

KIT DE AUTONARRACIÓN EUR(H)OPE

EUR(H)OPE



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CEPS Projectes Socials



Q CODE

Índice

INTRODUCCIÓN.....	2
EL PROYECTO EUR(H)OPE.....	2
INTRODUCCIÓN AL KIT DE AUTONARRACIÓN.....	3
MÓDULO 1 – EL DESARROLLO DE UN PROYECTO NARRATIVO.....	5
¿CUÁNDO SE APARECIERON POR PRIMERA VEZ LOS RELATOS NARRATIVOS?.....	5
¿QUÉ ES EL PERIODISMO NARRATIVO?.....	5
CÓMO USAR LAS HISTORIAS PERSONALES PARA UN REPORTAJE ATRACTIVO Y AUTÉNTICO.....	7
ESTRUCTURAR TU HISTORIA: EL UNIVERSALISMO VS. LA AUTONARRACIÓN.....	10
LA IMPORTANCIA DE LA VERIFICACIÓN: INFORMACIÓN ERRÓNEA Y DESINFORMACIÓN.....	12
VERIFICACIÓN Y COMPROBACIÓN DE LOS HECHOS.....	14
CÓMO VERIFICAR LA INFORMACIÓN: INVESTIGACIÓN Y TRIANGULACIÓN DE DATOS.....	15
CÓMO VERIFICAR LAS FUENTES.....	19
MÓDULO 3 – EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LAS ENTREVISTAS.....	24
DIRECTRICES PARA LAS ENTREVISTAS.....	24
OBTENCIÓN DEL PERMISO PARA ENTREVISTAR: EL CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	28
DIRECTRICES PARA EL USO DE LAS HISTORIAS AJENAS.....	31
MÓDULO 4 – DIRECTRICES PARA EL USO DE IMÁGENES.....	35
ELEMENTOS PARA SELECCIONAR PISTAS NARRATIVAS QUE PRODUZCAN IMÁGENES COHERENTES.....	35
SUGERENCIAS SOBRE LA REPRESENTACIÓN VISUAL DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DEL PROYECTO.....	36
FUENTES PARA IMÁGENES COMPARTIDAS Y RESULTADOS FOTOGRÁFICOS.....	36
NORMAS PARA EL USO CORRECTO DE IMÁGENES, INCLUIDOS PERMISOS Y CRÉDITOS.....	37
CÓMO USAR IMÁGENES PARA CONTAR HISTORIAS.....	37
ELEMENTOS DE RESPETO A LA INTIMIDAD DE LAS PERSONAS EN RELACIÓN CON LAS NARRACIONES DISCRIMINATORIAS Y/O IRRESPECTUOSAS.....	38
ELEMENTOS LEGISLATIVOS SOBRE EL USO DE IMÁGENES DE MENORES Y/U OTRAS CATEGORÍAS VULNERABLES.....	38
MÓDULO 5 – DIRECTRICES PARA EL ARCHIVO Y LA POSTPRODUCCIÓN.....	40
CÓMO ARCHIVAR TUS MATERIALES.....	40
PAUTAS DE PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN.....	41
CÓMO IMPLEMENTAR EL KIT DE AUTONARRACIÓN.....	44
CÓMO ESTRUCTURAR UNA HISTORIA DE AUTONARRACIÓN.....	45
EJEMPLOS DE ACTIVIDADES.....	46
CONCLUSIONES.....	53
CRÉDITOS.....	55

INTRODUCCIÓN

El proyecto EUR(H)OPE

EUR(H)OPE es un proyecto de 24 meses de duración financiado por el programa Erasmus+. Su objetivo es desarrollar las capacidades de los jóvenes de entre 18 y 25 años que viven en las comunidades fronterizas del Mediterráneo y el Adriático, haciéndoles participar en actividades de formación y promoción de la identidad europea mediante técnicas periodísticas y metodologías de educación no formal (ENF). En este proyecto participan cuatro organizaciones sin ánimo de lucro de Albania, Italia, Marruecos y España: Qendra Uja (Tirana), Asociación Cultural QCODE (Milán), Fundación Amigos de Marruecos (Tiznit) y CEPS Projectes Socials (Barcelona). Sobre todo, el proyecto pretende aportar elementos de reflexión sobre la cuestión: **¿Qué significa hoy el concepto de Europa para quienes son ciudadanos de la UE, para quienes llegarán a serlo y para quienes emigran para vivir en la UE?**

Imaginamos a Europa no como un espacio burocrático, sino como un contenedor de imaginarios, de identidades, un modelo de democracia. ¿Sigue siendo así para los jóvenes de países que forman parte de Europa (España e Italia), que han pedido entrar en Europa (Albania) y que representan una de las principales rutas migratorias hacia Europa (Marruecos)?

Equipados con las herramientas profesionales adecuadas, los jóvenes de estos (y otros) países podrán -ahora y en el futuro- desarrollar sus propias narrativas generacionales para llevar a los centros de decisión de la UE propuestas que contribuyan a que la idea de Europa sea cada vez más sólida e innovadora. Y creemos que si esta narrativa proviene de aquellos que siempre son retratados cruzando las fronteras, puede ser aún más importante e impactante.

Introducción al Kit de Autonarración

El Kit de Autonarración es el primer resultado principal del proyecto EUR(H)OPE. Ha sido **codiseñado por los cuatro socios del proyecto y puesto a prueba durante un curso de formación** celebrado del 9 al 13 de diciembre de 2024 en Tirana, Albania. Durante el curso de formación, 13 educadores juveniles de las organizaciones asociadas conocieron el Kit de Autonarración y adquirieron las habilidades y técnicas necesarias para analizar las narrativas actuales, desarrollar técnicas de entrevista y preparar contenidos tanto de autonarración como de periodismo narrativo, así como para medir la visión compartida sobre el terreno con entrevistas participativas y trabajo de redacción, junto con un enfoque en la educación no formal (ENF). Los comentarios recibidos de estos participantes se han incorporado a esta versión final del Kit de Autonarración.

Este Kit de Autonarración se basa en algunos de los principales instrumentos del periodismo narrativo, y **pretende servir de referencia y como guía para el desarrollo de proyectos de narración personal o narración de la realidad**. Por ello, el enfoque en el que se basa el Kit es participativo y se centra en la idea de que **las comunidades deben tener la capacidad de contar sus propias historias**. El Kit explora diferentes maneras de hacerlo, y se caracteriza también por la adhesión a algunos de los principales cánones del periodismo: verificación y protección de las fuentes, comprobación de los hechos, protección de las vulnerabilidades, lenguaje respetuoso y conocimiento de los contextos y sensibilidades compartidos, entre otros temas importantes.

Esperamos que este Kit de Autonarración inspire a los jóvenes y a los educadores que trabajan en el ámbito de la juventud de países de dentro y fuera de Europa a **compartir sus experiencias sobre lo que Europa significa para ellos en la actualidad y cómo se imaginan Europa en un futuro próximo**, así como su relación con los valores sobre los que se fundó. Pueden compartir sus puntos de vista sobre el impacto de las políticas de

la UE en su vida cotidiana, su educación y sus oportunidades de empleo. Pueden hablar de los retos y ventajas de vivir en una sociedad multicultural y de cómo afecta a sus comunidades la postura de la UE ante la inmigración y la integración. Además, pueden reflexionar sobre sus esperanzas y aspiraciones para el futuro de la UE, incluidas sus opiniones sobre la unidad, la solidaridad y la preservación de los valores europeos frente al nacionalismo y el populismo crecientes. **Al empoderar y escuchar directamente las voces de los jóvenes, podemos comprender mejor la evolución de la identidad europea y el papel de la juventud en la configuración de su futuro.**



MÓDULO 1 – EL DESARROLLO DE UN PROYECTO NARRATIVO

¿Cuándo se aparecieron por primera vez los relatos narrativos?

Muchos autores debaten sobre las raíces de los relatos narrativos y el periodismo, y algunos remontan sus primeras huellas al drama y la mitología griegos.¹ Sin embargo, otros coinciden en que este género comenzó a desarrollarse en el siglo XIX, durante lo que Fitzgerald llamaría el "movimiento literario del sentimentalismo".² Durante la segunda mitad de ese siglo, cuando los tiempos empezaron a cambiar, las mujeres persistieron en mantener esta forma de narrativa. Este estilo continuó en el siglo XX, y en las décadas de 1960 y 1970, el malestar social y político inspiró a los periodistas a resistirse al periodismo tradicionalmente objetivo.³

¿Qué es el periodismo narrativo?

Una narración personal es un proceso emocional con un principio, un desarrollo y un final.⁴ A través de una narración personal, los personajes liberan su dolor y **permiten la empatía con los lectores oyentes**, que experimentan la tensión emocional junto con el narrador. En el proceso del periodismo narrativo, hay que mantener cierto grado de objetividad para comprender el significado de un acontecimiento o situación para su exploración por escrito. Sin embargo, también es esencial ser subjetivo, incorporando los pensamientos y sentimientos personales para transmitir eficazmente el mensaje.⁵ De hecho, incorporar historias personales a la información periodística puede ser una

¹ van Krieken, Kobie & Sanders, José. (2019). What is Narrative Journalism? A Systematic Review and an Empirical Agenda. *Journalism*. Disponible en:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884919862056>

² Ibid.

³ Ibid.

