

RADIO V.I.T.A TALLERES DE RADIO PARTICIPATIVA MÉTODOS, IDEAS E INSPIRACIÓN

Methodological impulses,
ideas & inspiration





This collection of case studies has been developed within the framework of the project “Radio V.I.T.A - Voices In The Air”, abbreviated as Radio V.I.T.A (reference number: 2019-1-FR01-KA204-063118). The Radio V.I.T.A project is supported by the European Commission’s Erasmus+ Programme.

This publication reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

COLABORADORES



Elan Interculturel (France)
www.elaninterculturel.com



Associació La Xixa Teatre (Spain)
www.laxixateatre.org



Radio Activité (France)
www.radio-activite.fr

stand129

Stand 129 (Austria)
www.caritas-wien.at

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	4
Sobre el proyecto	4
Acerca de este manual	5
Sobre las organizaciones	6
METODOLOGÍAS PARA LOS TALLERES DE RADIO	7
Introducción.....	7
Narración de historias	8
Teatro del oprimido	11
Audio participativo.....	12
Prácticas colectivas de radio.....	14
EXPLORAR LOS FORMATOS DE RADIO	16
Introducción.....	16
Entrevista en el grupo	16
Vox Populi	18
Collage de sonidos.....	19
Teatro radiofónico	20
Poesía radiofónica	22
Digresión Corona-Virus: Nota de voz Radio	23
Debate y mesa redonda.....	23
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	25
Evento de difusión.....	25
Distribución en línea	26
CONCLUSIÓN	30
IMPRESSUM	31



lúdicos y relajados- que pretenden ayudar a preparar a los participantes para la grabación (por ejemplo, ejercicios de voz, ejercicios discursivos, profundizar en temas, el momento de la grabación). Este manual es uno de los cuatro materiales educativos que se han elaborado en el marco de este proyecto.

Radio V.I.T.A. Hacer oír las voces:

Contiene los estudios de caso de los talleres realizados en el proyecto en los tres países asociados. También incluye informes de campo, información sobre los grupos objetivo y la metodología.

Radio V.I.T.A. Repertorio colaborativo para el empoderamiento:

Esta es una colección ilustrada de temas y términos relacionados con el empoderamiento. Los términos fueron definidos por los participantes de los talleres de V.I.T.A. Es una colección útil para conocer mejor las perspectivas de los grupos minorizados.

Todo el material está disponible en formato PDF y editado digitalmente en el sitio web del proyecto. Visite <https://radiovita.eu/>

INTRODUCCIÓN

**LA RADIO, UNA
HERRAMIENTA VERSÁTIL.
UN MEDIO DE EXPRESIÓN
ARTÍSTICA Y DE
COHESIÓN SOCIAL**

SOBRE EL PROYECTO

"Radio V.I.T.A." (Voices In The Air) es un proyecto de Erasmus+ dirigido a las personas que se ven afectadas por la discriminación tanto a nivel institucional como en su vida cotidiana. A menudo sucede que sus voces, deseos y preocupaciones no se escuchan, aunque tienen mucho que decir. Esto también se debe al hecho de que las personas que viven situaciones de discriminación están muy poco representadas en los discursos públicos. Radio V.I.T.A. quiere crear un espacio en el que, por fin, puedan hacer oír sus voces gracias a la radio.

El proyecto experimenta con diferentes formatos de radio participativa y deja a los participantes la elección de los temas y contenidos de los programas. Un equipo de profesionales les apoya con algunas herramientas y ejercicios -en su mayoría



ES BUENO SABER :

En este manual, a menudo nos referimos a los términos radio social y radio comunitaria. Nos referimos principalmente a la radio social cuando hablamos desde la perspectiva de los formadores y educadores, mientras que la radio comunitaria corresponde más a la perspectiva de los participantes. Sin embargo, la frontera entre estos términos es fluida.

Ambos términos tienen un componente emancipador y se centran en la cooperación, la coproducción y la participación.

La metodología de Radio V.I.T.A. pretende utilizar la radio no sólo como un medio de autoexpresión y representación, sino también como una forma creativa de abordar cuestiones relacionadas con la cohesión social, como el empoderamiento, la igualdad, la interculturalidad y la identidad.



ACERCA DE ESTE MANUAL

Este manual funciona como una guía y quiere ser una inspiración para aquellos que trabajan o están interesados en trabajar con grupos minorizados con alguna, o ninguna, experiencia trabajando con la radio.

Si tienes mucha experiencia, quizás puede ser que encuentres nuevos ángulos a tus proyectos. Si eres un principiante en este campo, ¡no tengas miedo de probar y explorar!



ES BUENO SABER:

¿Qué es la radio? La radio suele asociarse a un programa que se encuentra en una frecuencia de radio (por ejemplo, la radiodifusión en FM, un método de radiodifusión que utiliza la frecuencia modulada). En Radio V.I.T.A. nos referimos al nivel de contenido del concepto de radio y lo entendemos como un medio auditivo que implica ciertos métodos, funciona según ciertas reglas y se estructura según formatos específicos.

OBJETIVOS DE ESTE MANUAL

- Aportar información e inspiración a los profesionales para que realicen talleres creativos de radio en entornos participativos.
- Proponer ideas para trabajar con miembros de grupos oprimidos a través de la radio, promoviendo su autoexpresión, representación y, en definitiva, apoyando su empoderamiento.
- Concienciar sobre la situación de los grupos oprimidos a través de producciones radiofónicas, permitiendo una mejor representación en los medios de comunicación.
- Permitir que los grupos destinatarios desarrollen habilidades sociales (comunicación, organización, planificación activa, pensamiento crítico, etc.).

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

- Educadores/as, formadores/as y facilitadores/as que trabajan en el ámbito social. Activistas, líderes comunitarios y profesores/as.
- Grupos minorizados, comunidades.
- Adultos autodidactas interesados en crear sus propios talleres de radio.

LO QUE PUEDE ENCONTRAR AQUÍ:

El contenido pretende animar a los lectores y a las personas que participan en los talleres a experimentar de forma creativa con los métodos radiofónicos y sirve de punto de partida para seguir explorando la radio social participativa.

En la primera parte del manual se exploran enfoques metodológicos que resultan útiles en los talleres de radio. La radio en sí misma es sólo un medio, hay que llenarla de contenido. Para ello nos fijamos en el Storytelling, el Teatro del Oprimido, el Audio Participativo y la Práctica de la Radio Colectiva, que son las metodologías que han inspirado principalmente a Radio V.I.T.A.

El siguiente paso es una selección de formatos creativos con los que se puede trabajar en los talleres. Son, por así decirlo, los bloques de construcción con los que se crea un programa de radio. Aquí se recogen los formatos de entrevista paritaria, vox populi, collage sonoro, radioteatro, poesía radiofónica y debates. Estos formatos están pensados para ser experimentados, ¡nada está fijado de forma inamovible!

Por último, pero no menos importante, en el último capítulo recogemos las formas de difundir los materiales creados en los talleres, para que las voces de los participantes lleguen al mayor número de personas posible.

Entre medias, encontrarás datos divertidos, conocimientos curiosos y conocimientos útiles, que le proporcionarán información y consejos útiles y te ayudarán a fomentar los intercambios interpersonales y las relaciones horizontales aplicando una perspectiva intercultural.

Diviértete explorando!

¿POR QUÉ LA RADIO?

Radio

- Es una poderosa herramienta de expresión artística que puede contribuir a fomentar la cohesión social y a dar protagonismo a las voces silenciadas.
- Es una herramienta con la que se puede abogar por la cohesión social creando un espacio seguro de expresión.
- Es una plataforma que da espacio a todas las voces no escuchadas y infra-representadas en los medios de comunicación mayoritarios.
- Es una experiencia de empoderamiento y permite descubrir la diversidad de voces y narrativas.
- Da la posibilidad de crear y estimular la imaginación con una multiplicidad de formatos y métodos.

Esperamos que nuestro viaje pueda inspirar el tuyo.

SOBRE LAS ORGANIZACIONES

ÉLAN INTERCULTUREL

Es una organización sin ánimo de lucro con sede en Francia que, desde su creación en 2008 por iniciativa de cinco mujeres inmigrantes especializadas en psicología, fomenta los intercambios interpersonales y el diálogo intercultural para facilitar la comunicación entre las personas. A través de la educación no formal, la mediación artística y la educación popular, Élan busca hacer de la diversidad una riqueza y no una amenaza, participando en el desarrollo de una sociedad más inclusiva.

ASOCIACIÓN LA XIXA TEATRE

Es una organización sin ánimo de lucro fundada en 2010 que tiene como objetivo investigar, desarrollar y multiplicar las herramientas educativas y teatrales como medio de transformación social. Creen que el aprendizaje en todas las edades es la clave para el cambio social hacia un mundo con igualdad de oportunidades. Facilitan la creación de espacios de empoderamiento a través de metodologías participativas, la Psicología Orientada a Procesos y el Teatro del Oprimido para generar procesos de transformación individual y colectiva en contextos de vulnerabilidad social.

STAND 129 - CARITAS DER ERZDIÖZESE WIEN

Es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es abogar por los pobres y marginados, atendiendo a sus necesidades básicas y teniendo en cuenta su origen social y cultural. Lleva a cabo una amplia gama de actividades: por ejemplo, atención a jubilados, instalaciones para discapacitados, asistencia social, ayuda a los sin techo, ayuda al migrante, ayuda a los refugiados, así como trabajo comunitario, escuelas inclusivas y proyectos artísticos comunitarios. El proyecto V.I.T.A. está coordinado por Stand 129, un proyecto artístico comunitario situado en un mercado del distrito 10 de Viena. En este animado y colorido distrito de Viena, Stand 129 ofrece una amplia gama de eventos culturales con el fin de crear nuevas redes dentro de la comunidad local. El objetivo principal de Stand 129 es tender puentes entre las distintas comunidades de migrantes, los habitantes autóctonos de Viena y los recién llegados con la ayuda del arte y la cultura.

RADIO ACTIVITÉ

Es una asociación creada en París en noviembre de 2016. Su objetivo es contribuir a la lucha contra los prejuicios, promover la solidaridad, la inclusión social y el diálogo entre las personas. Como radio itinerante, ofrece talleres para animar a todos a crear sus propios podcasts. Sus miembros recorren Francia y el extranjero en centros sociales, teatros, cárceles, festivales y residencias de ancianos. También viajan a campos de refugiados en Francia, Georgia, Irak, Líbano, Italia y Grecia, en el marco del proyecto Microcamp Radio.

METODOLOGÍAS PARA LOS TALLERES DE RADIO

INTRODUCCIÓN

En las siguientes páginas se presentan diferentes enfoques metodológicos participativos que pueden utilizarse en los talleres de radio. Se dice deliberadamente "se pueden utilizar" ya que los talleres de V.I.T.A. incluyen una mezcla creativa de diferentes enfoques. En consecuencia, invitamos a todos los lectores a considerar nuestras aportaciones como sugerencias y fuente de inspiración. Por último, hay que decir que las explicaciones que figuran a continuación son meras introducciones aproximadas a las metodologías aplicadas a lo largo del proyecto y sirven como primera visión general. Se basan en la experiencia de los socios del proyecto y pueden complementarse y completarse según las necesidades. Las referencias a la bibliografía adicional se encuentran en los capítulos correspondientes.

Proponemos utilizar métodos participativos durante los talleres de radio para aumentar el impacto y el compromiso de los grupos destinatarios. Estos métodos permitirán a los participantes vivir los programas y las producciones de radio como propios, desarrollando un sentido de pertenencia y de creación activa.

Mientras que algunos autores han argumentado que la educación actual puede ser autoritaria y disciplinaria¹, **los métodos participativos, por el contrario, promueven la horizontalidad**. Entendemos el proyecto V.I.T.A. como una herramienta de transformación social a través del intercambio de conocimientos, y por ello nuestras metodologías de aprendizaje pretenden reflejar el modelo de sociedad que imaginamos; uno igualitario y horizontal. Los métodos participativos hacen hincapié en el hecho de que una sociedad inclusiva sólo puede desarrollarse de forma colectiva y horizontal, y no de arriba para abajo. Al construir estas metodologías, nos inspiramos en John Dewey, filósofo, psicólogo y reformador educativo norteamericano, que desarrolló herramientas educativas democráticas². Otra figura clave de los métodos participativos es Paulo Freire, que aconsejaba a los educadores practicar el diálogo y la interacción con los alumnos³. Además, **utilizamos un enfoque intercultural**, que conduce a un mejor conocimiento de nosotros mismos, de nuestra propia identidad cultural y de nuestro propio marco de referencia. Promueve el desarrollo de habilidades sociales y emocionales (soft skills) que fomentan actitudes y comportamientos de

apertura mental, aceptación y escucha activa al interactuar con los demás. Por lo tanto, desarrollar talleres de radio a través de una perspectiva intercultural y participativa permite que todos se sientan cómodos, comprendidos y respetados en su identidad. También permite mantener un diálogo real y significativo ante los malentendidos, desacuerdos y choques culturales. Se trata de hacer visibles los valores que sustentan la palabra del otro para llevar el diálogo más allá y promover la inclusión social.

Es especialmente necesario utilizar métodos participativos cuando se trabaja con miembros de grupos minorizados. Los métodos participativos se centran en el desarrollo de la **agencia de los participantes**, definida como la capacidad de los individuos para actuar de forma independiente y tomar sus propias decisiones⁴. El pensamiento feminista, por ejemplo, Patricia Hill Collins, ha demostrado que la agencia está distribuida de forma desigual entre los miembros de la sociedad, basándose en criterios como la raza, la clase y el género⁵. Cuando se trabaja con miembros de grupos minorizados discriminados, es importante utilizar métodos participativos porque permiten la libre expresión, y al hacerlo promueven su agencia, fomentando su empoderamiento. De hecho, los métodos participativos están relacionados con el protagonismo, el hecho de ser un verdadero participante durante el proceso de aprendizaje. Para que el protagonismo se produzca, los espacios de aprendizaje deben ser capaces de acoger diferentes voces y opiniones, lo que supone afrontar el gran reto de construir y cultivar relaciones más horizontales⁶. Para ello, es necesario promover la expresión individual, que está vinculada al desarrollo de la confianza en sí mismo. La utilización de métodos participativos en los talleres de radio permite a los participantes contar su propia historia; fomenta su reflexividad, lo que les permite conocerse mejor y tener más confianza en sí mismos. Stephen D. Brookfield sostiene que las relaciones estructurales de poder son interiorizadas tanto por los individuos que se enfrentan a formas de opresión como por los que se benefician de ellas⁷. **Pensar de forma innovadora a través de métodos participativos puede permitirles desafiar estas estructuras de poder interiorizadas**, ya que se les empuja a adoptar una nueva perspectiva en su vida cotidiana. Estos métodos ayudan a poner de manifiesto las jerarquías sociales y a demostrar que el poder podría repartirse de forma diferente

4 Chris Barker, *Cultural Studies: Theory and Practice* (Londres: Sage, 2005), p. 448.

5 Patricia Hill Collins, "U.S. Black Feminism in Transnational Context", en *Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment*, 2ª ed. (Nueva York: Routledge, 2000), 227-249. (Nueva York: Routledge, 2000), 227-249.

