

EN CLAVE DE AMI

Guía para producciones AMI

Aspectos a tomar en cuenta para generar contenido con enfoque en la **Alfabetización Mediática e Informacional** para y con adolescentes y jóvenes.

Proyecto:



Primera edición, septiembre 2020

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. AMI: un acercamiento básico al tema ¹	4
2. Acciones clave para producciones AMI institucionales	12
2.1 Check list: contenido AMI producido para adolescentes y jóvenes	14
3. Producciones AMI con adolescentes y jóvenes	15
3.1 Producciones en nuestros procesos formativos	15
3.2 ¿Qué tan desconocida es la AMI en nuestros procesos de producción con adolescencia y juventud?	16
3.3 Check list: contenido AMI producido por adolescentes y jóvenes	19
4. Producciones ABCDE ⁷ y AMI	21
Reflexión Final	23

INTRODUCCIÓN

Desde nuestros inicios en el año 2005, en COMUNICARES hemos promovido el ejercicio de los derechos humanos con responsabilidad, así como el involucramiento de los medios de comunicación como aliados estratégicos para la promoción de espacios que visibilicen a la niñez, adolescencia, juventud, mujeres y comunidades.

Desde el enfoque comunicacional, otra de nuestras líneas de trabajo ha sido la generación de liderazgos y la instalación de capacidades para la auto organización con el fin de mejorar prácticas que gradualmente mejoren la condición de vida de las personas y la vivencia de sus derechos.

Es por ello que hemos desarrollado una metodología participativa ludo-pedagógica en la cual incluimos el “aprender haciendo”, y la educación entre pares. En este sentido, el público meta resulta ser el protagonista de nuestros procesos, destacando las construcciones comunicacionales colectivas y la incidencia en las comunidades desde y para los públicos metas con quienes trabajamos.

Dado que la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) ayuda a que las personas desarrollen su pensamiento crítico, analicen su rol como receptores, emisores y generadores de contenido, reconozcan el rol de los medios de comunicación y la importancia de ejercer su derecho a la libertad de información y libertad de expresión, es de sumo interés para nosotros integrar AMI como una práctica con nuestros públicos, especialmente con adolescentes y jóvenes.

Esta guía nos ayudará entonces a alcanzar nuestro ideal de que cualquier adolescente y joven pueda expresarse responsablemente utilizando los recursos comunicacionales que tiene a su alcance.

Haciendo una analogía musical, pretendemos con esta herramienta que las y los facilitadores de procesos con adolescentes y jóvenes en COMUNICARES puedan dar el toque “en clave de AMI” para que las piezas comunicacionales que produzcamos, promuevan procesos que coadyuven a que más y más jóvenes estén alfabetizados mediática e informativamente.

1. AMI: un acercamiento básico al tema¹

¿Qué es Alfabetización Mediática e Informativa²?

AMI promueve la **comunicación** no solo como una facultad, sino también **como un derecho** para expresarnos, informarnos y dar nuestra opinión. Es por ello que lo primero que debemos entender sobre AMI es que es un concepto cambiante, dinámico y que está en constante debate y construcción conforme las posibilidades comunicacionales van mutando.

En la Guía Práctica para Capacitadores, la DW Akademie la explica como:

*“Un conjunto de **competencias** que permite a una persona **acceder a los medios, analizar y reflexionar sobre su contenido, producir mensajes en estos formatos y tomar acciones sobre los mismos**. Quienes adquieren estas competencias pueden entender mensajes complejos publicados en periódicos, revistas, libros, emisoras, programas de televisión, vallas publicitarias, juegos de video, internet, redes sociales, entre otros. Además, **tienen la capacidad de producir sus propios mensajes**” (p.11).*

En pocas palabras, podríamos describir AMI como la serie de habilidades que cualquier persona necesita para poder **entender y utilizar efectivamente los medios de comunicación y las fuentes de información**. Involucra principalmente el pensamiento crítico y la creación.

AMI también plantea la necesidad de analizar el concepto de lo que entendemos como “alfabetización”. Al respecto, UNESCO³ explica que:

“Más allá de su concepto convencional como un conjunto de competencias de lectura, escritura y cálculo, la alfabetización se entiende hoy día como un medio de identificación, comprensión, interpretación, creación y comunicación en un mundo cada vez más digitalizado, basado en textos, rico en información y en rápida mutación”.

Lo anterior nos invita a reflexionar sobre cómo la comunicación representa un rol muy importante en la vivencia de los derechos y responsabilidades, en la interacción y en el uso de diversas herramientas para atender a nuestra necesidad de conocimiento para tomar decisiones informadas y poder participar activamente en decisiones y acciones que tienen trascendencia en nuestros espacios.

