

Cómo sistematizar experiencias utilizando las TIC bajo pedagogías alternativas



Mural: Portuguesa, 2008.

**¡Vamos a
comunicar
nuestra experiencia!**

Presidenta

Nancy Zambrano

Director Ejecutivo

Omar Montilla

Gerencia de Educación**Gerente**

Ninoska Cardona

Coordinadora de Alfabetización Tecnológica

Josmar García

Coordinadora de Sistematización

Indira Granda

Coordinadora de Contenidos Populares

Heidi Dominguez

Coordinador de Innovación y Tecnología Educativa

David Payá

Unidad Administrativa

Kelen Rojas

Redacción

Johanna Marianny Alves

María Eugenia Hernández

Diseño, Diagramación

Alejandra Martínez

Imagen de la portada

Fragmento de mural realizado por facilitadores de Infocentro en el Estado Portuguesa (Venezuela). Mayo, 2008.

Impresión

Fundación Infocentro

Caracas, julio de 2009

Presentación

¿Cómo sistematizar experiencias utilizando las TIC bajo pedagogías alternativas? es una colección de fascículos de formación en materia de sistematización de experiencias. Se ha diseñado pensando en los infocentros venezolanos, centros sociotecnológicos destinados a facilitar el proceso de apropiación social de las tecnologías por parte de los sectores populares. Se entiende por sistematización el ejercicio colectivo de repensar la práctica para propiciar acciones transformadoras y nuevos procesos de reflexión, basado en un enfoque profundamente político y liberador: creemos en el saber y poder de la gente y le apostamos al diálogo crítico y movilizador de su fuerza organizada.

Asimismo, reconocemos en las TIC herramientas para articular iniciativas de participación y transformación de la clase popular, útiles a su encuentro y reconocimiento. Nos proponemos promover la sistematización de experiencias utilizando las TIC bajo las llamadas pedagogías alternativas, porque es la educación y la comunicación popular el marco que habilita nuestra propuesta. Entiende la pedagogía como proceso de liberación, construcción colectiva y democrática de saberes, que nace de la reflexión y producción del conocimiento desde la práctica.

Esta colección no es para aquellos que quieran sistematizar para que todo siga igual, es para quienes sistematizando pretenden encontrar un camino para decir: ¡lo logramos! ¡lo hicimos juntos y juntos lo logramos! Es para las comunidades y colectivos que quieran fortalecerse en el reconocimiento y valoración de sus acciones y desafiarse ante las realidades que aún siguen siendo injustas y desiguales.

Les proponemos un camino, una Ruta de Sistematización, que fue concebida para los infocentros pero que puede alimentar otras organizaciones interesadas en sistematizar. Está compuesta por tres tipos de contenidos: políticos, conceptuales y metodológicos enriquecidos con una serie de ejercicios, herramientas e instrumentos útiles al ejercicio de sistematizar. Esta colección de ocho (8) fascículos recoge todo ese desarrollo. Los invitamos a revisarla y a reconstruirla a partir de cada experiencia de sistematización realizada.

	Pág.
Presentación	
La sistematización... espejo y ventana	5
Pero, ¿cómo hacer comunicable nuestro aprendizaje?	7
Con las letras	8
Con las imágenes	14
Con los sonidos	16
En la Web	17
En la calle	18
A manera de cierre	23
Expedición TIC	23
Referencias	25

*Comunicación es una calle ancha y abierta que
amo transitar.*

*Se cruza con compromiso y hace esquina con
comunidades”
Mario Kaplún*

La sistematización de nuestra experiencia ha llegado a un momento substancial, la de socializar lo que hemos aprendido. Ya hemos determinado el objeto de nuestra sistematización (qué experiencia queremos sistematizar), su objetivo (para qué queremos hacerlo), y sus ejes (los aspectos centrales que nos interesan de esa experiencia). También hemos identificado sus actores, ordenado la información, reconstruido su historia, analizado e interpretado críticamente el camino andado y alcanzamos a formular conclusiones del proceso.