6 Maria Regina Martins Cabral, "Profusión oculta desvelada por quienes transforman territorios ante las dificultades", en *Changemaking El Poder De La Comunidad Escolar* (Sao Paulo: Ashoka, 2017).

7 Stephen D. Brookfield, "Transformative Learning as Ideology Critique", en *Learning as Transformation* (San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 2000), 125-126.

1 Ali H. Hachem, "La educación superior en la era de las ilusiones: Narrativas neoliberales, realidades capitalistas y la necesidad de una praxis crítica", *Journal of Critical Scholarship on Higher Education and Student Affairs*, 4(2) (2018): 43-59.

2 John Dewey, *Democracia y educación: Una introducción a la filosofía de la educación* (Nueva York: Macmillan, 1916).

3 Paulo Freire, *La importancia de leer y el proceso de liberación* (Madrid: Paidós, 1984).

a como se hace hoy en día en las sociedades discriminatorias. Oír hablar de otras experiencias de opresión puede permitir a los participantes reflexionar sobre su propia experiencia. En última instancia, los participantes son capaces de desprenderse de las representaciones estereotipadas, de pensar de forma activa en su futuro y de imaginar qué tipo de mundo les gustaría vivir y construir.

Además, al hacer hincapié en los puntos de vista de los participantes, **los talleres de radio participativa ofrecen la oportunidad de comprender los problemas sociales a través de una perspectiva ascendente y humana, en lugar de una descendente e descorporalizada.** Permiten a los participantes obtener y ofrecer una visión realista de sus vidas. Esto es especialmente importante para los miembros de los grupos minorizados, que son estereotipados por el discurso dominante. Sandra Harding ha argumentado que las perspectivas intelectuales de las personas están moldeadas por sus experiencias sociales y políticas⁸. Para proporcionar una visión "objetiva" de las opresiones vividas por algunas personas, es necesario, por tanto, hacer hincapié en su subjetividad, que a menudo se niega en las narrativas dominantes. Así, **los talleres de radio participativa** pueden proporcionar una mejor representación a los participantes, lo que resulta aún más empoderador.

Además, los **métodos participativos son necesarios cuando se trabaja des de el privilegio.** En efecto, si no nos enfrentamos a la opresión con la que estamos trabajando, tenemos que estar atentos para no reproducir dinámicas paternalistas, para ser un aliado más que un representante, para dar la palabra más que para hablar en nombre de los demás⁹. Para ello es especialmente útil utilizar métodos participativos con miembros de grupos minorizados.

NARRACIÓN DE HISTORIAS

¿QUÉ ES LA NARRACIÓN?

La narración de historias es un método de comunicación caracterizado por una estructura narrativa que puede encontrarse en los cuentos tradicionales, por ejemplo. Este método se utiliza como una forma de compartir y contar historias que empoderan a los compañeros/as y a uno mismo/a al describir cómo alguien ha superado una determinada situación.

Además, la narración es uno de los medios de comunicación más antiguos. Históricamente, fue primero a través de la transmisión oral y luego en la literatura, el periodismo y el cine donde más se han utilizado las técnicas de comunicación narrativa.

¿POR QUÉ COMUNICAR CONTANDO UNA HISTORIA?

Porque una historia, a diferencia de la información presentada

8 Sandra Harding, "Rethinking Standpoint Epistemology: What is Strong Objectivity?", en *Feminist Epistemologies*, Linda Alcoff, Elizabeth Potter (eds) (Nueva York/Londres: Routledge, 1993), 59-121.

9 Irène Pereira, "L'éthique de l'allié-e", *Le Courrier* (30/09/2019), URL: <https://lecourrier.ch/2019/08/30/lethique-de-lallie-e/>

de forma puramente racional y objetiva, combina la razón y la emoción. El storytelling permite a quienes lo reciben comprender el sentido general del mensaje o mensajes, memorizarlos mejor y convertirse en sus portavoces en su entorno.

Esta experiencia personal de comunicación sensible da tanto para ver como para oír, para tocar, para oler y a veces, incluso, para saborear. Es esta combinación de emoción y razón la que marca la diferencia con respecto a una comunicación puramente descriptiva y racional. La emoción habla al corazón y, por tanto, despierta el interés, lo que permite a la audiencia proyectarse, identificarse y recordar mejor el contenido. Por otro lado, la razón ayuda a mantener el equilibrio y atemperar las emociones. Se trata de una cuestión de proporción.

INGREDIENTES PARA CONTAR HISTORIAS

1. ¿QUÉ HACE UNA BUENA HISTORIA?

La investigación científica ha demostrado que cuando escuchamos una buena historia nuestro cerebro responde de forma diferente que cuando escuchamos otro tipo de información. Nuestro cerebro es una gran herramienta para fomentar la empatía (entender y compartir los sentimientos y experiencias de otras personas). Las historias personales también nos dan el poder de enmarcar nuestras experiencias de forma positiva; por ejemplo, pueden enmarcar los problemas como desafíos y mostrar nuestros viajes como procesos de crecimiento.



2. ¿CÓMO TRANSMITIR EMOCIONES PARA CONECTAR CON TU PÚBLICO?

Hay una forma de hacer que una historia o un acontecimiento se pegue al cerebro como si fuera pegamento: La "Memoria Emocional" añade credibilidad a la noción de que los pensamientos pueden desencadenar emociones. Las emociones potencian la memoria y mejoran el recuerdo de las experiencias que son importantes o relevantes para nuestra supervivencia. Las emociones actúan como un rotulador que resalta ciertos aspectos de las experiencias para hacerlas más memorables.

- **Atención:** Tenemos una capacidad de atención limitada, por lo que contar una historia con carga emocional mantendrá la atención de la gente centrada en el mensaje.
- **Consolidación de un recuerdo:** La mayor parte de la información que adquirimos se olvida y nunca llega a la memoria a largo plazo. Las historias cargadas de emociones se recuerdan mejor que las de acontecimientos neutros. Las hormonas del estrés, la epinefrina y el cortisol, potencian la memoria y consolidan los contenidos.
- **Olvidarse de la duración (regla del pico-fin):** La forma en que recordamos los acontecimientos no se compone necesariamente de la suma del total de cada momento individual. Por

el contrario, tendemos a recordar y enfatizar en exceso el momento o momentos cumbre (mejores o peores) y a olvidar el resto de una experiencia. Por eso, una conclusión emocional de nuestra historia puede tener un impacto poderoso y duradero en el público.



3. ¿CÓMO CONECTAR CON EL PÚBLICO?

- **Dirígete a tu público:** Es esencial adaptar tu historia a tu público. El tono, el vocabulario utilizado, los elementos de la historia y el ángulo de enfoque deben ser coherentes y adaptarse al público y al mensaje que deseas compartir. Crea una conexión emocional con tu público incluyendo aspectos humorísticos y personales. Evoca una emoción que cree una experiencia en la que cada persona se pueda reconocer.
- **Sé auténtico:** Sé tú mismo. Los oyentes/espectadores se identificarán como seres humanos con puntos fuertes pero también con puntos débiles. La autenticidad reforzará la identificación del público con tu historia, aumentará tu credibilidad y te permitirá establecer una relación de confianza y sinceridad. Las historias reales se recuerdan mejor porque resuenan más con la audiencia.
- **Ritma tu historia:** RESPIRA! Si tu narración es oral, ten en cuenta que las pausas y los silencios son tan importantes como las palabras que utilizas. Estas pausas deben estar pensadas y marcadas en el momento adecuado: el silencio puede reavivar el interés de tu público, despertar el miedo, la tristeza, el suspense...
- **Muestra las emociones en lugar de describirlas:** Asegúrate de que el espectador o el oyente experimente lo que has hecho o vivido, no sólo que escuche lo que realmente has vivido. Tienes que sumergirte en la situación descrita, como si la estuvieras viviendo de nuevo. Es necesario describir lo que has visto, oído y sentido.

CONSEJO PARA CONTAR HISTORIAS:

"Tener clara la estructura de tu historia puede ser muy útil para contar tu historia a los demás. El tablero de la historia puede ser una herramienta útil para recordar la secuencia sin atascarse demasiado en los detalles. Visualiza el viaje y confía en tu imaginación. El marco del story board debe permitirte tejer palabras e imágenes a su alrededor. Practica cómo contarlo a otra persona... y recuerda que contar una historia le da vida.

EN LOS TALLERES DE RADIO

El storytelling aplicado a un contexto radiofónico puede ayudar a los participantes a organizar su discurso, a mejorar la experiencia de los oyentes y a captar su atención. El storytelling es fácil de aplicar en cualquier contexto durante un taller de radio. No es necesario ser un gurú del storytelling para utilizarlo. Los participantes pueden utilizarlo para contar sus historias y, de hecho, algunos de ellos ya lo hacen de forma natural. A continuación presentamos algunas estructuras y conocimientos adicionales que pueden ayudar a desarrollar y organizar sus discursos.

A través de la narración de cuentos, los participantes podrán trabajar en:

- La confianza en sí mismo/a
- Las habilidades de comunicación
- La gestión de las emociones

BREVES EJEMPLOS PRÁCTICOS SOBRE CÓMO APLICAR LA METODOLOGÍA EN UN TALLER DE RADIO:

LA HISTORIA DE MI NOMBRE

De 5 a 10 minutos

Los participantes van a trabajar en parejas. Pídeles que elijan a alguien que no conozcan bien y explícales que van a compartir la historia de su nombre entre ellos. Pueden compartir todo lo que sepan sobre él (quién lo eligió, qué significa, de dónde viene, etc.). A continuación, cada persona presentará la historia del nombre de su compañero a todo el grupo, turnándose ante el micrófono.

COMPARTIR HISTORIAS

20 a 30 minutos

Explica al grupo que vas a empezar las primeras grabaciones. Un facilitador puede sentarse en la mesa donde están todos los materiales (micrófono grabadora, etc.) e invitar a una de las parejas de participantes a unirse. Se pedirá a uno de ellos que coja el micrófono y cuente la historia del nombre de su compañero; después deberán cambiar los papeles.

Informe: Pregunta a los participantes cómo se han sentido, para identificar sus emociones. Dale algún comentario positivo para animar su esfuerzo y, si es necesario, algún consejo sobre cómo podrían mejorar.

Luego, poco a poco, a medida que las parejas trabajan juntas, puedes dar instrucciones adicionales:

1. Después de compartir ambas historias, puede invitar a los participantes a hacerse algunas preguntas y luego invitar al "público" a intervenir.

1. Puedes pedirle a uno de los compañeros que haga una breve introducción antes de compartir la historia adoptando el papel de un periodista conductor de radio: "Hola y bienvenidos a nuestro programa "La historia de mi nombre", donde vamos a presentar hoy la historia de Clara"...". Para cerrar el segmento también puedes proponer que concluyan sus intervenciones dirigiéndose a la audiencia: "Gracias por escucharnos, y hasta pronto en "La historia de mi nombre"".

[news/learning-through-storytelling-your-most-powerful-teaching-tool/](#)

Recursos de enseñanza y aprendizaje: <https://www.nyu.edu/faculty/teaching-and-learning-resources/strategies-for-teaching-with-tech/storytelling-teching-and-learning/how-to-create-an-effective-story.html>

Ejercicios preliminares del manual Sheherazade: <https://issuu.com/aldbieseneu/docs/sheherazade-manual>



CONSEJO PROFESIONAL

Puedes utilizar la herramienta narrativa del viaje del héroe. El concepto fue desarrollado por Joseph Campbell. En su libro seminal *El héroe de las mil caras* (1949), Campbell identifica un patrón arquetípico en el viaje del héroe a través de la mitología mundial. Este patrón ha sido utilizado innumerables veces por guionistas, cineastas, novelistas y otros. De hecho, George Lucas contrató a Campbell para que le ayudara a estructurar los guiones de la película *La Guerra de las Galaxias*. En esencia, el viaje del héroe divide la historia en tres fases: la llamada a la aventura, el conflicto y su resolución.

Referencias :

Crear emoción a través de la narración: <https://pluvian.fr/18-06-12-emotion-et-storytelling>

La narración, una historia de emociones: <http://79c.fr/le-storytelling-une-histoire-demotion/>

La historia: <https://c-marketing.eu/le-storytelling-est-mort-vive-le-storyliving/>

¿Cuáles son los principales ELEMENTOS DE UNA HISTORIA?: <https://www.dreamerswriting.com/elements-of-a-story/>

Por qué importan las historias: <http://www.66000milesperhour.com/2013/11/why-stories-matter/>

Cómo hacer una buena narración: <https://blog.kannelle.io/comment-faire-un-bon-storytelling/>

Cómo captar la atención con la narración: <https://medium.com/@mikeschultz/how-to-gain-attention-with-storytelling-4fa009788d18>

Aprender contando historias - Su herramienta de enseñanza más poderosa: <https://www.fmpconsulting.com/>

TEATRO DEL OPRIMIDO

¿QUÉ ES EL TEATRO DEL OPRIMIDO?

En los años 70, el dramaturgo brasileño Augusto Boal propuso un teatro político que invitaba al público a formar parte de la obra. Esto no sólo requeriría que el público (o lo que él llama espect-actores) pensara en la escena representada, sino que también actuara e interviniera en el escenario, para buscar alternativas a los conflictos presentados. Boal dio una nueva mirada al teatro como herramienta pedagógica, social, política, cultural y terapéutica (Castillo, 2013).¹⁰Inspirado en la Pedagogía del Oprimido de Paulo Freire, el Teatro del Oprimido ofrece a quienes lo practican un método estético para explorar y analizar sus realidades individuales y sociales con el fin de promover el cambio (Motos y Navarro, 2011).¹¹

CRÍTICAS AL PODER

La base de la metodología es que las personas, sin importar su edad o procedencia o situación, pueden enseñar y aprender, ser dueñas de conocimiento, tienen el mismo derecho a hablar, ser escuchadas y proponer opciones, contenidos, problemas y soluciones. El TO se utiliza para analizar las estructuras de poder y, más concretamente, para identificar los abusos de poder perpetrados sistemáticamente en nuestra vida cotidiana. El TO utiliza juegos y ejercicios teatrales para desmecanizar nuestras percepciones haciéndonos conscientes de nosotros mismos y de nuestro contexto.