En palabras de Alton Grizzle, Especialista en Comunicación e Información de la UNESCO:

“Para UNESCO, MIL⁴ no se trata solo de criticar o de ser escépticos hacia toda la información, medios e intermediarios tecnológicos. MIL no se trata de enseñarle a las personas qué pensar o incluso cómo pensar. MIL se trata de educar y empoderar a las personas a pensar por sí mismas, a pensar independientemente”.

Algunas preguntas que puedes hacerte para reflexionar más sobre el tema:

- ¿Cómo ha cambiado nuestra relación con los medios de comunicación?
- ¿Cómo es ahora nuestro acceso a la información?
- ¿Cómo han modificado las redes sociales (RRSS) nuestra forma de expresarnos y relacionarnos?



¹ Nuestro entendimiento sobre este concepto toma como referencia principal el enfoque aportado por la DW Akademie, institución que nos ha apoyado en el proceso de integrar AMI en nuestros procesos.




² Referencia del concepto:
DW Akademie (2018). Alfabetización Mediática e Informativa, una guía práctica para capacitadores.
UNESCO. (2011.) Alfabetización Mediática e Informativa. Currículum para profesores.

³ <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion>

⁴ AMI en inglés: Media and Information Literacy (MIL).

1.1 Competencias que promueve la AMI

Nuevamente nos centraremos en el enfoque de la DW Akademie, el cual promueve 5 competencias⁵ que se desarrollan y/o refuerzan con este tipo de alfabetización, siempre en el ámbito de la comunicación e interacción, tanto en línea como fuera de ella.

				
Acceso	Análisis	Creación	Reflexión	Acción
<i>Buscar y utilizar</i>	<i>Evaluar y verificar</i>	<i>Producir y compartir</i>	<i>Sentido de responsabilidad</i>	<i>Interacción, participación y cambio de hábitos</i>
Habilidades técnicas que permiten acceder y explorar los medios adecuados para obtener información y los recursos necesarios.	Pensamiento crítico para juzgar la credibilidad, veracidad y objetividad de las fuentes a través de las cuales se recibe información.	Habilidades técnicas y actitud crítica para producir contenido, utilizando diferentes canales y herramientas.	Habilidades tanto emocionales como intelectuales que le permiten a una persona tomar conciencia de su propia experiencia en los medios, así como de la experiencia de terceros. Es la evaluación constante de hábitos y conductas.	Actitudes y conocimiento crítico sobre cuándo y cómo interactuar en diversos medios convencionales y digitales. Es una competencia que se pone en práctica tanto a nivel individual como colectivo.

⁵DW Akademie (2018). Alfabetización Mediática e Informativa, una guía práctica para capacitadores.

Las 5 competencias abordadas nos refieren a que una persona que practica AMI, es una persona que participa activamente en la creación y difusión de contenido, conservando el “rol tradicional” de receptor de información, pero abandonando la pasividad de dicho papel.

Se convierte entonces en un actor comunicacional que ejerce con responsabilidad su derecho a la libertad de expresión y de acceso a la información; volviéndose consciente de su experiencia mediática y de la forma en la que interactúa con la información, tanto a nivel personal como la de terceros.

A continuación te mostramos una clasificación⁶ que reúne algunas acciones que pueden ser consideradas AMI distribuidas en sus respectivas competencias.

En la columna izquierda se indica la competencia, seguido de una breve descripción de la misma y de forma horizontal y coincidiendo en color se muestran las acciones.



⁶ Clasificación de acciones AMI propuesta por las comunicadoras Z. Cristina Soto y Eunice Velásquez utilizada en una sesión formativa - participativa para el Staff de Asociación COMUNICARES, como parte de una serie de capacitaciones sobre Alfabetización Mediática e Informativa.