⁴ Verghese, A, (1 de septiembre de 2020). Journalism must include personal narratives. *The Tulane Hullabaloo*. Disponible en:

<https://tulanehullabaloo.com/53850/intersections/journalism-must-include-personal-narratives/>

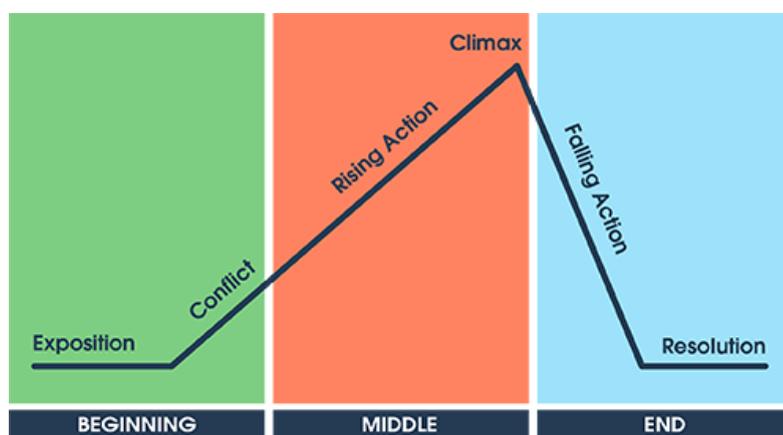
⁵ Ibid.



forma muy eficaz y atractiva de dar vida al periodismo, sobre todo en el contexto de temas complejos y muy personales como la migración y la identidad.

En esencia, **el periodismo narrativo** combina el compromiso del periodismo con la exactitud de los hechos y la información honesta con la narrativa y otros elementos literarios que mejoran los aspectos inmersivos de la narración de un acontecimiento de la vida real, haciéndolo así aún más atractivo y cercano para los lectores. El periodismo narrativo puede recibir muchos nombres -por ejemplo, periodismo literario, no ficción creativa, no ficción narrativa, relato largo, reportaje inmersivo, el Nuevo periodismo y muchos otros-, pero en esencia **requiere que los periodistas construyan su historia de no ficción en torno a un arco narrativo, que incluye los siguientes elementos:**

- **La configuración o exposición** de la situación, el escenario, el tema principal y los **protagonistas** (personajes principales);
- **La trama**, o progresión de acontecimientos, que identifica el **conflicto** central y construye la **acción ascendente** de la historia;
- **El clímax**, o arco dramático/punto de inflexión de la historia, y la posterior **acción descendente**; y
- **El desenlace o la resolución** de la historia.



Fuente: [Storyboard That](#)



Esta estructura es un pilar de la **ficción literaria** y hace que la narración sea muy convincente y atractiva, además de proporcionar a los lectores una comprensión más profunda del tema de la historia. Sin embargo, los principios periodísticos de **honestidad, exactitud y transparencia** también son clave para escribir un buen artículo de periodismo narrativo: **estamos contando una historia de la vida real de forma convincente, no ficción**. No podemos sacrificar la veracidad de la historia en aras de la estructura narrativa, sino que debemos verificar la exactitud y fiabilidad de la información y de las fuentes que utilizamos para contar la historia completa. Esto es especialmente importante en el **periodismo narrativo digital**, que es un campo mucho más nuevo, pero que se está haciendo cada vez más frecuente con la creciente influencia de las redes sociales y otros medios digitales, que traen consigo más oportunidades para noticias e historias cuyos hechos no son necesariamente verificados, ya que se difunden rápida y fácilmente.

Cómo usar las historias personales para un reportaje atractivo y auténtico

Para los periodistas profesionales, los periodistas ciudadanos (*citizen journalists*) y otras personas que no están familiarizadas con esta estructura, puede resultar difícil unir con éxito **el reportaje y la narración**. Como punto de partida, puede ser útil identificar cualquier interés personal o conexión que se tenga con la historia en cuestión e **incorporar algunos elementos de la propia historia personal a la narración** para hacerla más personal y cercana. Esto es especialmente eficaz en el periodismo de formato largo, aunque puede hacerse en casi cualquier tipo de reportaje, tanto impreso como en línea.

Aquí incluimos algunas **sugerencias clave para incorporar tus propias historias personales a un artículo periodístico** con el fin de maximizar su eficacia y autenticidad:



- Sé **genuino, honesto y auténtico** al contar tu historia para **generar una conexión real con el lector**. No inventes detalles para que la historia resulte más emocionante o simpática; en su lugar, busca conexiones humanas reales con los protagonistas de la historia y muestra cómo tu experiencia te permite relacionarte con ellos. Esto, a su vez, facilitará que el lector se relacione tanto contigo como con los protagonistas de la historia.
- Al mismo tiempo, **conoce tu propósito y tu lugar dentro de la historia, y sabe cuándo no debes insertarte en ella**. Conecta tu experiencia personal con el tema en cuestión, pero no dejes que abrume la narración ni que ocupe el centro del escenario, sobre todo cuando vaya a desviar la atención del tema en cuestión o de la representación de determinadas personas o comunidades que históricamente han sido marginadas. Tu historia debe añadir sabor, no servir como plato principal.
- **Dé prioridad a las voces de las personas que viven la situación** y luego añade tu propia experiencia y, si procede, las voces de expertos para añadir más contexto y detalles al relato.
- **Reconoce tus propios prejuicios y limitaciones**, que pueden impedirte contar toda la historia.
- **No olvides verificar los hechos**. Que sean tus propias historias o experiencias no significa que no debas verificar los hechos y sus fuentes. La memoria humana es parcial y falible, ¡incluso la tuya!
- A nivel narrativo, asegúrate **de incluir un lenguaje vívido y descriptivo** que dé vida a detalles concretos, así como de centrarte en el **desarrollo de las complejidades de los personajes o situaciones principales** de la historia. Estos



recursos narrativos te permiten compartir la situación o la persona completa de la que escribes, que a veces es complicada, pero que en última instancia es *real*.

- **Ten siempre presente tu destino final:** Hacia dónde quieres ir con la historia, el tema principal o el propósito que quieres comunicar, y lo que quieres que el lector experimente a lo largo de tu obra, o lo que quieres que se lleve de ella al final.
- Al mismo tiempo, no tengas miedo de **centrarte en los pequeños detalles además del “panorama general” de la historia**, ya que es ahí donde existe mucha riqueza. Como dice el periodista Tom French:

“...realmente necesitas tener fe en el poder y la importancia de los pequeños momentos. A los periodistas se nos forma para que seamos buenos en reconocer los grandes momentos. Pero cuanto más tiempo llevo en esto, más tengo que aprender a tener fe en que en esos momentos en los que parece que no pasa nada delante de mí, está pasando algo muy importante. Sólo tengo que aprender a prestar más atención”.⁶
- En caso de duda, **escribe lo que sabes**, tanto en lo que se refiere a tu voz como al tema elegido. Así es mucho más fácil producir historias narrativas auténticas y naturales que muestren mejor tu voz como escritor.
- Recuerda que en la era de Internet, **una vez que una historia personal sale a la luz, queda asociada a tu nombre para siempre**. Asegúrate de que tu historia es algo que te gustaría que se asociara a ti dentro de 5, 10 o 20 años.

⁶ Nieman Reports. (15 de marzo de 2002). Sharing the Secrets of Fine Narrative Journalism. *Nieman Reports*. Disponible en: <https://niemanreports.org/sharing-the-secrets-of-fine-narrative-journalism/>



- Por último, también puedes (¡y debes!) **leer y estudiar el periodismo narrativo de otros escritores** para ver los variados enfoques y técnicas que utilizan para combinar sus historias personales con el reportaje periodístico.

Estructurar tu historia: el universalismo vs. la autonarración

Como ya hemos dicho, para empezar a estructurar tu historia, primero debes preguntarte: **¿Quién soy yo en esta historia?** Si decides incluir tus experiencias personales, debes tener claro cuál es tu propósito y tu lugar en la historia. Pero incluso si no las incluyes, siempre debes ser capaz de entender por qué esta historia es importante, por qué eres la persona adecuada para contarla, qué es lo que no te gusta de cómo se ha contado antes y por qué la persona que la cuenta debería sentirse cómoda contándotelo a ti. Hay **dos enfoques principales del periodismo narrativo**:

- 1) **El universalismo:** Lo que importa es que la historia que decidamos contar respete el punto de vista de las personas implicadas, y que esa historia -pasando de lo micro a lo macro- sea capaz de narrar temas universales de interés global.
- 2) **La autonarración:** Este enfoque se nutre de las historias personales (como toda narración real), con la diferencia de que deja que los protagonistas cuenten sus propias historias y experiencias y definan sus propios relatos sobre sí mismos, en lugar de que alguien los convierta en objeto de una historia. Presenta, pues, una dimensión opuesta a la narración: no es éticamente correcto "manipular" las historias que se nos cuentan, buscando un lenguaje más literario. La autonarración debe estar profundamente atenta a respetar las palabras que estas voces eligen para sí mismas. También es importante recordar que la autonarración no es una forma de diario, sino que implica una investigación y una estructura narrativa claras.

❖ La diferencia entre la autonarración y la forma de diario

La autonarración comienza con la recopilación de voces, fuentes, datos y otros elementos que no están sólo en la mirada del cronista. Las comunidades implicadas en un acontecimiento social, económico o político deben encontrar las voces "internas" (según su procedencia, educación, cultura de origen, lengua materna y no mediada, experiencia, conocimiento del contexto, etc.) que se mueven en el entorno y que pueden contar su historia sin estereotipos, exotismos ni paternalismos, con un verdadero conocimiento de su realidad cotidiana vivida. Este método no es un enfoque de arriba abajo ni de abajo arriba, sino que implica a los narradores y cronistas en pie de igualdad y colaboración.

El diario, por otra parte, aunque es un valioso recurso para narrar la realidad, es un vehículo de comunicación no necesariamente diseñado para ser leído por nadie. Aunque se publique posteriormente, está concebido para comunicar los pensamientos del autor, no para dar voz a comunidades, grupos o intereses particulares.

La diferencia sustancial entre estas dos formas radica también en la amplitud que damos a nuestras narraciones. **En la autonarración, recogemos voces que nos ayudan a entender cómo una comunidad implicada en un fenómeno quiere contar su historia, qué términos elige para hacerlo, qué hechos considera importantes y por qué.** Este escenario requiere que los autores se enfrenten a sensibilidades, culturas e imaginarios que, si no se conocen y respetan, pueden generar narrativas tóxicas y ofensivas.