TEATRO DEL FORO

El Teatro Foro es una de las herramientas básica del Teatro del Oprimido. Se basa en la presentación de una obra corta que se detiene en el momento de máximo conflicto. El animador (Curinga o Joker) aporta datos para alimentar el debate, hace participar al público y formula preguntas para generar una reflexión colectiva sobre la situación presentada en el escenario. La escena se reinterpreta tantas veces como intervenciones diferentes proponga el público. Cada alternativa propuesta se discute y analiza para explorar la viabilidad de la solución propuesta. Según Boal, el objetivo del teatro foro no es la realidad pero es un ensayo para la realidad (Boal, 2002).

TEATRO DEL OPRIMIDO EN LOS TALLERES DE RADIO COMUNITARIA

La metodología del Teatro del Oprimido es valiosa en la realización de los talleres de radio, ya que anima a las personas participantes a desmecanizar sus cuerpos, emociones y formas de

pensar en un espacio seguro en el que se sientan cómodos para compartir sus historias. A través de sus experiencias personales, es posible explorar situaciones difíciles de exclusión social, como ser objeto de estereotipos, prejuicios y discriminaciones que han sufrido y/o presenciado.¹²

- Crea un espacio seguro en el que las personas participantes se sienten cómodas para compartir sus historias.
- Fomenta la cohesión del grupo y el sentido de pertenencia.
- Capacita y da voz a los grupos e individuos infrarrepresentados.
- Fomenta en las personas participantes diversas habilidades y competencias (enumeradas a continuación).
- Crea una conexión con la audiencia/los oyentes y promueve la concienciación sobre problemas sociales relevantes.
- Facilita la creación de productos artísticos (piezas teatrales y radiofónicas) en contextos no profesionales.
- Nos hace trabajar con la realidad en diferentes niveles: Visualizarla desde muchas perspectivas, analizarla, experimentar con ella, generar estrategias y alternativas creativas y ensayar soluciones que podamos llevar a la vida real.
- Nos permite pensar y actuar sobre nosotros mismos/as -mente, cuerpo y emoción- y nuestra conexión con las demás personas.

HABILIDADES:

Las competencias/habilidades que las personas participantes adquieren o mejoran mediante la aplicación de la metodología del TO son:

- Conciencia cultural y competencia intercultural
- Competencia comunicativa y lingüística, basada en el trabajo con herramientas de comunicación no violenta y asertividad
- Pensamiento crítico
- Aprendizaje dialógico
- Conciencia de las estructuras de poder
- Competencia social y cívica
- Autonomía e iniciativa personal
- Resolución/transformación de conflictos
- Competencia artística y cultural, basada en una mayor capacidad para utilizar nuestras voces, nuestros cuerpos y nuestra expresión creativa de forma estéticamente atractiva.

¹⁰ Castillo, B. (2013). Psicodrama, Sociodrama y Teatro del Oprimido de Augusto Boal: Analogías y Diferencias. *Teatro: Revista de Estudios Culturales / A Journal of Cultural Studies*, 26: 117-139.

¹¹ Motos-Teruel, T.ómas & Navarro-Amorós, AntoniA. (2012), Estrategias del Teatro del Oprimido para la formación permanente del profesor. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*, 4 (9), 619-635, 2012.

¹² Los estereotipos consisten en un juicio de la persona basado en su pertenencia a un determinado grupo. Los prejuicios son nuestra reacción emocional hacia una persona basada exclusivamente en nuestros sentimientos hacia el grupo social/cultural al que pertenece la persona. La discriminación es la negación de la igualdad de derechos basada en prejuicios y estereotipos (en Fiske, S. (2010). *Los seres sociales: Core motives in Social Psychology*. Hoboken: Wiley).

EJEMPLO DE UN TALLER DE RADIO INSPIRADO EN EL TO

Se ha aplicado la metodología de el TO adaptando el método para dar lugar a la creación de un producto radiofónico.

La estructura de los talleres debería ser la siguiente:

PASO 1

Conocimiento mutuo y ejercicios de **creación de equipos** para crear un espacio seguro en el que los participantes se sientan cómodos para compartir libremente sus historias, emociones y puntos de vista, generando un ambiente de confianza y cooperación entre los participantes (incluidos los facilitadores) y un sentimiento de pertenencia al grupo.

PASO 2

Desmecanización del cuerpo, las emociones y la forma de pensar. En este proceso, se proponen una serie de ejercicios para salir de aquello más conocido y poderse relacionar diferentemente con uno/a mismo/a y con el entorno. En este proceso, es importante prestar atención al estado emocional, mental y físico de las personas participantes, con especial atención a las que se encuentren en situaciones más vulnerables.

PASO 3

Compartir historias y experiencias personales (colectivización de las historias), para identificar situaciones de conflicto que los participantes han vivido y que resuenan en el grupo. Pasar de “mi” historia a “nuestra” historia.

PASO 4

Construir el embrión de la pieza creativa donde los participantes dan forma a la historia (personajes, trama, etc.) que se presentará.

PASO 5

Exploración de la estética del oprimido para analizar la estructura de la opresión detrás de la historia a través de técnicas teatrales y presentar la historia de manera artística e estética a un público.

PASO 6

Puesta en escena del resultado teatral, en la que los participantes actúan ante un público o crean un producto artístico para compartirlo con sus comunidades y más allá.

A lo largo del taller, el grupo trabaja simultáneamente en varios niveles: individual, relacional, contextual y social.

En el contexto del taller de radio, nos centramos en ejercicios que animaban a los participantes a analizar sus voces, detectar lo que les gusta y lo que no les gusta de ellas, trabajar su entonación, interpretación y ritmo, y prepararse para crear un producto radiofónico con sus historias, al tiempo que adquirían los conocimientos técnicos y digitales necesarios para crearlo.

Los podcasts se presentaron a través de un maratón teatral en línea.

AUDIO PARTICIPATIVO

QUÉ ES EL VÍDEO PARTICIPATIVO (VP) Y EL AUDIO PARTICIPATIVO (AP)

En esta sección comenzamos con la descripción del método del Vídeo Participativo, del que derivamos nuestro propio enfoque: Audio Participativo. Aunque los planteamientos metodológicos básicos siguen siendo los mismos, el medio cambia.

El **vídeo participativo** es un método utilizado para involucrar a grupos y/o comunidades en la realización de sus propios proyectos de vídeo. Se basa en el concepto de que la producción de vídeo es fácil y accesible y de que las personas se encuentran discutiendo temas comunes, expresando dudas o compartiendo historias. El objetivo de muchas organizaciones que trabajan con VP es capacitar a los grupos para que pasen a la acción, encuentren soluciones a sus problemas y las presenten a los responsables de la toma de decisiones o a otros grupos para compartir conocimientos. **Audio participativo** es el nombre que hemos dado a la idea que hemos derivado del VP. El objetivo es que un grupo de personas trabaje sobre un tema, lo procese con métodos de audio y elabore un producto final. En nuestro caso, se trata de un programa de radio, o un episodio de podcast.

ES BUENO SABER

La VP es un método para apoyar a los grupos minorizados en la realización de sus propias ideas. Es una metodología que se utiliza para diversos ámbitos, desde la defensa o la investigación comunitaria, hasta el desarrollo de capacidades o la evaluación de proyectos. Dependiendo del enfoque, salen a relucir diferentes métodos.

ENFOQUE DE PROCESO CONJUNTO EN EL AUDIO PARTICIPATIVO

En cuanto al resultado, el AP suele parecerse a **los documentales de radio, por el uso frecuente de entrevistas y grabaciones in situ**. Sin embargo, el proceso que lleva al producto final es muy diferente. El **AP no es sólo la producción de una emisión, sino también el proceso de esa producción**. No es una

emisión sobre algo o alguien; al contrario, surge del grupo y de la comunidad/el entorno al cual que se basa. El contenido específico del formato, así como el proceso que va desde la discusión de un determinado tema hasta la toma de decisiones sobre cómo representar las soluciones, suelen ser más importantes que el resultado sonoro en sí. El **resultado supera a la producción**, por así decirlo.

El valor más importante del AP es el proceso conjunto desde el principio hasta el final. Todos y cada uno de los pasos son realizados por el grupo de participantes, y siempre que sea posible debe extenderse a una comunidad más amplia. Si, por razones prácticas y organizativas, algunos de los pasos tienen que ser realizados por los facilitadores, es esencial mantener la transparencia, hacer comprensibles sus decisiones y proponer alternativas.

ETAPAS DE UN TALLER DE RADIO INSPIRADO EN EL AP

Aunque los proyectos de AP varían tanto en su forma como en su función, algunas etapas son importantes. A continuación, presentamos brevemente cada una de ellas.

Presentación de las grabadoras y los equipos de audio y el proceso de creación de equipos de trabajo.

Sobre todo, al principio, se utilizan ejercicios y juegos lúdicos. Tienen la doble función de familiarizar a los participantes con el equipo técnico y con las demás personas participantes.

Trabajo de contenido específico

Como ya se ha dicho, el objetivo final de un proyecto de AP no es hacer una emisión ni aprender a hacer un programa de radio. El objetivo de un proyecto de AP es trabajar sobre un determinado asunto, tema o preocupación a través de un proceso común. Se trata de debatir temas concretos, visualizar problemas, expresar opiniones y encontrar soluciones.

EJEMPLO DE EJERCICIO:

EL RÍO DE LA VIDA

1. Pregunta al grupo "¿Qué es un río?" y reúne imágenes: turbulento, fluye, se ensancha, etc.
2. Utilizando esas imágenes, cada persona dibuja un río para describir un viaje (ya sea una historia personal o un problema según el tema del proyecto). Las turbulencias en el río describen conflictos o problemas, los pasajes de calma se refieren a los períodos de tranquilidad dentro de este viaje, etc. Utiliza papeles grandes y en blanco para hacerlo.
3. Comparte los viajes uno por uno, explicando lo que se ha dibujado.
4. Identificar los temas comunes, cómo se identifica cada uno con los temas que surgen.
5. Los puntos comunes de los temas principales se pueden

trabajar posteriormente.

6. Al trasladar los resultados de este ejercicio al esquema de producción, asegúrate de que el grupo llega a un consenso antes de sumergirse en las grabaciones de audio.
7. Como el río traduce un viaje, puede transformarse en una historia para la producción de audio. Después de este ejercicio, se puede continuar con un storyboard en el que los participantes organicen su audio de forma más concreta en términos de qué grabar, dónde grabarlo y asignar tareas.
8. Como esta etapa del proceso es un trabajo duro, combine los ejercicios con actividades para romper el hielo y asegúrese de realizar una actividad de entrada y salida al principio y al final del día o de la sesión.

Grabación y edición

La siguiente etapa es la grabación de audio propiamente dicha. La mayoría de los proyectos se centran en las entrevistas por su capacidad de incluir más voces y opiniones. De este modo, más personas, además del grupo de participantes en el proyecto, pueden contar sus historias y opiniones sobre un determinado tema. Sin embargo, en este contexto, queremos animarte a que también pienses en otros medios para ampliar el grupo e incluir también otros medios de expresión creativos.

ES BUENO SABER



Una producción de audio puede adoptar muchas formas diferentes. Puede ser artísticamente abstracta, puede ser un documental, también puede fusionarse con una obra de radio. Los participantes son los que deciden el resultado final. Sin embargo, es importante no querer alcanzar demasiado de una sola vez y no poner el listón estético demasiado alto. Se trata de divertirse y disfrutar experimentando.

Después de reunir el material, comienza el proceso de edición. Para que también sea un proceso en grupo, las diferentes etapas de edición están separadas y no todo se hace frente al ordenador.

EJEMPLO

EDICIÓN DE PAPEL

1. Estructuración del material: Se reproducen las grabaciones y los participantes toman notas en post-its: Se busca una palabra clave o título de la escena y se anota si se debe incluir o no.



CONSEJO PROFESIONAL

Antes de iniciar un proyecto de AP, piense en el objetivo y las necesidades del grupo y adapte su plan en consecuencia. No todos los grupos necesitan lo mismo. Los resultados finales pueden ser magníficos, pero a veces el intercambio de ideas y experiencias es más importante que la propia producción.

Intenta pensar en actividades que ya hayas aplicado en tu trabajo: ¿podrías pensar en una forma de incluir la grabación de sonido en ellas? Puede que funcione. Sin embargo, recuerda que no todas las actividades tienen que incluir equipos técnicos. Siéntete libre de mezclarlas con otros ejercicios. Nos parece especialmente interesante incluir otras técnicas y enfoques creativos, como el dibujo o los collages, la narración (visual) o fotografías, la co-creación de paisajes, las grabaciones de sonido y música, etc. siempre que vayan en consonancia con el tema de tu proyecto. El resultado de estas técnicas puede enriquecer no sólo las sesiones del taller, sino también el audio (por ejemplo, grabar también tu proceso de lluvia de ideas, utilizar música de creación común en la producción, etc.)

2. Sin el metraje real, el grupo discute el material y elige las secciones que se incluirán en la producción.
3. En un muro de papel, todas las notas adhesivas se ordenan como lo harían en el programa de edición.
4. Sólo entonces, y de acuerdo con este plan, se inicia una edición informática aproximada.
5. La edición fina también se realiza en el ordenador, y los participantes toman turnos para que todos pasen por la posición de control.

PRESENTACIÓN Y CELEBRACIÓN

Las sesiones de escucha y las presentaciones son una parte crucial del éxito de un proyecto de audio. Las sesiones de escucha no sólo deben tener lugar al final como presentación del producto terminado, sino en diferentes etapas del proyecto. Esto es especialmente importante en el caso de un trabajo comunitario más amplio, en el que todos deben mantener el control durante todo el proceso.

Compartir el proceso, más que el resultado, aumenta la comprensión y la propiedad. No hay que ser tímido a la hora de compartir el material en bruto y obtener comentarios. En los proyectos comunitarios intensivos de AP, puedes incluso organizar una sesión de escucha al final de cada día. De este modo, los comentarios pueden ponerse en práctica al día siguiente y todo el mundo sigue teniendo el control, hay más personas que participan en el proceso que las que están grabando y la forma de presentar el contenido sigue estando en manos de las personas participantes.

Al final de cada proyecto de AP, debe haber una presentación final y un proceso de debate y toma de decisiones sobre cómo difundir el resultado. Celebra este importante paso encontrando el escenario adecuado: presenta el audio, comparte comida y bebida, dé espacio para el debate y el intercambio. Quizás incluso quieras incluir algo de música.¹⁵

PRÁCTICAS COLECTIVAS DE RADIO

¹⁵ Más información: Un enfoque basado en los derechos para el vídeo participativo: kit de herramientas.