Acceso	Búsqueda apropiada de la información y poder compartir aquella que es relevante.	Sabe cómo realizar las búsquedas digitales	Conoce sobre diversos recursos para obtener información (Internet, impresos, museos, bibliotecas, etc.)	Utiliza palabras clave para mejorar sus búsquedas	Sabe diferenciar información de buena, mediana y mala calidad	Conoce cómo utilizar diversos dispositivos	Mejora constantemente sus habilidades para obtener información	Reconoce elementos clave para información de calidad, (autor, fecha, datos, etc.)
Análisis	Interpretar y evaluar cómo funciona interna y externamente el contenido en diversos formatos.	Compara y verifica información	Evalúa las políticas de privacidad y seguridad de las RSS	Sabe que hay intereses detrás del contenido	Reconoce elementos de la desinformación	Utiliza su pensamiento crítico	Interpreta la publicidad	Puede interpretar y evaluar contenido en diversos formatos (videojuegos, imágenes, videos, audios, etc.)
Creación	Expresarse utilizando diversos recursos y aplicando diferentes géneros.	Produce contenido en diferentes formatos (videos, audios, textos, etc.)	Utiliza diferentes APPS para producir contenido	Pone en práctica diferentes técnicas y géneros para expresarse	Toma como referencia fuentes confiables para su contenido	Utiliza las plataformas más adecuadas para producir su contenido	Toma como referencia temáticas que afectan su contexto para sus creaciones	Utiliza recursos y la información de forma responsable
Reflexión	Coherencia y ética. Las personas reflexionan desde lo individual y lo colectivo.	Piensa y decide qué contenido es adecuado compartir en las RSS	Medita sobre sus hábitos y comportamiento mientras navega en la Web a la RSS	Reconoce la libertad de expresión como un derecho y una responsabilidad	Reconoce la importancia de los derechos de autor	Reconoce la importancia de utilizar contraseñas seguras	Medita sobre las consecuencias que podría traer la divulgación de contenido falso	Reconoce que existen diversos puntos de vista y posturas que pueden o no coincidir con las propias
Acción	Ir más allá de nuestra "banqueta". Hacerse escuchar y ayudar a otros para ser escuchados.	Evita divulgar información falsa o engañosa	En la Web hace uso de las opciones de denuncia para restringir contenido potencialmente peligroso	Dialoga y comparte con sus círculos sobre medidas para evitar el discurso de odio	Utiliza sitios web de verificación para conocer más sobre la información que circula en la Web	Utiliza sitios web de verificación para conocer más sobre la información que circula en la Web	Interactúa de forma responsable y respetuosa en los diferentes espacios de opinión	Interactúa y participa de forma responsable

1.2 Similitudes entre las CAPs y las competencias AMI

Nuestra visión es transformar la vida de la niñez, juventud y mujeres al empoderarles de sus derechos y generando liderazgos que promuevan desarrollo. Para alcanzar esta transformación, aplicamos la comunicación para el desarrollo.

Además, utilizamos las **CAPs** como una herramienta de análisis de comportamientos que nos permite conocer y evaluar a corto, mediano o largo plazo, los conocimientos, actitudes y prácticas sobre temáticas específicas dependiendo del proceso implementado.

Entendamos un poco más sobre el análisis CAP

Conocimientos	Actitudes	Prácticas
Conjunto de información o saberes de una persona que le permiten conocer su entorno y desarrollar sus actividades. Pueden ser adquiridos por experiencia propia o la de terceros.	Es una predisposición a actuar tomando en cuenta conocimientos, preferencias, valores, creencias, experiencias previas propias o de terceros, entre otros aspectos que condicionan el comportamiento de una persona.	Son acciones observables, en las cuales las personas aplican o replican algo aprendido.

En los diferentes proyectos, las CAPs nos han ayudado a comprender el grado de conocimiento que tienen nuestros públicos metas sobre las temáticas que trabajamos, las actitudes y posturas que toman respecto a dichos temas y las prácticas positivas, potencialmente peligrosas o negativas que manifiestan.

Es entonces a través de esta herramienta de análisis, que también evaluamos los grados de factibilidad de cambios de comportamientos, en nuestro caso, de acuerdo con la información y contenido a la que están expuestos y tienen acceso, ya que nuestra especialidad es la comunicación.

¿Cómo entender la relación entre las CAPs y las competencias AMI?

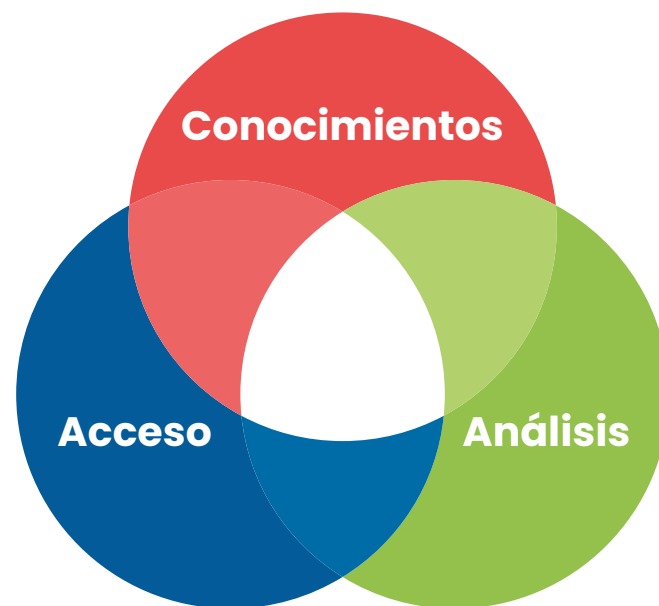
Ahora que ya refrescaste sobre las competencias que promueve la Alfabetización Mediática e Informativa y sobre las CAPs, la primera similitud que debes considerar es que tanto las CAPs como la AMI, pretenden un cambio de comportamiento para mejorar prácticas.

