

Gradu Amaierako Lana

GIZARTE HEZKUNTZAKO GRADUA

2016/2017 ikasturtea

**GIBdun KOLEKTIBOA ETA KOMUNIKABIDEAK: GAITASUN
MEDIATIKOAREN BIDEZKO ESKU-HARTZE PROPOSAMENA
ETA PRAKTIKA ONAK**

Egilea: Garbiñe Polo Iturraspe

Zuzendaria: Garbiñe Bereziartua Etxeberria

Leioan, 2017ko ekainaren 21ean

AURKIBIDEA

SARRERA	3
1. MARKO TEORIKO ETA KONTZEPTUALA	4
a) Oinarri teorikoak	4
1.1 Komunikabideetan eta komunikabideekin heztearen garrantzia.....	4
1.2 Alfabetatzea, gaitasun mediatikoa eta alfabetatze digitala.....	6
1.3 Gizarte bazterketa arriskuan dauden kolektiboen gaitasun mediatikoa garatzearen garrantzia.....	8
1.4 Ikus-entzunezko hezkuntza eta Gizarte Hezkuntza: Lau esperientzia adierazgarri.....	9
b) Ikerketa- galderen planteamendua	11
2. HELBURUAK.....	11
3. METODOLOGIA	12
3.1 Diagnostiko fasea	12
3.2 Planifikazio fasea	14
3.3 Esku-hartze fasea	21
3.4 Esku-hartzearen balorazio fasea.....	21
4. ONDORIOAK, MUGAK ETA AURRERA BEGIRAKOAK.....	24
5. ERREFERENTZIA BIBLIOGRAFIKOAK.....	27
ERANSKINAK.....	30
1. eranskina. GIBdun kolektiboaren diagnostikorako galdetegia	30
2. eranskina. Sentsibilizazio jardunaldiaren parte hartzaileen diagnostikorako galdetegia	37
3. eranskina. Sentsibilizazio jardunaldiaren kartela.....	39
4. eranskina. Sentsibilazio jardunaldiarako materiala.....	40
5. eranskina. Kronograma	44
6. eranskina. Esku-hartzearen balorazioa: grafikoak	44
7. eranskina. Gaitasun mediatikoa ebaluatze galdetegia.....	52

GIBdun KOLEKTIBOA ETA KOMUNIKABIDEAK: GAITASUN MEDIATIKOAREN BIDEZKO ESKU-HARTZE PROPOSAMENA ETA PRAKTIKA ONAK

**Garbiñe Polo Iturraspe
UPV/EHU**

Teknologien garapenak gizarte berri baten eraketa ekarri du, non komunikabideak gure egunerokotasunean integraturik dauden. Komunikabideak ezagutzaren sortzaile direnez gero, gizartean integraturik egon ahal izateko eta komunikabideek transmititu ditzaketen estereotipoei eta aurreiritziei aurre egiteko, garrantzitsua da biztanleriaren gaitasun mediatikoa garatzea. Esku-hartze honek bereziki fokua bazterketa arrisku egoeran dagoen GIBdun pertsonen kolektiboan jarri du. Lan honek 2017ko otsailetik-apirilera Hiesaren Aurkako T4 Elkartean garatutako komunikabideen bidezko eta komunikabideei buruzko esku-hartze tailerrak jasotzen ditu. Ikerketaren helburu orokorrak bi dira: gizarte bazterketa arriskuan dagoen kolektibo baten gaitasun mediatikoaren garapena eta, hori lortzeko emandako formazioaren bidez sortutako ikus-entzunezko materiala erabiliz, Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolako ikasleengan sentsibilizazioa sustatzea. Lortutako emaitzek parte-hartzaileen gaitasun mediatikoaren garapena eta ikasleen sentsibilizazioa islatzen dute.

Gaitasun mediatikoa, GIB/HIESA, komunikabideak, alfabetatze digitala, ahalduntzea.

El desarrollo de las tecnologías ha traído consigo la creación de una nueva sociedad, donde los medios de comunicación están integrados en nuestro día a día. Los medios de comunicación son creadores del conocimiento, por lo tanto, para poder estar integrado en la sociedad y hacer frente a los estereotipos y prejuicios que los medios transmiten, es importante desarrollar la capacidad mediática de la población. Este trabajo de intervención ha centrado el foco especialmente en el colectivo en riesgo de exclusión social formado por las personas con VIH. Este trabajo recoge los talleres desarrollados sobre y mediante los medios de comunicación, de febrero a abril de 2017 en la Asociación T4 de lucha contra el SIDA. Los objetivos generales de la investigación son: desarrollar la capacidad mediática de un colectivo en riesgo de exclusión social y, utilizando el material audio-visual creado mediante la formación impartida, suscitar la sensibilización de los alumnos de la Escuela Universitaria de magisterio de Bilbao. Los resultados obtenidos reflejan el desarrollo de la capacidad mediática de los participantes y la sensibilización de los alumnos.

Capacidad mediática, VIH/SIDA, MMCC, alfabetización digital, empoderamiento.

The development of technology has brought the creation of a new society, where the media are integrated into our day-to-day. The media are creators of knowledge, therefore, to be able to be integrated in society and to confront the stereotypes and prejudices that the media transmitted, it is important to develop the media capacity of the population. This work of intervention has especially focused on the group on risk of social exclusion formed by the persons with HIV. This work includes the workshops developed on and by the mass media, from February to April of 2017 in the Association T4 for the fight against AIDS. The general objectives of the research are: to develop the media capacity of a group in risk of social exclusion and, using the audio-visual material created through the given formation, to provoke the awareness of the pupils of the University School of teaching of Bilbao. The obtained results reflect the development of the media capacity of the participants and the awareness of the pupils.

Media ability, HIV/AIDS, mass media, digital literacy, empowerment.

“La capacidad de leer los media es una herramienta para el desarrollo personal y vital de las personas”

Martí X. March Cerda

SARRERA

Azken urteotan emandako teknologien garapenak hainbat aldaketa eragin ditu esparru sozial, ekonomiko eta kulturean. Garapen horrek komunikabideei garrantzia eman eta egungo gizartearen ezaugarri bereizgarrienetan bilakatu ditu. Komunikabideak gure eguneroko bizitzan integratu dira, horrek dakartzan ondorio ezberdinekin. Izan ere, komunikabideak ezagutzaren sortzaileak eta errealitatearen irudikatzaileak dira, enpresen interes komertzialak, manipulatzaileak eta menperatzaileak abiapuntu izanik. Zentzu horretan, prozesu horrenganako hausnarketa bideratzeko gai izango den biztanleria prestatu behar da.

Puntu horretan gaitasun mediatikoa jokoan sartzen da, funtsezkoa baita biztanleriaren autonomia kritikoa sustatzeko eta, horrekin batera, egitura zapaltzaileei aurre egitea baimenduko duen ahalduntze prozesurako hastapenak garatzeko. Prozesu horretan, jasotzaileak parte hartzaile aktiboak izateak prozesua osoagoa izatea baimentzen du, subjektuak sozialki autonomo bilakatzeko.

Alabaina, gizarte kolektibo guztiak ez daude egoera berdinean eta, beraz, ez dituzte aukera berdinak gaitasun mediatikoaren garapena lortzeko orduan. Ildo horretan, gizarte bazterketa arriskuan dauden kolektiboen gaitasun mediatikoa garatzeko esku-hartzea burutzea komenigarria da, kolektibo horiek komunikabideengandiko tratu negatiboa pairatzen dutelako, zaurgarriagoak bihurtuz heuri buruz sortu ditzaketen estereotipo eta aurreiritzien ondorioz. Egoera horren eta bere ondorioen kezkatik sortzen da lan honekiko interesa eta justifikazioa.

Lanari dagokionez, zati ezberdinetan banaturik egituratzen da. Lehenik eta behin oinarri teorikoa aurki dezakegu non gaiaren inguruan ikertu duten ikerlarien lanak aztertzen diren. Jarrian gizarte bazterketa arriskuan dagoen kolektibo baten gaitasun mediatikoa garatzea helburu duen esku-hartzearen planteamendua azaltzen da, metodologia kualitatiboa zein kuantitatiboa barne hartzen dituen. Azkenik, ikerketaren emaitzak eta ondorioak aurkezten dira, etorkizunari begirako alderdiak aintzat hartuz.

1. MARKO TEORIKO ETA KONTZEPTUALA

a) Oinarri teorikoak

1.1 Komunikabideetan eta komunikabideekin heztearen garrantzia

Areak (2004) dioenez, jadanik topiko bat da baieztatzea egun inguratzen gaituen testuinguru soziala, ekonomikoa eta kulturala modu erradikal eta funtsezko batean aldatu dela azkeneko urteotan. XX. mendeko azkeneko laurdenean ordenagailuen agerpenak, kontsumo zerbitzu tertziarioen eskariaren hedapenak, baliabide naturalen eta industrializazioaren ondorio negatiboen kontzientziazioak eta informazioaren antolaketa eta banaketa era berriek, beste faktore batzuekin batera, garatutako herrialdeetan “hirugarren iraultza industrialaren” garapena ekarri zuten. Egitura eta prozesu ekonomikoen, bizitza eta kultura modu eta ereduaren bai eta harreman sozialen eraldaketa garrantzitsua eta sakona eragiten ari dena.