Benest, G. 2010. InsightShare: Oxford.

<http://insightshare.org/resources/right-based-approach-to-pv-toolkit>

Vídeo participativo: Imágenes que transforman y empoderan.

White, S. (ed) 2003. Sage: Londres.

Manual de vídeo participativo.

Milne, Mitchell, de Lange (editores). Lanham:Alta Mira, 2012.

- Artículo: Low, Bronwen et al 2012. (Re)framing the Scholarship on Participatory Video: De la celebración al compromiso crítico. (p49-64)

- Artículo: Thomas y Britton. El arte del vídeo participativo. Estética relacional en las colaboraciones artísticas. (p.208-222)

¿QUÉ ES LA PRÁCTICA DE LA RADIO COLECTIVA?

La radio es una forma de animar a la gente a hablar y compartir lo que les importa.

Sin embargo, organizar un programa de radio no es algo natural. Esta metodología pretende compartir una hoja de ruta para ayudar a los facilitadores a organizar una emisión de radio en la que los participantes participen colectivamente en un programa de radio dedicado a lo que les importa.

POR QUÉ LA PRÁCTICA DE LA RADIO COLECTIVA

Como ya se ha dicho, las llamadas personas vulnerables no suelen estar presentes en los medios de comunicación convencionales o sus opiniones suelen ser mal representadas. Siempre hay alguien (la mayoría de las veces sin experiencia) que habla en su nombre. Por ejemplo, los refugiados están en el centro del debate, pero no es habitual escuchar a los refugiados hablar por sí mismos en un debate de un programa de máxima audiencia. Los enfoques alternativos como los que proponemos no cambiarán eso probablemente, pero seguimos creyendo que es importante crear espacios en los que se compartan historias no escuchadas. La radio colectiva ayuda a crear esos espacios en los que todos tienen la oportunidad de expresarse. A fin de cuentas, la práctica de la radio colectiva es un pretexto para reunir a personas que comparten un mismo territorio o condiciones de vida y permitirles conversar. En este marco especial salen a relucir temas que de otro modo no encontrarían espacio, porque no hay tiempo para ellos o simplemente no se dirigen a la gran mayoría. Aquí se crea un pretexto para hacer que los grupos hablen de lo que les importa.



ES BUENO SABER:

El taller puede tener lugar en un centro social, un colegio, una residencia de ancianos, un campo de refugiados, en la cárcel.... La metodología es flexible, sólo necesita una sala y unas cuantas sillas. El taller se lleva a cabo con entre tres y veinte personas. Se fomenta la mezcla de grupos de cualquier tipo. Las intervenciones están dirigidas a la inclusión de todos los públicos.

ETAPAS DE UN TALLER DE RADIO COLECTIVA:

Configuración

- Se pide a unos 15 participantes que se sienten en círculo. En el centro se coloca una mesa con micrófonos y papeles de colores.
- Empieza por elegir el nombre del programa de radio. Pide a la gente que dé algunas sugerencias y haz una votación a mano alzada para elegir un nombre.

Jingle

- Crea un jingle con el nombre del espectáculo. Pide a la gente que se ponga de pie en semicírculo. Pregúntales si tienen alguna idea sobre la música. Ten en cuenta todas las sugerencias, incluso una simple palmada o una breve melodía de tres notas. La gente puede cantar, tocar instrumentos y utilizar su cuerpo. Intenta armonizarlos repitiendo el mismo patrón de palmas o diciendo el nombre del espectáculo con una voz diferente. Como facilitador, tienes que actuar como un director de orquesta.
- La idea es hacer música corta y fácil de recordar.

Temas

- A continuación, entregue un pequeño papel a cada uno y pide a los participantes que escriban sus ideas. Puede ser algo que les guste o les disguste, algo que consideren importante para ellos, algo que les preocupe. A continuación, se juntan los papeles en un sombrero. Pide a cada participante que saque un papel y que lo lea en voz alta uno tras otro.
- Al mismo tiempo, el facilitador enlaza y agrupa las ponencias en algunos temas clave.
- Divida a los participantes en subgrupos. (por ejemplo, 3 subgrupos si tiene 3 temas clave).
- En cada grupo, prepare con los participantes, afirmaciones relacionadas con los temas clave. Por ejemplo: si el tema es la "migración", la frase puede ser "Me siento como en casa en el país en el que vivo actualmente". Si el tema es la "ecología", la frase puede ser "Los gobiernos deben obligar a la gente a clasificar sus residuos y a ir en bicicleta más a menudo". El animador ayuda a los participantes a centrarse en sí mismos y en sus experiencias.

Storyboard

- Vuelve a reunir a todo el grupo para escribir con los participantes la hoja de ruta del programa. Pregunta a la gente qué

quiere poner en primer lugar, en segundo, etc... y pide a un participante que lo escriba en letras grandes en un papel.

- Cada tema con sus frases formará parte del programa. Hay que añadir un jingle, una introducción (unas frases para explicar de qué va el podcast, quiénes forman parte de él y desde dónde se emite), unas pausas musicales (pide a alguien que cante o busca una canción en Youtube. - Este momento es importante para que los participantes hagan una pausa y se relajen del debate) y una conclusión (unas frases para dar las gracias a todos y concluir el podcast).

Roles

- Asigna los roles para el programa. Tienes que identificar a uno o dos presentadores, uno o dos técnicos. Sé creativo y crea nuevas funciones: fotógrafo, persona que ayuda a calentar los motores, alguien encargado de comprobar que todo el mundo habla correctamente en el micrófono, etc.
- Coloca en el centro de la mesa un papel con "de acuerdo" en un lado y un papel con "no estoy de acuerdo" en el otro. A continuación, pide a los participantes que escriban su nombre en un papel.

Facilitación del programa

- Durante el programa, cuando sale un tema, cada participante pone su nombre más cerca de "de acuerdo" o "no de acuerdo" según lo que piense. Los participantes también pueden poner su nombre en un punto intermedio entre "de acuerdo" y "no de acuerdo", si su opinión es moderada. Esto ayuda a la persona de referencia a ver cómo el tema puede generar diferentes opiniones y a preguntar directamente a los participantes qué opinan sobre las frases.
- El presentador alimenta el debate formulando preguntas y teniendo en cuenta la variedad de opiniones existentes sobre el tema.
- Haz un ensayo del jingle y combínalo con la introducción y ahora... a empezar el programa. 3-2-1. **Y AHORA...**

CONSEJO PROFESIONAL



1. Es un montaje muy fácil para los principiantes.
2. Es más fácil cuando las personas participantes comparten el mismo idioma.
3. Es importante añadir actividades para romper el hielo, evaluación y formación técnica antes y después.
4. Esta metodología es una buena manera de involucrar a todas las personas. Sin embargo, las facilitadoras deben centrarse en las experiencias de las personas para que el debate sea rico para la audiencia.
5. Tenga en cuenta que si el debate se queda en lo superficial puede resultar aburrido para el público.

EXPLORAR LOS FORMATOS DE RADIO

INTRODUCCIÓN

En la siguiente sección presentamos algunos formatos que se utilizan habitualmente en la radio y que han demostrado ser elementos útiles en los talleres de V.I.T.A. Se invita a incluir estos montajes específicos en la planificación de los talleres y a probarlos con los participantes. Servirán de inspiración y podrán modificarse, ampliarse o combinarse entre sí, según se desee. Las propuestas descritas de formatos radiofónicos exploratorios y no formales permiten liberar el potencial creativo y tener un enfoque lúdico. De este modo, los participantes se comprometen activamente con sus temas y su entorno.

10 CONSEJOS PARA EXPERIMENTAR CON NUEVOS FORMATOS (Y PARA EL DISEÑO DE TALLERES EN GENERAL)

Comete errores: El aprendizaje práctico es un aprendizaje sostenible. En lugar de explicar, deja que las personas participantes prueben por sí mismas y aprendan a través de sus propios errores y los de los demás.

Poner en común los errores: no importa quién los haya cometido, sino que todo el mundo aprenda de ellos.

Nunca ocultes un error, sino que añádelo a una base de datos común para el aprendizaje.

Ver y aprender: Mostrar todas las secuencias justo después del rodaje aumenta la comprensión y la conexión entre "las manos y la cabeza": ayuda a entender la conexión entre lo que hicimos con el micrófono y lo que oímos y escuchamos.

Pásalo: Cada participante enseña a otro cómo manejar el equipo, realizar entrevistas, contar una historia y luego esta persona enseña al siguiente, y así sucesivamente.

Perder el control: Cambie frecuentemente los papeles entre los participantes para evitar que alguien sea experto en un solo aspecto del proceso. Como facilitador, pierda el control sobre los pequeños pasos y el resultado. Construya el marco para trabajar juntos/as, pero manténgase abierto, flexible y creativo.

Tómate en serio la propiedad: El grupo decide la forma y la función del resultado final. Deje que las participantes decidan si el audio se difunde o no, si se pone en línea o no, cómo debe aparecer todo el mundo (por ejemplo, los nombres en los créditos) y qué hacer con todo el material al final del proyecto.

Sea vulnerable: Construya un terreno y una atmósfera comunes para que todas las personas se sientan cómodas cometiendo y "admitiendo" errores. Sé vulnerable también como facilitador (por ejemplo, participa en juegos tontos, no te escondas detrás de tu posición).

Diviértete: Utiliza métodos lúdicos incluso con personas serias. Los juegos hacen que la gente abandone su posición. Compartir la risa facilita la vulnerabilidad.

Reunirse: Involucrar a otros, ampliar el círculo (por ejemplo, mediante entrevistas, narraciones o simplemente pidiendo opiniones). Comparte los resultados y celébralos.



ENTREVISTA EN EL GRUPO

Una entrevista es una comunicación personal iniciada con fines informativos. Es una práctica compartida en diferentes ámbitos, desde el científico hasta el social, utilizada a menudo en la psicología social pero también en los medios de comunicación. Edgar Morin (filósofo francés) nos dice que la entrevista tiene un ingrediente extra que excede el mero propósito de la información y está dado por la comunicación misma: en la interacción entre dos o más personas, tenemos el fenómeno psico-socio-afectivo que impacta la información, la filtra, la deforma o incluso la provoca.

Hay muchos tipos de entrevistas que se pueden realizar, pero aquí proponemos centrarnos en el plano social de dos personas participantes que entablan una conversación y donde cada una de ellas tiene un papel: una es la persona entrevistadora y la otra la entrevistada, casi como un juego de imitación del periodismo.

Una entrevista sirve para obtener información de la persona entrevistada, por ejemplo, de expertos, de testigos presenciales o de personas afectadas. Las entrevistas pueden mejorar la autenticidad de una emisión y aumentar el efecto de inmersión. Las entrevistas pueden ser narrativas o dirigidas, según la información que se quiera extrapolar.

Para un mejor encaje en la radio social, proponemos la entrevista libre: que sea personal y que aborde temas con los que ambos actores se sientan representados y con los que la audiencia pueda relacionarse. Este formato permite a las personas implicadas mantener la improvisación y seguir siendo espontáneas. Hacer preguntas abiertas puede dar a la conversación una fluidez y flexibilidad especiales para abordar cualquier tema que pueda surgir. La autoexpresión libre da la posibilidad de liberar nuestra mente de nuestros pensamientos y compartirlos con los demás. El objetivo de esta entrevista no es extraer la verdad, sino la opinión sincera de la persona oradora, y crea empatía e interés en la audiencia.

¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR EL FORMATO EN EL TALLER?

Propósito en el entorno del taller

Utilizamos el formato de entrevista para trabajar las habilidades comunicativas de las personas participantes. Este ejercicio les da la posibilidad de practicar algunos de los roles (periodista, entrevistada) en un programa de radio. Las entrevistas representaron la posibilidad de experimentar cómo expresarse con una grabadora. Para mejorar la experiencia, pedimos a las participantes que escucharan las grabaciones y les guiamos con algunas preguntas. Durante la emisión o el programa se pueden alternar distintos segmentos con contenidos diferentes. La entrevista es un formato que puede utilizarse fácilmente en cualquier momento del programa: puede utilizarse como apertura, pero también como segmento principal o incluso para cerrar el programa. Recuerda que la entrevista es un formato estupendo para conocer a tus personas invitadas.

Tamaño del grupo

Este formato se adapta bien tanto a grupos pequeños formados por 4 personas como a grupos más grandes de hasta 20 participantes.

Conocimientos previos

Las participantes no necesitan tener ningún conocimiento previo.

Temas

Si trabajamos con un formato de entrevista podemos abordar cualquier tema que las participantes elijan. Es importante que las participantes se sientan representadas y tocadas por el tema, ya que el objetivo de la entrevista es trabajar con información personal.

¿Qué habilidades adquieren los participantes?

- Habilidades comunicativas y relacionales
- Escucha activa
- Competencias lingüísticas
- Empatía

EJEMPLO DE ENTREVISTA DURANTE EL TALLER

ENTREVISTAS CRUZADAS

De 15 a 20 minutos

Pida a las participantes que reflexionen individualmente sobre la siguiente pregunta: "¿Quién será dentro de diez años?". Para ayudarles, puedes pedirles que piensen en:

- las aficiones que tendrán
- sus relaciones íntimas, historias de amor y amistades
- qué habilidades habrán desarrollado
- un día "típico" en 10 años
- sus personalidades (¿habrá cambiado su carácter y comportamiento?)
- su vida social

A continuación, pídeles que se pongan en parejas, con una persona de su elección. Puede ser una persona con la que se sientan especialmente cómodos. Pídeles que hagan una entrevista cruzada con sus teléfonos móviles. Comprueba que todos los participantes saben utilizar la grabadora de voz de su teléfono. A continuación, recuérdales las entrevistas (véase el Apéndice 1) e invítalas a sentarse en un lugar en el que se sientan cómodas.

ESCUCHAR LOS ARCHIVOS DE AUDIO:

15 a 20 minutos

La persona A entrevista a B durante 5 minutos, haciéndole preguntas sobre cómo será su vida dentro de 10 años. Luego se invierten los papeles y B entrevista a A.

Una vez terminadas las grabaciones, pide a los participantes que te las envíen por Whatsapp. Vuelve a formar un gran círculo de grupo. Coloca un altavoz en el centro del círculo y escucha unas cuantas entrevistas cruzadas de forma voluntaria. Después de cada entrevista, haz un repaso rápido:

¿Cómo se sintió durante la entrevista?

¿Qué se siente al escuchar su voz?