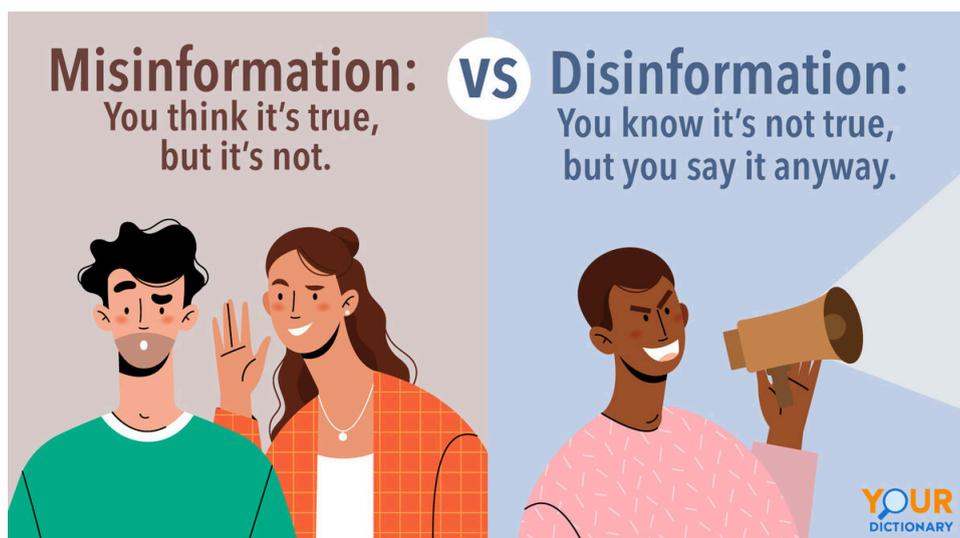
Aquí, es importante recordar que **la autonarración no excluye el papel del periodista: de hecho, la presencia del periodista enriquece el trabajo narrativo** porque todo lo que se escribe será leído, lo cual no siempre ha sido cierto en el pasado. Esto cambia la relación, aportando una paridad entre la comunidad y el periodista, que puede utilizar su posición de poder para amplificar y difundir aún más las voces de la comunidad.

MÓDULO 2 – LA VERIFICACIÓN DE FUENTES E INFORMACIÓN

La verificación de la información y sus fuentes es a la vez crucial y cada vez más difícil de llevar a cabo. Hoy en día, las redes sociales están adquiriendo un papel cada vez más importante no sólo en el ámbito social, sino también desde el punto de vista de los derechos humanos, el contexto jurídico y en términos de la seguridad. Por lo tanto, es extremadamente importante verificar la información que recibimos, a través de lo que coloquialmente se denomina "*fact-checking*" (verificación de datos).

La importancia de la verificación: información errónea y desinformación

La información errónea (*misinformation*) se refiere a la información falsa o fuera de contexto que no se presenta con la intención de engañar; es información cuya inexactitud no es intencionada. Puede incluir, por ejemplo, errores e inexactitudes de datos como fechas, títulos o nombres.



Fuente: [Biblioteca Abierta, ECampus Ontario](#)

La desinformación, por otro lado, es información falsa con la intención de engañar o confundir a los lectores/espectadores sobre alguien o algo. Esto se ve a menudo en las narrativas manipuladas, donde la desinformación se utiliza para promover una agenda o posición política. Según la Comisión Europea, “la desinformación y la manipulación de la información e injerencia por parte de agentes extranjeros constituyen una grave amenaza para las sociedades. Pueden perjudicar a las instituciones y los procesos democráticos (como las elecciones) al impedir que las personas tomen decisiones con conocimiento de causa o disuadirlas de votar. Asimismo, pueden polarizar a las sociedades al hacer que las comunidades se enfrenten unas con otras”.⁷

Ejemplos de la desinformación pueden ser **imágenes, vídeos o audios “deep fake”**, que a menudo pueden ser difíciles de reconocer y también pueden crearse fácilmente gracias a la **inteligencia artificial (IA)**. Por este motivo, antes de compartir contenidos o utilizarlos con fines académicos o profesionales (o incluso en tus redes sociales personales), **es importante comprobar si el autor es una fuente oficial** o una fuente conocida en el campo, **y si la historia está reportada o verificada por otras personas/entidades.**



[Fuente: Christian Hetrick, USC Price](#)

⁷ Comisión Europea. (2024). Comunicación estratégica y lucha contra la manipulación informativa. *Comisión Europea*. Disponible en: https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation_es



Verificación y comprobación de los hechos

Incorporar historias personales a la información periodística puede ser una poderosa herramienta para conectar con tu audiencia y ofrecer un reportaje profundo y altamente comprensible sobre un tema delicado o complejo. **Como periodistas, siempre tenemos la responsabilidad de confirmar la veracidad y exactitud de lo que escribimos. Debemos asegurarnos de verificar la información que nos dan, así como las fuentes.** Esto significa asegurarnos de verificar si los hechos, declaraciones, teorías y demás información son objetivamente ciertos, ampliando sus afirmaciones y/o comparándolas con otros datos. Es importante distinguir entre **la verificación de las noticias** desde un punto de vista periodístico y **el proceso de comprobación de los hechos** (*fact-checking*).

1. **La verificación** es una técnica editorial utilizada para evaluar y confirmar la exactitud e integridad de una noticia o una declaración.⁸
2. **La comprobación de los hechos** (*fact-checking*) es sólo un método aplicado de verificación en el ámbito periodístico, que consiste de la confirmación de la veracidad de todos los hechos incluidos en una noticia.

Al intentar verificar la información, es importante hacerte las siguientes preguntas desde el principio:

- "¿Quién dice esto?"
- "¿Cómo lo saben?"
- "¿Cuáles son sus prejuicios?"
- "¿Qué puede faltar esta noticia?"

⁸ Silverman, Craig. (2014). Verification and Fact Checking. *Handbook of Verification*. Disponible en: <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-1/additional-materials/verification-and-fact-checking>

Cómo verificar la información: investigación y triangulación de datos

La investigación es un principio fundamental del buen periodismo, ya que todos los periodistas deben recopilar información y luego comprobar los hechos de sus historias para verificar toda la información que han incluido. Esto es también lo que separa la narrativa de no ficción de la ficción, ya que las historias de la vida real requieren un grado mucho mayor de veracidad. Por eso, **todos los periodistas utilizan diversas estrategias de investigación para confirmar los hechos, las cifras, las declaraciones y otros datos de que componen una noticia**. Estas estrategias pueden clasificarse en dos tipos principales: investigación primaria y secundaria.

- **Investigación primaria**

Se trata de todas las investigaciones que un periodista realiza de primera mano, lo que a menudo incluye llevar a cabo entrevistas, encuestas o experimentos; basarse en observaciones o experiencias personales de primera mano; o participar activamente en cualquier otro tipo de recopilación de conocimientos de primera mano.

- **Investigación secundaria**

Se trata de la recopilación de datos e información a través de fuentes escritas y publicadas por otros autores. Puede incluir publicaciones como periódicos, libros, artículos, bases de datos y reseñas, así como la recopilación de información de otros tipos de fuentes, como efectos personales y archivos.

La investigación primaria requiere que los periodistas participen activamente en la recogida y el análisis de datos, mientras que la investigación secundaria les obliga a consultar y analizar datos, hechos y situaciones utilizando recursos en línea, bibliotecas y archivos. La investigación primaria suele ser la más útil para crear una estructura narrativa y muchos de los detalles principales de una historia, mientras que la investigación secundaria ayuda a descubrir detalles de apoyo que enriquecen la historia y la hacen aún más creíble, veraz y convincente.



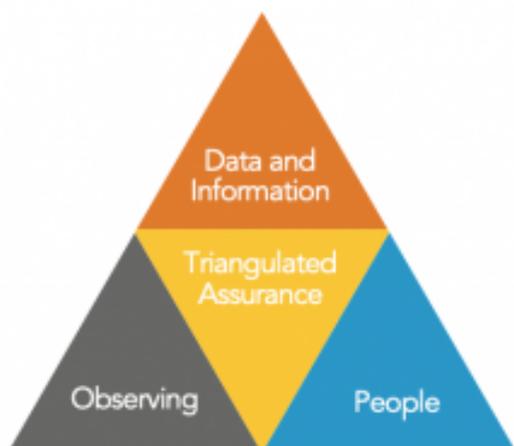
- **Triangulación de datos**

Además de recopilar y verificar la información mediante estos métodos de investigación, los periodistas también utilizan otro importante método de verificación llamado triangulación de datos. Se trata de cotejar la información con una o más fuentes -personas, artículos, libros, etc.- para confirmar que el mismo hecho es cierto para muchas personas o en múltiples contextos.

- o Por ejemplo, si entrevistamos a alguien sobre su experiencia en una manifestación, también deberíamos intentar entrevistar a otros participantes para ver si sus relatos del suceso son coherentes. Cuantas más personas corroboren una idea o experiencia, más probabilidades hay de que sea cierta.*

Otro elemento clave de la triangulación de datos es la necesidad de **utilizar datos procedentes de diversas fuentes, métodos o enfoques teóricos para ayudar a confirmar nuestra información y evitar sacar conclusiones sesgadas de los datos que hemos interpretado.**

- o Utilizando el mismo ejemplo, aunque los asistentes a la manifestación puedan compartir relatos similares de lo sucedido, esto no excluye la posibilidad de que compartan este relato con un propósito específico, o que su punto de vista común les haga interpretar la situación de forma similar. Por lo tanto, también podemos hablar con cualquier espectador no participante, con los organizadores de la manifestación o incluso con las fuerzas policiales presentes para controlar a la multitud, con el fin de obtener una variedad de puntos de vista, que luego nos faciliten ver todo el contexto y tener una visión más objetiva de lo que ocurrió en la manifestación.*



Fuente: [Good Governance Institute](#)

Aquí tienes algunas sugerencias útiles para **verificar la información que utilizas en tus artículos**:

- **Elige las fuentes de información adecuadas desde el principio.** Asegúrate de que tus fuentes son inclusivas, apropiadas para la historia que estás escribiendo, representativas del grupo o la comunidad sobre la que escribes y, sobre todo, que son fuentes fiables y creíbles con reputación de decir la verdad.⁹ (Exploraremos esto en más detalle en la siguiente parte de este módulo).
- **Empieza tu historia partiendo de la base de que cualquier "hecho" que incluyes podría no ser cierto, e intenta demostrar su exactitud a partir de ahí.** Esto significa preguntarte por qué podría ser cierto o falso, cómo lo sabemos, qué tipo de suposiciones y prejuicios podrían estar impulsando una afirmación y por qué los lectores deberían creer que el hecho es cierto.¹⁰ Debes hacer esto con cada dato que incluyes.