Mientras que el análisis CAP es muy utilizado para ámbitos sociales y de desarrollo para abordar temáticas como salud, educación, seguridad, prevención de violencias, entre otros; la AMI se enfoca más en la manera en la que se interactúa con la información y el contenido en su variedad de formatos y géneros. Ojo: esto no significa que la **AMI aborda exclusivamente temas de comunicación, pero sí significa que a toda temática le agregará el enfoque comunicacional.**

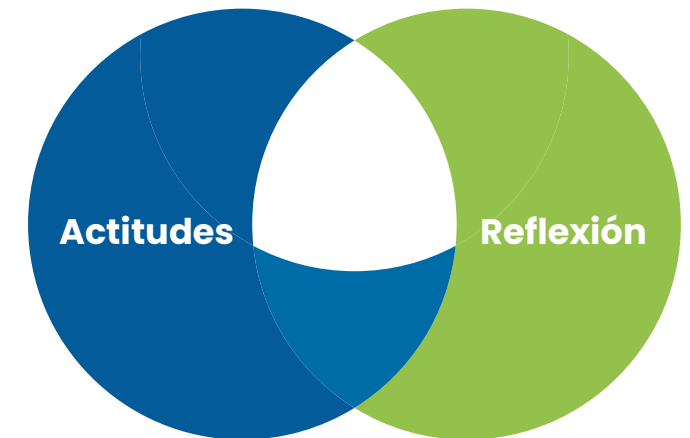
¡Lo sabemos! AMI puede resultar abstracta y difícil de comprender cómo aplicarla. Es por ello que para entenderla mejor haremos una comparación básica, para relacionar similitudes entre las producciones con enfoque en las CAPs y sus posibles semejanzas con las competencias AMI.

A continuación te compartimos una mirada inicial del análisis de su relación. Las CAPs estarán identificadas en color naranja y las competencias en color morado. A la par de cada diagrama Venn encontrarás una breve explicación de la similitud.

Se centran en los recursos informativos y en los saberes a los cuales tienen acceso las personas para conocer su entorno y desarrollar sus actividades.



Se centran en la disposición que tienen las personas frente a una situación, ya sea antes o después de una acción.



Se centran en las acciones, interacción y comportamiento de las personas; cómo aplican sus conocimientos y qué tipo de actitudes toman frente a las situaciones. También en cómo se involucran en situaciones que les afectan directa o indirectamente.



2. Acciones clave para producciones AMI institucionales

Como institución, no podemos perder de vista que el público final es el verdadero protagonista de la Alfabetización Mediática e Informativa.

Esto quiere decir que jugamos el rol de entidad facilitadora y promotora de conocimientos, actitudes y prácticas que ayuden a que adolescentes y jóvenes tengan mayor comprensión de su experiencia mediática, del alcance y la responsabilidad de practicar sus derecho a la libertad de expresión y la libertad de acceso a la información.

Nuestro papel no es decirles qué pensar, qué decir, qué hacer, cómo actuar ni cómo comportarse. Nuestra misión al integrar la AMI en nuestros procesos es darle tratamiento al contenido de tal manera que les ofrezcamos un panorama más completo para ayudarles a tomar decisiones informadas, activando un cambio de actitud y consecuentemente una mejora en sus prácticas comunicacionales.

Es por ello que podríamos considerarnos como un “intermediario temporal” en su proceso de asimilación, análisis y reflexión, ofreciéndoles contenido y herramientas que se adecúen a sus posibilidades adquisitivas, de interacción, conectividad, entre otros.

Para cumplir con este rol, es necesario que cultivemos nuestra coherencia. Es decir, que desde la institución evaluemos nuestra propia experiencia mediática y cómo interactuamos con la información.

A continuación se presenta una serie de acciones que pueden guiarnos para comprender mejor nuestro rol como institución.