Mediante entrevistas cruzadas, las participantes se hicieron preguntas sobre quiénes serían dentro de 10 años; luego escuchamos juntos estas entrevistas. Algunos de ellos escucharon sus voces grabadas por primera vez. Escuchar las entrevistas a veces les hacía sentir incómodos, pero la mayoría se reía. Realizar las entrevistas en parejas permitió a algunos de los participantes abrirse más, divertirse y disfrutar escuchándose a sí mismos.



CONOCIMIENTO CURIOSO

La Torre Eiffel, salvada por la radio.

Aunque fue la estrella de la Exposición Universal de 1889, los parisinos parecían haberse cansado de este monumento, y circulaban rumores sobre su destrucción. Para salvar su obra maestra, Gustave Eiffel encontró un uso para su torre: ¡se convirtió en un receptor e incluso en una emisora de radio! Radio Tour Eiffel fue la primera emisora creada en Francia en 1921.

El récord mundial de la entrevista más larga lo consiguió en 2013 un periodista noruego que entrevistó a un intelectual durante ¡30 horas, 1 minuto y 44 segundos!



ES BUENO SABER

Lo más importante es que los oyentes puedan identificarse de alguna manera con el entrevistado. La entrevista tiene que ser dinámica y abarcar temas reales con los que la gente pueda identificarse. Recuerda que si tu es el entrevistador/a tienes que estar escuchando activamente para poder reaccionar y profundizar en la historia de su entrevistado/a.

Las entrevistas son una forma estupenda de captar la atención de su audiencia, compartiendo historias y conociendo a sus invitados. Es un formato sencillo que puede aplicarse en cualquier momento de tu programa. No necesitas mucha preparación, ¡sólo disfrutar y escuchar a tu compañero/a!

VOX POPULI

El vox populi es una técnica periodística que consiste en entrevistar a personas al azar o dirigidas en un espacio público. El objetivo es hacer preguntas y recoger opiniones sobre un tema. La expresión Vox populi proviene de la frase latina "la voz del pueblo".

El vox populi suele desarrollarse de la siguiente manera: una periodista se acerca a una persona en la calle y le hace una pregunta sobre el tema elegido. Las preguntas se formulan en función de lo que el/la periodista busca: una respuesta corta, como "sí" o "no", o una más desarrollada. Al igual que otras formas de entrevista, las preguntas pueden adaptarse a las respuestas anteriores y al perfil de la persona entrevistada.

Vox Populi es una técnica de producción de contenidos muy interesante para un formato radiofónico. En primer lugar, permite recoger aportaciones de un grupo de personas entrevistadas que puede ser muy diverso en términos de género, edad, origen social y étnico, pero también de opiniones. La segunda ventaja del vox populi es que es una forma de producir contenidos con discusiones y respuestas muy espontáneas, ya que las personas entrevistadas no están preparadas para ello. El contenido de las respuestas puede ser sorprendente, ya que quien responde puede caer en una honestidad inconsciente por lo inmediato de las respuestas.



ES BUENO SABER

Kit de herramientas para novatos de la radio: Cómo hacer Vox Pop es un vídeo de fácil manejo para entender mejor cómo hacer Vox Populi. Se trata de una iniciativa de la Radio Pública de Nueva York que proporciona a las chicas y chicos adolescentes las herramientas y la formación para crear historias radiofónicas sobre sí mismos/as, sus comunidades y su mundo.

¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR EL FORMATO EN EL TALLER?

Propósito en el entorno del taller

Animamos a nuestros participantes a salir del espacio donde hacemos nuestro taller y a ir a conocer a la gente local. Con esta propuesta pretendíamos que salieran de la zona de confort y conocieran a gente nueva. Como nuestros participantes vivían en una zona rural y se sentían aislados, les invitamos a preguntar a otros cómo se sentían en ese mismo entorno.

Tamaño del grupo

El Vox Populi se puede adaptar a diferentes tamaños y tipos de grupos. Si trabajas con un grupo concreto, puedes invitarles a salir de la sala y organizar un vox populi en la calle.

Conocimientos previos

Las participantes no necesitan conocimientos previos, pero deben estar preparados para saber cómo dirigirse a las personas desconocidas. También deben estar preparadas para el rechazo en caso de que algunas de las personas a las que quieren entrevistar no estén dispuestas a responder a las preguntas.

Temas

Todos los temas son posibles, ya que el Vox Populi busca recoger opiniones sobre un tema determinado de personas aleatorias y diversas. Sin embargo, ten en cuenta el contexto en el que se desarrolla tu vox populi: Ten cuidado con las preguntas íntimas que puedan involucrar mucho a los sujetos. Además, si tus preguntas son demasiado íntimas, no obtendrás ninguna respuesta. Imagina cómo reaccionarías si una persona al azar se te acerca por la calle y te hace preguntas demasiado íntimas.

¿Qué habilidades adquieren los participantes?

- Habilidades comunicativas y relacionales
- Escucha activa
- Asertividad al hacer las buenas preguntas y responderlas
- Empatía
- Proactividad
- Conciencia cultural



CONSEJO PROFESIONAL

El uso de Vox Populi puede añadir una nueva dimensión a tu emisión, ya que de alguna manera invitas a tu público al estudio. Contar con voces externas que apoyen o se opongan a tu opiniones puede aportar nuevas ideas al debate.

Abrir el micrófono a una amplia audiencia también puede leerse como un signo de democracia, ya que se tienen en cuenta otras perspectivas y opiniones en tu programa.

Cuando interactúes con los demás, no olvides presentarte a ti mismo/a y al proyecto para que las personas sientan más curiosidad y estén abiertas a participar.

ALGUNAS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL VOX POPULI SON:

- Es sencillo de aplicar y no requiere mucha preparación.
- Puedes conocer gente nueva y conocer sus opiniones.
- Puedes aprender de los demás.
- Puedes mostrar algunas opiniones diversas en tu programa.
- Puedes difundir tu proyecto y mostrarlo.

El vox populi puede aportar credibilidad a tu programa, puede ser una buena estrategia para cautivar la atención de nuevos oyentes potenciales ya que, por supuesto, puedes invitar a las personas entrevistadas a escuchar el programa.



ES BUENO SABER:

¿Qué es un podcast?

El término podcast se compone de "pod" de iPod (el reproductor MP3 de Apple) y "cast" de broadcast (emitir). También hay emisiones de radio o televisión que tienen el formato de podcast. Sin embargo, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, un podcast no tiene horarios de emisión establecidos. Es toda una serie de archivos de audio. Imagínese un blog, que suele constar de varios artículos que se publican uno tras otro. Un podcast es básicamente lo mismo con archivos de audio. Por eso a veces se le llama blog de audio. Un podcast puede considerarse como un tren con muchos vagones: Un vagón es un episodio del podcast, mientras que todo el tren con todos los vagones y la locomotora es el podcast.

¿Quién hace los podcasts?

A menudo son empresas, autónomos, asociaciones o grupos de interés los que producen un podcast para llamar la atención. Pero también hay innumerables particulares que disfrutan comunicándose con el mundo de esta manera. Los temas son tan variados como las diferentes formas de hacerlo. Hay formatos de charla, de información, de conocimiento, de aprendizaje, de radio, de comedia, de revistas, de consejos empresariales y mucho más. Y eso es lo bueno del podcasting: la selección es enorme y cada uno puede elegir lo que le gusta.

COLLAGE DE SONIDOS

QUÉ ES UN COLLAGE SONORO

Un collage sonoro es un documento sonoro resultante de una compilación de fragmentos o muestras de trozos de ruidos, sonidos, voces, música y grabaciones. Al igual que un collage de papel de revistas antiguas, se reúnen cosas existentes, se reordenan y así se consigue un nuevo efecto. Al igual que su primo visual,

el trabajo de collage puede tener un efecto completamente diferente al de las partes que lo componen, incluso si las partes originales son totalmente reconocibles o de una sola fuente. Los collages sonoros son formas artísticas de tratar un tema. Por ejemplo, grabando sonidos cotidianos y juntándolos de una forma nueva y creativa, se pueden trabajar cuestiones como:

- ¿A qué suena la comunidad?
- ¿La cohesión es ruidosa o silenciosa?
- ¿El enfado es más bien estridente o sordo?
- ¿Cuál es la sonoridad del agua?
- ¿Qué es el sonido del amor?

NARRACIÓN AUDITIVA Y PINTURA SONORA

Elaborar un collage sonoro significa crear un mundo sonoro que procese determinados sentimientos, lugares, personas o experiencias y los haga tangibles. Al crear experiencias auditivas únicas, es posible contar historias complejas y llevar al oyente a un viaje por un mundo sonoro personal. De este modo, los collages sonoros también adoptan elementos de la narración y los transforman en audio.

El enfoque artístico y a menudo abstracto permite superar otras barreras, como el lenguaje o el movimiento, y hace que las experiencias sean accesibles. La reducción al sonido, en el sentido de tonos, voces y ruidos (a menudo cotidianos), también tiene el efecto de hacer que los oyentes y participantes aprendan a mirar su entorno de forma diferente.

CONOCIMIENTO CURIOSO

Los collages sonoros empezaron a ser técnicamente viables con el creciente uso de la cinta magnética a principios de la década de 1960. Los ingenieros de grabación pronto se dieron cuenta de la posibilidad de cortar las cintas con la ayuda de cuchillas de afeitar, volver a montarlas en una nueva disposición e incluir fuentes adicionales. El primer collage sonoro generado electrónicamente que se ha documentado es la pieza "Weekend", un collage de palabras, música y sonidos creado en 1928 por el cineasta y artista multimedia Walter Ruttmann. Más tarde, en 1948, Pierre Schaeffer utilizó técnicas de collage sonoro para desarrollar la primera pieza de música concreta, "Étude aux chemins de fer" (Estudio en los trenes), compuesta a partir de grabaciones de trenes (<https://www.youtube.com/watch?v=N9pOq8u6-bA>).



ES BUENO SABERLO

El sampling, una técnica similar al collage, se utiliza mucho en la música Hip Hop y House. Fue entonces cuando los collages sonoros entraron también en la música pop.



¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR ESTE FORMATO EN EL TALLER?

Buscar temas y hacer preguntas

En primer lugar, hay que encontrar una pregunta o un tema común. Los juegos o ejercicios conocidos para encontrar un tema son adecuados para esto. La pregunta debe llamar la atención sobre un fenómeno y despertar el interés de las personas participantes. A continuación, hay que describir el fenómeno por escrito y explicarlo con ejemplos. Como alternativa a la elección de un tema, se puede elegir primero un título para conseguir un tema posteriormente.

El concepto

Ahora se plantea la cuestión de cómo se podría configurar el tema para que suene. ¿Con qué sonidos se asocian a un determinado tema? En el caso del tema Viena por ejemplo sería "¿Cómo suena Viena?", quizá sea bastante sencillo: "Maldecir a los conductores de carruajes, el dialecto vienés, Mozart, una canción típica vienesa, etc.". Pero con una pregunta como "¿Cómo suena la amistad?" o "¿Cómo suena ser un forastero?" los sonidos suelen ser más abstractos y menos claros. Las discusiones que surgen son importantes y es igual de importante moderarlas y asegurarse de que se escuchan todas las opiniones.

Grabaciones

A continuación, los participantes salen a la caza del sonido. Buscan sonidos en el entorno, por ejemplo, en el piso, en los parques, en las tiendas, en el bosque, en las fiestas, en la zona peatonal, en el paseo marítimo, etc. Los sonidos, las voces y los ruidos se graban y se recogen. Son los fragmentos del collage sonoro.

Escuchar y componer

Luego se escuchan las grabaciones. ¿Por qué se grabaron esos sonidos? "Vaya, ¿eso suena realmente así?" - "¿Eh, qué tipo de sonido es ese?". Los sonidos sirven de estímulo para el debate posterior, que a su vez constituye la base del montaje.

Los experimentos musicales pueden componerse en solitario o en equipo. Ahora volvemos a la pregunta original. Las grabaciones pueden cortarse, moverse, duplicarse, borrarse o cambiar su volumen. Para ello se utiliza un programa de edición de sonido. Existen soluciones profesionales y programas gratuitos.

LAS PRODUCCIONES FINALES DE LOS PARTICIPANTES SE ESCUCHAN COLECTIVAMENTE Y SE DISCUTEN EN GRUPO

Tamaño del grupo

De dos a ocho personas

Conocimientos previos

Se necesitan conocimientos básicos de edición y grabación. Es posible encontrar un curso intensivo¹.

Temas

Todos los temas son posibles

Lo que se necesita:

Dispositivo móvil de grabación de sonido (ordenador portátil,

teléfono inteligente, grabadora o grabadora de casete con función de grabación).

Programa de edición

¿Qué habilidades adquieren los participantes?

- Expresividad artística
- Capacidad conceptual
- Conocimientos técnicos básicos
- Escuchar y oír activamente
- Preparación de los temas
- Conciencia de sí mismo/a
- Otras competencias en función del contexto

CONSEJO PROFESIONAL

Para comprobar el efecto del collage sonoro, las personas participantes pueden cerrar los ojos y escuchar el collage recién creado y dejar que surja una imagen en su mente. ¿Siguen correspondiendo a los temas elegidos al principio?



Los collages sonoros son una forma de hablar de las cosas sin usar la propia voz. Son creativos y, en el mejor de los casos, una experiencia artística, no sólo para los creadores, sino también para los oyentes.

TEATRO RADIOFÓNICO

El radioteatro (también llamado radioteatro), como su propio nombre indica, es la fusión de la radio y el teatro, o mejor dicho, es la adaptación del género teatral a la radio. Para que esta adaptación sea válida, el teatro renuncia a los aspectos visuales de la escena y los sustituye por elementos sonoros que activen la imaginación de los oyentes y les hagan entrar en la historia: efectos sonoros para ambientar la narración de la escena o los diálogos entre los actores, o música de fondo para ambientar y dar mayor protagonismo a la voz de los actores.

El radioteatro tuvo un gran desarrollo entre 1920 y 1940 convirtiéndose en una forma popular de entretenimiento en todo el mundo, especialmente en España y en América Latina. Su gran popularidad tenía una explicación: el teatro era sólo para la gente rica, mientras que el radioteatro era fácilmente accesible para cualquiera que tuviera una radio. Con la llegada de la televisión, el radioteatro fue perdiendo importancia hasta que Internet revirtió la situación. En la actualidad, la fusión entre teatro y radio ha incorporado otro elemento, el podcast, que está dando nueva vida al radioteatro. Los límites del radioteatro están constituidos por el hecho de que el público no puede apreciar los movimientos de los actores, que deben ser sustituidos por sonidos cuidadosamente elegidos y reproducidos que ayuden al público a entrar y comprender la escena.

¹ Véase, por ejemplo, la guía de talleres de radio de Radio Vita.

¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR EL FORMATO EN EL TALLER?

Propósito en el entorno del taller

El formato de radioteatro es adecuado para los objetivos del proyecto V.I.T.A. ya que, a la vez que ofrece la oportunidad de aprender a producir un programa o podcast de radio, trabaja en

- crear un espacio seguro en el que las personas participantes se sientan cómodas para compartir sus historias;
- fomentar la cohesión del grupo y el sentido de pertenencia;
- promover el autoconocimiento y la conciencia;
- dar a las participantes las herramientas para analizar sus voces, controlar la entonación y el ritmo.

En el proceso, se potencian las voces de personas no representadas, creando una conexión con el público que se siente identificado con las historias y expresiones que se presentan. Por ello, este formato es transformador y favorece la cohesión social.

Este es un ejemplo de taller de radioteatro:

Conocerse y calentar la voz

El taller comienza con ejercicios de conocimiento mutuo.

A continuación, comenzamos a calentar la voz y a analizarla (realizando ejercicios para trabajar y reconocer nuestra voz, describir lo que nos gusta y lo que no nos gusta de ella, y cómo podemos aprender sobre aquello que no nos gusta).

Creación de una obra de teatro basada en un tema y en las experiencias de las personas participantes en torno al mismo

Para crear la obra de teatro, el equipo de dinamización puede proponer un tema o hacer que las participantes se pongan de acuerdo sobre lo que quieren trabajar (se puede hacer haciendo que cada uno escriba un tema en un papel y luego recoger ideas y elegir las más recurrentes o interesantes para el grupo, se puede hacer a través de una lluvia de ideas común...).

Una vez que hayamos definido el tema, las participantes se dividirán en grupos más pequeños y se les pedirá que compartan sus conocimientos, experiencias y sentimientos en torno al tema y que escriban una breve historia con la que tengan una conexión personal. Una vez que todos hayan terminado, los dos grupos se unirán para fusionar sus historias, y así sucesivamente hasta que tengamos una sola historia, será nuestra historia (la historia del grupo no la historia de una persona en el grupo). Una vez que haya una historia común, se decidirán los personajes y se ensayará una improvisación de diálogos, que será la base de la obra.

No sólo los diálogos son importantes, sino que las participantes tendrán que pensar también cuándo y dónde ocurre la escena, qué hora es, qué tiempo hace, etc.

Sustitución de movimientos por sonidos

Como se ha dicho anteriormente, en el radioteatro, la representación teatral renuncia al movimiento, lo que significa que para que la representación sea atractiva e interesante para el público, es necesario sustituir el movimiento por el sonido.

En este tipo de talleres se trabaja en la "traducción" de los movi-

mientos a sonidos. Pueden ser reproducidos por las voces de los participantes, grabados en la naturaleza o puede ser música existente utilizada para crear la atmósfera. Durante el taller, se invita a las participantes a trabajar con su creatividad y a representar las ideas en movimientos y luego los movimientos en sonidos. Digamos, por ejemplo, que tienen que representar una habitación oscura o una oficina o un bosque, alguien corriendo, o bailando, o trepando..... Utilizarán su imaginación para pensar qué sonidos tienen o hacen esas cosas/personas y cómo hacerlos audibles en la pieza. Otra opción es designar a un narrador que describa la escena en la que se desarrolla la pieza. Esto permite a los actores concentrarse en los diálogos.

Grabación

Cuando todo esté listo, la pieza se grabará, editará y finalmente se emitirá. La grabación y la edición también deben formar parte del taller y ser responsabilidad de las participantes.

Tamaño del grupo

De dos a diez personas

Conocimientos previos

No se requieren conocimientos previos, pero es útil que las participantes tengan las siguientes predisposiciones:

- Mente abierta, deseo de compartir las propias experiencias y opiniones, y disposición a escuchar las de los demás.
- Interés en las metodologías teatrales y en el uso de la radio para crear conciencia sobre el tema principal del podcast.

Temas

A través del radioteatro se pueden tratar todo tipo de temas. Sin embargo, en el marco del proyecto V.I.T.A., se ha utilizado para trabajar:

- Estereotipos
- Prejuicios
- Discriminación
- Abuso de poder
- Tabúes.

¿Qué habilidades adquieren las personas participantes?

- Conciencia cultural y competencia intercultural
- Competencia comunicativa y lingüística
- Pensamiento crítico
- Aprendizaje dialógico
- Conciencia de las estructuras de poder existentes en la sociedad.
- Competencia social y cívica
- Autonomía e iniciativa personal
- Resolución/transformación de conflictos
- Competencia artística y cultural



CONSEJO PROFESIONAL

Un buen podcast debe ser atractivo y atrayente. Debe hacer que la audiencia entienda y quiera encontrar soluciones/alternativas a las relaciones de poder existentes, a la vez que empatiza con los grupos oprimidos, silenciados e infra-representados de la sociedad.



CONOCIMIENTO CURIOSO

Los tres "tres" (o "tres") son los más importantes. (pronunciado: Die drei Fragezeichen; título original: Los tres investigadores; forma secundaria: Die drei Detektive) es una serie radiofónica alemana basada en la serie de libros del mismo nombre. El primer episodio se emitió en 1979 y en la actualidad se siguen emitiendo episodios regulares. Los Tres Investigadores es la producción radiofónica de mayor éxito en el mundo, con más de 50 millones de discos vendidos y más de 150 discos de oro y platino.

Las radionovelas no están pensadas para ser representadas en directo ante el público, aunque las adaptaciones del formato podrían permitir ese montaje. Sin embargo, "Los tres" también ostenta el récord mundial de espectadores de una obra radiofónica en directo. El 9 de agosto de 2014, unos 20.000 espectadores en la Waldbühne de Berlín vieron la obra radiofónica en directo Die drei ? Fonofobia - Sinfonía del miedo.

POESÍA RADIOFÓNICA

La poesía radiofónica es un formato radiofónico en el que los intérpretes leen e interpretan poemas en el marco de un programa. Su principal objetivo es crear una conexión entre la interpretación, la literatura impresa y las oyentes de la radio y recuperar el valor de los versos de la poesía.

En el marco del proyecto V.I.T.A., la poesía ha adquirido un nuevo papel y significado. Se utiliza, de hecho, para crear una conexión entre las personas y la creatividad, al tiempo que se deconstruye lo que comúnmente se percibe como belleza. Se basa en ejercicios y dinámicas que hacen que las personas participantes jueguen con el lenguaje y asocien palabras, al tiempo que reconocen que todo ser humano es creativo y que cualquiera puede ser un artista.

Según Augusto Boal, la palabra, la imagen y el sonido, son canales de opresión, pero también pueden ser utilizados por los oprimidos como formas de rebelión y acción. Este formato se basa en la idea de que la liberación de los oprimidos y la creación de una sociedad democrática es posible a través de la contra-comunicación, la contra-cultura, el contra-dogmatismo, y a favor

del diálogo, la creatividad y la libertad de producción y transmisión del arte.

¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR EL FORMATO EN EL TALLER?

El equipo de dinamización, introduce preguntas para motivar el debate sobre el tema dado, mientras que el resto del equipo, es decir, las personas participantes, presentan las piezas estéticas (poesía) y participan en los debates.

Propósito en el entorno del taller

El formato de poesía radiofónica ofrece la oportunidad de aprender a producir un podcast, al tiempo que trabaja en desmontar lo que comúnmente se percibe como belleza y "normalidad" y ofrecer alternativas a través del uso del lenguaje.

Las participantes comparten sus historias y pensamientos en un espacio seguro, donde pueden analizar la realidad y deconstruir lo que perciben como una opresión, como algo dictado desde arriba, impuesto como un monólogo. A través de juegos y ejercicios trabajan la estética del oprimido, juegan con el lenguaje y encuentran alternativas a las palabras, imágenes y sonidos que representan una visión sesgada de la sociedad que no les representa, o por la que están oprimidos. Al mismo tiempo, aprenden a analizar sus voces y a controlar la entonación y el ritmo.

Tamaño del grupo

De dos a diez personas

Conocimientos previos

No se requieren conocimientos previos, pero es útil que los participantes tengan las siguientes predisposiciones:

- **Mente abierta**, deseo de compartir las propias experiencias y opiniones, y disposición a escuchar las de los demás.
- **Interés en las metodologías teatrales** y en el uso de la radio para crear conciencia sobre el tema principal del podcast.

Temas

Cualquier tipo de tema puede ser tratado a través de la poesía radiofónica.

¿Qué habilidades adquieren los participantes?

- **Conciencia cultural** y competencia intercultural
- **Competencia comunicativa** y lingüística
- **Pensamiento crítico**
- **Aprendizaje dialógico**
- **Conciencia de las estructuras de poder** existentes en la sociedad.
- **Competencia social** y cívica
- **Autonomía** e iniciativa personal
- **Resolución/transformación de conflictos**
- **Competencia artística** y cultural



ES BUENO SABER

Las personas participantes pueden sentirse más cómodas en el formato radiofónico que en una actuación en directo en la que el público está presente en la sala. Se sienten en un espacio seguro que han creado dentro del grupo y esto podría hacerles sentir más libres para expresarse. Por otro lado: No hay interacción sincrónica ni intercambio directo de ideas con el público.

La poesía radiofónica es un formato de radio en el que los intérpretes leen e interpretan poemas en el marco de un programa. En el marco del proyecto VITA, la poesía se utiliza para crear una conexión entre las personas y la creatividad, al tiempo que se deconstruye lo que comúnmente se percibe como belleza. Se basa en ejercicios y dinámicas que hacen que los participantes jueguen con el lenguaje y asocien palabras. Las palabras, las imágenes y los sonidos son canales de expresión, pero también pueden ser utilizados como formas de rebelión y acción.

DIGRESIÓN CORONA-VIRUS: NOTA DE VOZ RADIO

En tiempos de Corona Virus y toques de queda es fácil que la gente pierda la conexión con los demás. La pandemia golpeó al mundo entero y cambió y sigue cambiando la forma en que nuestras sociedades interactúan entre sí. Los lugares de intercambio y reunión fueron repentinamente inaccesibles. Las amigas, los vecinos y las comunidades se separaron unas de otras.

En consecuencia, ya no era posible saber de los demás, sino también comunicar la situación en la que uno se encontraba. El resultado fue el aislamiento, la soledad y la frustración.

Puedes contrarrestarlo con estas pequeñas actividades. La radio de notas de voz es una herramienta en un contexto en el que las personas están separadas, lo que significa que no pueden reunirse por motivos concretos como una epidemia, una guerra o la imposibilidad de desplazarse. Para ello, se invita, por ejemplo, a través de Facebook, WhatsApp o correo electrónico a enviar mensajes de voz sobre un tema. Por supuesto, la radio de notas de voz no acabará con una crisis sanitaria, pero puede servir para que las personas vuelvan a estar en contacto. Esto crea un intercambio de experiencias compartidas entre las personas.

¿CÓMO FACILITAR LA RADIO DE NOTAS DE VOZ?

- Pida a las participantes que graben notas de voz sobre temas específicos con sus teléfonos móviles.

- Las participantes hablan por el micrófono de sus teléfonos móviles durante 2 minutos y lo envían a la persona dinamizadora.
- Esta recopila las piezas de audio, edita el material en una sola pieza y la pone a disposición en línea.
- El resultado es un podcast dedicado a un tema concreto y que contiene diferentes puntos de vista de diferentes lugares.

LOS PROS DE ESTE FORMATO SON QUE:

- Es rápido y no es complicado
- En algunas situaciones de emergencia, esto puede ayudar a escuchar las voces y permitir a las personas transmitir su propio discurso.
- El formato tiene una estructura abierta y suelta, por lo que es muy informal, lo que lo hace accesible a todas las personas que tienen un teléfono inteligente.
- Cuando los participantes comparten sus notas de voz con sus grupos, contactos y redes, es fácil llegar a una amplia audiencia

LOS CONTRAS SON QUE

- Puede sonar como un catálogo de voces.
- No hay interacción entre las personas.

DEBATE Y MESA REDONDA

Un debate puede ser una discusión radiofónica colectiva sobre un asunto concreto en la que se exponen argumentos. Los procesos y valores democráticos no pueden aprenderse de memoria. Su desarrollo requiere una mezcla de escucha, argumentación convincente y la voluntad de comprometerse con los demás. Los debates y las discusiones son una buena plataforma para ello y crean un espacio libre para desarrollar nuevas ideas para la sociedad civil, compartir pensamientos y defender la propia opinión.

Este formato es adecuado para un grupo. Cualquiera que se sienta motivado por un tema determinado puede participar en el debate; lo único que hay que hacer es coger el micrófono.

Si las personas facilitadoras consiguen crear un espacio seguro durante su taller, este tipo de formato puede ayudar realmente a las personas a hablar delante de los demás. Por otro lado, las personas que normalmente llevan la voz cantante necesitan apartarse un poco y mejorar su capacidad de escucha. Un debate puede desarrollar la capacidad de las personas participantes para hablar entre ellas, dar un discurso estructurado, confrontar opiniones y escucharse mutuamente.

¿EN QUÉ CONSISTE UN DEBATE EN UN TALLER DE RADIO?

- En dirigir debates divertidos y emocionantes.
- En probar y mejorar como persona oradora y oyente
- En dar a conocer nuevas opiniones, experiencias o argumentos.
- En aprender a cuestionar y contrastar opiniones con respeto en lugar de negarlas.

¿CÓMO SE PUEDE UTILIZAR EL FORMATO EN EL TALLER?

Encontrar el tema adecuado

Los ejercicios y juegos habituales de la educación de adultos son adecuados para encontrar temas.

Son posibles todos los temas en función de los intereses y conocimientos específicos del grupo de participantes. En cualquier caso, el tema debe ser lo suficientemente apasionante como para generar un debate interesante. Pero, al mismo tiempo, no deben surgir controversias irreconciliables. Es importante que los temas puedan explicarse desde el mundo de las personas participantes.

Roles

Técnicos: Gestionan la grabación, se encargan del montaje técnico.

Moderación: Dirige el debate. Es importante que todas las personas interlocutores tengan tiempo suficiente para hablar, de modo que se produzca un debate equilibrado. El moderador también debe intentar aclarar cualquier conflicto y vigilar la gestión del tiempo.

Personas discutidoras: Son las participantes activas en el debate.

Otro grupo de actores, además de las debatientes y la moderación, es el público. El público puede asumir varias tareas. Una posibilidad es que el público haga preguntas, plantee objeciones, apoye o discrepe durante el debate del panel. Esto lo facilitará quien modere.

– Inicio de la grabación

1. Introducción

La persona moderadora abre el acto, presenta el tema y presenta a las personas invitadas.