Castellsek (1996) antzeko ideia defendatzen du, XX. mende bukaeratik informazioaren eta teknologien inguruan antolatzen den historiaren tartean bizi garela informatzen baitu. Autorearen arabera komunikabideak, eta batez ere gure kulturaren barneko ikus-entzunezko komunikabideak, komunikazio prozesuen oinarri dira.

Horren inguruan, Baumanek (2003) adierazten duen moduan, jariakortasuna eta likidotasuna metafora egokiak dira modernitatearen historiaren egungo tartearen izaera irudikatzeko. Autoreak dioenez, gizarte kapitalistaren trazu edo ezaugarriak aldatu egin dira eta aldatzen jarraitzen dute, modernizatuz doaz, hori dela eta, ez dago balio solidorik eta gizabanakook gero eta independenteagoak bilakatzen ari gara; modernitate solido eta benetako bat sortzearen aukerak eskuetatik ihes egiten digu, edozein likidok bezala.

Vásquezek (2008) Baumanek adierazitako “denboraldi likidoaren” esaerari egiten dio erreferentzia, non modernitate “solido” batetik (egonkorra, errepikakorra) “likido” batera (malgua, aldakorra) aldaketa eman den eta non egitura eta eredu sozialek iraupen nahikorik ez duten biztanleriaren ohiturak errotzeko eta non, konturatu gabe, eraldaketa eta galerak pairatu ditugun; iraungipenaren eta limurtzearen erreinupean bizi garela esaten du; pilaketa ez funtzionalaren eta indibidualismoaren garaietan.

Zentzu horretan, Loscertales eta Núñezek (2008) informatzen dute teknologien bidezko komunikabide sozialak egungo gizartearen ezaugarri bereizgarrienak bilakatu direla. Diotenez, komunikabideen alde zein kontra egon, ezin dugu ukatu horiek daukaten eragina

mendebaldeko kulturaren eraketan. Modu horretan, komunikabideek egungo elkarrekintza psikosozialetan duten eragina sailkatzerakoan aipatutako autoreek komunikabideek lau esparrutan eragiten dutela adierazten dute: ezagutza sozialean (identitatea, atribuzioak, errepresentazioak), sozializazioan (hizkuntza, pentsamenduaren garapena, ohiturak eta ereduaren imitazioa), eragin sozialean (botere eta autoritatea, konformismoa eta limurtzea) eta jarreraren sorkuntzan eta aldaketan (estereotipoak eta aurreiritziak).

Halaber, Perezen (2004) eta Castellsen (1996) arabera, begi-bistakoa da teknologia berriek eta komunikabideek kulturari bai eta esparru sozial ezberdinetan duten eragin handia. Ideia horrekin lotuta, Castellsek (1996) adierazten du komunikazioak kultura baldintzatzen eta helarazten duela eta, hori dela eta, historian zehar sortutako uste eta kodeak eraldatu egiten direla sistema teknologiko berria dela eta. Aipatutako bi autoreen iritziz, ezagutza era berri batez hitz egin dezakegu, “pentsamendu bisualaren garaia”-ri buruz, hain zuzen ere, batik bat, komunikabideek ez dutelako soilik ezagutzaren hedapenaren eta zirkulazioaren inguruko arreta galarazten, sozializazioarentzat ere eszenatoki erabakigarria eratzen dute. Gaiarekin jarraituz, Postmanen (1985:354) idatzi bat berreskuratu dezakegu, ondokoa dioena “no vemos [...] la realidad [...] como es, sino como son nuestros lenguajes. Y nuestros lenguajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura”.

Perezek (2004) adierazten duenez, informazioaren eta komunikazioaren teknologiek eta komunikabideek ezagutza eraikitzen dute, gure ingurunean dauden mito berrien sortzaileak eta bitartekariak dira. Horiek errealitatea irudikatzen duten edo sinestartzat saiatzen diren modua erabiltzaile eta hartzaileek ezagutu beharko lituzkete. Autoreak dioenez, agerikoa da, beraz, komunikazioaren eta informazioaren kontsumitzaile eta erabiltzaile berriak kontzienteki alfabetatzeko esku-hartzea baimenduko duten proposamen didaktikoen garapena, beti ere egun bizi garen gizartearen barneko egoeren eta elkartruke komunikatiboen araberako erabileraren kontzientzia osoaz eta horien gaitasun komunikatiboa indartuz.

Horrenbestez, komunikabideetan eta komunikabideen bidezko hezkuntza hasiera puntua izan behar da haien errealitatearen inguruan hausnartuko duten, errealitate hori ulertzeko baliabideak egokituko dituzten eta errealitate hori birsortzea baimenduko duten gaitasun mediatikoak, moralak, eta sozialak garatzeko (Pérez, 2004).

1.2 Alfabetatzea, gaitasun mediatikoa eta alfabetatze digitala

Denboran zehar alfabetatze terminoaren inguruko ikusmolde anitz egon dira eta momentu bakoitzaren beharrezanetara moldatuz eta bilakatuz joan da (Caldeiro eta Aguadez, 2015). Areak, Grosek eta Marzalak (2008) adierazten dutenez, indibiduo edo talde sozial bakoitzaren alfabetatzea bizi den testuinguru historikoaren ezaugarri kulturalengatik, sozioekonomikoengatik eta teknologikoengatik baldintzaturik dago. Alfabetatzea garai bakoitzaren barneko kultura sozial nagusiaren beharren, baliabideen eta beren eraldatze prozesuen arabera aldatzen eta eboluzionatzen den praktika soziala da; beraz, ez da talde edo klase sozial hegemonikoen interesetatik at dagoen produktu neutroa. Alfabetatzea, hau da, ezagutzaren ekoizpenerako, arakatzerako eta sarbiderako gaitasuna, beti izan da gutxiengoaren taldeen identitatearen eta ezberdintze sozialaren zeinu bereizkorra. Horrez gain, alfabetatzea kodifikazioaren eta informazioaren banaketarako asmakizun teknologiko berriek eragindako eraldaketa kulturalekin batera eraldatuz joan da.

Alfabetatzea kontzeptuaren inguruan literatura ugari aurkitu dezakegu, bai eta ikuspuntu eta joera ezberdinak ere. Adibidez, Buschmanek (2010) testuingurua edo oinarri soziala azpimarratzen ditu. Izan ere, autoreak adierazten du alfabetatzea gai ekonomiko eta politikoa dela, eta zentzua emango dion praktika sozial baten barnean kokatzen dela.

Beste autore batzuek gizartean integratzeko metodo moduan ulertzen dute. Hala nola, Area, Gros eta Marzalentzat (2008) alfabetatzea indibiduo bati modu esanguratsu batean informazioaren era adierazgarriak (bai ikus-entzunezko edo baliabide digitalean bai eta baliabide inprimatuan) kodifikatzeko eta deskodifikatzeko gaitasuna da.

Idea horren alde agertzen dira Aguádez eta Pérez (2002) ere. Autoreen arabera egungo gizartean alfabetatua egoteko beharrezkoa da ikus-entzunezko baliabideak kontuan hartzea, gure garaiko ikasketa prozesuak ikus-entzunezko kodean ematen direlako.

Zentzu berean, Gutierrez eta Tynerek (2012) alfabetatzea gizarte digitalaren bizitzarako prestakuntza moduan ulertzen dute. Alabaina, Gavarak (2015) adierazten duenez, alfabetatzea ez da nahikoa, biztanleriaren gaitasuna garatu behar da, egun alfabetatze digitalaren bidez lortzen dena.

Alfabetatze digitalari dagokionez, Gutiérrrez eta Tynerrrek (2012) diote ezin daitekeela teknologien kontsumitzaile eta erabiltzaileak sortzeko baliabide bilakatu; alfabetatzeak

kritikoa, askatzailea eta gizabanakoak duin bihurtzen dituen izan behar duela, enpresen interes komertzialetatik eta menperatzaileetatik at.

Area eta bere kideek (2008) diotenez, ikus-entzunezko alfabetatzeak gizabanakoak ikus-entzunezko testuak sortzeko eta analizatzeko eta komunikabideen produktuen kontsumo kritikorako gaitasuna duten subjektu moduan heztea du helburu. Modu zehatzago batean, Caberok (2001) dio ikus-entzunezko alfabetatzearen bidez igorlearen eta hartzailearen artean lotura sortu behar dela sinbolo ikoniko-bisualak eta ikoniko-soinuzkoak erabiliz, modu bereizian edo elkarrekin. Halaber, Area eta bere kideek (2008) diotenez, ikus-entzunezko alfabetatzearen barnean hiru ikuspuntu garatu daitezke, hala nola: heziketa-gramatikala (kodeen, elementuen eta ikus-entzunezko hizkuntzaren egiturak), dimentsio teknologiko-materiala (tresneriaren maneiuaren irakaskuntza) eta komunikabideen mezu eta edukien analisi sozioideologikoa (komunikabide ezberdinek helarazitako mezuen analisia).