Ahora bien, resulta imprescindible dar a conocer lo aprendido para compartirlo con otros grupos, y esto puede lograrse a través de la elaboración de productos comunicacionales en diversos formatos, desde escritos hasta audiovisuales. Dedicarle un tiempo valioso a este paso permite que la riqueza del proceso no se limite solamente a la comunidad participante, sino que abra la posibilidad de intercambiar dicho conocimiento con otras comunidades, produciendo contenidos impregnados de análisis y reflexión. Se trata, de partir no sólo de lo que queremos “decir”, sino de cómo podemos encontrarnos en un diálogo con aquéllos con los cuales nos queremos involucrar en la creación de lo que decimos.

La sistematización... espejo y ventana

Elaborar un producto comunicacional que reconstruya nuestra historia y analice lo aprendido, es tan útil para los participantes de las experiencias como para los procesos de articulación social con otros colectivos, ya que nos permite:

- Vernos, somos espejo: la sistematización ha permitido la reconstrucción de la experiencia y el análisis de los aprendizajes que

ahora han sido objetivados en consenso, hemos organizado colectivamente lo vivido y llegado a conclusiones comunes. Convertir estas conclusiones en algún producto que pueda comunicar el camino recorrido equivale a explicitar la identidad del colectivo político que le comunica al mundo no solo lo qué ha hecho, cómo y para qué, sino sobretodo quién es y quién aspira ser. Por otro lado, comunicar lo aprendido representa un acto simbólico que marca un cierre y determina un comienzo, otra etapa de la experiencia: aquella que nace de nuestras valoraciones sobre el camino andado.

- Mostrarnos, somos ventana: Por otro lado, comunicar nuestros aprendizajes a los demás implica varios objetivos estratégicos. Por un lado, es un deber político y ético que nuestra historia reconstruida sea comunicada a los demás colectivos en lucha, como forma de garantizar que puedan enriquecerse de nuestros aciertos y errores, es decir, que nuestros aprendizajes sean plataforma para el avance de muchos otros y que esta comunicación de historias y aprendizajes sea en sí misma una forma de articulación con otros colectivos, instituciones, y personas que desde el conocimiento de lo que somos y hacemos pueden plantearse acompañar nuestro andar. La comunicación de nuestras prácticas transformadoras es la garantía para prevenir la fragmentación que tanto daño le ha hecho históricamente a los movimientos populares. Es tejer la red en una mirada política integral que comprenda que somos uno, y que como uno debemos avanzar. En este sentido, si la comunicación de nuestra experiencia a lo interno fortalece nuestra identidad como colectivo, asimismo debe ser plataforma para la construcción de una identidad mancomunada que trascienda nuestras propias acciones en la construcción de la sociedad que aspiramos.

Así, la sistematización prevé los espacios de construcción comunicacional de nuestras experiencias, en las que debemos definir el objetivo, la identidad y el formato de los productos que nos permitan mirarnos,

que nos miren y mirar a otros. Es por ello, que debemos construir de forma colectiva un documento que dé cuenta de la vitalidad de la experiencia, que sea comprensible y creativo, tomando en cuenta a quiénes va dirigido y para qué lo producimos.

■ **Pero, ¿cómo hacer comunicable nuestro aprendizaje?**

Evidentemente uno de los retos principales cuando sistematizamos es que otras personas, que no han participado en la experiencia, puedan revivirla y aprovechar los conocimientos que en ella se produjeron. Por esto, se hace necesario no sólo transformar lo aprendido en un producto comunicacional, sino también que éste sea aprovechable para todos los colectivos que transitan luchas similares a las nuestras.

Para comenzar, lo primero que debemos saber es que toda acción comunicativa tiene una intención, por ello es imprescindible que tomemos el espacio-tiempo necesario para conversar, investigar y consensuar los principios que sustenten nuestro producto comunicacional de sistematización. Para ello te proponemos las siguientes preguntas:

- **Qué:** se trata de lo que se quiere comunicar, de eso que queremos decirle a otros y otras.
- **Por qué:** es la causa, el motivo que nos impulsa a emprender un proyecto comunicativo.
- **Para qué:** es el objetivo del asunto, revisar cuál es nuestra intención con esa herramienta comunicacional, qué queremos conseguir.
- **Para quién:** debemos pensar quiénes serán nuestros interlocutores, a quién va dirigido lo que hacemos. Dependiendo de ellos y ellas sabremos qué herramientas discursivas y metodológicas usar. Estudiar los mecanismos de difusión, acceso y distribución del producto comunicacional.