2. Palabras de apertura

Las invitadas hacen sus declaraciones iniciales, es decir, presentan sus opiniones sobre el tema.

3. Debate

Las personas invitadas discuten el tema entre ellas. Quien modere se asegura de que se respeten las reglas de la discusión, de que todo el mundo tenga oportunidad de hablar y que se respete el orden de los temas previamente acordados. Se admiten preguntas del público.

4. Declaraciones finales

Tras el debate, las invitadas presentan sus posiciones en sus declaraciones finales. Tendrán la oportunidad de afinar las ra-

zones de sus posiciones.

5. Resumen, fin

Quien modere resume las posiciones y argumentos más importantes, da las gracias a las personas invitadas y al público, y da por concluida la mesa redonda.

– (Fin de la grabación)

6. Evaluación:

Evaluación emocional: ¿cómo te sentiste? ¿Fue fácil ponerse en estos papeles?

Evaluación del contenido: ¿Qué ha pasado? ¿Hay paralelismos con tus propias experiencias?

Tamaño del grupo

De 5 a 10 personas.

Conocimientos previos

No se necesitan conocimientos previos.

¿Qué habilidades adquieren las personas participantes?

- Hablar en público
- Capacidad de escucha
- Expresión oral
- Conocimiento de otras participantes
- Fundamentos de la creación de podcasts.

CONSEJO PROFESIONAL :

** Asegurar la participación de todo el mundo.

** Ten en cuenta los tiempos. Cronometra las intervenciones para tener un debate eficiente.

Invita a las participantes a dar ejemplos de su propia vida. Las participantes deben hablar de sus experiencias. De lo contrario, podría ser un debate desenfocado y superficial.

El primer paso es siempre difícil, pero todo el mundo puede mejorar sus habilidades retóricas en el debate, ¡y divertirse al mismo tiempo!



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación describe las actividades que tienen como objetivo poner los contenidos a disposición de grupos específicos y/o hacerlos visibles al público. De hecho, el éxito de un proyecto depende en gran medida de la calidad y el alcance de las actividades de difusión de los contenidos y los resultados. Aunque el objetivo de un proyecto comunitario no tiene por qué ser conseguir una gran masa de oyentes, la cuestión es que el mensaje de los participantes salga al mundo.

Es importante que todos los grupos objetivo relevantes para el proyecto (participantes, formadores/as y educadores/as de adultos, organizaciones, instituciones educativas, responsables políticos, la prensa y el público en general) sean aproximados de forma adecuada. Por lo tanto, la estrategia de comunicación debe diferenciarse según el contenido (en este caso: métodos, herramientas, emisiones y podcasts) y el grupo objetivo, aunque a veces se mezclen los grupos objetivo (por ejemplo: las personas formadoras también pueden disfrutar escuchando un podcast comunitario).

A continuación, os presentamos algunas actividades posibles para compartir los contenidos que han producido. Estas actividades os permiten llegar a un nuevo público y transmitir el mensaje aún más. De nuevo, no pretendemos ser exhaustivos. Una estrategia de comunicación se compone de muchas actividades diferentes, cada una de las cuales debe adaptarse al grupo objetivo al que se quiere llegar. Para las personas mayores, una actividad exclusivamente en Internet podría ser, quizás, menos apropiada, mientras que para los estudiantes TikTok podría ser un medio adecuado para promover un programa de radio. Las siguientes sugerencias quieren inspirar, estimular ideas y animar a complementar y combinar las actividades de difusión.

EVENTO DE DIFUSIÓN

Organizar un evento puede ayudarte a difundir una guía o un estudio de caso y, al mismo tiempo, poner a prueba tu metodología organizando talleres in situ. El evento pretende difundir lo que se ha producido y, al mismo tiempo, ayudar directamente a la gente a utilizar el material por su cuenta. Al final de la jornada, deberían ser capaces de lanzar su propio podcast o facilitar un taller de radio.

De este modo, el evento está destinado a los facilitadores, pero también a cualquier persona que desee expresarse, lanzar un podcast, etc. Esto implica, por ejemplo, un cierto grado de privacidad para fomentar la expresión en el lugar que se haga el evento.

Si las personas participantes han creado material en el que comparte sus puntos de vista o su perspectiva personal sobre temas relevantes, sería bueno compartirlo con un público más amplio para que tenga un mayor impacto.

Uno de los objetivos del evento es que haya más conocimiento de la metodología y se haya mostrado la utilidad del hacer un taller de radio (autoexpresión, desarrollo de habilidades, creación de podcasts que representen un determinado punto de vista, etc...).

Compartir las producciones, hace que se pueda valorar el trabajo realizado por las personas participantes y ayudarlas a difundir todavía más.

Uno de los muchos desafíos del evento, es que sea interesante y vivo (equilibrando la teoría y la práctica).



CONSEJO PROFESIONAL

Comparte los productos finales en las redes y comunidades de los participantes.

En contextos comunitarios tiene sentido distribuir los resultados en sus propias redes. Es importante implicar activamente a las personas participantes para que compartan los productos finales con sus personas conocidas. De este modo, el contenido, las historias y las opiniones de la gente tienen un escenario y los temas se difunden más allá del grupo de participantes. También es una forma de decir a los grupos comunitarios que sus opiniones, sus voces, son importantes y vale la pena escucharlas. Por último, esto también aumenta el sentimiento de pertenencia de los participantes.

Para involucrar a los participantes en el proceso y continuar con la producción co-construida pueden decidir qué canal de comunicación puede ser el más apropiado (comunicado de prensa, redes sociales, llamadas, eventos u otros...)



ES BUENO SABER

Como con todas las estrategias de comunicación:

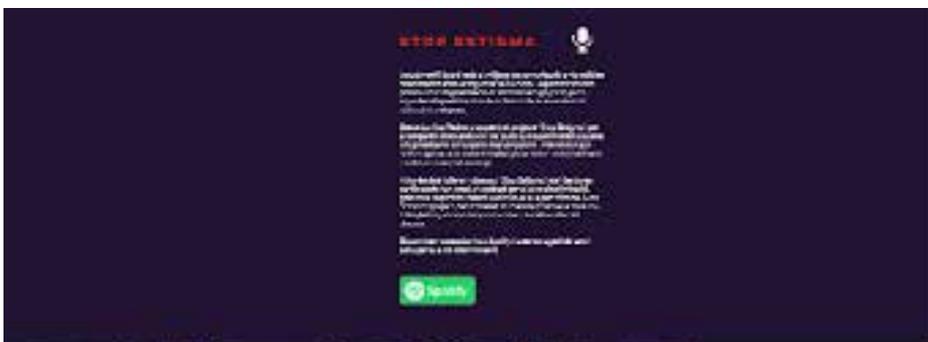
1. El contenido es lo primero. Cuanto mejor sea el producto a difundir, mejor, más fácil e intuitivo será su difusión. Si el producto, por ejemplo, el podcast elaborado en el taller, es emocionante y novedoso en sí mismo, no debería ser demasiado difícil encontrar un público para él.
2. 2) Presentación visual y auditiva: Una presentación atractiva del producto ayuda a aumentar la atención.
3. 3) Alinear las estrategias según el público objetivo. En la difusión, es crucial dirigirse a las personas allí donde están. Los jóvenes son más propensos a estar en Instagram y Spotify, mientras que las personas mayores pueden ser más propensas a usar iTunes y Facebook. Dependiendo de a quién se quiera llegar, la estrategia de comunicación debe elegirse en consecuencia. Por ejemplo, si quieres compartir tus espectáculos con una comunidad, organiza un evento en el barrio.

DISTRIBUCIÓN EN LÍNEA

Una buena forma de difundir los talleres de radio y los podcasts es lanzar una página web.

La Xixa Teatre lo hizo para promocionar los episodios del podcast Stop Stigma. La página web: <https://www.laxixateatre.org/podcast> incluye la descripción del contexto y los participantes, el objetivo del taller que dio lugar al podcast y una breve presentación de lo que el público encontrará en los episodios. También incluye fotos de los participantes y un enlace directo al canal de Spotify donde está disponible el podcast.

Página web



La página web pretende informar al público en general sobre los talleres, dar a conocer el podcast y motivar a la audiencia a escuchar los episodios en Spotify. También da visibilidad a las personas participantes y a otros actores interesados en el proyecto. Para dar más contexto y motivar a la audiencia a escuchar el

podcast, es recomendable incluir fotos y una descripción del contenido del podcast. Es fundamental que la página web sea sencilla pero pegadiza al mismo tiempo, en el diseño, el lenguaje y el contenido.

PODCATCHERS

Una forma más de difundir los podcasts y productos radiofónicos es publicarlos en plataformas de música y podcast, que están disponibles de forma gratuita para el público en general.

La Xixa Teatre y Stand 129 suben sus podcasts a través de Anchor (anchor.fm). Este sitio web sube automáticamente el podcast a varias plataformas al mismo tiempo:

Spotify:

<https://open.spotify.com/show/6DeeGh44Irtr17v5jUIkXP>

Breaker:

<https://www.breaker.audio/radio-vita-stop-estigma>

Google Podcast:

<https://www.google.com/podcasts?feed=aHR0cHM6Ly9hbmNoYXN0b3luZm0vcy8yZWE1MjB1OC9wb2RjYXN0L3Jzcw==>

Podcast de Apple:

<https://podcasts.apple.com/us/podcast/radio-vita-stop-estigma/id152525764655?uo=4>

Nublado:

<https://overcast.fm/itunes152525764655/radio-vita-stop-estigma>

El canal de Spotify, o cualquier otra plataforma, tiene como objetivo poner el producto a disposición del mayor número de personas posible.

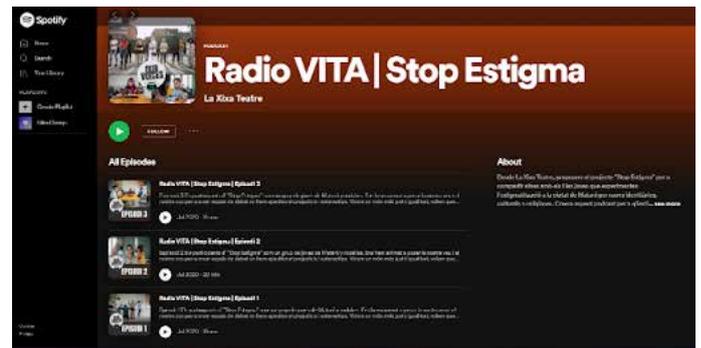
Casos de bolsillo:

<https://pca.st/hgbwpsxo>

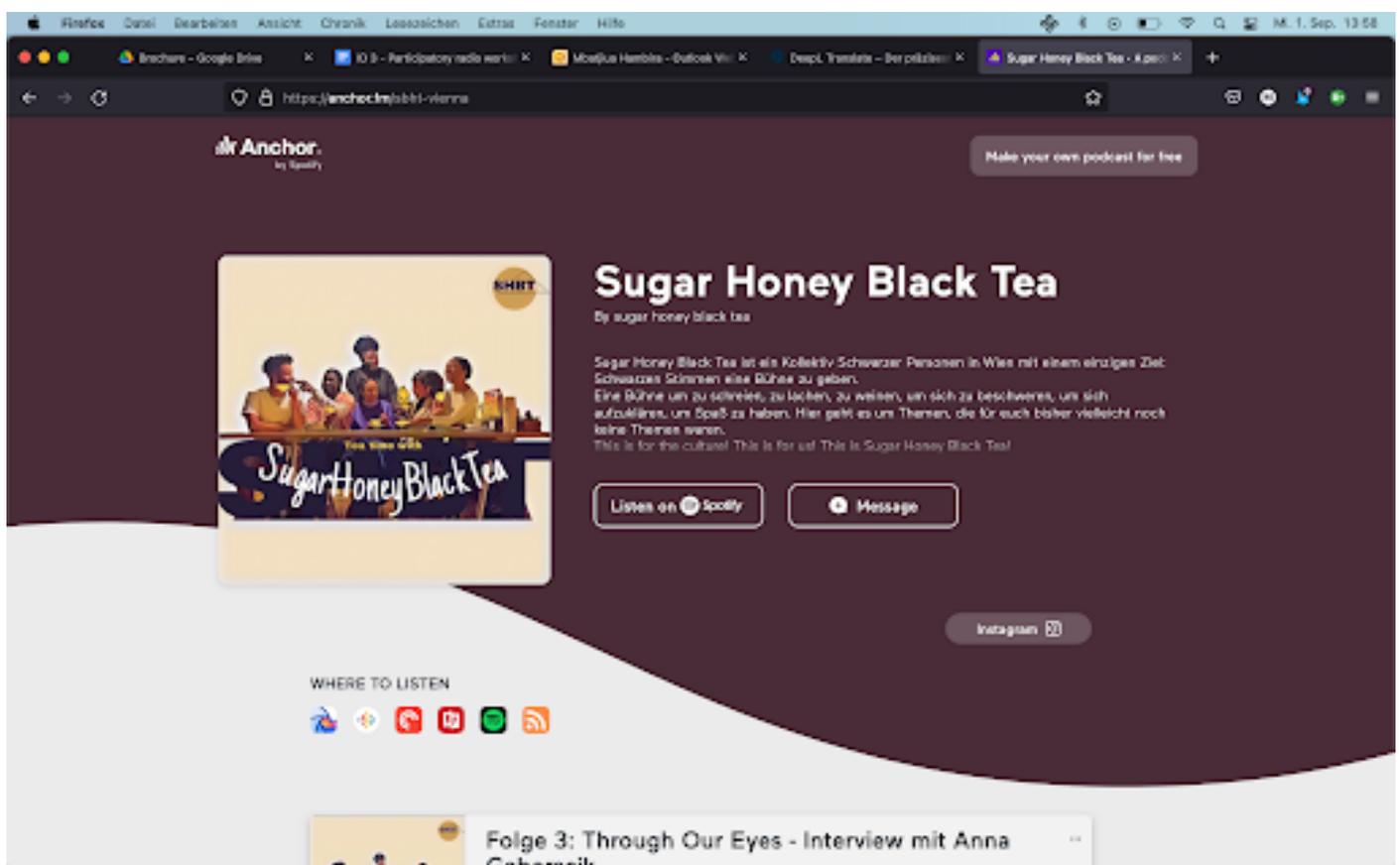
Radio Pública:

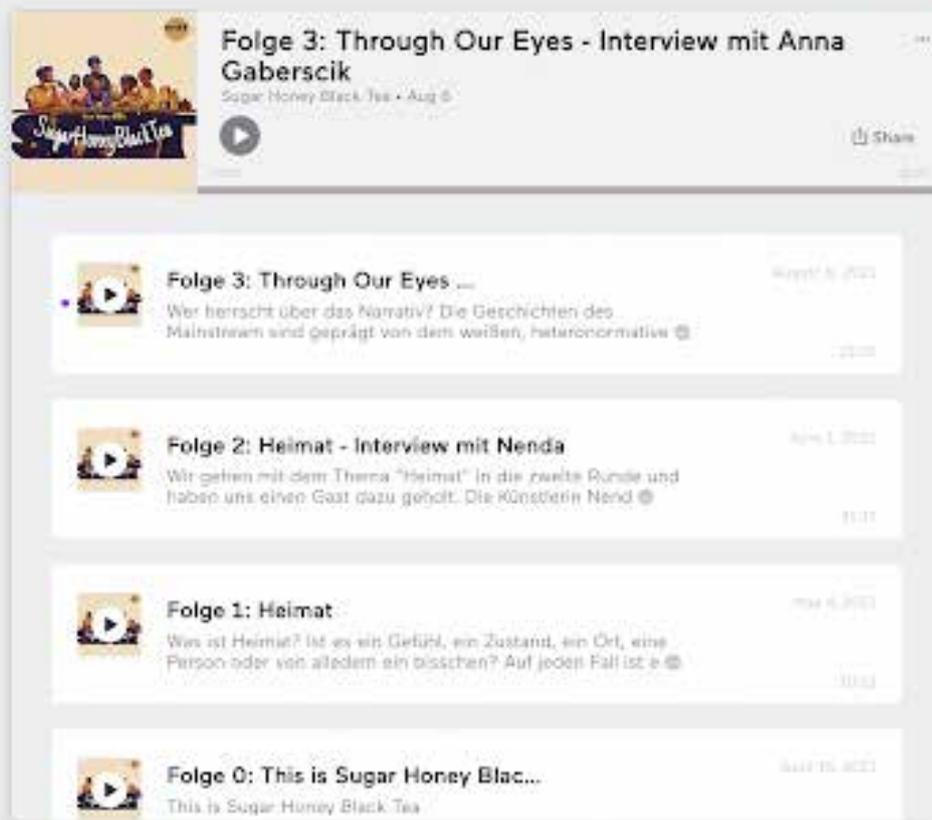
<https://radiopublic.com/radio-vita-stop-estigma-WoqwL5>

Los dos podcasts "Stop Stigma" de La Xixa y "Sugar Honey Black Tea" de Stand 129 incluyen tres episodios. Cada uno de ellos va acompañado de una imagen y una breve descripción del episodio.



Puede ser difícil que el público en general tenga la oportunidad de escuchar el podcast si este no se promociona adecuadamente.





FESTIVAL DE TEATRO EN LÍNEA

Los podcasts pueden presentarse en festivales y actos públicos, fomentando la escucha activa y los debates después del programa.

La Xixa presentó los podcasts resultantes de los talleres de ECOM y Sexo de Ángeles en un maratón de teatro online a través

de redes sociales en tiempo real, donde se escucharon los podcasts con la participación de las personas participantes, y se abrió el debate sobre la importancia del podcasting para la inclusión social con más de 50 personas que se conectaron durante las presentaciones.



11.00 h	Benvinguda i presentació Marató 2020	15.30 h	Track-4, Ciutat Meridiana "Error de connexió" / Presentació + Fòrum
11.15 h	Escola J. Comino de Mataró	15.45 h	Entrevista Ana Fernández Abelló
11.30 h	Identitats en Trànsit, amb M. Díez 11.40 h Grup 2 - "Ara veig" 12.00 h Grup 3 - "Els nens" 12.15 h Grup 4 - "Els nens" 12.30 h Grup 5 - "Els nens" 12.45 h Grup 6 - "Resposta original" 13.00 h Grup 7 - "Resposta original"	16.00 h	Presentacions i Fòrum Cura Danyitzadonza Grup 1 "Terrorisme" 16.15 h Grup 2 "Dell'era del coronavirus" 16.30 h Grup 3 "Més que un virus" 16.45 h Grup 4 "Un cop de mà" 17.00 h Grup 5 "Un cop de mà"
14.00 h	Entrevista a Mireia i Clara, d'ECOM+Podcasts ECOM	17.40 h	Entrevista a Mar, d'ECOM 18.00 h Grup 6 "Els nens original" 18.15 h Grup 7 "Els nens original" 18.30 h Grup 8 "Els nens original" 18.45 h Grup 9 "Els nens original"
14.30 h	Xixa Ràdio / Podcasts	19.20 h	Performance Gaby Basulto
15.00 h	Can Centelles "Escalera singular" / Presentació + Fòrum	19.30 h	Cloenda Marató 2020
15.15 h	Teatre Fòrum de Gavà "Desconfinament a Gavà" / Presentació + Fòrum		

La Marató de La Xixa 2020

Jornades ONLINE

13 de juny 2020

El pròxim 13 de juny, durant tot el dia, us convidem a gaudir de totes les activitats de La Marató de La Xixa!

Comptarem amb performances artístiques de grups i persones col·laboradores de l'entitat! La diversitat, la creativitat i la reflexió seran les grans protagonistes d'aquesta edició ONLINE de La Marató de la Xixa 2020!



13 Juny 2020 | 11h a 19h

Presentacions Teatral, teatre fòrum, performances artístiques, podcast

On-Line: Entra a aquest link de Zoom: <https://us02web.zoom.us/j/85088097921> per a persones que vulguin participar activament.

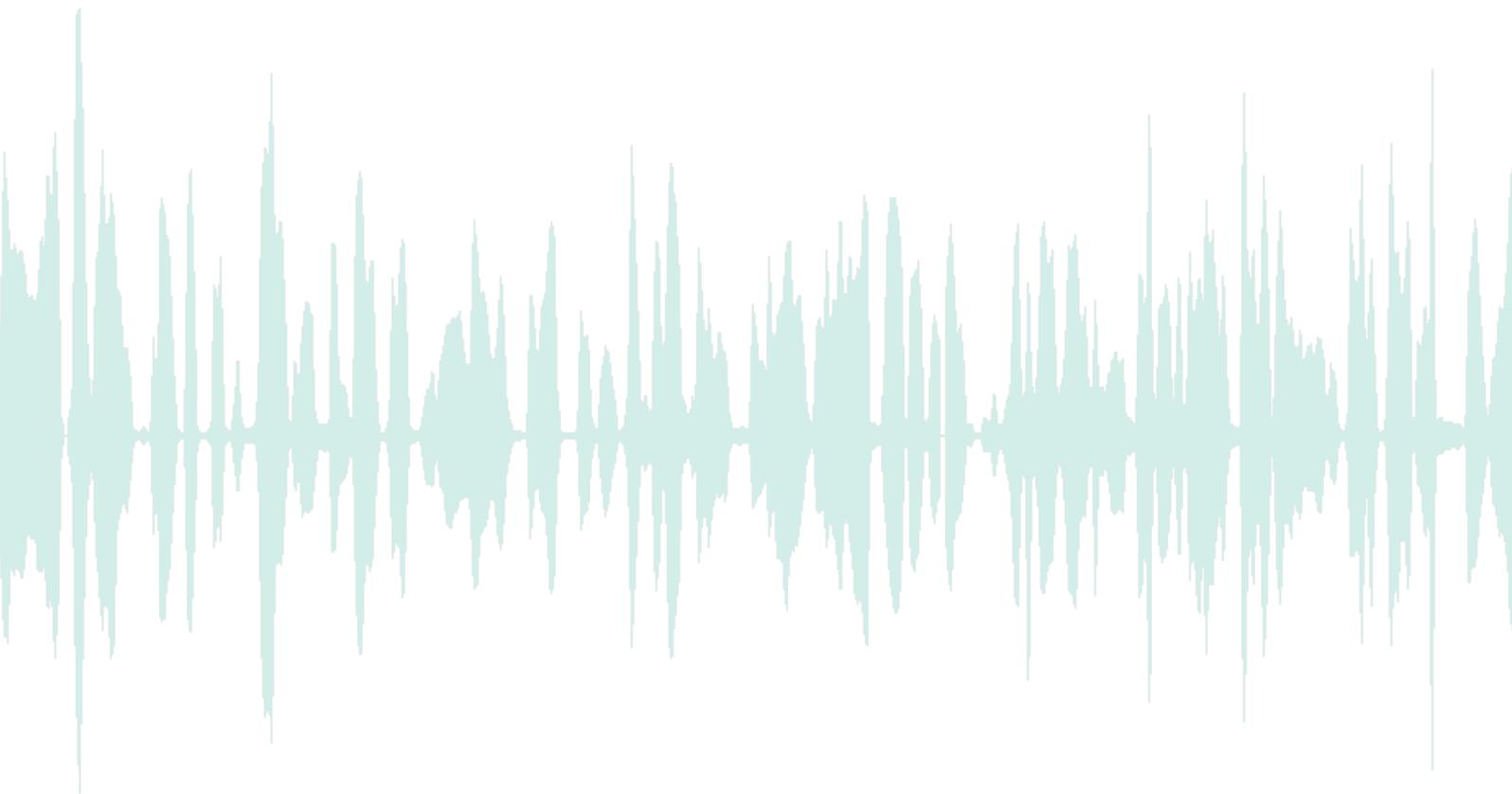
Retransmissió en Facebook Live (facebook.com/laxixacomunitat)

Inscripcions per a participar activament: a través d'aquest [formulari](#) i dubtes a activitats@laxixateatre.org | 625 277 263

#maratolaxixa

Compartir los podcasts durante los festivales y eventos públicos garantiza llegar a un gran público y crea un espacio de reflexión e intercambio de ideas en torno al tema del podcast.

Registrarnos 194 participantes únicos. Aunque el evento tuvo su sede en Barcelona, al ser transmitido en línea, también llegó a participantes de Senegal, Argentina, Serbia, Francia y muchos otros lugares.



CONCLUSIÓN

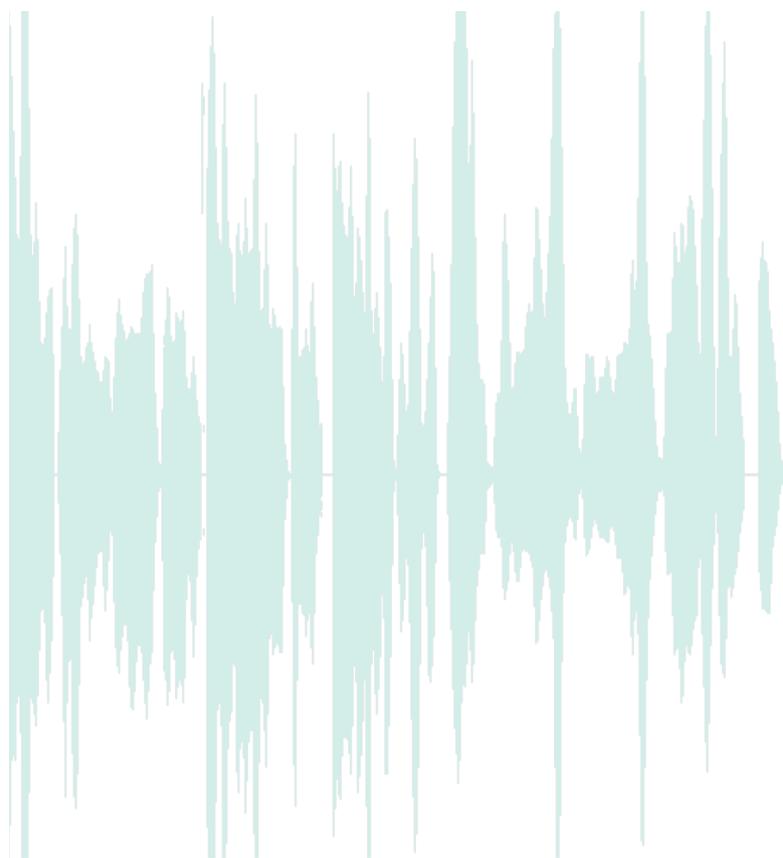
Radio V.I.T.A (Voces en el Aire) es un proyecto Erasmus+ desarrollado por cuatro organizaciones con sede en Francia, España y Austria que utiliza la radio como herramienta para fomentar la cohesión social con el objetivo de dar visibilidad a diversas comunidades que están infrarrepresentadas en los medios de comunicación convencionales.

El objetivo de este manual es presentar diferentes métodos que se utilizaron en los talleres de Radio V.I.T.A. Entre otros temas, trata de como contar historias en el micrófono, de cómo los grupos minorizados pueden hacerse oír, o de lo que significa la participación cuando se hace radio juntas y de cómo se puede incluir a un grupo en el proceso radiofónico en igualdad de condiciones.

Se realizaron diferentes formatos de radio, en los que los participantes del taller pudieron vivir y dar rienda suelta a su creatividad. Se hicieron entrevistas con transeúntes al azar, radioteatros, collages sonoros artísticos y debates apasionantes. Por último, pero no por ello menos importante, aprendimos la mejor manera de difundir los programas de radio.

Ahora es el momento de ser creativas! Invitamos a todas las personas que nos leen a crear espacios en los que las personas puedan desplegar su potencial, reflexionar críticamente, compartir también las cosas difíciles y, sobre todo, se ría mucho. Coged los micrófonos, leed las publicaciones de nuestros proyectos y sentíos inspirados para iniciar vuestro viaje hacia la radio participativa.

Para saber más sobre el proyecto, escuchar nuestros programas y leer todas las publicaciones de V.I.T.A., visite: <https://radiovita.eu/>



IMPRESSUM

AUTORES

Daniela Eletti, Meritxell Martinez, Adrián Crescini (Associació La Xixa Teatre)

Eloise Mestre, Clara Malkassian (Elan Intercultural)

Silvia Beraldo , Antoine Lalanne-Desmet (Radio Activité)

Mbatjua Hambira, Özge Dayan-Mair, Andrea Gonzales Cordoba (Stand 129)

LECTURA CRUZADA

Daniela Eletti, Meritxell Martinez (Associació La Xixa Teatre)

Toni Lacotte, Clara Malkassian (Elan Interculturel)

Antoine Lalanne-Desmet (Radio Activité)

Mbatjua Hambira (Stand 129)

EDICIÓN Y CORRECCIÓN DE TEXTOS

Daniela Eletti, Meritxell Martinez (Associació La Xixa Teatre)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Stand 129

AÑO DE PUBLICACIÓN

2021

DERECHOS DE AUTOR

Todo el material contenido en esta publicación está sujeto a una licencia Creative Commons con rasgos de atribución, no comercial, no derivada y de compartición, a menos que los autores lo permitan directa y explícitamente..



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union