Acciones clave para producciones AMI institucionales

LO QUE DEBE EVITARSE	LO QUE DEBE PROMOVERSE
Ocultar la fuente y la información sobre ideología, valores y filosofía institucional.	La transparencia sobre quiénes promueven el contenido . Esto permite a quienes interactúan con el mismo a comprender mejor el porqué del enfoque y conocer de primera mano quiénes están detrás.
Sesgar la información.	Contrastar diversos puntos de vista al presentar el contenido . Esto ayuda al pensamiento crítico de los receptores al recordarles que existen diversos puntos de vista sobre un tema.
Información no contrastada ni verificada.	El contenido debe ser verificado por más breve o extenso que sea, con el fin de evitar información engañosa, falsa o fuera de contexto.
Enfoques alarmistas, especulativos o sensacionalistas para llamar la atención.	Los títulos, copy, las etiquetas, imágenes y otros recursos utilizados para captar la atención no deben presentar el contenido prometiendo información que no encontrarán, información potencialmente engañosa, fuera de contexto o falsa .
Circunscribirse exclusivamente a temáticas que involucren el uso de tecnología.	Contemplar la experiencia mediática y el acceso a la información tanto online como offline . Esto le permitirá a quien recibe el contenido una aplicación práctica en su cotidianidad, además de un análisis sobre su comportamiento y hábitos en ambos espacios.
Utilizar lenguaje o términos despectivos.	Lenguaje inclusivo y términos correctos para referirse a las personas ; respetando su cultura, creencias, etnia, religión, situación socioeconómica, entre otros.
Representaciones estereotípicas y fuera de contexto.	La representación y diversidad es importante para que las personas puedan identificarse con el contenido y crear una sensación de proximidad . Aquí debe aplicarse la pertinencia cultural.
Desconocer políticas, normativas y regulaciones del contenido a nivel legal, como en las diversas plataformas y aplicaciones.	Contenido que respete el marco legal y promueva la interacción dentro de los parámetros establecidos para evitar caer en trasgresiones. Aquí aplica el uso de imágenes de menores de edad, derechos de autor, exposición pública de datos sensibles, entre otros.
Limitarse a transmitir la información de forma unidireccional.	El rol activo y dinámico de los receptores, quienes también son generadores y emisores de contenido. Procurar abrir el diálogo y promover la interacción .

2.1 Check list: contenido AMI producido para adolescentes y jóvenes

Las siguientes acciones pueden ser tomadas en cuenta desde el proceso inicial de producción. Si ya fue producido y la mayoría de casillas están marcadas en la “x”, deberá analizarse si lo más conveniente es replantear el contenido, aunque ya esté producido, o aplicar como “lecciones aprendidas” para próximas producciones.

Preferiblemente, deberá considerarse la retroalimentación de las y los adolescentes y jóvenes sobre el material producido con el fin de tener un termómetro más certero si el contenido funciona o no.

✓	X	Acciones
		La información ha sido contrastada y verificada.
		El material facilita el entendimiento sobre alguno de los temas centrales de AMI: fuentes, verificación de fuentes, desinformación, noticias falsas, discurso de odio, intereses detrás del contenido, libertad de expresión, libertad de acceso a la información, entre otros.
		El contenido refuerza el entendimiento de las y los adolescentes y jóvenes sobre sus derechos humanos y/o responsabilidades en línea y/o fuera de ella.
		El contenido no utiliza material provocativo, sensacionalista ni engañoso para captar la atención.
		Se utilizó lenguaje inclusivo y términos adecuados para referirse a las personas.
		El material es representativo del público al que va dirigido, por lo que les será fácil sentirse identificados con el mismo.
		El material utilizado respeta los derechos de autor.
		El material respeta las regulaciones y normativas correspondientes.
		Los canales elegidos para la publicación del material son de fácil acceso para los y las adolescentes y jóvenes.
		El acceso al material no pone en riesgo la privacidad ni seguridad de las y los adolescentes y jóvenes.
		Los y las adolescentes y jóvenes pueden disponer del material con y sin acceso a Internet.
		Los y las adolescentes y jóvenes tienen la facilidad de interactuar y expresar sus opiniones sobre el material.

3. Producciones AMI con adolescentes y jóvenes

Antes de adentrarnos en cómo podemos integrar AMI en las producciones realizadas por adolescentes y jóvenes, es necesario que repasemos brevemente cómo realizamos actualmente producciones comunicacionales con estos públicos.

3.1 Producciones en nuestros procesos formativos

¿Recuerdas en quiénes deben centrarse el objetivo general y los de aprendizaje en los procesos formativos? Si pensaste en las y los participantes y no en el equipo facilitador, ¡estás en lo correcto!

Piensa en todas aquellas actividades formativas y lúdicas en las que Asociación COMUNICARES ha tenido intervención con adolescencia y juventud.