- **Con qué recursos contamos:** si bien es cierto que para impulsar cualquier proyecto es importante contar con los recursos necesarios como equipos, materiales; es fundamental que se asuma el reto tomando en cuenta las limitaciones que pudieramos tener. Podemos iniciar un buen trabajo con lo que tenemos a la mano, lo indispensable es nuestra creatividad e interés, buscar alternativas para que nuestras manos re-creen los aprendizajes alcanzados.

Una vez que hayamos decidido la intencionalidad del producto de comunicación, vamos a explorar algunas ideas y sugerencias para construir con las letras, las imágenes, los sonidos, en la web y en la calle nuestros mensajes de liberación.

Con las letras

En esta sección comentaremos algunos materiales escritos, como son los manuales o guías, folletos, historietas, periódicos y revistas. Estos son productos que recogen lo esencial o básico de una materia. Son materiales de trabajo que invitan a la reflexión acerca de un tema. Estos pueden ser en formato impreso pero también pueden ser ideados para ser consultados digitalmente. Elaborar un material escrito y tenerlo en la web o fotocopiarlo permite llegar a cientos de personas, ya que es un documento accesible, de fácil circulación, manipulable, que puede ser leído y releído.

Vamos ahora a pasearnos por distintas opciones de documentos escritos para socializar aprendizajes.

El manual o guía, ¿qué es?

Documento que recoge lo esencial o básico de una materia. Es un material de trabajo que trata un tema a profundidad, en algunos casos sirve para explicar paso por paso un proceso. Estos pueden ser en formato impreso pero también para ser consultados de manera digital. Los mismos son materiales útiles y prácticos.

¿Cómo hacerlo?

1. Primero hay que definir el tema y los objetivos del manual o guía.
2. Los textos deben ser escritos con sencillez, de tal forma que sea de fácil interpretación, sobre todo porque se están proporcionando herramientas para la acción-reflexión.
3. Si hay términos que pudieran ser complejos, se debe elaborar un glosario de términos.
4. Es conveniente valerse de imágenes explicativas que faciliten la comprensión del tema.



La cartilla, ¿qué es?

Documento en formato de libro pequeño de pocas hojas, en el que se trata un tema, casi siempre desde lo general y sencillo hasta llegar a lo más específico y complejo, tiene una intencionalidad educativa ya que proporciona herramientas para hacer y reflexionar.

¿Cómo hacerla?

1. Tiene un sentido pedagógico, por lo tanto se pueden abordar aspectos más extensos sobre nuestra experiencia significativa, sin

dejar de ir desde lo más simple hasta lo más complejo a través de un lenguaje sencillo y concreto.

2. El tema debe invitar a la reflexión.

3. El diseño de la cartilla tiene que facilitar la lectura, mediante el uso de márgenes claros, titulares importantes, dibujos, imágenes, entre otros.

4. Puede incluir un relato en historieta, cuadros informativos o de ideas cortas y relevantes.



El folleto, ¿qué es?

Material en el que se aborda un tema, constituido por varias páginas en las que se conjuga texto e imágenes. Es un documento predominantemente informativo.

¿Cómo hacerlo?

1. Se debe seleccionar muy bien la información que se colocará.

2. Debe contener:

- La tapa que debe ser atractiva para captar la atención e invitar a leer el material.

- La presentación del tema que ubica al lector o lectora en cuál es nuestra experiencia significativa, con el fin de vincularlo con la temática.
 - El desarrollo y la propuesta, con la intención de que el lector se involucre en la resolución del problema.
 - Las observaciones finales que permiten aclarar algunos puntos que no pudieron haber sido desarrollados.
 - El cierre donde podríamos concluir con la idea que sintetice nuestra experiencia, junto con los datos del colectivo.
3. Por último hay que tomar en cuenta que la información sobre el tema debe ser precisa, de manera que pueda funcionar “solo”, es decir, que contenga la información necesaria para dar a conocer los aspectos más importantes de nuestro aprendizaje.