⁹ Baker, Allison y Fairbank, Viviane. (2022). Reporter's Guidelines for Fact-Checking Journalism. *The Truth in Journalism Fact-Checking Guide*. Disponible en: <https://thetijproject.ca/guide/reporter-guidelines/>

¹⁰ Zamith, Rodrigo. (2022). Verifying Information. *The American Journalism Handbook: Concepts, Issues, and Skills*. Disponible en: <https://ajh.rodrigozamith.com/sourcing-and-verifying-information/verifying-information/>



- **Comprueba dos veces los detalles pequeños pero vitales:** la ortografía de nombres, empresas, títulos y topónimos; las estadísticas o cifras que incluyes; las referencias a horas y fechas; todas las citas directas de personas y otras fuentes; y todos los argumentos o narraciones que escribes que dependan de hechos, asegurándote de que son lógicamente coherentes con los hechos.¹¹
- **Después, asegúrate de que las partes encajan en la historia completa.** Comprueba dos veces que todos los hechos que has verificado no sólo son veraces por sí mismos, sino que también tienen sentido y conservan su veracidad cuando se ven en el contexto de un panorama más amplio. Como dice el viejo refrán: "No te pierdas el bosque por los árboles" (es decir, no te pierdas la comprensión de todo el contexto o situación por centrarte en unas pocas partes del mismo). En este caso, hay que comprobar tanto el bosque como los árboles.
- **Sé lo más transparente posible.** Asegúrate de que tus lectores no sólo sepan que has verificado la información, sino que también estén informados de tus métodos y procesos de verificación, así como de tus motivos para escribir la historia.¹² Esto es crucial, ya que la transparencia desempeña un papel muy importante en tu credibilidad como periodista y narrador.
- **Crea tu propia lista de verificación** para acelerar el proceso, en la que te preguntes cosas como:
 - ¿He establecido o verificado la exactitud de todas las afirmaciones o elementos presentados como hechos en mi historia?
 - ¿He tenido en cuenta los posibles sesgos que podrían estar influyendo en estos hechos antes de proceder a su verificación?

¹¹ Ibid.

¹² Institute of European Network Remembrance and Solidarity. (2021). How Journalists Verify Information. *Hi-Story Lessons*. Disponible en: https://hi-storylessons.eu/wp-content/uploads/2021/02/9_J.Godole_How-Journalists-Verify-Information_EN.pdf



- o ¿He vuelto a comprobar la ortografía de los nombres y lugares, la exactitud de las cifras y citas, y la versión final del texto actualizado respecto a los hechos que he comprobado (en caso de que se haya introducido algún cambio)?
- o ¿Puedo verificar todos los hechos con fuentes autorizadas (idealmente primarias)?
- o ¿Todos estos hechos verificados encajan correctamente en el contexto de todo el artículo? ¿Tiene sentido en su conjunto?
- o ¿He dejado claro que mi historia se basa en hechos y es creíble, y he mencionado mis métodos para verificar la información?
- o Y cualquier otra consideración que consideras útil añadir a la lista para agilizar tu propio proceso de verificación y convertirlo en algo natural.

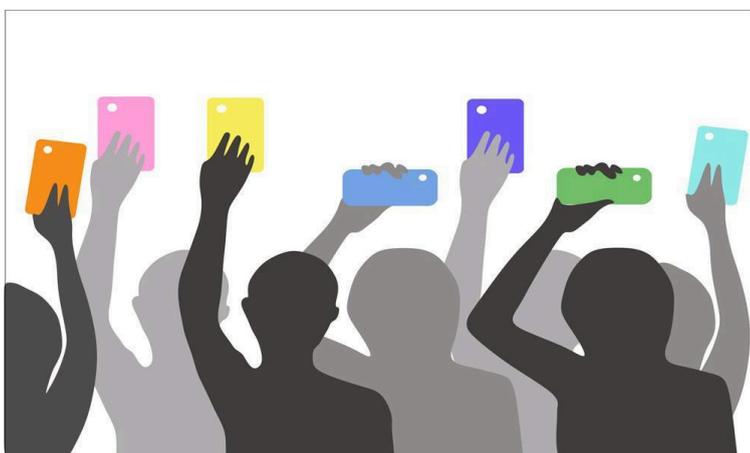
Cómo verificar las fuentes

Con los enormes avances de Internet y los medios digitales en las últimas tres décadas, así como la llegada del ciclo de noticias de 24 horas, ahora tenemos a nuestro alcance una información casi ilimitada que está disponible en cualquier momento de día o de noche. En consecuencia, **es más importante que nunca saber identificar buenas fuentes y verificar su credibilidad y la veracidad de la información que comparten.**

Una aplicación especialmente positiva de esta idea de que "**cualquiera puede ser reportero en la red**" es el desarrollo del **periodismo ciudadano**, sobre todo en lo que respecta a los movimientos políticos (como hemos visto durante la Primavera Árabe y las protestas de Black Lives Matter) y en el contexto de muchas guerras en todo el mundo, donde a menudo se niega el acceso a los periodistas tradicionales, se les censura o incluso se les mata por informar.



Sin embargo, el lado negativo de esta afirmación delata el hecho de que hoy en día casi todo el mundo puede aportar sus historias personales, relatos, puntos de vista e información al enorme banco de recursos que alberga el Internet, a menudo con **opiniones que se presentan como hechos y poca o ninguna transparencia sobre sus motivos**. Como resultado, es cada vez más frecuente ver circular en páginas web y redes sociales la información errónea, la desinformación y otras "**noticias falsas**" (*fake news*) sobre una gama cada vez más amplia de temas: desde la política y temas de actualidad hasta la salud, rumores de famosos y mucho más.



Fuente: The Soft Copy vía [News Literacy Matters](#)

Esta realidad actual lleva a una necesidad aún más urgente de verificar la información e identificar fuentes creíbles desde los dos lados: en primer lugar, como periodistas o narradores, debemos **asegurarnos de verificar nuestra información y nuestras fuentes**, y en segundo lugar, como lectores, también debemos asumir una mayor responsabilidad a la hora de **evaluar lo que es real o factual** frente a lo que nos dicen estas descripciones narrativas de la realidad.¹³ Esto significa no sólo saber identificar las fuentes creíbles, sino también **practicar el pensamiento crítico y una buena alfabetización mediática e informacional** a la hora de interpretar la información que recibimos de diversas fuentes.

¹³ van Krieken, Kobie & Sanders, José. (2019). What is Narrative Journalism? A Systematic Review and an Empirical Agenda. *Journalism*. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884919862056>

Aquí tienes algunos consejos útiles para identificar fuentes creíbles:

- Las fuentes creíbles suelen tener **cierto grado de autoridad en la materia**, ya sea porque son instituciones respetadas o llevan mucho tiempo en el mercado (y, por tanto, han **demostrado su veracidad y fiabilidad a lo largo del tiempo**), o porque son extremadamente **transparentes en cuanto a sus métodos de investigación, redacción y verificación** y dan mucha importancia a que estos procesos se hagan bien.
- Las fuentes creíbles también pueden ser fidedignas porque **ofrecen información de primera mano** sobre los temas de interés y pueden respaldar la veracidad de esta información.
- **La credibilidad de una fuente depende del tema concreto que trate y del contexto específico en el que funcione.** Por ejemplo, en muchos países occidentales, los principales periódicos y revistas tienden a ofrecer relatos más fiables y creíbles que otras piezas escritas y autopublicadas por individuos que no están establecidos en el campo. Del mismo modo, las estadísticas oficiales del gobierno pueden ser más creíbles y fiables que los resultados de una encuesta realizada por individuos con una agenda específica. Sin embargo, **todas las fuentes deben leerse de forma crítica, ya que incluso las fuentes generalmente creíbles pueden escribir con un sesgo o una agenda en mente** (¡y cabe destacar que a menudo lo hacen!).
- En general, puedes **evaluar la credibilidad de las fuentes planteándote las siguientes preguntas básicas e interpretando las respuestas dentro de tu contexto específico:**¹⁴

¹⁴ Información sintetizada de: University Libraries, University of Washington. (9 de enero de 2025). PREGUNTAS FRECUENTES How do I know if my sources are credible/reliable?. *Research Guides*. Disponible en: <https://guides.lib.uw.edu/research/faq/reliable>



- o ¿Quién es el autor? (Autor)*
 - o ¿De dónde procede la fuente? (Editor)*
 - o ¿Para quién se hizo? (Público)*
 - o ¿Cuál es la finalidad del trabajo? (Finalidad/motivo)*
 - o ¿En qué contexto se presenta esta obra? (Contexto)*
 - o ¿De dónde procede la información que utilizan? (Credibilidad de sus fuentes)*
 - o ¿Cómo se compara esta fuente con otras? (Verificación de la información)*
 - o Revisión: ¿Hay algo que te parezca sospechoso o falso? (Ver el contexto completo)*
 - o ¿Cómo piensas utilizar esta información en tu propio trabajo? (Aplicación)*
- **En el caso concreto de las páginas web, ten en cuenta los siguientes elementos:**
 - o Autor:** ¿Figura en la lista? ¿Forma parte de una organización académica, científica, gubernamental o de otro tipo que pueda responder por ellos y que tenga otras piezas creíbles en línea?
 - o Fecha:** ¿Es esta información lo suficientemente actualizada o reciente para tus propósitos? Esto puede variar según el contexto y el tema sobre el que escribas.
 - o Sus fuentes:** ¿Utiliza fuentes creíbles y las cita correctamente?
 - o Dominio:** Por lo general, los dominios .com, .org y .net pueden ser adquiridos y utilizados por particulares, pero los dominios .edu y .gov pertenecen a colegios y universidades registrados y a páginas web gubernamentales, respectivamente.
 - o Diseño de la página y su estilo de redacción:** La mala ortografía y gramática e incluso una página web mal diseñada pueden indicar que la fuente es menos creíble, ya que las páginas web creíbles suelen intentar presentar su contenido de la forma más clara y correcta posible, lo que

incluye seguir las normas ortográficas y gramaticales y, a menudo, crear un diseño atractivo.