Mastermanek (1993) dioenez, ikus-entzunezko alfabetatzea funtsezkoa da biztanle guztiek boterea erabiltzeko, erabaki arrazionalak hartzeko, aldatetaren agenteak izateko eta komunikabideetan modu aktiboan parte hartzeko. Horregatik, Areak (2004) dioenez, beharrezkoa da komunikabideen ikus-entzunezko alfabetatzea, testuinguru sozial mediatiko batean modu zentzudunean moldatuko diren biztanleak trebatzeko.

Mastermanek (1993:40), beraz, gaitasun mediatikoa garatzea ikus-entzunezko eta alfabetatze digitalaren bitartez funtsezkoa ikusten du biztanleriaren autonomia kritikoa sustatzeko. Autoreak kontzeptua honela definitzen du:

Uno de los objetivos primeros de la educación audiovisual no debe ser obtener de los alumnos la capacidad de reproducir fielmente las ideas, los puntos de vista críticos o la información que le proporcione el profesor(...). La labor, realmente importante y difícil (...) consiste en desarrollar en los alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica para que sean capaces de aplicar juicios críticos a los documentos de los textos que encuentren en el futuro (...).

Horren inguruan Pérezek (2004) dio komunikabideak irakaskuntza prozesuetan integratzea komunikabide horiez hausnartzeko (bere hizkuntza eta informatzeko era ezberdinak) hezkuntza integralaren gakoa direla.

Ferrése (2005) adierazten duenez, gaitasuna, modu orokorrean, testuinguru jakin batean beharrezkotzat jotzen diren ezagutzen eta jarrerren konbinazioa da. Modu horretan, Ferrés eta Piscitelli (2012) aintzat hartuz, kontzeptuak erreferentzia egiten dio oinarrizko sei dimentsiori (lengoiaia, teknologia, elkarrekintza prozesuak, eraikitze eta transmisio prozesuak, ideologia eta baloreak eta alderdi estetikoak) eta horien adierazleekin lotutako ezagutzen, jarrerren eta trebetasunen menperatzeari.

Gavara de Carak (2015) dio komunikabideek eta teknologia berriek inguratzen duten errealitateak biztanleriaren ezjakintasun kontzientea eta komunikabideetara modu kritiko eta oso batean sarbidea izateko gaitasun eza ekarri dituztela. Horrekin lotuta eta Martínez eta Vásquez (2016) aintzat hartuz, kontzientzia kritikoa eskuratzea funtsezko alderdia da gizarte mailan biztanleen bizitzak eraldatuko dituzten ekintzak sortzeko.

1.3 Gizarte bazterketa arriskuan dauden kolektiboen gaitasun mediatikoa garatzearen garrantzia

CESIDA & GTT-VIH-k (2015) dioenez, komunikabideen funtzio soziala ikuspuntu didaktiko eta informatzaile batetik planteatu daiteke, gakoa izan daitekeena gizarte bazterketa arriskuan aurkitzen diren kolektiboentzako (adibidez, GIBdun pertsonak), ukapena eta bazterketa soziala ekiditeko.

CESIDAK (2011) adierazten du horretarako beharrezkoa dela kolektibo horiekin esku-hartzen duten erakundeek zein kolektiboaren barneko pertsonen presentzia eta iritzia hedatzea, haien ezagutzak, esperientzia pertsonalak eta kolektiboarekin erlazioatutako arazo sozialak adierazteko.

Gizarte bazterketa arriskuan bizi diren pertsonak pairatzen duten estigma arretan, esku-hartzean eta prebentzioan arazo eta oztopo gehien sortzen dituen elementuetako bat da (Romeo eta Marchi, 2015). Hori dela eta, estigmatik eta bazterketarik gabeko gizarte baten eraikuntzan beharrezkotzat hartzen da biztanleriaren pentsaeran aldaketa bat ematea, zeinaren bitartez kolektiboen inguruan errotutako estigma desegin eta deseraiki ahal izango den (Bazurto, 2014). Alabaina, aldaketa hori soilik posible izango da bazterketa arriskuan dauden kolektiboaren barneko pertsonak “erabiltzaile” izateari uzten diotenean eta protagonistaren rola hartzen dutenean (Carballeda, 2002).

Modu horretan, erabiltzaileak komunikabideen aurrean kritikoak bilakatzen dira, mezu berriak sortzeko gai izanik (Renés, García eta Ramirez, 2013) eta aldaketarako komunikazioa sortuz, non kultur-aniztasunetik eta dialogo horizontaletik pentsatzeko eta komunikazioa sortzeko zein komunikabideak kontsumitzeko era ezberdinak garatzen diren, enpresa mediatikoen eta industria kulturalengandik aldentzen direnak (Valencia eta Magallanes, 2015).

1.4 Ikus-entzunezko hezkuntza eta Gizarte Hezkuntza: Lau esperientzia adierazgarri

Gértrudix-Barrio, Gálvez, Said-Hung eta Durán-Medinak (2016) adierazten dutenez, informazioaren gizarteak eta komunikabideek informazioaren tratamendu, kontsumo eta ekoizpen era ezberdinak sortu dituzte. Autoreen arabera, biztanleak kontsumitzaile eta ekoizle bezala ulertzeak alfabetatze digitala eta gaitasun mediatikoa bezalako oinarrizko alderdietan maila sozial ezberdinen existentzia nabarmentzen du.

Ikus-entzunezko alfabetatzearen, alfabetatze digitalaren eta, ondorioz, gaitasun mediatikoaren bidezko ahalduntze prozesuaren lau adibide adierazgarri aipatu ditzakegu.

Lehenik eta behin, *Homeless Film Festival*-aren esperientziari erreferentzia egin diezaiokegu. Esperientzia hori Manchesterren (Erresuma batuan) 2011. urtean sortutako zinemaldia da eta mundu mailan etxerik gabeko pertsonetikiko sentsibilizazioan murgilduta dagoen zinemaldi bakarra da. Euskal herriari dagokionez, Bizitegi elkartearen bitartez eta Bilboko Udalaren laguntzarekin, Bilbon festibalaren lagin zinematografikoa estreinatu zen 2016ko azaroaren 5ean, non antzerkigintzaren eta zinearen bitartez garatutako sentsibilizazioaren bidezko gizarteratze sozialaren inguruko jardunaldia burutu zen. Kasu horretan, Bizitegi elkartearen barneko erabiltzaileak agente zein protagonistak izan ziren, haiek sortutako film-laburra eta antzezlanak aurkeztu baitziren, beste ekimen batzuen artean (<http://www.homelessfilmfestival.org/>, 2016).

Bigarrenez, *Rise & Shine Productions* esperientzia hezitzailea aipatu dezakegu. Gobernu kanpoko eta irabazi asmorik gabeko erakunde komunitarioa da, New Yorken sortutakoa 1985ean. Bertan gazteekin eta haien komunitateekin lan egiten da komunikabideen hizkuntzaren erabilpen sortzailearen bitartez, gazte horiek komunikabide sozialekin, hezkuntzarekin eta komunitatean duten harreman pasiboa aldatzeko eta lider gazte eta indartsuak sortzeko helburuarekin. Ondorioz, proposamen hezitzailea da non garrantzitsuena gazteek sorkuntza kritikoaren bidezko ikus-entzunezko ekoizpena burutzea

den, garapen pertsonal eta komunitariorako eredu eraginkor moduan. Modu sakonago batean adieraziz, esku-hartze horren bitartez subjektuei komunikabideen hizkuntza irakurtzen eta sentimendu, errealitate eta arazo propioak ikuspuntu kritiko batetik irudikatuko dituzten irudiak sortzen irakasten zaie (March, 1997).

Hirugarren adibide moduan har ditzakegu garapenerako lankidetzaren inguruan burutzen diren proiektuak. Jenatsch eta Bauer-ek (2014) burututako gidan oinarrituz, proiektu horiek garapenerako komunikazioaren inguruan egituratzen dira. Gidan adierazten denez, garapenerako komunikazioa eragin sozial eta politikorako erreminta da, parte hartze eta eraldaketa soziala sustatzen dituen komunikazio interpersonaleko, komunitateko eta informazioaren teknologia berrien baliabideak erabiliz. Horren adibidetzat, Jenatsch eta Baueren (2014) gidan agertutako eta la Habanan (Cuban) aurrera eramandako esperientzia aipatu dezakegu, “Documental *Tierralismo*”, hain zuen ere. Esperientziaren helburua zonalde bateko protagonisten istorioa, antolaketa metodoak eta Nekazaritza Lokalaren Berrikuntza Proiektuaren eragin soziala adieraztea da. Dokumentalaren bitartez, protagonistak ahalduntzea eta proiektua sustatzea lortu dute.

Horrez gain, Jenatsch eta Bauer-ek (2014) jasotako esperientziekin jarraituz, oso eredugarria izan daiteke Bolivian burututako kanpaina lokala: “Mi municipio es buena noticia”. Esperientzia horren bitartez, 2009. urtetik, hainbat komunikabide lokalek kanpainak garatu dituzte (La Paz eta Cochabamban), osasuna, hezkuntza, biolentziarik gabeko bizitza, ingurumena, gazteen parte hartzea, gestioa eta gardentasuna eta antzeko gaiak jorratuz. Kanpaina horiek komunikazioaren (komunikabideen) eta mobilizazio akzioen (tailerrak, jardunaldiak, lehiaketak...) bidez burutzen dira. Kanpainek komunikatzaileek haien udalerrietan rol aktiboago bat izatea lortu dute, bai eta biztanleriak mobilizazio sozialetan, publikoetan eta politikoetan parte hartzea ere.