Las producciones son una práctica muy importante dentro de los procesos formativos que facilitamos. Podemos utilizarlas como un “termómetro” o un indicador para conocer los conocimientos y habilidades que ya tienen o necesitan ser reforzados; y también son un momento clave para que las y los adolescentes y jóvenes pongan en práctica los conocimientos adquiridos durante la sesión. A esto último es lo que denominamos como “aprender haciendo”.

Otro aspecto clave de estos espacios, es que promovemos la creatividad, el trabajo en equipo y la educación entre pares para afianzar la temática y técnicas abordadas.

Además, posterior a esta parte “experimental”, priorizamos momentos de autoevaluación y retroalimentación con el fin de promover un espacio de expresión y diálogo para que las y los adolescentes y jóvenes comenten sobre su experiencia y reciban comentarios constructivos desde otras miradas juveniles, así como recomendaciones técnicas y profesionales para mejorar sus producciones en próximas ocasiones.

En resumen, para COMUNICARES es importante instalar capacidades comunicacionales que faciliten a adolescentes y jóvenes expresarse responsablemente y utilizar los diversos medios a su favor.

¿Cómo se relaciona esto con la Alfabetización Mediática e Informacional? Descúbrelo a continuación.

3.2 ¿Qué tan desconocida es la AMI en nuestros procesos de producción con adolescencia y juventud?

Para COMUNICARES, AMI no es un concepto lejano ni una práctica que resulte complicada de integrar en los procesos que ya implementamos. Por esa razón, al inicio realizamos una comparativa sobre cómo las CAP's se asemejan a las competencias AMI.

Anteriormente establecimos la importancia que tiene para nuestra institución promover a las y los adolescentes y jóvenes como actores clave y activos no solo dentro de nuestros procesos, sino más bien en los espacios en los que se desenvuelven.

Es por ello que, que adolescentes y jóvenes apliquen la Alfabetización Mediática e Informativa en sus producciones, implica que como institución comprendemos y promovemos el rol que tienen como creadores, productores y generadores de contenido; y les concebimos como conocedores de sus propias experiencias y contextos.

Esto último, sumado al repaso breve sobre cómo realizamos actualmente producciones comunicacionales, adquiere vital relevancia para que como facilitadores y facilitadoras comprendamos mejor nuestro papel para que adolescentes y jóvenes produzcan aplicando AMI.

A continuación te mostramos algunos de los aspectos que debes tomar en cuenta para promover que nuestro público meta genere producciones AMI.



¿Qué puedo hacer para que adolescentes y jóvenes generen producciones AMI?

Lo que debes evitar	Lo que debes promover
Centralizar la información sobre el tema abordado.	Proveerles de diversas alternativas informativas a las cuales puedan tener acceso para continuar indagando sobre el tema. Recuerda que es importante que nuestro público meta active su capacidad de análisis e investigación . Puedes realizar un sondeo exploratorio previo para conocer qué tipo de fuentes son más accesibles de acuerdo a su contexto y adecuarle a ellas.
Asumir que no conocen sobre el tema, técnicas o herramientas.	No importa si el lugar es remoto, tampoco las condiciones económicas, educacionales o sociales. Te sorprenderá lo que las y los adolescentes y jóvenes conocen y pueden hacer . Procura incluir dentro de tus espacios un momento para conocer sobre sus experiencias y recopilar esta información . Puede ser previo a la sesión o durante la misma. Esto te ayudará a graduar el contenido , las herramientas a utilizar y el resultado de las producciones para una mejor experiencia para nuestro público meta.
Utilizar y promover recursos a los cuales tienen poca o mucha dificultad para acceder.	En COMUNICARES contamos con estudios móviles, celulares de gama media y alta y diversidad de material pedagógico los cuales ponemos a disposición en nuestros procesos. Pero, ¿con qué recursos cuentan las personas con las que trabajaremos? Analiza los dispositivos, APPS, programas, recursos digitales y cualquier aparato que vayas a utilizar . Es importante que brindes alternativas que se adapten a sus posibilidades, necesidad y seguridad personal.

¿Qué puedo hacer para que adolescentes y jóvenes generen producciones AMI?