- Por último, recuerda que **utilizar fuentes creíbles es fundamental para establecer una información ética y aumentar tu credibilidad como escritor**, porque los lectores saben que pueden confiar en que dices la verdad.
- Del mismo modo, recuerda que **el uso del pensamiento crítico** es fundamental para **verificar la veracidad tanto de los hechos individuales como de la historia en su conjunto**.



MÓDULO 3 – EL USO DE LA INFORMACIÓN Y LAS ENTREVISTAS

Directrices para las entrevistas

Como hemos señalado anteriormente, un aspecto especialmente importante tanto del periodismo narrativo como de la autonarración es su **capacidad para compartir y amplificar las voces marginadas, sobre todo las que no tienen acceso a equipos técnicos adecuados o a grandes audiencias para dar a conocer su situación**. La autonarración, en particular, ofrece una gran oportunidad para que las comunidades o los individuos cuenten sus propias historias directamente (en la línea del periodismo ciudadano), o las cuenten con la ayuda de un periodista, quien recopila la información, estructura el relato y ayuda a amplificar el mensaje, enviándolo a través de nuevos formatos o medios, todo ello de forma totalmente participativa. De este modo, **la relación de confianza entre el narrador y el recopilador de historias es crucial** para evitar sesgos narrativos, actitudes potencialmente paternalistas y estereotipos perjudiciales o historias únicas sobre las personas que protagonizan estas historias. Nuestro objetivo en el proyecto EUR(H)OPE es que **los jóvenes y los migrantes se conviertan en el sujeto, y no en el objeto, de los reportajes** sobre migración, ya que ellos son los verdaderos expertos en sus propias situaciones, experiencias e identidades.

Independientemente del enfoque de autonarración que decidas adoptar, es probable que necesites **preparar y llevar a cabo entrevistas** para poder tener una idea más profunda de la historia que alguien quiere contar o recoger puntos de vista adicionales o elementos de interés para añadir a la historia. Esta sección ofrece un resumen de los elementos que debes tener en cuenta para organizar y llevar a cabo buenas entrevistas.



1. Elección de las preguntas y preparación de la entrevista

Según la autora Serena Carpenter y sus colegas, los periodistas o entrevistadores deben **crear intimidad con la fuente** para animarla a "revelar sus creencias, experiencias y conocimientos" durante la interacción.¹⁵ A continuación, presentamos el análisis realizado por Carpenter y sus colegas en el que se describen los pasos a seguir para obtener lo que denominan Competencias de Entrevista Periodística, elementos clave que nos permiten idear preguntas de entrevista claras, coherentes y convincentes y prepararnos adecuadamente para la entrevista en sí.

1. Investigación	Elaborar una lista de preguntas investigando la fuente y el tema de la historia permite a los periodistas manejar mejor la entrevista, anticipándose a las posibles preocupaciones del entrevistado.
2. Escuchar	Una entrevista debe parecerse a una conversación, en la que el entrevistador pasa la mayor parte del tiempo escuchando, haciendo preguntas de seguimiento y utilizando la empatía para generar confianza y mejorar la comunicación.
3. Aspectos profesionales	Los periodistas deben abordar las entrevistas como lo harían en una entrevista de trabajo, vistiendo de forma profesional, siendo educados y llegando a tiempo.
4. Articulación	Los periodistas deben expresar con claridad sus ideas, utilizando un lenguaje sencillo y sin jerga para que la conversación fluya sin problemas y para evitar malentendidos.
5. Gestión de la interacción	Los periodistas tienen que gestionar la fluidez de la entrevista, equilibrando el control sin dominar la conversación y gestionando el tiempo a la vez que se crea una buena relación.
6. Comportamientos no verbales	El lenguaje corporal, las expresiones faciales y el tono de voz influyen positivamente en la interacción, guían la conversación y ayudan a establecer una buena relación.

¹⁵ Carpenter, Serena; Cepak, Anthony y Peng, Zhao. (2018). An Exploration of the Complexity of Journalistic Interviewing Competencies. *Journalism Studies*. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/317826689_An_Exploration_of_the_Complexity_of_Journalistic_Interviewing_Competencies

2. Elementos técnicos de la grabación

En su artículo "A 'How-to' Guide for Producing Recorded Interviews" (Guía práctica para la producción de entrevistas grabadas), Rhianna Pedwell y sus colegas esbozan algunos de los pasos clave para recopilar material que cumpla las normas ideales de rodaje o grabación de entrevistas:

- Visitar el lugar de la entrevista antes del día previsto, a ser posible a la misma hora en que tendrá lugar la entrevista, y tomar nota de cualquier sonido que pueda distraer en la grabación final.
- Grabarte a ti mismo hablando o pedir a un amigo que sustituya al entrevistado.
- Tras escuchar el audio, si detectas problemas como ecos, ruido de fondo o problemas de volumen, te recomiendan ajustar la configuración.
- Disponer de un plan de reserva, como utilizar un dispositivo independiente fuera de la red para grabar audio en caso de incidente.¹⁶

3. Elementos de localización

Otro aspecto clave de la preparación de una entrevista es tener en cuenta los siguientes elementos de localización y cómo grabar con éxito una entrevista, especialmente cuando el resultado final se presentará en formato de vídeo (consejos recopilados por MediaCollege.com¹⁷).

1. Los antecedentes:	El fondo de la entrevista debe ser relevante para el entrevistado y el tema. Pregunta si puedes ajustar la ambientación moviendo objetos, asegurándote de que nada les distraiga durante la entrevista y de que destaquen claramente.
2. Iluminación	Utiliza luz natural siempre que sea posible, colocándola delante del entrevistado. Evita filmar con una luz intensa detrás de él, ya que puede

¹⁶ Pedwell, Rhianna; Hardy, James y Rowland, Susan. (2018). A 'How-to' Guide For Producing Recorded Interviews. CourseSource. Disponible en:

file:///C:/Users/Perdorues/Downloads/A_How-to_Guide_For_Producing_Recorded_Interviews.pdf

¹⁷ <https://www.mediacollege.com/>

taparle la cara. Evita también la iluminación intensa, como la luz solar directa.

- 3. Marco** Asegúrate de que el fondo no distraiga del mensaje del entrevistado. Evita el contenido inapropiado o con derechos de autor, y elimina todo lo que pueda hacer que el entrevistado parezca incómodo, como sombras u objetos que sobresalgan. Comprueba que el encuadre tenga un aspecto profesional.
-

4. Métodos para interactuar con el entrevistado

Durante la entrevista, una buena interacción con el entrevistado es esencial para recopilar los materiales deseados y producir una buena narración. Te recomendamos que tengas en cuenta los siguientes puntos para garantizar una buena interacción con tu entrevistado y sacar provecho de la entrevista:

Punto	Resumen
1. Reunión previa a la entrevista	Celebra una reunión preliminar para reducir la tensión; las conversaciones previas a la entrevista ayudan a aliviar los nervios del rodaje.
2. Escucha activa	Escucha activamente, mantén el contacto visual y reconoce la importancia de las experiencias compartidas por el entrevistado.
3. Secuencia lógica de preguntas	Estructurar tus preguntas en orden lógico y haz preguntas de seguimiento para recabar detalles y mostrar respeto.
4. Aclaración y parafraseo	Aclara y parafrasea las respuestas para garantizar tu comprensión y demostrar que valoras su aportación.
5. Cuestiones no verbales	Observa el lenguaje corporal y las expresiones faciales del entrevistado para evaluar su comodidad.

5. Artículos de almacenamiento

Un aspecto final y crítico de las entrevistas es que el material recopilado (ya sea audio, vídeo o incluso notas) se guarde y almacene adecuadamente. Los materiales que



recopilas en las entrevistas deben guardarse en lugares seguros a los que sólo puedan acceder los miembros de tu organización. También debes considerar la posibilidad **de crear una cuenta de copia de seguridad** para asegurarte de que la información recopilada está a salvo y no causará problemas en la producción de los materiales finales.

- El almacenamiento digital debe utilizar soluciones fiables, como **el almacenamiento en la nube y las unidades cifradas**, para salvaguardar las entrevistas grabadas.
- Se deben crear copias de seguridad de todas las grabaciones y almacenarlas en ubicaciones separadas para evitar la pérdida de datos.
- Los archivos deben estar claramente etiquetados y organizados para facilitar su recuperación y consulta.
- El acceso a las grabaciones debe estar restringido únicamente al personal autorizado, garantizando la confidencialidad y la seguridad a lo largo de todo el proyecto de autonarración.

Obtención del permiso para entrevistar: el consentimiento informado

Siempre que realicemos entrevistas para elaborar y difundir nuestras propias historias periodísticas, es fundamental **obtener el permiso de nuestras fuentes antes de entrevistarlas y manejar adecuadamente la información personal de nuestras fuentes tanto durante la entrevista como después de ella.**

El periodismo ético exige a los periodistas obtener el permiso de sus fuentes para utilizar sus historias, declaraciones y cualquier otra información que compartan con nosotros en nuestros reportajes, independientemente del formato que utilicemos para contar su historia. En concreto, estamos obligados a obtener el **consentimiento informado de las fuentes para participar en entrevistas y utilizar su información en nuestros reportajes.**

❖ ¿Qué es el consentimiento informado?