La historieta, ¿qué es?

Cuento breve y casi siempre jocoso donde las imágenes juegan un papel fundamental. Es un espacio para tratar ideas, conceptos, situaciones a través de personajes.

Se cuenta la historia a través de representaciones, recreando situaciones cotidianas relacionadas con la temática de nuestra experiencia.

¿Cómo hacerla?

1. Los dibujos pueden ser elaborados por nosotros o fotocopiados de autores populares, a estos sólo debes cambiarle el texto de los personajes por los que quieres decir.
2. Se recomienda recortar de diarios y revistas las ilustraciones o dibujos que nos llamen la atención durante dos o tres meses para contar con un material de referencia que nos permita realizar las ilustraciones.
3. Es importante practicar mucho con historietas de otros, leerleas, examinarlas y hasta practicar dibujándolas para sacarle el máximo provecho a esta técnica.

APOYEMOS UNA NUEVA LEY DE RADIODIFUSIÓN
 La ley de radiodifusión vigente hoy en la Argentina la dictó Videla en 1980 y la profundizó Menem

FRANCIA
 EN FRANCIA ES UN ESTADO LUEGO A DAR DEL 30% DEL TERRITORIO NUESTRO. ENTONCES NO SE PUEDE QUE LO CONTROLE UNA SOLA PERSONA.

FRANCIA
 DEBE SER MUY GRANDE FRANCIA.

FRANCIA
 ESO ME PARECE UN ZONCEDO. LO IMPORTANTE NO LO TENEMOS DESARROLLADAMENTE UN DIARIO Y UN CANAL DE TV... ¡ERO PROMETEMOS NUESTRA LEGISLACION!

FRANCIA
 ¡PERO ACA ESO NO COME! UNA MISMA PERSONA PUEDE TENER DIARIOS, RADIOS, CANAL DE ASES

FRANCIA
 BUENO, EN FRANCIA SE CUIDA LA CONCENTRACION EN LA TV... NADIE PUEDE TENER POR SI SOLOS EL CONTROL DE UN CANAL DE TV.

FRANCIA
 MIRAN... ACA TIENEN DE TODO... INCLUSO CABLE!

FRANCIA
 EN ARGENTINA UNA MISMA PERSONA PUEDE TENER QUINIENTOS, PERO NO MAS DE UNA RADIO, UNA TV Y UN CABLE POR CIUDAD... ¿...¿CÓMO SEAS DE UN DIARIO?!

FRANCIA
 OH LA LÁ! PERO ESO ES MUCHISIMO... EN FRANCIA ESO ES INCONCIBIBLE!

FRANCIA
 PARA CONSOLIDAR LA DEMOCRACIA NECESITAMOS UNA NUEVA LEY DE RADIODIFUSION, SIN DIVERSIDAD EN LOS NEGOCIOS NO SE RESPETA EL DERECHO A LA INFORMACION... ¡...¡PAPA QUE NO NOS HAGAN EL BOCHOHO!

Democracias Vs. "Democracia"

FRANCIA	EEUU	ARGENTINA
Una misma persona: <ul style="list-style-type: none"> no puede controlar un diario si el total de su difusión excede el 30% del territorio nacional. no puede tener más del 49% del capital de un canal de televisión. si posee más del 15% de un canal, entonces no puede poseer más del 15% de otro canal. 	Una misma persona: <ul style="list-style-type: none"> no puede controlar uno o varios canales de TV si llegan a más del 39% del total. no puede poseer un diario y una TV si ambas tienen una región de cobertura común. Explicitamente se prohíbe la fusión de las cadenas principales de TV: FOX, CBS, NBC y ABC. 	Una misma persona puede tener: <ul style="list-style-type: none"> hasta 24 medios de cobertura local, con la única restricción de no tener más de una TV, una radio y un cable en la misma ciudad. (No hay restricciones en lo que respecta a periódicos.)

Creado con investigación y dedicación voluntaria de la Comisión de Medios Audiovisuales del Espacio Cívico Abierto. Avengado más sobre la Ley de Radiodifusión y ocorralo a colaborar en www.medioscivicoabierto.org

El periódico y la revista, ¿qué son?