Zentzu horretan, Marchek (1997) dio, adierazitako esperientzietan bezala, parte hartzaileek komunikabideak ezagutzea, haiekiko ikuspegi kritikoa garatzea eta haien beharrak, arazoak, mundua, eta errealitatea adieraziko duten lengoia espezifikoen eraikuntzarako gaitasuna lortu behar dela; eta, hori, formakuntza prozesuaren erronka dela, komunikabideen eragina are negatiboagoa delako bazterketa arriskuan dauden talde sozialetan.

b) Ikerketa- galderen planteamendua

Orain arte aztertutakoa kontuan hartuz, hainbat kezka sortu zaizkigu. Hori dela eta, lanaren bitartez ondoko ikerketa-galderak erantzun nahi ditugu:

1. Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektibo bati formakuntza emanaz bere gaitasun mediatikoa garatzen da?
2. Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektiboa, formakuntzaren bitartez, sentsibilizazio kanpaina bat egiteko materiala sortzeko gai da?
3. Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektiboak jasotako formakuntzaren bidez sortutako produktuak sentsibilizazioa sortu dezake?

2. HELBURUAK

Atal honetan, lanaren helburu orokor eta zehatzak agertzen dira. Hori kontuan izanik, bi helburu orokor nagusi eta bakoitzaren barnean helburu zehatzak aurki ditzakegu:

1. GIBdun kolektiboaren gaitasun mediatikoa garatzea.
 - a. Ikus-entzunezko alfabetatzea integratzen duen formazioa burutzea.
 - b. GIB/HIESAdun kolektiboaren inguruko sentsibilizazio kanpaina batean erabiltzeko ikus-entzunezko bat sortzea.
 - c. Parte hartzaileen ahalduntzea bultzatzea.

Ikusi daitekeenez, ikerketaren helburu nagusia Hiesaren aurkako T4 elkartearen Zure Eneako eguneko zentroko onuradunen gaitasun mediatikoa garatzea da. Horretarako, beharrezkoa da gaitasun hori garatzeko formakuntza saio batzuk diseinatzea eta burutzea, parte-hartzaileen beharren arabera. Horrez gain, gaitasun mediatikoaren garapenaren bitartez ahalduntze prozesua sustatu daitekeen ikusi nahi da; horretarako, ezagutza teoriko horiei aplikazio soziala emango zaie ikus-entzunezko produktu baten sorkuntza bideratuz. Ildo horretatik, prozesuaren pauso guztiek parte-hartzaileen ahalduntzerako baldintzak emango dituzte.

2. Sentsibilizazio soziala.
 - a. Bideoaren laguntzaz sortutako solasaldiak sentsibilizazioa betetzen duen ikustea.

Beste helburu orokor bat Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolako ikasleen artean GIB/HIESAdun kolektiboaren inguruko sentsibilizazioa lantzea da. Zentzu horretan,

gaitasun mediatikoaren garapenaren bitartez sortutako bideoak unibertsitateko gazteen sentsibilizazioa lantzea ahalbideratuko du.

3. METODOLOGIA

3.1 Diagnostiko fasea

3.1.1 GIBdun kolektiboaren gaitasun mediatikoa garatzeko esku-hartzea

Esku-hartzea Hiesaren Aurkako T4 elkartearen “Zure Eneako” eguneko zentroan aurrera eramán da. “Zure Enea” 2002. urtean sortu zen auto-laguntzarako espazio bat bezala eta esparru terapeutikoa eta antolakuntzazkoa gainditzen ditu. Zentroan arreta sozio-hezitzaile indibiduala zein taldekoa, tratamenduei buruzko informazioa eta orientazioa, denbora librearen dinamizazioa, orientazio legala eta juridikoa eta tailer formatiboak eskaintzen dira. “Zure Enea”k hamabost pertsonentzako plazak eskaintzen ditu, horiek denboran zehar behar besteko iraupena izanik (“Asociación T4”, 2016).

Zure Enean bazterketa sozialean edo arriskuan aurkitzen diren gizabanakoekin esku-hartzen da, horiek GIB/HIESA eta/edo Hepatitis izanik eta drogen kontsumitzaileak edo ez izanik. Horretarako gizarteratze sozialerako laguntza bio-psiko-soziala eskaintzen da arreta plan indibidualizatuen bidez (bazterketa eta GIB/HIESAn aditu den talde diziplina anitzekoak osatutakoa), oinazea edo arriskuak gutxitzeko ikuspuntua abiapuntutzat izanik. Izan ere, kontuan hartzekoa da GIB/HIESA duten gizabanakoek ez dutela egoera hori isolaturik bizi, normalean, drogen kontsumoa, sexu-praktika ezegokiak, familia-loturekiko haustura, preso-ohiak izatea eta bestelako egoerekin bat doa (T4 elkarteko barne dokumentua, 2016).

Egoerearen diagnostikoa egiteko neurtresnari dagokionez, Likert eskalako galdetegi bat (ERANSKINAK 1) prestatu da, diagnostikoa burutzeko behar ditugun datuak lortzeko. Neurtresnaren diseinuari dagokionez, bost atal nagusi sailkatu dira eta hogeita hamabost galdera formulatu dira. Datu pertsonalei buruzko galderak beste hiru izan dira, ikus-entzunezkoen formakuntza propioari buruzkoak beste hiru, ikus-entzunezko komunikazioaren kontsumoari buruzkoak hiru, ikus-entzunezko gaitasunei buruzkoak hamaika eta, azkenik, komunikabideen gaineko gaitasun kritikoari buruzkoak hamabost.

Laginari dagokionez, Hiesaren aurkako T4 elkartearen Zure Eneako eguneko zentroko 45 eta 57 urte bitarteko hamabi heldu izan dira. Galdetegiaren emaitzetan oinarrituz, laginaren gehiengoa gizonak izan dira (%70), batz besteko adina 51 urtekoa izanik. Ikasketa mailari

erreparatuz gero, %50ak lehen mailako ikasketak burututa ditu (lehen mailakoak baina bukatu gabeak %25a eta bigarren mailakoak %25a izanik). Orokorrean ez dute ikus-entzunezko formakuntzarik jaso (%75) salbuespenak salbuespen (%25). Zentzu berean, gehienek ez dute ikus-entzunezko praktika burutu (%88).

Galdetegiaren bitartez lortutako datuei dagokienez, ondokoa erakusten dute: parte hartzaileen %53ak ez du ikus-entzunezko baliabideen gaineko gaitasun kritikorik. Kontsumitutako ikus-entzunezkoen dagokienez, %30ak telebista, %30ak irratia, %25ak prentsa eta %15ak internet kontsumitzen du eta kontsumo hori %100ean pasiboa da. Telebistaren edo interneten kontsumoari dagokionez, gehien ikusten dituzten arloak informaziozkoak (teleberria, %100ean), fikziozkoak (filmak %87,5ean eta telesaiak %100ean), kirolezkoak (kirol ekitaldiak, %75ean) eta ikuskizunezkoak (lehiaketak, %62,5ean) dira. %16ak soilik ezagutzen ditu ikus-entzunezko kodeak. %75ak ez dauka erreminta errazak erabiltzeko gaitasunik eta %14ak ez du ikus-entzunezko tresnen inguruko ezagutzarik. %26ak uste du komunikabideek ez dutela inongo erabilera sozialik. %25ak ez du kontsumo mediatiko propioaren gainean hausnartzeko ohiturarik. %37,5ak medio edo kanal bakar baten bidez informatzeko ohitura du. %100a ez da gai ikusten ikus-entzunezko produktu bat sortzeko eta %88ak ez ditu ikus-entzunezko araudiak ez betez gero erreklamazio legalak egiteko aukerak ezagutzen.

3.1.2 Sentsibilizazio soziala lortzeko esku-hartzea

Sentsibilizazio jardunaldia Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolan burutu da, Leioan. Honako hau Euskal Herriko Unibertsitatearen barneko fakultate bat da, non Gizarte Hezkuntzako, Haur Hezkuntzako eta Lehen Hezkuntzako graduak eskaintzen diren.

Diagnostikoa burutzeko beharrezko datuak lortzeko Likert eskalako galdetegi bat (ERANSKINAK 2) erabili da. Neurtresnaren diseinuari dagokionez, bi bloke bereizi dira, bata jardunaldia hasi aurretik betetzeko eta, bestea, jardunaldiaren ostean osatzeko. Guztira hogeita zortzi galdera formulatu dira. Datu pertsonalei buruzko galderak hiru izan dira, lehenengoko blokean hamaika eta bigarren blokean hamalau eta, iruzkin eta ekarpenetan galdera bakarra egin da.

Laginari dagokionez, sentsibilizazio jardunaldian parte hartutako ikasleek osatzen dute. Horietatik 20 eta 43 urte bitarteko hogeit hamar emakume (%75) eta zazpi gizon (%25) izan dira, bataz besteko adina 24 urte izanik. Emakume eta gizonen arteko bataz-besteko adinaren

artean alde handia ikusi ahal izan da: emakumeen batzuetan adina 22 urte dira eta, gizonen artean, 27. Ikasketei dagokienez, Gizarte Hezkuntzako ikasleak (%100) izan dira.

