

FORMACIÓN DE COMUNICADOR@S

ESCUELA DEL AGUA, EL TERRITORIO Y LA VIDA

Objetivo específico:

- *Colocar en la Agenda Pública una gestión integral del agua que permita alcanzar y lograr el acceso equitativo y sustentable del agua en nuestro territorio.*
- *Diseñar una campaña de comunicación para proyecto ambiental personal y colectivo.*

Fecha sesión	Temas y subtemas	Objetivos y desarrollo temático
14 de agosto 1 sesión (dos horas)	1.- Medios de comunicación. -Nuestra relación con los medios de comunicación. -Naturaleza de los medios masivos de comunicación. -Tecnologías de la información y la comunicación. -Discriminación de clase y género.	Objetivo: Conocer la importancia del uso de los medios y herramientas de comunicación para la incidencia pública. Desarrollo: -Introducción a la sesión de comunicación y difusión. - Mapa colectivo de los medios a nuestro alcance y reflexión. -Naturaleza de los medios impresos, audio visual, digital. -Alcance e impacto de los medios de comunicación en nuestro contexto. -Estereotipos de género y clase.
21 de agosto 1 sesión (dos horas)	2.- El mensaje es el medio. -Temas a documentar.	Objetivo: Contar con conocimientos y herramientas para estructurar contenidos de calidad. Desarrollo:

FORMACIÓN DE COMUNICADOR@S

	<ul style="list-style-type: none"> -Fuentes informativas. -Preguntas básicas. -Estructura de contenidos. -Comunicación incluyente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Introducción a la sesión de la importancia de los mensajes (aquellos que recordamos, nos movilizan). -¿qué contenidos/noticias me interesan/consulto y por qué? -Tipos de fuentes informativas. -Cómo ubicar una información falsa. -Las seis preguntas básicas. -Lenguaje incluyente.
<p>28 de agosto</p> <p>1 sesión (dos horas)</p>	<p>3.- Destinatarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mapa de actores (a favor y en contra). -Códigos e intereses comunes. -Tipos de audiencias. -Medios adecuados. 	<p>Objetivo: Diferenciar los mensajes, medios y herramientas de comunicación de acuerdo a la audiencia.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tipos de audiencia: opinión pública, gremio, comunidad, amig@s, periodistas, autoridades. -¿A qué publico me quiero dirigir y por qué?. -Estrategias de impacto según la audiencia. -Medios y herramientas para llegar a mujeres y hombres.
<p>04 de Sep</p> <p>1 sesión (dos horas)</p>	<p>4.- Materiales y herramientas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Géneros periodísticos. -Formatos impresos y digitales. 	<p>Objetivo: Ubicar las herramientas, medios y materiales que tenemos a nuestro alcance para informar/comunicar.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Valorar las distintas expresiones creativas que existen para comunicar, informar, difundir para la incidencia pública.

FORMACIÓN DE COMUNICADOR@S

	<ul style="list-style-type: none"> -Acciones, movilizaciones informativas. -Herramientas y materiales a nuestro alcance. 	<ul style="list-style-type: none"> -Conocer la naturaleza de las notas informativas, foto notas, carteles, volantes, murales, altavoces, boca en boca, teatro popular, videos. -Roles de género en la creación de materiales y uso de herramientas. -¿Qué materiales, recursos, herramientas tengo a la mano para informar?
<p>11 de Sep</p> <p>1 sesión (dos horas)</p>	<p>5.- Tecnologías de la Información y redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Uso de redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Telegram, lista de correos, Blogs. -Tiempos y formatos de publicación para lograr impacto. -Cobertura y alcance de cada medio. 	<p>Objetivo: Conocer las posibilidades, límites y riesgos del uso de redes sociales.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Explicación de cada red, su naturaleza, alcance y riesgos. -Vocabulario básico en redes: hilos informativos, hashtags, etiquetas, trend topic, fanpage, menciones.
<p>25 de sep</p> <p>1 sesión (tres horas)</p>	<p>6.- Diseño de campañas informativas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Objetivos. -Temas. -Mensaje. -Material 	<p>Objetivo: Diseñar una campaña informativa recuperando los elementos estratégicos que la componen.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mapa conceptual para el diseño de una Campaña informativa. -Retroalimentación, dudas, comentarios y aportes. -Ejemplos de campañas informativas en defensa de la tierra, el territorio, el agua y la vida.

FORMACIÓN DE COMUNICADOR@S

	<ul style="list-style-type: none"> -Medios y herramientas. -Destinatarios. 	
02 de octubre 1 sesión (dos horas)	<p>7.- Desarrollo de campañas temáticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mapa conceptual. -Descripción de la Campaña. -Cronograma general, acciones de difusión, impulso en red. -Medios de verificación y/o evaluación. 	<p>Objetivo: Poner en práctica una campaña informativa con base a los elementos y recursos vistos en las sesiones anteriores.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dudas, aportes, comentarios para retroalimentar y mejorar las Campañas propuestas. -Ejemplo de cronograma de la campaña que incluya: acciones, tiempos, recursos, medios, responsables, resultados.
30 de octubre 1 sesión (tres horas)	<p>8.- Estrategia de comunicación para la incidencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ejes de acción, sincronía, cuerpo, unidad. 	<p>Objetivo: Concretar campaña de incidencia pública en defensa del agua, el territorio y la vida.</p> <p>Desarrollo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elementos de una estrategia de comunicación que reúna los distintos temas y aportes de cada Campaña. -Plan de incidencia pública para la Escuela del Agua.