El periódico es una publicación periódica impresa y/o digital. En la misma se trabaja información e imágenes. Está compuesto por varias secciones, debe tener información actual, comunmente llamada "información en caliente", ya que es un espacio informativo, construido a partir de la investigación permanente. Asimismo, la revista también es una publicación periódica impresa y/o digital en la que se trabaja con información e imágenes. Está compuesta por varias secciones de artículos, reportajes, foto-reportajes, entrevistas, entre otras. Puede ser una publicación que aborda temáticas

diversas o especializada en algún tema. Esta debe ser diagramada de manera atractiva y organizada.

¿Cómo hacerlos?

1. Primero hay que discutir y consensuar el por qué de una publicación periódica, el para qué y la población objetivo, además de los recursos para emprender el camino (periodistas; con qué aplicación tecnológica lo haremos; si es impreso, cómo lo vamos a reproducir; o si será digital, cómo se distribuirá), entre otras preguntas necesarias que saldrán durante la ejecución del proyecto.

2. Luego se debe definir el concepto gráfico, es decir, la manera de organizar y mostrar la información, la composición de colores e imágenes, así como la periodicidad con la que se publicarán los números del periódico o la revista.



Con las imágenes

En esta sección nos enfocaremos en la elaboración de productos comunicacionales en los que la imagen juega un papel fundamental tales como los murales, la cartelera, los foto-reportajes, y los videos, en los que se conjuga el uso de elementos visuales y auditivos para informar, contar historias y exponer reflexiones.

El video, ¿qué es?

Es un material constituido por una secuencia de imágenes y elementos de audio que representan escenas en movimiento. Permite registrar varios elementos de forma atractiva facilitando vivenciar con mayor entusiasmo las actividades y reflexiones de la comunidad, así como transmitir testimonios y entrevistas teniendo la mirada sobre el rostro del que habla. Para ello, es importante contar con el equipamiento necesario para su elaboración y proyección.

¿Cómo hacerlo?

- 1.** Hay que iniciar pensando los objetivos del video, la población objetivo, los recursos necesarios y los que tenemos y cómo vamos a contar nuestra experiencia.
- 2.** Es necesaria la investigación para ubicar locaciones, testimonios, imágenes de apoyo, música, y elaborar el guión.
- 3.** En el proceso de ejecución se recomienda...
 - Evitar observar con un ojo cerrado el objeto o la situación filmada, porque podríamos perder detalles valiosos que podrían estar ocurriendo en ese momento si mantenemos la cara descubierta a la cámara.
 - Aprovechar el cuadro de la cámara, para no dejar espacios vacíos alrededor de la imagen.
 - Hacer tomas tranquilas y claras. Los paneos de un lado a otro pueden generar agitación.
 - Tener cuidado con los acercamientos o “zoom”, a menos que la toma sea realmente justificada en función del sentido del relato, ya que pueden desviar la atención.



El mural y la cartelera, ¿qué son?

El mural es una imagen o conjunto de imágenes que expresan una idea, concepto o posición frente a un tema y que se elabora en algún muro o pared. La cartelera por su parte es muy parecida, sin embargo, utiliza en mayor grado el texto escrito para profundizar en la información y tiene la cualidad de ser actualizable según se considere conveniente.

Son llamativos y promueven comentarios e inquietud en torno a ellos en poco tiempo. Tomando en cuenta que sólo se estimula el sentido visual se recomienda que no sea el único mecanismo para hacer comunicable nuestra experiencia.

¿Cómo hacerlos?

1. Deben ser muy llamativos y estar ubicados en un lugar estratégico visible, donde circule mucha gente de la comunidad.
2. En el caso de las carteleras, las informaciones deben actualizarse periódicamente.
3. Es un medio muy útil para visibilizar frases importantes, retratos de personajes destacados de la comunidad, o informaciones permanentes sobre los eventos que ocurren en la comunidad: torneos, jornadas comunitarias y actividades locales.



El foto-reportaje, ¿qué es?