Lo que debes evitar	Lo que debes promover
Controlar la forma en la que se auto-organizan.	Permíteles organizar su propio trabajo en equipo , interviene si lo piden o si notas roces u obstáculos para avanzar. El liderazgo es un elemento clave que reforzamos constantemente en nuestros procesos formativos, ya que es una característica que les sirve tanto en el momento como en su cotidianidad.
Decidir por ellos y ellas el enfoque del tema de sus producciones.	Bríndales alternativas sobre qué podrían abordar, pero permíteles seleccionar un enfoque en el que ellos y ellas sientan mayor comodidad .
Decidir por ellos y ellas cómo abordar el tema.	Invítales a analizar el tema desde sus propias experiencias , eso hace que el contenido se vuelva más próximo y fácil de que otras personas se identifiquen con el mismo. Además, dependiendo de la zona lingüística, podrías motivar a que produzcan en el idioma en el que se desenvuelvan mejor.
Limitar su proceso creativo.	Permíteles crear desde sus propias perspectivas . En algunas ocasiones necesitarán guía para ordenar sus ideas y lo que desean plasmar, pero esto no significa que debas evaluar con lupa cada paso que dan.
Minimizar sus esfuerzos y producciones con críticas no constructivas.	Algunas producciones serán muy originales y otras quedarán un “poco flojas”. Como equipo facilitador, la misión es apoyarles a comprender cómo podrían potencializar y mejorar sus producciones , esto implica comunicación asertiva y respetuosa.
Subestimar su capacidad para gestionar espacios, recursos o apoyo de autoridades, instituciones, etc.	Generalmente nuestros procesos despiertan la inquietud para continuar aplicando los conocimientos adquiridos. Motiva a que repliquen el contenido en diversos espacios y con más adolescentes y jóvenes. Invítalos a continuar en comunicación con COMUNICARES para conocer qué están haciendo y si podríamos apoyarlos con algún material o recomendaciones.

¿Ves que no es tan distinto a lo que ya hacemos en COMUNICARES?

3.3 Check list: contenido AMI producido por adolescentes y jóvenes

A continuación encontrarás un listado con algunas acciones que te ayudarán a verificar si el contenido producido por adolescentes y jóvenes puede considerarse como una producción AMI, así como comprender qué competencia AMI se refuerza con cada acción.

Las siguientes acciones pueden ser tomadas en cuenta desde el planteamiento de la metodología. Si el proceso ya ha sido implementado y la mayoría de casillas están marcadas en la “x”, deberá evaluarse la metodología utilizada y realizar las adecuaciones correspondientes para futuras ocasiones o próximos procesos. El cheque indica que las producciones responden a una producción AMI y el signo curvo es un intermedio que te ayudará como una señal de alerta de las actividades que pueden ser mejoradas.

OJO AL DATO

Si no son procesos de mediano o largo plazo, difícilmente se podrán reforzar las 5 competencias. En especial, la competencia de acción, que ya hemos asociado con un cambio de prácticas, lo cual requiere seguimiento para confirmar que en efecto se están dando.

Al igual que hacemos con las CAPs al elegir en nuestras producciones si deseamos reforzar conocimientos, motivar un cambio de actitud o promover mejores prácticas, en las producciones AMI debemos procurar establecer con claridad qué competencia AMI se desea reforzar. Esto también aplica para los procesos de formación.

Además de la valoración del equipo facilitador, para verificar de manera más objetiva esta check list, será necesario conocer los resultados de las evaluaciones de entrada y salida que se realicen en los procesos de formación.

¿Qué puedo hacer para que adolescentes y jóvenes generen producciones AMI?

✓	~	X	Acciones	Competencia AMI reforzada
			Tuvieron acceso a al menos 3 fuentes para comprender más la temática sobre el contenido abordado.	Acceso y Análisis
			Decidieron el tema a abordar y las herramientas para sus producciones.	Análisis y Creación
			Reconocieron mejores prácticas para el uso de la información y su interacción con diversos medios, aplicaciones y plataformas.	Análisis, Creación y Reflexión
			Fueron los principales creadores y generadores del contenido producido.	Acceso y Creación
			Aplicaron diversas herramientas y técnicas para generar su contenido.	Acceso y Creación
			Tuvieron la posibilidad de ver o escuchar su material en algún medio de comunicación o plataforma pública.	Acceso y Creación
			Reconocieron estar en mayor capacidad para crear contenido.	Creación
			Manifestaron comprender la importancia de expresarse con responsabilidad.	Análisis y Reflexión
			Meditaron sobre el material producido.	Análisis y Reflexión
			Mostraron disposición para continuar aplicando y replicando lo aprendido.	Reflexión y potencialmente Acción

4. Producciones ABCDE⁷ y AMI

El ABCDE es un método creado por Oneida Rodas⁸ como una guía para la producción comunicacional, independientemente del formato a utilizar.

Este método consiste en 5 aspectos que deberían considerarse al momento de crear, difundir y evaluar producciones mediáticas y comunicacionales con adolescentes y jóvenes.

Auténtico

Ponerle nuestro sello.