- Una declaración formal por escrito o un documento firmado de una fuente o participante que **acepta compartir su información personal sobre un tema y que ésta aparezca en tu reportaje.**
- Para dar su pleno consentimiento, las fuentes deben **entender y estar de acuerdo no sólo con que se comparta su información, sino también con la finalidad y el uso previsto de su información** después.
- También es crucial que este **consentimiento "se obtenga en circunstancias que garanticen que la persona no es coaccionada en modo alguno"**.¹⁸ Esto significa que no se les debe presionar, engañar o sobornar para que compartan su información con nosotros, por mucho que queramos contar la historia.
- **En el caso de los niños, sus padres deben dar su consentimiento informado** para que participen en una historia.
- **El consentimiento informado se aplica a cualquier tipo de participación por parte de nuestras fuentes:** participar en una entrevista, hacerles una foto, grabarles en audio o vídeo, etc.
- Es importante que el **consentimiento informado no sea sólo verbal, sino que debe confirmarse por escrito** (o grabarse). Esto puede hacerse de diversas maneras (por ejemplo, mediante carta firmada, correo electrónico, grabación en vídeo, etc.), pero lo más frecuente es que se

¹⁸ United Nations Communications Group. (Diciembre de 2016). Ethical Guidelines for Journalists. *UNICEF.org*. Disponible en:

https://www.unicef.org/afghanistan/media/2136/file/afg-publication_UN%20Ethical%20Guidelines%20for%20Journalists%20-%20English.pdf%20.pdf



obtenga mediante la firma de un documento específico que confirme claramente el consentimiento informado del participante en todas las actividades implicadas en el proceso de la entrevista.

A continuación encontrarás un **modelo de formulario de consentimiento informado**, cortesía de la organización Filantropía sin Fronteras,¹⁹ que puedes utilizar como punto de partida para crear tu propio formulario de consentimiento. No olvides adaptar este formulario a tus necesidades y contextos específicos.

[Formulario de consentimiento de los medios de comunicación \(para descargar, en inglés\)](#)

❖ **Tratamiento de los datos personales**

Como periodistas y narradores, también tenemos la **obligación de proteger a nuestras fuentes de cualquier daño o efecto adverso, en la medida de nuestras posibilidades**. Parte del proceso de obtención del consentimiento informado incluye una conversación detallada (y a menudo continua) con nuestras fuentes sobre la historia que estamos escribiendo, cómo contribuye su información a esa historia y qué tipo de consecuencias podrían sufrir cuando esta información se publique y se identifique públicamente con ellas. Esto es especialmente cierto en el caso de los jóvenes y las personas en circunstancias vulnerables.

En algunos casos, podemos optar por **proteger la confidencialidad de las fuentes para protegerlas de consecuencias negativas**. Esto puede significar **ocultar ciertos detalles** para que no puedan ser identificados públicamente con la fuente, o puede significar mantener nuestras fuentes completamente **anónimas**.

¹⁹ <https://philanthropywithoutborders.com/consentform/>



Además, cada vez que manejamos los datos personales de nuestras fuentes, debemos **cumplir todas las leyes aplicables sobre el tratamiento de datos privados o sensibles**. En Europa, esto significa adherirse al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD),²⁰ que rige la forma en que recopilamos, procesamos y almacenamos los datos personales de los ciudadanos de la UE. Este reglamento nos exige definir y comunicar claramente por qué, cuándo y cómo se procesan estos datos personales, y el impacto del procesamiento de sus datos personales, así como obtener el consentimiento informado para su procesamiento. En la práctica, aunque no manejemos grandes cantidades de datos personales, tenemos que **ser muy cuidadosos con el uso y el intercambio de datos personales** como números de identificación personal, números de teléfono, direcciones de correo electrónico, domicilios, etc.

Directrices para el uso de las historias ajenas

Hay otras consideraciones importantes que debemos tener en cuenta al utilizar historias personales, información y entrevistas de otras personas en nuestros proyectos de autonarración. Ten esta lista a mano para asegurarte de que estás creando un proyecto de autonarración ético, respetuoso y profesional:

- **Pide siempre permiso para contar la historia de alguien o para utilizar elementos de la misma.** Como hemos visto, obtener el consentimiento informado para la participación de un sujeto en una entrevista o para utilizar aspectos de su historia es fundamental para representar de forma adecuada y honesta su realidad y su participación en la narración de su historia.
- **Lo primero y más importante es no hacer daño.** Siempre debemos esforzarnos por proteger a nuestras fuentes, ya sea manteniéndolas en el anonimato, proporcionando pocos detalles que las identifiquen o eligiendo cuidadosamente

²⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>



qué partes de su historia contar y cómo hacerlo. Nunca debemos compartir partes de la historia de una persona que puedan difamar su carácter o exponerla a cualquier tipo de daño. En este punto es importante señalar que tanto nuestras intenciones como sus consecuencias no deben ser perjudiciales.

- **Asegúrate de que eres tú quien debe contar la historia, o reflexiona de nuevo sobre por qué eres la persona más indicada para contarla.** Esto implica necesariamente preguntarte qué es lo que no te gusta de cómo se ha contado antes y qué puedes hacer para mejorar esa narración, así como reflexionar sobre por qué la persona que cuenta la historia debería sentirse cómoda contándotela a ti.
- **Involucra a las comunidades cuyas historias se están contando.** Respeta y promueve cómo quiere contar su historia la comunidad afectada, en qué términos elige hacerlo, qué hechos considera importantes y por qué. Trátalos como expertos, mientras que tú eres el facilitador.
- **A la hora de elegir un proyecto periodístico basado en la autonarración, debemos ser especialmente cuidadosos en la verificación de los datos, hechos y voces elegidos** para ofrecer una imagen completa y precisa de la situación que represente plenamente a las personas que cuentan la historia y su verdad, así como situar su verdad en el contexto más amplio de lo que ocurre a su alrededor.
- **Comparte una imagen completa y compleja de una comunidad**, es decir, no sólo su trauma y "resiliencia", sino también su rica cultura, conocimientos tradicionales, etc. Evitar las narraciones que se centran únicamente en el trauma y las dificultades a las que se enfrentan las personas de una manera puramente excitante, en lugar de equilibrar esta realidad con otras partes de su historia.

- **En la misma línea, hay que evitar el estereotipo de la "historia única"** de los grupos o las comunidades. Debemos esforzarnos siempre por retratar a las personas y sus comunidades como seres complejos, no como grupos monolíticos, y debemos tener especial cuidado en no fomentar los estereotipos negativos o las "historias únicas" sobre las personas (es decir, las narrativas habituales en los medios de comunicación que reducen a las personas a una idea o estereotipo, reduciendo así su humanidad).
- **Evita el paternalismo y la categorización de las personas y comunidades que cuentan sus historias como "otros"**, especialmente en lo que se refiere a narrar desde una perspectiva eurocéntrica/norte global. Tenemos que creer y comunicar que las personas son las mejores autoridades sobre sus propias experiencias y realidades, y permitirles que cuenten sus historias en sus propios términos, en sus propios contextos, sin emitir juicios de valor desde un lugar de privilegio.
- **A la hora de enmarcar y redactar tu historia, ten en cuenta lo siguiente:**
 - **¿Quién** cuenta la historia y quién la recibirá?
 - **¿Qué** hay que contar?
 - **¿Por qué** lo cuentas? (¿Cuál es el resultado que quieres conseguir?)
 - **¿Cómo** debe contarse la historia para alcanzar estos objetivos?
 - También puedes pensar en **Cuándo y Dónde** se cuenta la historia como elementos adicionales de su buena acogida y su capacidad para inspirar cambios o acciones de seguimiento.
- **Considera cómo puedes compartir tu poder, tus privilegios, tus conocimientos y tus herramientas** para facilitar proyectos de autonarración en los que las comunidades cuenten sus propias historias, en sus propios términos (iy luego actúa!).



En emisión desde 1995, el [programa de radio y podcast *This American Life*](#) es un ejemplo muy interesante de periodismo narrativo que se centra en las narrativas de otros para crear historias de interés humano convincentes y contundentes, sobre temas complejos.

MÓDULO 4 - DIRECTRICES PARA EL USO DE IMÁGENES

En los proyectos de autonarración, donde el aspecto multimedia suele ser esencial para contar historias, narrar y documentar actividades, es importante establecer **directrices claras para el uso de las imágenes**. Estas directrices deben abarcar diversos aspectos de los derechos de uso, la confidencialidad, la ética y la calidad de las imágenes, entre otros temas.

Aquí compartimos algunos puntos clave que debes tener en cuenta a la hora de seleccionar y utilizar imágenes y otros contenidos visuales para tu proyecto de autonarración, tomando como ejemplo el proyecto EUR(H)OPE:

Elementos para seleccionar pistas narrativas que produzcan imágenes coherentes

- **Selección de imágenes basada en la narrativa:** Las imágenes deben corresponder a las historias narradas y reflejar las experiencias de los jóvenes y sus comunidades. Elige imágenes que refuercen los temas de tu proyecto. En el caso del proyecto EUR(H)OPE, estos temas son: migración, identidad, ciudadanía activa y colaboración intercultural, entre otros.
- **Coherencia entre contextos:** Aunque los contextos nacionales varían, es importante mantener la coherencia temática. Esto puede lograrse utilizando imágenes que expresen emociones similares y relevantes (como esperanza, perseverancia y solidaridad) y que encajen en la narrativa general del proyecto.
- **Visibilidad del impacto:** Elige imágenes que muestren acciones concretas (como la participación en talleres, intercambios interculturales o cursos de formación) y momentos clave (discursos, debates, interacciones, etc.).