Material en el que las imágenes fotográficas son fundamentales, éstas van contando una historia, un proceso o tratando un tema con la utilización de textos breves, claros y precisos.

¿Cómo hacerlo?

1. En el primer momento hay que definir la intencionalidad del foto-reportaje, si es educativo, la historia o proceso contado en imágenes debe proporcionar información para el hacer, para el accionar.
2. Si la intencionalidad es informativa, la idea es que podamos, mediante esas imágenes, contar lo sucedido y que es considerado importante, para que otros se enteren.
3. Es indispensable hacer o disponer de un registro fotográfico que nos sirva de insumo para el montaje de nuestro mensaje.

■ Con los sonidos

Micro radial, ¿qué es?

Productos de audio que conjugan cuatro elementos: la música, los efectos de sonido, las voces y los silencios; que utilizados de manera creativa, comunican de manera atractiva mensajes, información y contenidos. Pueden ser utilizados como recursos educativos y hasta elaborarse varios que constituyan una serie temática.

¿Cómo hacerlo?

1. Definir el tema, qué queremos decir, por qué, a quienes y cómo.
2. Es necesaria la investigación para ubicar la música, los efectos de sonido y elaborar el guión.
3. Es muy importante utilizar el vocabulario y las frases que permitan la comprensión integral de la temática de nuestra experiencia.
4. Es provechoso promover la participación comunitaria y organizativa en la producción del o los micros.
5. Ubicar la radio comunitaria en la que podamos transmitirlos.
6. Transmitir información veraz, clara y sencilla sobre la temática de nuestra experiencia a comunicar, explicando cómo, cuándo y dónde ocurre, quiénes intervienen y a quiénes les afecta en la comunidad.

■ En la Web

La página web, ¿qué es?

Espacios digitales actualizables periódicamente en donde se conjuga información, imágenes y enlaces de manera interactiva y atractiva y al que puede accederse a través del uso de internet. La página web está constituida, principalmente, por información e imágenes, y suele contener materiales dinámicos o estáticos. Para su elaboración y publicación en la web se contrata el servicio de alojamiento, que por lo general no es gratuito.

El blog, ¿qué es?

Espacio web que organiza cronológicamente los textos, publicaciones y documentos, desde el más reciente hasta el más antiguo y la ventaja que tiene es que puede elaborarse de manera rápida y gratuita a través del uso de generadores de blogs.

¿Cómo hacerlos?

1. Hay que empezar por precisar la temática de la que se ocupará la página web o blog.
2. Luego, para el caso de la página web, se debe definir el concepto gráfico, es decir, la manera de organizar y mostrar la información, composición de colores e imágenes, la periodicidad con la que se actualizará y los enlaces y materiales que colgaremos para que sean consultados por todos los que visiten el espacio digital.
3. Debemos estar atentos de actualizarlos periódicamente para que los usuarios encuentren información renovada acerca del tema, e incluso pueda convertirse en una página de visita constante porque siempre hay material nuevo para ver, leer, escuchar, etc.



En la calle

En este espacio vamos a revisar otras acciones socializadoras, que se caracterizan por suceder al calor de la cotidianidad de nuestra comunidad, aconteciendo en vivo y permitiéndonos poner a disposición de todos y todas lo aprendido e incluso establecer un diálogo de ideas, reflexiones y experiencias. Estas acciones pueden ser:

El teatro comunitario y/o de calle, ¿qué es?

Manifestación artística que gusta y estimula a nuestras comunidades y que permite la apropiación de nuestros espacios comunes, requiere de planificación y producción para

realizarse en la que todos los participantes hacen aportes para construir el contenido. Puede llevarse a cabo tanto en sitios comunitarios (centros culturales, escuelas, infocentro) como en la calle, eso dependerá de cómo y a quiénes queremos expresar el mensaje. El teatro como expresión cultural es una herramienta para visibilizar realidades, problemáticas, intereses y sueños de la comunidad.

¿Cómo hacerlo?

1. Es una dramatización que nos permite abarcar la temática de nuestra experiencia.
2. Se pueden manejar diferentes géneros, desde el humorístico hasta el dramático, buscando sensibilizar a la comunidad sobre cómo ha sido nuestro aprendizaje, a través del manejo de la emociones como la risa o el llanto.
3. Se busca reflexionar sobre el pasado, transformar la realidad e inventar un futuro, por medio de la representación de nuestras vivencias.