Es la motivación para crear producciones veraces, lo que implica investigar y documentarse sobre una temática. Esto también nos ayuda a descubrir cómo se han tratado los temas con anterioridad y así brindar enfoque distinto.

En los procesos de producción con adolescentes y jóvenes, esto también implica motivarles a ser ellas y ellos mismos, evitando pretender o aparentar. Esto le da mayor riqueza al contenido, volviéndolo cercano y amigable.

Breve

Abordar un tema a la vez.

Las producciones deben ser concisas y monotemáticas. Si bien debemos tomar muy en cuenta la duración o extensión, debemos cuidar que el contenido aborde ideas claras sobre una temática en particular y evitar dejar vacíos.

Creativo

Pensar fuera de la zona de confort.

La creatividad va más allá de la genialidad de producir contenido diferente y original. También puede utilizarse como un recurso para plantear posibles soluciones.

Las producciones creativas pueden crearse desde cero o adaptar herramientas, temas o situaciones para generar formatos innovadores.

En las producciones, la creatividad se refleja en el desarrollo de personajes, la música, las tomas, el diseño, la forma de contar, entre otros.

⁷ Referencia del método:

Asociación COMUNICARES. (2017). La Radio Eres Tú, guía para el staff de voluntarios del programa "Juventud al Aire. Expresiones Juveniles 2da. edición. (2018). Elaborada por Asociación COMUNICARES para la Organización Panamericana de la Salud (OPS), La Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS).

⁸ Oneida Rodas es comunicadora guatemalteca con experiencia en espacios comunicacionales de educación-entretenimiento. Es la fundadora y directora de Asociación COMUNICARES.

Divertido o dinámico

La diversión promueve producciones más memorables.

Es importante que adolescentes y jóvenes se diviertan produciendo, esto generará contenido dinámico; ayudando a que los mensajes que se transmitan tengan mayor retención y aceptación, mejorando el diálogo y la visibilización de las temáticas abordadas.

No importa si es un tema *“light”* o una temática más informativa. Con el enfoque, herramientas y actitud adecuada, llamará la atención.

Equipo

La riqueza de tener varias miradas y talentos.

¿Es un reto? Sí. Pero también es una oportunidad para la auto organización y auto gestión, además, promueve el liderazgo y el diálogo para la toma de decisiones.

Trabajar en equipo, también ayuda a que adolescentes y jóvenes descubran las fortalezas individuales y las aprovechen para lograr resultados en equipo.

Este punto es clave si deseamos promover la educación entre pares y la oportunidad de réplica de los conocimientos.

¿Cómo se relaciona nuestro ABCDE con la Alfabetización Mediática e Informacional?

Ambos encausan el proceso de producción comunicacional como una experiencia en donde las personas son los protagonistas. Además, motiva y fortalece sus habilidades de creación de contenido para poner en práctica sus derechos a expresarse e informarse.

Tanto nuestro ABCDE como AMI buscan instalar capacidades comunicacionales que puedan ser utilizadas en diversos espacios en los cuales se desenvuelven e interactúan, reforzando así los conocimientos, modificando actitudes y generando mejores prácticas.

Es por ello que integrar AMI en nuestras producciones no significa descuidar la aplicación del ABCDE.

Reflexión Final

En un plano ideal, las producciones AMI deberían ser el resultado de practicar la AMI en nuestras cotidianidades. Recuerda que la Alfabetización Mediática e Informacional no es para la aplicación exclusiva de comunicadores, mercadólogos, periodistas, influenciadores, o de otras profesiones relacionadas estrechamente con la comunicación.

Los esfuerzos de la AMI pretenden que personas pongan en práctica en sus cotidianidades, virtuales y no virtuales, el uso del pensamiento crítico, que sean conscientes de su posibilidad de participación ciudadana utilizando la comunicación como una herramienta responsable, haciendo uso de las diversas tecnologías y de las herramientas y recursos análogos para descubrir, expresarse, crear, convivir, compartir y divertirse.

Créditos

- Redacción: Z. Cristina Soto
- Revisión: Oneida Rodas y Eunice Velásquez
- Diagramación: María Fernanda Aldana

Ciudad de Guatemala, septiembre 2020.

El contenido de esta publicación puede reproducirse parcial o totalmente sin previa autorización, siempre y cuando se mencione la fuente y no se use para fines comerciales.

La guía “En Clave de AMI” se ha elaborado en el marco del proyecto INFORMATECOS, que Asociación COMUNICARES desarrolla en asocio con la DW Akademie.

🌐 www.COMUNICARES.com

📘 <https://www.facebook.com/COMUNICARESgt/>

✉ proyectos@COMUNICARES.com



Primera Edición
Guatemala, septiembre 2020