Galdetegiaren bitartez lortutako datuei dagokienez, ondokoa erakusten dute: %74ak ez du GIBa eta HIESA ezberdintzen. %54ak ez du GIBdun pertsonarik ezagutzen. %11ak ez lizkioke bi muxu emango GIBdun pertsona bati. %52ak ez lituzke sexu-harremanak izango GIBdun pertsona batekin. %22ak ez luke edalontzirik partekatuko GIBdun pertsona batekin. %8ak ez du GIBaren inguruko hausnarketa jarrerarik. %7ak uste du komunikabideek informazio zehatza ematen dutela GIBaren inguruan eta %30ak uste du komunikabideek ez duela kolektiboarekiko estereotiporik sortzen.

3.2 Planifikazio fasea

Esku-hartzeak hiru fase izango ditu:

1. Fase teorikoa: Bertan parte-hartzaileek ezagutzak jaso dituzte formakuntza saio ezberdinen bitartez. Zentzu horretan, gaitasun mediatikoa garatzera zuzendutako hamaika formakuntza saio burutu dira.
2. Fase praktikoa: Parte hartzaileek ikus-entzunezko produktu bat, hau da, sentsibilizazio bideo bat, sortu dute, eskuratutako ezagutzak aplikatuz.
3. Fase soziala: Sortutako ikus-entzunezko produktua EHUko Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolan aurkeztu da, elkarteko parte hartzaileak ahalduntzen diren bitartean, jardunaldiaren parte-hartzaileak sentsibilizatuz.

3.2.1 Fase teorikoaren eta praktikoaren diseinua

Diagnostikoaren datuez baliatuz, Gradu Amaierako lan bat aurrera eramateko burutu den esku-hartzea diseinatu ahal izan dugu. Esku-hartzea eguneko zentroan burutzen diren beste tailerrekin batera integratu da. Kasu honetan, tailerraren izena “*Desenfocando los Medios*” izan da eta eguneko zentroaren abilezia sozialen programan integratutako proiektua da. Esku-hartzea hiru hilabetetan zehar garatu da (otsailtik apirilera) eta saioak astean behineko maiztasunarekin burutu dira, salbuespenak salbuespen, eguneko zentroaren beharrianak errespetatuz. Saio bakoitzak ordu eta laurdeneko (75’) iraupena izan du.

Aurreratu den moduan, lan honen helburuetako bat gizarte bazterketa arriskuan dagoen kolektibo baten gaitasun mediatikoa garatzea da, kolektibo horren ahalduntzea

ahalbideratzeko. Horretarako esku-hartze bat burutu da, gaitasun mediatikoaren alderdi ezberdinak jorratu dituena.

Tailerrak “egitearen bidez ikastea” printzipioan oinarrituta egoteagatik eta teoria eta praktikaren integrazioagatik ezaugarritu dira, horiek motibazioa ekartzen duten ideian oinarrituta. Hori kontuan izanik eta galdetegiaren emaitzak ikusita, fase teorikoaren barnean bederatzi saio antolatu dira eta saio bakoitzean gai ezberdinak jorratu dira, guztien artean jarraipen bat egonda. Lehenengoko fase horren diseinua ondokoa da:

Taula 1

Formakuntza saioaren diseinuaren eskema

1	<p>Kontrol soziala</p> <p>Helburua: Teknologien bidez estatu eta enpresek biztanleriarekiko eragiten duten kontrol sozialaz kontziente izatea.</p> <p>Deskribapena: gaia hiru autoreren materialak erabiliz landuko da. Lehenik eta behin bideo labur bat ikusiko da, ondoren kontrol sozialaren adibide bat landuko da eta, azkenik, gaiari buruzko artikulua bat landuko da ideia orokorrak ateraz eta landuz.</p> <p>Baliabideak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna. - Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat. - Material hezigarria: ¿Por qué me vigilan, si no soy nadie? bideoa (Marta Peirano, TEDxMadrid, https://www.youtube.com/watch?v=NPE7i8wuupk). “Ondo konektatua, ondo kontrolatuta: ikusi zenbat dakizun Ton Siedsmaz” artikulua (Pello Zubiria). Control Social Total artikulua (Ignacio Ramonet) <p>Denbora: 75’</p>
2	<p>Zer kontsumitzen duzu?</p> <p>Helburua: Norbanakoaren komunikabideen kontsumo ohiturez hausnartzea eta jarrera kritikoa sustatzea.</p> <p>Deskribapena: Estatu Espainolaren barneko komunikazio taldeak landuko dira (zeintzuk diren, zein motatakoak diren, zein komunikabideren jabe diren, zein ideologia dagoen atzetik). Ondoren, norberaren komunikabideen kontsumo ohiturak aztertuko dira.</p> <p>Baliabideak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna. - Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat. - Material hezigarria: edukiei buruzko informazioa agertzen den power point bat. <p>Denbora: 75’</p>
3	<p>Komunikabideen jabeak</p>

Helburua: Komunikabideen inguruko jarrera kritikoa lantzea, horien atzetik dauden jabeak, jabeek burututako manipulazio prozesuak, finantziario iturriak eta irtenbideak jorratuz.

Deskribapena: Hiru azpiatal landuko dira; lehenik eta behin, komunikabideen jabeak eta kontrol-dun konpainiak aztertuko dira (erabiltzen dituzten manipulazio prozesuak landuz eta urteetan emandako aldaketak jorratuz). Jarraian, komunikabideen finantziario iturriak landuko dira eta, azkenik, komunikabideen iturriekiko jarrera kritikoa bat nola garatu aztertuko da. Saioari bukaera emateko, jorratutako edukiak laburbiltzen dituen bideo bat ikusiko da.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:
 - “Manipulación monopolística de los medios” artikulua (Michael Parenti)
 - Chomsky, N. y Hernan, E. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica.
 - Serrano, P. (2010). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Ediciones Península.
 - “Una mosca en una botella de coca-cola” dokumentala (Javier Couso).

Denbora: 75'

4 **Desinformatzeko teknikak**

Helburua: Desinformazio teknikak zer diren ezagutzea eta adibide praktikoekin horien erabilpenaz ohartzea.

Deskribapena: Komunikabideetan erabiltzen diren desinformazio teknika ezberdinak landuko dira “Zein teknika da?” lehiaketaren bitartez. Bertan tekniken adibideak agertuko dira eta egokia aukeratu beharko da 3 itemen artean.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarriak: García Aviles, J.A. (2015). *Comunicar En La Sociedad Red - Teorias, Modelos Y Practicas*. Barcelona: UOC

Denbora: 75'

5 **Telebista**

Helburua: Telebistaren barneko programa motak ezagutzea, programazioa nola burutzen den jakitea eta programaziorako estrategiez ohartzea.

Deskribapena: Saioa bi ataletan banatuko da; lehenik eta behin telebistaren alderdia jorratuko da (programa motak) kazetari eta telebista analista baten bideo baten bitartez. Ondoren programazioaren gaia landuko da, nortzuek, nola eta zertarako egiten duten aztertuz. Azken atal honetan telebistaren programazioaren analisi jardura burutuko da.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:
 - “Las tripas de la TV: todo lo que no ves al ver la tele” bideoa (Mariola Cubells).
 - Cubells, M. (2006). *¿Quién cocina la televisión que comemos? La dieta televisiva y sus cocineros*. Barcelona: Carroggio.

Denbora: 75'

6 **Publizitatea**

Helburua: Publizitatearen gaineko jarrera kritikoa garatzea, bere benetako funtzioa zein den eta erabiltzen diren limurtze faktore ezberdinak ezagutzuz.

Deskribapena: Publizitateak gizabanakoongan daukan eragina aztertuko da limurtze teknikak eta kontsumorako lagungarriak diren faktoreak jorratuz. Jarraian erotismoaren erabilera publizitatean analizatuko da. Azkenik, “kontra-publizitatea” eta horren adibideak landuko dira.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:
 - “La ciencia de la persuasión Science Of Persuasion” bideoa (<https://www.youtube.com/watch?v=wpAvy-OB-kQ>)
 - Mastrodoménico, H. (2011). La influencia persuasiva de los estímulos eróticos en la publicidad sobre las tendencias de consumo de los jóvenes. *Panorama*. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780036>
 - Zapata White, Mario Alberto (2014) *Las estrategias estéticas en la publicidad: un recorrido por los juegos de la persuasión*. Maestría thesis, Universidad Nacional de Colombia, Medellín. Berreskuratua <http://www.bdigital.unal.edu.co/11884/1/98666336.2013.pdf>

Denbora: 75'

7 **Publizitatea (spot)**

Helburua: Spot publizitarioek biztanleriarengan daukan eraginaz eta transmititzen dituzten balore eta estereotipoez ohartzea.

Deskribapena: Spot publizitarioen sorreraren zergatia eta betetzen duten funtzioa aztertuko dira. Ondoren, parte hartzaileek aukeratutako bi spot aztertu egingo dira irizpide ezberdinei erreparatuz.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:

- Bebea, Inés (2015). *Alfabetización Digital Crítica*. Madrid: BioCoRe S. Coop.
- Cubells, Mariola (2013). *¿Y tú qué miras? La tele que no ves*. Barcelona: Roca Editorial de Libros (p.24)
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona : Paidós.