Sugerencias sobre la representación visual de la misión, visión y valores del proyecto

- **Mensajes principales:** El enfoque visual del proyecto debe reflejar su misión, visión y valores. En el proyecto EUR(H)OPE, por ejemplo, cada imagen debe transmitir los valores de diversidad, inclusión, solidaridad y capacitación de los jóvenes.
- **Representación visual de los valores:** Las imágenes deben ilustrar la capacidad de los jóvenes para expresarse, participar activamente en la sociedad y superar los obstáculos relacionados con los contextos sociales y migratorios.
- **Compromiso y participación activa:** Debes hacer hincapié en la participación activa de los jóvenes, ya sea en trabajos de grupo, debates o actividades creativas (arte, periodismo, etc.).

Fuentes para imágenes compartidas y resultados fotográficos

- **Licencias Creative Commons:** Fomenta el uso de imágenes disponibles bajo licencias Creative Commons, asegurándote de respetar sus condiciones (atribución, normas de distribución, no comercialización, etc.).²¹
- **Bancos de imágenes gratuitos:** Utiliza plataformas gratuitas reconocidas para acceder a imágenes de alta calidad y libres de derechos con condiciones de uso claras, como:
 - o [Unsplash](#): Imágenes de alta resolución, de uso gratuito y sin necesidad de registro.
 - o [Pexels](#) y [Pixabay](#). Estas plataformas ofrecen imágenes libres de derechos con una amplia gama de temas.
- **Bancos de imágenes de pago:** Para necesidades más específicas, los bancos de imágenes como [Shutterstock](#), [Adobe Stock](#) o [Getty Images](#) ofrecen imágenes de calidad profesional, pero también requieren una licencia de pago.

²¹ Para más información, consulta: <https://creativecommons.org/share-your-work/licenses/>.



- **Fotógrafos locales:** Siempre que sea posible, contrata a fotógrafos locales para que capturen imágenes que reflejen las realidades específicas del proyecto en los distintos países participantes.

Normas para el uso correcto de imágenes, incluidos permisos y créditos

- **Calidad visual:** Las imágenes deben ser de alta resolución para garantizar que puedan utilizarse en diversos formatos (impresión, vídeo, redes sociales, informes, etc.).
- **Uso correcto:** No alteres una imagen de manera que distorsione su significado o cambie su contexto original. Los recortes, retoques o efectos visuales deben respetar la integridad del mensaje transmitido por la imagen.
- **Créditos de las imágenes:** por cada imagen que se utilice, deben citarse los créditos correspondientes. Las imágenes obtenidas deben incluir el nombre del autor, la fuente y las condiciones de licencia, si procede.
- **Uso en redes sociales y páginas web:** Al distribuir imágenes en plataformas públicas, es esencial mencionar los créditos y utilizar hashtags o descripciones que respeten la ética y la misión del proyecto.
- **Archivo y protección:** Las imágenes deben archivar de forma segura, con copias de todos los consentimientos obtenidos. De este modo se garantiza que, si las imágenes se reutilizan en el futuro, puedan usarse respetando los derechos y la privacidad.

Cómo usar imágenes para contar historias

- **Ilustración de historias personales:** Las imágenes deben estar directamente relacionadas con las historias narradas por los jóvenes participantes. Deben reforzar la historia, aportando una dimensión visual complementaria al mensaje personal o colectivo.



- **Contenido multimedia integrado:** Siempre que sea posible, las imágenes deben utilizarse en combinación con otros medios (audio, vídeo, texto, etc.) para enriquecer la experiencia del espectador o lector.

Elementos de respeto a la intimidad de las personas en relación con las narraciones discriminatorias y/o irrespetuosas

- **Protección de los participantes:** Evitar imágenes que puedan atentar contra la dignidad de las personas, especialmente en el caso de reportajes relacionados con la migración o temas delicados. No difundas imágenes que puedan exponer a alguien a discriminación o prejuicios.
- **Consentimiento informado:** Asegúrate de obtener el consentimiento explícito de cada persona que aparezca en las imágenes, explicando cómo se utilizarán estas imágenes. Esto es especialmente importante en contextos migratorios, en los que la confidencialidad suele ser esencial.
- **Retrato justo:** Hay que evitar estereotipar o victimizar a las personas fotografiadas. Las imágenes deben mostrar a las personas en contextos positivos, dinámicos y empoderados.

Elementos legislativos sobre el uso de imágenes de menores y/u otras categorías vulnerables

- **Autorización de los padres:** Si se fotografía a menores, es preferible obtener la autorización de los padres o tutores legales antes de publicar o utilizar sus imágenes con fines públicos.
- **Protección de los grupos vulnerables:** Para las poblaciones vulnerables (refugiados, inmigrantes, personas con discapacidades, etc.), es esencial garantizar la confidencialidad y la seguridad personal. No debes utilizar ninguna imagen sin el consentimiento explícito e informado de las personas, y el

anonimato puede ser una opción preferible si está en juego la seguridad o la dignidad de las personas.

- **Normativa nacional:** Cada país socio debe cumplir la legislación local relativa al uso de imágenes, especialmente las de menores. Los socios deben comprobar las leyes aplicables en sus jurisdicciones.

El uso de imágenes en un proyecto de autonarración debe ajustarse a estrictos principios éticos, respetando los derechos de las personas y reforzando los mensajes principales del proyecto. Estas directrices garantizarán un enfoque responsable y profesional de la gestión de los contenidos visuales. Estas normas pueden y deben ajustarse en función de los contextos locales, las especificidades y los marcos jurídicos de cada país que participe en su proyecto.



MÓDULO 5 - DIRECTRICES PARA EL ARCHIVO Y LA POSTPRODUCCIÓN

Cómo archivar tus materiales

Durante el trabajo de reportaje y autonarración, es fundamental **asegurarte de que todos los datos recopilados** (imágenes, entrevistas, grabaciones, vídeos, etc.) **están debidamente protegidos y de que se crean copias de seguridad, tanto como salvaguarda contra la pérdida de datos como por su seguridad digital**. Además de los problemas de almacenamiento de archivos, también existen posibles problemas legales o relacionados con el tema de la ciberseguridad o la seguridad digital si la información confidencial no se maneja correctamente. De este modo, es crucial **mantener los archivos que contienen información confidencial guardados de forma que sean fácilmente identificables y protejan su acceso** sólo a ti o a otros miembros autorizados de tu organización.

En la práctica, no existe una fórmula única para etiquetar o renombrar archivos y carpetas, sino que cada persona debe desarrollar un método que le resulte útil para sus propias necesidades, que sea fácil de recordar y de aplicar. Es fundamental hacerlo sobre la marcha y no tratar de guardar y renombrar todo al final del proyecto.

Los socios del proyecto EUR(H)OPE ofrecen los siguientes consejos para el correcto almacenamiento y archivo de los materiales pertinentes:

- **Guarda tus archivos en carpetas organizadas y dales nombres que tengan sentido y que puedas recordar fácilmente.** Es importante elegir un método coherente y consistente para nombrar las carpetas y los archivos del proyecto. Por ejemplo, incluir la fecha, el nombre de la publicación y un texto descriptivo, como "20240823_EUR(H)OPE_digital" es un ejemplo de denominación de archivos sencilla y comprensible.



- Haz siempre **una o más copias de seguridad de tus archivos** para asegurarte de no perder el acceso a tus materiales. Como los archivos digitales son tan fáciles de replicar, es fácil generar varias copias que te ayuden en caso de pérdida de datos.
- También ayuda **guardar copias en distintas ubicaciones**, de modo que si pierdes una carpeta, siempre tengas los archivos disponibles en otras carpetas o en otros dispositivos. Por ejemplo, puedes guardar un archivo en el ordenador, en un disco duro externo y en la nube.
- **Para los archivos con información confidencial**, considera la posibilidad de protegerlos con contraseña, guardarlos en una carpeta oculta o en una unidad cifrada, o nombrarlos de forma que sepas que son confidenciales, pero que no sea tan evidente para los demás.
- **Recomendamos almacenar las entrevistas** en lugares seguros donde sólo tú y los miembros de tu organización puedan acceder a ellas, garantizando la confidencialidad y la seguridad durante todo el proyecto.

Pautas de producción y posproducción

Una vez que hayas planificado y realizado tus entrevistas, recopilado toda la información y los aspectos visuales pertinentes (como fotografías, infografías, etc.) y, en general, tengas listo todo el material que formará la base de tu proyecto de autonarración, podrás pasar a las fases de producción y posproducción. Te recomendamos que tengas en cuenta las siguientes sugerencias a la hora de estructurar tu historia, verificar todos tus datos e información y elaborar el contenido final en la fase de posproducción:



- **Empieza a trabajar en el producto final** sólo cuando todo el material que has creado esté disponible, de modo que puedas ver más fácilmente la "visión de conjunto" de cómo encaja todo.
- **Vuelve a leer o a ver todas tus entrevistas** (iy no inmediatamente después de haberlas realizado!) para asegurarte de que tienes una idea clara de lo que dijo cada persona y de cómo podría contribuir al reportaje en general. Después de revisarlas, asegúrate de incluirlas cuidadosamente en tu reportaje.
- **Decide si vas a utilizar el punto de vista en primera persona del narrador** o si necesitas reunir otras voces. Recopila voces adicionales si hay una buena razón: por ejemplo, porque lo estás viendo con tus propios ojos, porque forma parte de la historia, porque aporta una contribución directa al trabajo sobre el tema, etc.
- **Comprobar que todas las posibles opiniones diferentes** surgidas de las entrevistas estén bien representadas en el producto final. Aquí puedes volver a comprobar la veracidad de las declaraciones de cada persona y también confirmar la veracidad y representatividad de la historia en su conjunto, después de haber incorporado todos los diferentes puntos de vista.
- Asegúrate de que **todo el contenido multimedia pertinente relacionado con la historia esté presente en el producto final.**
- **Realiza una comprobación final de la exactitud** de todos los nombres, lugares, información, citas y cualquier contenido que pueda no respetar la sensibilidad o confidencialidad de alguien o algo.
- **Compartir los textos y/o productos finales con los entrevistados antes de su publicación también es una buena práctica.** Si hay dudas o controversia sobre un determinado elemento y tienes la grabación para probar lo que se dijo,



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



puedes mantener el punto en el reportaje, pero en general es más importante prestar atención a cómo se sienten representadas las personas y cómo sienten que se cuentan sus historias.