El taller y el conversatorio ¿qué son?

El taller es un espacio de formación, previamente estructurado, en el que se trata un tema específico y en donde podemos descubrir y practicar herramientas para la acción y la reflexión de la práctica. El conversatorio por su parte, es un espacio para debatir un tema o problemática, suele realizarse una presentación inicial del tema por parte de alguno de los participantes y luego invitar a la participación de todos los asistentes. Tanto el taller como el conversatorio pueden estar dirigidos a los actores de la experiencia así como a todas las personas u organizaciones interesadas en la temática.

¿Cómo hacerlo?

1. Definir los objetivos de la actividad.
2. Toda actividad de este tipo debe tener

objetivos claros y reiteradamente presentes en su convocatoria y realización.

3. Estar atento de la oportuna entrega de la convocatoria a todas las personas, y de la receptividad de la misma, así tendremos mayor dominio de la situación tomar decisiones previas al encuentro en cuanto a su organización y temario.

4. En el desarrollo de la actividad debemos reiterar los objetivos, plantear la temática de manera organizada y respetar los derechos de palabras de los participantes.

5. Antes de finalizar es imprescindible tener un espacio de evaluación de la actividad, esto nos permitirá mejorar el taller o conversatorio para el futuro.



El encuentro comunitario o de intercambio de experiencias ¿qué es?

Son espacios de participación abierta, en los que participan miembros de comunidades vecinas, asociadas al trabajo que estamos desarrollando o que desean conocer y ser conocidos como colectivos generadores de experiencias de lucha y transformación social.

Por nuestra parte, la Fundación Infocentro ha generado mecanismos que permiten la socialización de los resultados de las experiencias significativas a través del uso y apropiación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como son los *En-*

cuentros de Experiencias de Infocentros a nivel nacional y los Talleres Temáticos *Re-Leernos en Red*. El primero, es un espacio para intercambiar y reflexionar acerca de las experiencias socialistas que se concretan en las comunidades en torno a los infocentros, con la finalidad de detectar nuestras fortalezas y obstáculos. Este momento necesario y valioso, permite revisar la práctica, ponerla en común con otros y plantear acciones para continuar el camino. Se realizan en diciembre y ya se cuentan en su haber dos ediciones.

Los Talleres Temáticos *Re-Leernos en Red*, componen una iniciativa de encuentro y articulación entre distintos actores sociales (facilitadores de Infocentros y miembros de organizaciones sociales, comunidades populares e instituciones públicas), vinculados a experiencias de desarrollo local. El objetivo de los talleres es propiciar un espacio para el intercambio de experiencias, la formación mutua y la articulación estratégica, que contribuya a la conformación de *redes sociales* en permanente acción y reflexión a favor de la transformación y construcción de la patria socialista.

¿Cómo hacerlo?

1. Precisar los objetivos y la metodología de trabajo e intercambio, así como los participantes convocados a la actividad.
2. Estar atento de la oportuna entrega de la convocatoria a todas las personas y organizaciones.
3. Promover la participación activa de todos los actores en el debate, de allí es que podrán surgir relaciones o redes de apoyo y solidaridad.
4. Llevar registro escrito de los aportes, ideas, sugerencias y experiencias significativas.
5. Para cerrar el encuentro es obligatorio presentar las conclusiones y acuerdo alcanzados durante el encuentro.

Y para la convocatoria...

El tríptico, el afiche y el volante, ¿qué son?

Materiales de apoyo para informar, invitar o socializar acciones puntuales relacionadas a la experiencia, más no pueden considerarse como productos socializadores de aprendizajes. Entonces, el tríptico es un texto informativo que trata un tema determinado, consta de varios segmentos y se dobla en tres partes. El afiche, también es un material informativo, pero se diferencia en que es un anuncio que se vale principalmente de imágenes vistosas y textos muy cortos y llamativos para captar la atención y convocar a alguna actividad, colocándose generalmente en espacios de circulación. Por último, el volante es una hoja de papel que se utiliza para hacer propaganda, para invitar a alguna actividad, o para informar acerca de algo sucedido o de interés popular.