Denbora: 75'

8 Genero ikuspuntua

Helburua: Komunikabideak patriarkatuaren menpe daudenaren gaineko kontzientzia hartzea eta horien eragina ekiditen saiatzea.

Deskribapena: Saioa bi zatitan banatuko da. Alde batetik, ikus-entzunezkoen sindromeak (matxistak) landuko dira, *Bechdel*en test-arekin lagunduta. Bigarren zatian dagokionez, komunikabideek biolentzia matxisten aurrean duten jarrera aztertuko da.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:
 - “Otra víctima más” artikulua (Alba Pons eta Clara Martínez).
 - “En los zapatos del asesino” artikulua (Ander martinez).
 - “Violencia machista en llos medios de comunicación” artikulua (Maite Asensio eta June Fernandez).
 - “Unos bollos de cuidado” komikia (Alison Bechdel).

Denbora: 75'

9 Agenda setting eta audientziak

Helburua: Komunikabideek eragiten duten manipulazioaren gaineko kontzientzia hartzea eta horri aurre egiteko gaitasunak garatzea.

Deskribapena: Saioa bi azpiataletan banatuko da. Lehenik eta behin “agenda setting” kontzeptua jorratuko da, sorburuari, funtzioari eta eraginari erreparatuz. Ondoren, audientziak telebistan duen papera eta bere neurketa landuko dira.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat.
- Material hezigarria:
 - García Aviles, J.A. (2015). *Comunicar En La Sociedad Red - Teorias, Modelos Y Practicas*. Barcelona: UOC
 - McCombs, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Denbora: 75'

Taulan ikusi daitezkeen saioak fasea burutu den bitartean astero burutu dira. Fase teorikoaren ebaluazioari dagokionez, saio bakoitzaren amaieran talde dinamika bat burutu da non parte-hartzaileen artean erronda bat egin den, tailerraren inguruan eta haien sentrazio/egoeraren inguruan hitz egiteko eta haien iritzia adierazteko tarte bat izateko, beti ere ateratako ideiak etorkizunerako hobekuntzarako proposamen eta aldaketa bezala integratuz.

Fase praktikoari dagokionez, diseinua ondokoa izan da:

Taula 2

Fase praktikoaren diseinuaren eskema

1	<p>Ikus-entzunezko kodeak eta muntaketa programak</p> <p>Helburua: Ikus-entzunezko produktu bat burutzeko oinarrizko elementuak ezagutzea.</p> <p>Deskribapena: Saioarekin hasteko, ikus-entzunezko kode ezberdinak eta horien barneko elementuak jorratuko dira modu teorikoan. Ondoren, irudien, testuen eta irudi-testuaren harremanen analisia burutuko dugu.</p> <p>Baliabideak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna. - Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat. - Material hezigarria: Aparici, R., García, A., Fernandez, G. (2006). <i>La imagen. Análisis y representación de la realidad</i>. Barcelona: Gedisa <p>Denbora: 75'</p>
2	<p>Bideoaren prestaketa</p> <p>Helburua: Ikus-entzunezko produktuen sorkuntzarako gaitasunak lantzea eta burutuko den bideoaren alderdi orokorrak erabakitzea.</p> <p>Deskribapena: Burutuko den sentzibilizazio bideoaren <i>story-board</i> -a egingo da.</p> <p>Baliabideak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna. - Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat. <p>Denbora: 75'</p>

3 Bideoaren sorkuntza

Helburua: Ikus-entzunezko produktu bat sortzen ikastea.

Deskribapena: Sortu nahi den produktua grabatu eta muntatuko da.

Baliabideak:

- Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna.
- Materialak: bideo/argazki kamera, dekorazio elementuak, kartulinak, musika, errotulki eta margoak, ordenagailua, proiektorea, gela bat.

Denbora: 75'

Fase praktikoa ere saioak astero burutu dira. Atal horri hasiera emateko beharrezkoa izan da oinarrizko formakuntza teorikoa ematea, produktuaren sorrerarako. Horren ostean, ikus-entzunezko produktuaren xehetasunak erabaki eta bere sorkuntza burutu da. Bideoaren edizioari dagokionez, esku-hartzea aurrera eraman duen arduradunak burutu du. Kasu honetan fasearen ebaluazioa hirugarren fasea burututakoan egin da. Izan ere, sentsibilizazio bideoari aplikazio soziala ematean ebaluatu ahal izan da zein izan den produktuaren eragina bere hartzaileengan. Azkenik, esku-hartzearen ebaluazioari dagokionez, formatiboa izan da, hau da, prozesu osoan zehar ebaluatu da.

3.2.2 Fase sozialaren diseinua

Fase teorikoaren formakuntzari esker eta fase praktikoa sortutako ikus-entzunezko produktuaren bitartez, fase sozialaren diseinua burutu ahal izan da. Jardunaldia Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolak eskaintzen duen jardunaldiak burutzeko tartean (asteazkenetan, 10.30etatik 12.00ak arte) egin da. Jardunaldiaren izena “*GIB/HIESA eta komunikabideak. Gizarte bazterketa arriskuan dagoen kolektibo baten gaitasun mediatikoa garatzeko esku-hartze proposamena*” (ERANSKINAK 3) izan da eta maiatzaren 10ean garatu da, saioak ordu eta erdiko (90') iraupena izanda.

Fase honen helburua da aurreko faseei esker sortutako ikus-entzunezko produktua erabiliz sentsibilizazioa eman daitekeen ikustea. Horretarako sentsibilizazio jardunaldi bat burutu da, alderdi ezberdinak jorratu dituena.

Taula 3

Fase sozialaren diseinuaren eskema

1	<p>Sentsibilizazio jardunaldia</p> <p>Helburua: Bilboko Irakasleen Unibertsitate Eskolako ikasleen artean GIB/HIESAdun kolektiboaren inguruko sentsibilizazioa lantzea.</p> <p>Deskribapena: Saioan zehar lau gai orokor landuko dira: GIB/HIESA, Hiesaren Aurkako T4 elkarte, Gradu Amaierako Lanaren esku-hartzearen aurkezpena eta GIB/HIESAren inguruko kasu praktikoak.</p> <p>Baliabideak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertsonalak: Esku-hartzearen arduraduna. - Materialak: internet, ordenagailua, proiektorea, gela bat. - Material hezigarria: Ikus-entzunezko bideoa. Edukiak biltzen dituen power point bat (ERANSKINAK 4). <p>Denbora: 90'</p>
---	---

Kasu honetan ere, ebaluazioa formatiboa izan da, saio osoan zehar ebaluatu baita.

3.3 Esku-hartze fasea

Esku-hartzea hainbat hilabeteetan zehar garatu da (ERANSKINAK 5). Abenduan esku-hartzearen planteamendua eta onarpena eman ziren. Ondoren, urtariletik maiatzera esku-hartzearen hiru faseen burutzapena eman zen. Urtarrilean zehar esku-hartze osoaren prestaketa burutu zen eta otsailetik apirilera bitartean fase praktikoa eta teorikoa burutu ziren; fase sozialari dagokionez, maiatzean gauzatu zen, esku-hartze osoari itxiera emanaz.

3.4 Esku-hartzearen balorazio fasea

Esku-hartzearen helburuak bete al diren ikusteko, lortutako emaitzak zeintzuk izan diren erakutsiko da atal honetan (ERANSKINAK 6).

Parte hartzaileen gaitasun mediatikoaren garapenean emandako aldaketak baloratzeko galdetegi bat (ERANSKINAK 7) pasatu zaie. Horrez gain, fase teorikoaren barnean, formakuntza saio bakoitzaren ostean dinamika bat eginez tailer bakoitzaren balorazioa burutu da.

1. **Ikerketa galdera:** Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektibo bati formakuntza emanaz bere gaitasun mediatikoa garatzen da?

Hasteko, adierazi dezakegu gizarte bazterketa arriskuan dagoen kolektibo bati formakuntza emanaz gero, bere gaitasun mediatikoa garatzen dela.

