, los recursos necesarios y a qué categoría de película/público cinematográfico serviría mejor cada idea.

También elaborarán un calendario de lanzamiento de todos los materiales de promoción que hayan producido y que quieran compartir indicando qué canales se van a utilizar utilizando el Anexo 8, el planificador mensual.

De este modo, los participantes se irán con resultados y notas concretas, así como con un verdadero conocimiento de los requisitos, la logística, las capacidades y las oportunidades existentes para promocionar de la mejor manera posible su propia película única entre el grupo destinatario seleccionado con los recursos de que disponen. A continuación, se hará una breve valoración de la actividad global utilizando el mentimetro (como se detalla en la sección de información).

## ● Debriefing

Tras la finalización de cada ejercicio, el animador del taller abrirá un mentimeter o jamboard en el que los participantes podrán responder de forma anónima a las preguntas de retroalimentación (véase más abajo). Las respuestas se mostrarán en una gran pantalla y se debatirán bajo la dirección del moderador.

Las preguntas deben ser del tipo

- ¿Qué ocurrió?
- ¿Cuál fue el momento AHA?
- ¿Hubo alguna dificultad que no superé?
- ¿Qué utilizaré definitivamente en el futuro?
- ¿Cómo me siento?
- ¿Qué me gustaría cambiar para la próxima vez?

En general, los participantes deben comprender que se trata de una curva de aprendizaje, un viaje, ya que el arte, su expresión y promoción son procesos dinámicos y creativos. No hay enseñanza ni método que sirva para todos. El instructor trata simplemente de proporcionar estímulos, metodologías y un

conjunto de habilidades básicas que los participantes deberán utilizar a su manera para crear campañas únicas y personales. No se trata de una clase magistral con resultados y productos concretos, sino de una oportunidad de aprendizaje que los participantes pueden hacer tan provechosa y creativa como deseen.

## ● Materiales:

Ordenadores para que los participantes creen personas. Si no es posible, pueden utilizar lápiz y papel o cualquier otro medio de visualización disponible, por ejemplo, pizarras blancas. Pantalla grande o proyector y ordenador para el facilitador.

Refrigerios y agua para que los participantes se sientan cómodos y para facilitar la socialización entre ellos.

Asientos cómodos para todos los participantes

Altavoces para cuando el facilitador esté presentando

## ● Adaptaciones en determinados grupos objetivos:

El lugar de celebración de los talleres debe ser accesible para todos, prestando especial atención a las personas con dificultades de movilidad.

Los participantes con dificultades auditivas pueden participar, ya que se trata de un taller muy visual, y se insta al animador a que lo haga aún más visual si están presentes dichos participantes, por ejemplo, utilizando la comunicación visual, la escritura, etc.

## ● Recomendaciones para facilitadores

Todo lo detallado anteriormente y en los anexos

## ● Anexos

Annex 1 – Personas Presentation

Annex 2 – Impact Squared Facilitator Guidelines

Annex 3 – Case Studies Worksheets

Annex 4 – Writing a good press release Guided worksheet

Annex 5 – Examples of Press Releases

Annex 6 – Press Release Presentation

Annex 7 – Presentation on Digital Campaigning

Annex 8 - Monthly Planner

# Bibliografía

## Narrativa

<https://www.masterclass.com/articles/what-are-the-elements-of-a-narrative-arc-and-how-do-you-create-one-in-writing> (Masterclass, 2021)

<https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/how-can-cities-tell-their-stories-for-higher-community-engagement/> (Aung, 2022)

<https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> (Hubspot, 2022).

<https://r4d.org/blog/using-storytelling-to-motivate-citizen-engagement/> (Adamolekun, Keen, Vissapragada, 2021)

<https://www.wired.com/insights/2014/01/power-community-storytelling/> (Bradley, Wired)

<https://civiclifeproject.org/why-use-digital-storytelling-to-teach-civics-and-foster-civic-engagement-and-what-does-that-have-to-do-with-clarence-earl-gideon/> (Civiclifeproject, 2018)

<https://openpsychologyjournal.com/VOLUME/14/PAGE/213/FULLTEXT/> (Taufik & Ernawati, 2021)

[https://jed.ut.ac.ir/article\\_61547.html?lang=en](https://jed.ut.ac.ir/article_61547.html?lang=en) (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017)

<https://independentsector.org/blog/empowering-youth-through-story-and-voice/> (Independentsector, 2021)

## Diseño gráfico

Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, July). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).

Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (pp 139-151).

Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.

Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 548. Atlantis press.

United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.

<https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>

<https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>

<https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>

<https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>

<https://www.libbyfalck.com/>

<https://www.aiga.org/>

<https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d>

<https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

## Realización de películas

El cine como herramienta para desarrollar una actitud crítica y personal. (s.f.). Educación 3.0. <https://www.educaciontrespuntocero.com/experiencias/cine-herramienta-desarrollar-actitud-critica-personal/>

Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>

Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>

GestorGenios, P. (2019, enero 31). El uso del cine como recurso educativo. El Blog de Genios. <https://centrosgenios.com/blog-genios/el-uso-del-cine-como-recurso-educativo/>

Gil, V. P., & Martí, O. M. (s. f.). El cine como medio de aprendizaje del español para adolescentes: conocimiento de la historia y sus personajes. Unir.net. Recuperado 21 de diciembre de 2022, de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4384/PALOMO%20GIL%2C%20VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Jeffery C. Nyseth, M.S. (2019). Basic Filmmaking Concepts. Viterbo. [https://www.viterbo.edu/sites/default/files/2019-02/Basic+Filmmaking+Concepts\\_0.pdf](https://www.viterbo.edu/sites/default/files/2019-02/Basic+Filmmaking+Concepts_0.pdf)

Kevin (K.) (2021). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>

Mercader Martínez, Y., (2012). El cine como espacio de enseñanza, producción e investigación. Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios, (63), 47-52. (Gil & Martí, s. f.)

Mulder, D. (2012). ¿Qué habilidades desarrolla el cine en niños y jóvenes? Art Connection. <http://artconnectionworkshops.blogspot.com/2012/12/que-habilidades-desarrolla-el-cine-en.html>

Noguero, A. M. (2008). La influencia del cine en los jóvenes y en la familia. In La familia, paradigma de cambio social. Ponencia: Barcelona, 15-16-17 de mayo de 2008 (pp. 171-190). Universitat Internacional de Catalunya.

Pereira Domínguez, M. del C. (2021, 12 marzo). Cine y educación social. <https://www.monografias.com/trabajos105/cine-y-educacion-social/cine-y-educacion-social>

Universidad de Guanajuato. (2022, abril 1). Clase digital 6. Fases de la producción cinematográfica. Recursos Educativos Abiertos; Sistema Universitario de Multimodalidad Educativo (SUME) - Universidad de Guanajuato. <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-6-fases-de-la-produccion-cinematografica/>

What does filmmaking mean? (s. f.). Definitions.net. Recuperado 22 de diciembre de 2022, de <https://www.definitions.net/definition/filmmaking>

## Otras recomendaciones

Pancer, M.S - The psychology of citizenship and civic engagement - <https://granicus.com/blog/psychology-of-citizenship-and-civic-engagement/>

Council of Europe - Youth participation - <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-participation>

<https://yerp.yacvic.org.au/get-started/involve-young-people/youth-participation-and-engagement-explained>



PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