¿Cómo hacerlos?

1. Deben ser muy llamativos, creativos y sencillos en su lectura. En los casos que sea apropiado se recomienda el uso del humor para capturar la atención.
2. Debe manejarse una idea central (no tres o cuatro) y expresar la información con claridad.
3. Las imágenes a utilizar deben complementarse con el texto, y no repetirse.
4. Estar atentos de no sobrecargar con imágenes superpuestas o textos sobre imágenes que distorsionen el mensaje.
5. Las ilustraciones o fotografías deben ser llamativas.
6. Hay que cuidar la proporción de las letras, títulos e imágenes.



■ A manera de cierre

Se aprecia entonces, que la sistematización desencadena procesos de comunicación entre los diversos actores que participan (o participaron) en la experiencia; es a través de ella que los actores pueden develar los aprendizajes alcanzados. La intención comunicativa es conocer el proceso de desarrollo de la experiencia, poniendo en marcha una estrategia de comunicación que nos permita intercambiar información detallada sobre lo vivido por los actores, y por supuesto, comunicarle a otros y otras cómo, a través de aparentes pequeñas acciones, transformamos nuestra realidad y nos solidarizamos con luchas similares.

■ EXPEDICIÓN

Halla y comparte pequeñas grandes ideas para registrar, analizar, interpretar y comunicar tus experiencias haciendo uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.

¿Quieres contarle al mundo lo que ocurre en tu comunidad?

Si la respuesta es afirmativa te invitamos a explorar el generador de periódicos comunitarios KOINA. Esta es una herramienta que permite con mucha facilidad, a través del uso de un tutorial, elaborar el periódico digital de tu comunidad.

KOINA es un sistema muy sencillo, sólo requiere conocimientos básicos en el uso de internet. Lo que sí es esencial es la creatividad, el gusto por la investigación en tu comunidad y el interés de comunicar.

Con KOINA podrás:

- Mostrar fotos, videos, gráficos, caricaturas y todo lo que puedan digitalizar.
- Disponer de diferentes plantillas que podrás personalizar colocándole el logo y el nombre del periódico. Todas las plantillas

están provistas de secciones que les permitirán clasificar la información.

- Publicar el periódico de tu comunidad a través del portal de la Fundación Infocentro.

¿Quieres elaborar el periódico de tu comunidad con KOINA? pues, búscalo en: <http://koina.infocentro.gob.ve/>

Periódicos **koina** Comunitarios

¿Quieres contarle al mundo lo que ocurre en TU COMUNIDAD?

Proyectos, necesidades, eventos, cultura, logros... todo puedes contarlo creando un periódico digital. **¡Solicítalo aquí!** Permite que Venezuela y el resto del Mundo sean parte de tu comunidad

Inicio

- ¿Qué es KOINA?
- ¿Cómo crear nuestro periódico?
- Periódicos existentes
- Solicitud de periódico

Buscar en los Periódicos del Estado:

Método de búsqueda:

Buscar

Referencias

ALBOAN y otros. *La sistematización, una nueva mirada a nuestras pra_ticas. Guía para la sistematización de experiencias de transformación social*. Bilbao, mayo 2004. URL: <http://www.alboan.org/portal/seccion.asp?S=1&N=108>

Eduardo Balán, Diego Jaimes, Hernán Alegría y Néstor Borri. *Barrio Galaxia: Manual de comunicación comunitaria*. Programa de Desarrollo de Recursos de Comunicación del Centro Nueva Tierra: Buenos Aires, diciembre de 2002.

Marianny Alves (2009). *¡Vamos a comunicar nuestros aprendizajes!* Ideas para la selección y elaboración de materiales escritos producto de la sistematización. Gerencia de Educación, Fundación Infocentro.



Av. Universidad, esquina El Chorro, Torre Ministerial, piso 11.

La Hoyada, Caracas

Tlf.: 0212-771.85.20

atencionalsoberano@infocentro.gob.ve

<http://www.infocentro.gob.ve>