



Más que noticias – Capacitación virtual sobre la sostenibilidad en el periodismo contemporáneo



1306 2024



Course



Web-based



3 7 2024to 10 8 2024



16 Hours



Environment, , Climate Change



<http://www.unitar.org>



US\$0.00



giuliano.montanari@unitar.org



Partnership for Action on Green Economy

(PAGE)



Argentina se comprometió con liderar la transición hacia una economía baja en carbono a través del Plan Nacional de Adaptación y Mitigación al Cambio Climático al 2030 y presentó la Estrategia a Largo Plazo como un primer paso hacia la carbono neutralidad a 2050 en 2022 ante la Convención Marco de las

Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC) como parte de los compromisos asumidos internacionalmente. Las metas establecidas en esta estrategia son compatibles con los objetivos del Acuerdo de París.

Además, Argentina se encuentra plenamente comprometida con la implementación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, movilizandolos medios necesarios para cumplir con los objetivos económicos, sociales y ambientales. No hay Agenda 2030 sin la participación de los formadores de opinión para lograr un cambio en la ciudadanía. Para ello, primero hay que crear espacios para la comprensión y la comunicación de la sostenibilidad, tanto en periodistas como en editores, productores de contenido y productores generales. Se busca fomentar un rol más activo de los medios de comunicación para orientar a la ciudadanía hacia un mayor y mejor conocimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), entendidos como respuesta para conseguir un futuro sostenible para todos y todas.

En el marco del plan de trabajo, PAGE busca fortalecer a los actores mediáticos como “cuarto poder” en el sistema político, mediante una capacitación virtual, con el objetivo de impulsar un cambio de comportamientos y actitudes, y fomentar debates públicos de calidad a través de una población informada.



El objetivo de la capacitación es equipar a los participantes con herramientas y conceptos para lograr una transformación de comportamientos y actitudes en los respectivos públicos mediante los contenidos mediáticos que producen. El rol de los editores y productores de contenidos es crucial, ya que cuentan con el criterio y la experiencia para formar a las nuevas generaciones de periodistas y comunicadores.

Al finalizar la capacitación los participantes podrán:

1. Describir el rol de las estrategias editoriales y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en organizaciones mediáticas que influyan en la transformación del sector.
2. Evaluar ejemplos de buenas prácticas periodísticas que resulten eficaces para incluir en los principales formatos.
3. Identificar referentes de sostenibilidad e integrarlos en la práctica periodística.

4. Proponer alianzas editoriales estratégicas con otros medios de comunicación u organizaciones para promover cambios en comportamientos y actitudes hacia la sostenibilidad.



Cada módulo tendrá insumos de especialistas nacionales e internacionales, idóneos y reconocidos en las temáticas propuestas, y bibliografía para que los participantes tengan las herramientas necesarias para una correcta cobertura mediática de la transición hacia la sostenibilidad.

Se dividirá de la siguiente manera:

- La primera hora se dividirá en: una introducción a cargo de la facilitadora, charlas/disertaciones de dos expertos (15 min cada uno) y preguntas de los participantes.
- Teniendo en cuenta los procesos de aprendizaje la última media hora se dedicará a la realización de un trabajo práctico propuesto por la facilitadora, en grupos reducidos, relacionado con la temática del módulo que sirva como modelo multiplicador en los medios de comunicación.

El rol de la facilitadora consiste en presentar los contenidos, propiciar las condiciones para la integración y participación del grupo en todo el proceso de capacitación y conducir la dinámica grupal.

El siguiente listado describe con mayor detalle los contenidos propuestos para cada módulo:

- **DÍA 1, 3 de julio 2024, 14:00-15:30:** A través del conocimiento del periodismo ambiental y su lenguaje periodístico poder construir una noticia/informe sobre sostenibilidad, evitando el lenguaje técnico/científico. Conocer y valorar la importancia en la planificación de políticas públicas sostenibles en áreas de trabajo, economía y ambiente, tanto en producción como en consumo.
- **DÍA 2, 10 de julio 2024, 14:00-15:30:** Conocer los géneros y formatos de la comunicación radial, sus fortalezas y debilidades para informar sobre la producción sostenible y la economía circular. Consolidar estrategias para la realización de una serie de podcasts con eje en la sostenibilidad.

- **DÍA 3, 17 de julio 2024, 14:00-15:30:** Reconocer diferentes actores de la sociedad civil en la promoción de estilos de vida y de consumo más sostenibles. Buscar historias de soluciones de reconversión industrial y eficiencia en el uso de los recursos para lograr más impacto en las audiencias.

- **DÍA 4, 24 de julio 2024, 14:00-15:30:** Introducir la sostenibilidad como tema central o secundario en diferentes formatos audiovisuales, e introducir buenas prácticas de sostenibilidad en la industria audiovisual.



La capacitación se impartirá de manera virtual para treinta participantes, que serán seleccionados de acuerdo a los criterios de paridad de género, geografía, experiencia de más de cinco años en medios de comunicación ya sean estatales, privados y/o comunitarios y probada trayectoria en los mismos ocupando cargos estratégicos.

El curso está compuesto de cuatro módulos de 1,5 hora cada uno que se desarrollarán una vez por semana durante cuatro semanas consecutivas durante el año 2024 mediante un webinar a través de la plataforma digital Zoom,

Además se valorará a quienes tengan experiencia en formación y capacitación. Los seleccionados tendrán la posibilidad de aprender a través de varios métodos: escuchar, leer, interactuar y practicar.

Mediante el diálogo de saberes la capacitación permitirá la construcción colectiva de aprendizajes ya que se propone estimular la reflexión y la búsqueda de alternativas a soluciones de las problemáticas que afectan la calidad de vida individual y colectiva.



La capacitación se dirige a profesionales y representantes de entidades mediáticas a nivel nacional y provincial: periodistas, productores de contenido, editores y gerentes de medios de comunicación (gráfica, radio, TV, agencias de prensa y productoras de contenidos audiovisuales) que tengan el potencial de actuar como multiplicadores a fin de pasar los conocimientos adquiridos a otros profesionales del mismo sector mediático. Se requiere presentar una certificación o carta del responsable del medio para su admisión.



La evaluación se utilizará para determinar si los participantes tienen la intención de utilizar los conocimientos y las habilidades adquiridas durante la capacitación en su medio de comunicación.

Es obligatoria que cada participante esté presente durante los cuatro módulos.

Una vez finalizada la misma cada uno en forma individual entregará una propuesta comunicativa escrita que incluya lo aprendido durante la capacitación con eje en una investigación sobre las buenas prácticas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de un medio de comunicación elegido por el participante.

El formato de entrega es de 5-7 páginas, con letra Arial, tamaño 10. El plazo de entrega será quince días luego de finalizada la capacitación.

Al completar la capacitación y luego de la entrega del trabajo final corregido por la facilitadora los participantes recibirán un Certificado de Participación emitido por UNITAR.