Gure kasuan, parte hartzaileen ikus-entzunezkoen gaitasun kritikoari dagokionez aldaketak eman dira. Orokorrean, kontsumitutako ikus-entzunezko piezen gaineko hausnarketa kritikorako ohitura igo egin da esku hartzea burutu aurretik %62ak “zerbait” eta %38ak “ezer ere ez” erantzun duelako eta, esku-hartzearen ostean, %73ak “zerbait”, %0ak “ezer ere ez” eta %27ak “ia ezer ere ez” erantzun duelako; baita handitu egin da ere komunikabideek izan dezaketen erabilera sozialaren gaineko iritzia %26an. Ikus-entzunezkoek arauak ez betetzerakoan egin daitezkeen erreklamazio aukeren ezagupenak eskaintzen duen botereaz kontziente dira %55ean. Horrez gain, %100ean handitu da parte hartzaileen analisi gaitasuna; eta %91an handitu eta/edo hobetu dira ere haien ezagutza eta gaitasun propioak. %91ak adierazi du irizpide propioa izatea eta defendatzea eta gainontzeko parte hartzaileen gaitasunak hobetu izana. Adierazitako informazioa ondoko taulan ikusi daiteke:

Taula 4

Gaitasun mediatikoaren garapena

Dimentsioak	Esku-hartzea burutu aurretik (%)				Esku-hartzea burutu ondoren (%)			
	Asko	Zerbait ere ez	Ia ezer ere ez	Ezer ere ez	Asko	Zerbait ere ez	Ia ezer ere ez	Ezer ere ez
Ikus-entzunezko piezen gaineko hausnarketa kritikorako ohitura duzu?	0	62	0	38	0	73	27	0
Komunikabideek erabilera sozialik izan dezaketela uste al duzu?	37	37	13	13	18	82	0	0
Ikus-entzunezkoen erreklamaziorako aukerak ezagutzea boterea eskaintzen dizula uste duzu?	0	0	12	88	18	37	18	27
	Esku-hartzea burutu ondoren (%)							
	Oso ados		Ados		Ez ados		Gutziz desados	
Tailerretan proposatutako gaien inguruko analisi gaitasuna garatu dut.	73		27		0		0	
Nire irizpide propioa daukat eta tailerretan behar izan denean edo aukera izan dudanean defendatu dut.	0		91		9		0	
Tailerren bidez ezagutza eta gaitasun propioak eskuratu edo hobetu ditut.	36		55		0		9	
Tailerretako gainontzeko parte hartzaileen gaitasunak hobetu direla behatu dut.	18		73		9		0	

Gaitasun mediatikoaren garapena emateaz gainera, taularen bigarren zatiak erakusten duenez, parte hartzaileen ahalduntzea ere eman dela ikusi dezakegu.

2. Ikerketa galdera: Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektiboa, formakuntzaren bitartez, sentsibilizazio kanpaina bat egiteko materiala sortzeko gai da?

Bigarren ikerketa galdera hori baieztatu ahal izan dugu; izan ere, formakuntza jasotako GIBdun kolektiboak sentsibilizazio kanpaina bat egiteko materiala sortzeko gai izan da.

Formakuntza horren barnean alderdi ezberdinen garapenak hartu du garrantzia sentsibilizazio materiala sortzerako orduan. Ikus-entzunezko kodeen gaineko ezagutza handitu da, hasieran parte hartzaileen %16ak soilik ezagutzen zituelako eta, ondoren, %81ak. Ikus-entzunezko erreminta errazak erabiltzeko gaitasuna ere garatu da, hasieran %25ak “zerbait”, %62ak “ia ezer ere ez” eta %13ak “ezer ere ez” ezagutzea adierazi duelako eta, esku hartzearen ondoren, ostera, %55ak “zerbait” eta %45ak “ia ezer ere ez” adierazi duelako. Horrez gain, esku-hartzea burutu aurretik parte hartzaileen %12a soilik sentitzen zen gai ikus-entzunezko produktu bat sortzeko eta esku-hartzearen ostean, aldiz, %64a. Azkenik, komunikabideen edukiak nola komunikatzen diren hautematearen inguruko gaitasuna igo da, hasieran %75ak “zerbait” eta %25ak “ia ezer ere ez” erantzun duelako eta, esku hartzea eta gero, %82ak “zerbait” eta %18ak “ia ezer ere ez” erantzun duelako. Adierazitako informazioa ondoko taulan ikusi daiteke:

Taula 5

Gaitasun mediatikoa

Dimentsioak	Esku-hartzea burutu aurretik (%)				Esku-hartzea burutu ondoren (%)			
	Asko ere ez	Zerbait	Ia ezer ere ez	Ezer ere ez	Asko ere ez	Zerbait	Ia ezer ere ez	Ezer ere ez
Erreminta errazak erabiltzeko gaitasuna.	0	25	62	13	0	55	45	0
Ikus-entzunezko produktu simple bat sortzeko gai zarela uste duzu?	0	12	25	63	0	64	27	9
Komunikatzen denaz gain, nola komunikatzen den baloratzeko gai zarela uste duzu?	0	75	25	0	0	82	18	0

Laburbilduz, esan genezake gaitasun mediatikoarekin erlazionatutako edukiak lantzen duen kolektiboak sentsibilizazio kanpaina bat egiteko materiala sortzeko gai dela. Horren erakusle da parte hartzaileek sortutako ikus-entzunezko materiala (hurrengo estekan

ikusgarri

dago:

https://drive.google.com/file/d/0B_Q_uaCrdfxQUNxb0otWUV3b0E/view?usp=sharing).

3. Ikerketa galdera: Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektiboak jasotako formakuntzaren bidez sortutako produktuak sentsibilizazioa sortu dezake?

Gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektiboak jasotako formakuntzaren bidez sortutako produktuak sentsibilizazioa sortu dezakeela baieztatu dezakegu, aldaketa esanguratsuak nabaritu ditzakegulako jardunaldian parte hartutako ikasleen artean.

Parte hartzaileen %74ak ez zuen GIBa eta HIESA ezberdintzen eta jardunaldiaren ostean, ostera, %100ak ezberdintzen ditu. Birusaren inguruko mitoei ere aurre egin zaie ikasleen %85ak edalontzia partekatuko lukeelako GIBdun pertsona batekin. Horrez gain, komunikabideek birusaren inguruan sortzen duten diskriminazioaren inguruko kontzientzia %26an handitu da. Azkenik, %100ak adierazi du bere sentsibilizazioa handitu izana jardunaldiari esker. Jardunaldiaren ostean eskuratutako datuak ondoko taulan agertzen dira:

Taula 6
Sentsibilizazio soziala

Dimentsioak	Jardunaldia burutu aurretik (%)				Jardunaldia burutu ondoren (%)			
	Gutziz desados	Desados	Ados	Gutziz ados	Gutziz desados	Desados	Ados	Gutziz ados
GIB eta HIESAren ezberdintasuna ezagutzen dut.	52	22	11	15	0	0	30	70
Ez nuke edalontzirik partekatuko GIBdun pertsona batekin.	34	44	16	6	71	14	11	4
Komunikabideek diskriminazioa eta ezagutza okerrak sorrarazten dituzten albiste sentsazionalistak ematen dituzte.	0	0	41	59	0	0	15	85
Gaiaren inguruko nire sentsibilizazioa garatu da.	-	-	-	-	0	0	41	59

Adierazitakoa orokortuz, gizarte-bazterketa arriskuan dagoen kolektibo batek sortutako materialak sentsibilizazioa sortzen du, mitoei, estereotipoari eta diskriminazio jarrerari aurre eginez.

4. ONDORIOAK, MUGAK ETA AURRERA BEGIRAKOAK

Marko teorikoan adierazitako literatura zientifikoa eta esku hartzearen balorazioa berrikusita, ondorio batzuk atera ditzakegu.

Marko teorikoan adierazi dugun moduan, Aguádez eta Pérez-ek (2002) diote egungo gizartean alfabetatua egoteko beharrezkoa dela ikus-entzunezko baliabideak kontuan hartzea, gure garaiko ikasketa prozesuak ikus-entzunezko kodean ematen direlako. Ideia hori esku-hartzearen bitartez frogatu dugu, kasu honetan gertatu den bezala, ikus-entzunezko alfabetatzean oinarritutako esku-hartzeek gaitasun mediatikoa garatzea eragin dezaketelako, azken hori gizartean integratzeko metodoan bihurtuz. Zentzu horretan, komunikabideekin eta komunikabideetan hezteko egun garrantzi handia hartzen duen alderdia dela adierazi dezakegu.

Horrez gain, Area eta bere kideek (2008) defendatzen dute ikus-entzunezko alfabetatzeak gizabanakoak ikus-entzunezko testuak sortzeko eta analizatzeko eta komunikabideen produktuen kontsumo kritikorako gaitasuna duten subjektuak hezten dituela. Hori burututako esku-hartzeak baita erakutsi du ere, euren gaitasun mediatikoa garatutako gizabanakoek, komunikabideen gaineko jarrera kritikoa eta hausnarketakoa garatu dituztelako, komunikabideen edukiak zalantzan jarriz eta horiei aurre egiteko mezu berriak sortzeko gaitasuna eskuratuz.

Idea horrekin lotuta, Mastermanek (1993:40) gaitasun mediatikoa garatzea ikus-entzunezko eta alfabetatze digitalaren bitartez funtsezkoa ikusten du biztanleriaren autonomia kritikoa sustatzeko. Premisa hori esku-hartzean zehar begiztatu ahal izan dugu, parte-hartzaileek jorratutako edukien gaineko hausnarketarako eta analisi kritikorako jarrera eskuratu dutelako haien gaitasun mediatikoa garatzen zen heinean.

Horren inguruan Martínez eta Vásquez-ek (2016) diote kontzientzia kritikoa eskuratzea funtsezko alderdia dela gizarte mailan biztanleen bizitzak eraldatuko dituzten ekintzak sortzeko. Gure kasuan, egoera hori ikusi dugu parte-hartzaileek sortutako sentsibilizazio bideoaren bidez, kritikotasun jarrerak parte hartzaileen egoera aldatzeko abiapuntua izatea erakusten baitu.

Ikerketaren bitartez baita ondorioztatu dezakegu ere kontzientzia kritiko horren garapenean, kolektiboaren ahalduntzerako baldintzak eman direla. Torresek (2009) dioenez, ahalduntzea kontzientziazio prozesu bat da non subjektua bere gaitasunez ohartzen den. Horri esker, subjektuak bere burua eta bere testuingurua eraldatzeko bere akzioak indartzen ditu.

Horrekin lotuta, Mastermanek (1993) dio ikus-entzunezko alfabetatzea funtsezkoa dela biztanle guztiak aldaketaren agenteak izateko eta komunikabideetan modu aktiboan parte hartzeko. Horretarako, Areak (2004) dioenez, beharrezkoa da komunikabideen ikus-entzunezko alfabetatzea. Zentzu horretan, ikerketaren bidez begiztatu dezakegu gizarte bazterketan edo arriskuan dagoen kolektibo batek bere errealitatea erakutsiko duen ikus-entzunezko produktu bat sortzeko gai denean eta produktu hori gizarte mailan aurkezten denean, kolektiboarekiko sentsibilizazioa ematen dela, horrekiko estereotipo eta diskriminazio jarrerari aurre eginez eta kolektiboa bera ahaldunduz.

Gainera, burututako esku-hartzearen bitartez espazio mikro-sozial batean espazio sozio-komunikatibo bat garatu da, non subjektuek rol aktiboa bereganatu duten, azken hori Mendoza, Belarra eta Bustosen (2014) eta Carballedaren (2002) arabera ahalduntzerako prozesu horretan funtsezkoa izanik.

Esku-hartzearen ondorioez gain, baita aipatzekoak dira ere prozesuan zehar izandako mugak eta zailtasunak. Izan ere, nahiz eta eguneko zentroan hamabost plaza egon, tailer guztietara ez dira beti parte-hartzaile guztiak eta berdinak etorri, zentzu horretan zaila izan da jarraipen zehatz bat burutzea. Horrez gain, hainbat elementuk tailerren diseinuan eta burutzapenean zuzenean eragina izan dute. Adinagatik, drogen kontsumitzaile ohiak (edo oraindik kontsumitzaile) izateagatik eta polimedikazioagatik, parte hartzaileen gaitasun kognitiboa ez da oso altua eta, alderdi horietaz aparte, haien arteko gaitasun kognitiboaren artean ezberdintasun handiak daude.

Horregatik guztiagatik, azkeneko ondorio moduan adierazi dezakegu hezkuntza mediatikoa gizartea hezteko erreminta berria eta beharrezkoa dela, gizarte bazterketa arriskuan dauden kolektiboekin bereziki garrantzitsua izanik, horienganako estereotipoak eta aurreiritziak desagertzeko eta kolektiboaren beraren ahalduntzea emateko, beti ere gizarte integratu, kohesiodun eta anitz baten sorrerako bidean. Hori dela eta, etorkizunari begira ikus-entzunezko hezkuntza eta gaitasun mediatikoaren garapena gizarte bazterketa arriskuan dauden kolektiboekin landu beharko litzateke, kolektiboaren ahalduntzerako baldintzak eman daitezen eta gizarte mailan kolektiboarekiko egon daitezkeen uste edo jarrera diskriminatzaileekin bukatzeko.

5. ERREFERENTZIA BIBLIOGRAFIKOAK

- Aguadez, J. I. eta Pérez, M. A. (2006). *La educación en medios de comunicación como contexto educativo en un mundo globalizado*. Cabero Almenara.(Coord.) Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Madrid: McGraw-Hill.
- Area, M. (2004). *Los medios y las tecnologías en la educación*. Madrid: Pirámide.
- Area, M., Gros, B. eta Marzal, M.A. (2008). *Alfabetizaciones y tecnologías de la información y la comunicación*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Asociación T4. (2016). Asociaciont4.com. 2016ko Abenduaren 23an kontsultatua <http://asociaciont4.com/-en>
- Barne dokumentua. (2016). Asociación T4.
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Bazurto, D. (2014). Reflexiones en torno a la erradicación del estigma y la discriminación en personas con VIH/SIDA. *Revista Científica de Investigaciones Regionales*, 2(36), 165-171. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4814663.pdf>
- Buschman, J. (2010). Alfabetización informacional, “nuevas” alfabetizaciones y alfabetización. *Boletín de la Asociación Andaluza de Bibliotecarios*, (98), 155-183. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3616432.pdf>
- Cabero, J. (2001). *Tecnología educativa. Diseño y utilización de medio sen la enseñanza*. Barcelona: Paidós.
- Caldeiro, M.C. eta Aguaded, I. (2015). Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, (1), 37-55. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5156473.pdf>
- Carballeda, A. (2002). *La intervención en lo social: exclusión e integración en los nuevos escenarios sociales*. Buenos Aires: Paidós.
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza. Vol. 1
- Coordinadora Estatal de Vih-Sida. (2011). *Guía de estilo sobre VIH/sida*. Madrid: CESIDA. Berreskuratua <http://www.cesida.org/wp-content/uploads/documentos/documentacion/GuiaEstiloVIH.pdf>
- Coordinadora Estatal de Vih-Sida eta Grupo de Trabajo sobre Tratamientos del VIH. (2015). *VIH, discriminación y derechos. Guía para personas que viven con el VIH*.

- Berreskuratua http://www.cesida.org/wp-content/uploads/2015/12/Guia_ESTIGMA_nov2015.pdf
- Ferrés, J. (2005). La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Quaderns del CAC*, (25), 9-17. Berreskuratua https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q25ferres2_ES.pdf
- Ferrés, J. eta Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*. Berreskuratua <http://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/08-PRE-13470.pdf>
- Gavara de cara, J.C. (2015). La alfabetización mediática en el derecho español. *Cuadernos Manuel Giménez Abad*, (10), 243-264. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/5412143.pdf>
- Gertrudix-Barrio, F., Gálvez, M^a C., Said-Hung, E. eta Durán-Medina, J.F. (2016). Alfabetización digital, competencias mediáticas y Open Data. *Relatec*, 2(15), 114-121. Berreskuratua <http://relatec.unex.es/article/view/2492/0>
- Gutierrez, A. eta Tyner, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar, Revista científica ibeoamericana de comunicación y educación*, (38), 31-39. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3850236/3.pdf>
- Jenatsch, T. eta Bauer, R. (2014). *Comunicación para el desarrollo-Una guía práctica*. Berna: COSUDE. Berreskuratua https://www.eda.admin.ch/dam/deza/es/documents/publikationen/Diverses/Communication-for-development-Manual_ES.pdf
- Loscertales, F. eta Núñez, T. (2008). *Influencia Social de los Medios de Comunicación: de la Información a la persuasión*. Berreskuratua <https://kurtlewin.files.wordpress.com/2008/04/syllabus-media.pdf>
- March, M.X. (1997). Los medios de comunicación social como agentes de comunicación social. *Educación social: Revista de intervención socioeducativa*, (7), 21-40. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=188715>
- Martínez, M. eta Vásquez, O. (2016). Comunicación para la inclusión social de minorías. La clase mágica, un modelo de intervención para el cambio social. *Revista de Ciencias Sociales*, 1(11), 187-209. Berreskuratua https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/56953/8/OBETS_11_01_08.pdf

- Masterman, L. (1993). *La enseñanza en los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Mendoza, K., Belarra, I. eta Bustos, A.J. (2014). Repensando el proceso: propuestas críticas para la educación social desde la perspectiva socio-constructivista. *Revista de Educación Social*, 19, 1-10. Berreskuratua <http://www.siiis.net/documentos/ficha/517035.pdf>
- Pérez, M^a.A. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios*. Barcelona: Paidós.
- Polo, G. (Ekoizlea). (2017). *VIH y medios de comunicación*. [Ikasleak break sortua]. Berreskuratua https://drive.google.com/file/d/0B_Q_uuCrdfxQUNxb0otWUV3b0E/view?usp=sharing
- Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. USA:Penguin.
- Renés, P., García, R. eta Ramírez, A. (2013). Competencia mediática y buenas prácticas en contextos inclusivos. *Multiárea*, (6), 387-408. Berreskuratua <http://www.uclm.es/cr/educacion/pdf/revista/6.pdf>
- Romeo, M. eta Marchi, D. (2015). Relación del conocimiento y el ejercicio de derechos con el estigma y discriminación de personas viviendo con VIH. *Actualizaciones en SIDA e infectología*, 23(89), 58-68. Berreskuratua <http://infectologia.info/wp-content/uploads/2016/07/89-3.pdf>
- Soler, P., Planas, A., Ciraso-Cali, A. eta Ribot-Horas, A.(2014). Empoderamiento en la comunidad. El diseño de un sistema abierto de indicadores a partir de procesos de evaluación participativa. *Pedagogía Social* , 24, 49-77. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/4727827.pdf>
- Torres, A. (2009). La educación para el empoderamiento y sus desafíos. *Sapiens*, 1, 89-108. Berreskuratua <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3175951.pdf>
- Valencia, J. eta Magallanes, C. (2015). Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Revista Javeriana*, (51). Berreskuratua <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/14885/12020>
- Vásquez, A. (2008). Individualismo, modernidad líquida y terrorismo hipermoderno; de bauman a sloterdijk. *Konvergencias, Filosofía y Culturas en Diálogo*, 5(17). Berreskuratua <http://www.konvergencias.net/vasquezrocca168.pdf>