CÓMO IMPLEMENTAR EL KIT DE AUTONARRACIÓN

Además del contenido teórico y de las diversas sugerencias, consejos y ejemplos útiles que hemos incluido a lo largo de este Kit de Autonarración, también nos complace proporcionar aquí información adicional que te ayudará a **sintetizar lo que has aprendido y a adaptar mejor esta información a tus necesidades y contextos personales.**

El objetivo de las siguientes secciones es ayudarte a comprender las bases para **estructurar tu propio proyecto de autonarración**, así como ofrecerte varios **ejemplos concretos de actividades** que puedes poner en práctica con jóvenes, educadores juveniles o cualquier otro colectivo para inspirarles y empoderarles para que cuenten sus propias historias a través de un proyecto colectivo de autonarración. ¡Siéntete libre de **adaptar estas estructuras y ejemplos de actividades** a tus propias necesidades, intereses, deseos, contextos, audiencias, etc., con el fin de aprovechar la creatividad y la individualidad de las experiencias de cada persona o grupo!



Cómo estructurar una historia de autonarración

1. **Define bien el proyecto:** ¿Qué historia queremos contar? ¿Por qué? ¿Por qué creemos que es universal? ¿Por qué creemos que somos las personas adecuadas para contarla?
2. **Estudia e investiga:** Analizar cómo se ha contado la misma historia antes que nosotros, si es que ha sucedido, para encontrar el propio punto de entrada y desarrollo de la historia.
3. **Haz un censo de todas las voces que sean importantes de citar sobre ese tema,** asegurándote de que representan el mayor número posible de puntos de vista. También debemos asegurarnos cuidadosamente de que sean voces relevantes, ya sea porque han sido elegidas como representativas de muchas personas o porque tienen experiencias personales tan importantes que son necesarias para contar la historia.
4. **Elabora una lista de entrevistas** con personas y comunidades relevantes, y prográmalas.
5. **Planifica y lleva a cabo la fase de producción de tu proyecto,** incluida la grabación de entrevistas, la toma de fotografías, la creación de infografías, etc.
6. Con toda la información recopilada, **estructura tu historia con un arco narrativo claro** y decide qué otra información y detalles prácticos necesitas incluir, según el formato que hayas elegido (es decir, una historia escrita, un podcast, un documental en vídeo, un proyecto de fotoperiodismo, etc.).
7. Asegúrate **de verificar todos los hechos y la información que has recopilado y utilizado en tu historia** para garantizar que tu proyecto de autonarración sea verídico, que esté en consonancia con las buenas prácticas periodísticas y que sea respetuoso y empoderador para las comunidades involucradas.
8. **Termina con fuerza con una buena fase de posproducción,** que incluye reunir el contenido final, editarlo, guardar copias y archivar todo el material de forma clara y concisa.

Ejemplos de actividades

Actividad 1: Creación de un podcast

Esta actividad te proporcionará los pasos básicos necesarios para crear un podcast corto (10-15 minutos), utilizando los principios del periodismo narrativo que se encuentran en el Kit de Autonarración. Está pensada para completarse a lo largo de una mañana, aunque siempre se puede ampliar el tiempo para que los participantes creen productos más pulidos y profesionales.

Paso 1: Lluvia de ideas y selección de temas (9:45 - 10:00, 15 minutos)

- Después de dividir los participantes en grupos, cada uno debe hacer una lluvia de ideas colectiva y elegir un tema que les interese y sobre el que tengan conocimientos previos. Esto ayudará a crear una narrativa sólida para sus podcasts.
- Pueden utilizar las siguientes preguntas para orientar sus lluvias de ideas:
 1. ¿Qué historia queremos contar?
 2. ¿Por qué somos los indicados para contarlo?
 3. ¿Por qué es importante contar esta historia?

Paso 2: Diseño de preguntas y estructuración de la historia (10:00 - 10:30, 30 minutos)

- Después de seleccionar un tema específico (cuanto más específico, más fácil será), trabajan en grupo para diseñar las preguntas de la entrevista.
- Deben asegurarse de que sus historias sigan la estructura explicada en el Kit de Autonarración.
 1. **Preparación/Exposición:** Presentan la situación, el escenario, el tema principal y los personajes clave.
 2. **Argumento:** Esbozan la secuencia de los acontecimientos, destacando el conflicto central y la acción ascendente.
 3. **Clímax:** Presentan el punto de inflexión dramático y la acción descendente.
 4. **Conclusión:** Terminan con la resolución de la historia.



Paso 3: Asignación de roles y planificación (10:30 - 10:45, 15 minutos)

- Deciden quién asumirá los papeles de anfitrión (entrevistador) y entrevistado.
- Deben asegurarse de comprobar los datos estadísticos o las afirmaciones que comparte el entrevistado.
- Planifican **la introducción** y el **cierre** del podcast:
 - **Introducción:** Breve presentación del anfitrión y del entrevistado. (Si hacen referencia a elementos de la formación, el Kit de Autonarración o el proyecto EUR(H)OPE en general, pueden citarlo aquí.)
 - **Cierre:** Una conclusión breve y concisa para cerrar el podcast.

Pausa de café (10:45 - 11:00, 15 minutos)

Paso 4: Ensayo de la entrevista/podcast (11:00 - 11:45, 45 minutos)

- Practican la estructura del podcast y simulan entrevistas para asegurarse de que todo va bien antes de grabar.

Paso 5: Grabación del podcast (11:45 - 13:00, 1h15 minutos)

- Cada grupo produce su podcast en el estudio.

El podcast no debe durar más de 10-15 minutos. ¡Mucha suerte!



Actividad 2: Narrando tu historia en vídeo

Esta actividad te dará los pasos básicos necesarios para crear un proyecto de narración en vídeo de corta duración (5-10 minutos máximo), basado en los principios del periodismo narrativo y la autonarración explicados en el Kit de Autonarración. El guion está escrito para una actividad que puede realizarse en un día completo (una sesión "de prueba"), aunque puedes adaptarlo fácilmente para crear proyectos más extensos ampliando el tiempo permitido para cada paso (especialmente las fases de grabación y postproducción).

Paso 1: Lluvia de ideas y selección de temas (9:45-10:00, 15 minutos)

- Los participantes deben dividirse en grupos de 2-4 personas y, a través de una lluvia de ideas colectiva, elegir un tema que sea interesante y relevante para todos los miembros del grupo. Deben tener algunos conocimientos previos sobre el tema para poder crear una narración sólida.
- Pueden utilizar las siguientes preguntas para orientar sus lluvias de ideas:
 - ¿Qué historia queremos contar?
 - ¿Por qué somos nosotros quienes debemos contarlo?
 - ¿Por qué es importante contar esta historia?

Paso 2: Investigación y recopilación de información (10:00-10:30, 30 minutos)

- Después de seleccionar el tema general, dedican algún tiempo a pensar más a fondo qué tipo de historia quieren contar y qué tipo de información y aportaciones necesitan reunir para poder narrarla plenamente. Esto puede incluir las siguientes técnicas (entre otras):
 - **Mini-entrevistas con los miembros del grupo** para escuchar sus historias y decidir qué elementos son clave para contar la historia y cuáles pueden ayudar a reforzarla o añadirle interés.
 - **Investigar en Internet** para obtener más información de contexto, definiciones, datos e incluso consultar ejemplos de cómo otros han abordado el tema. Esto ayudará a enriquecer la historia personal que constituye el núcleo del reportaje.
- Dado que se trata de un ejercicio de autonarración, será útil **decidir la narrativa central** que desean transmitir en su vídeo durante esta etapa.



Paso 3: Estructurar la historia y planificar los aspectos visuales (10:30-11:00, 30 minutos)

- Con las aportaciones del Paso 2, **esbozan la estructura de sus historias**, utilizando papel y bolígrafo o la herramienta en línea [Miro](#) para trazar lo que quieren contar y cómo.
- Deben asegurarse de que la estructura de la historia sigue un **arco narrativo** claro (como se explica en el Kit de Autonarración):
 1. **Preparación/Exposición:** Presenta la situación, el escenario, el tema principal y los personajes clave.
 2. **Argumento:** Esboza la secuencia de los acontecimientos, destacando el conflicto central y la acción ascendente.
 3. **Clímax:** Presenta el punto de inflexión dramático y la acción descendente.
 4. **Conclusión:** Termina con la resolución de la historia.
- Una vez establecida la estructura narrativa, **planifican qué aspectos visuales necesitarán para transmitir la historia**. Deben tener en cuenta la duración total del vídeo final (5-10 minutos), así como el tiempo que pueden dedicar a crearlo. Algunos de los elementos que pueden incorporar pueden ser:
 - Grabación de entrevistas (vídeo) con entrevistados clave o grupos de personas
 - Grabación de otras secuencias sobre el terreno
 - Grabación de audio o sonidos de fondo
 - Realización o recopilación de fotografías que ilustren su punto de vista
 - Recopilación de infografías, visualizaciones de datos y otros materiales gráficos

Pausa de café (11:00-11:30, 30 minutos)

Paso 4: Escribir los guiones de cada elemento (11:30-12:00, 30 minutos)

- Toman sus listas de elementos visuales y **escriben un guion para cada parte que sirva de guía para el rodaje**. Esto les ayudará a gestionar el tiempo con eficacia y a ser más preciso en el rodaje para no tener que hacer tantas tomas.
 - **Para las entrevistas**, deben elaborar una lista de preguntas y ensayar brevemente, así como planificar dónde quieren grabar las entrevistas y cuánto tiempo los llevará.



- o **Para grabar secuencias o sonidos sobre el terreno**, deben pensar dónde tienen que ir para grabarlos, qué duración deben tener los clips, etc.
- o **En el caso de las fotografías**, deben pensar dónde las tomarán o dónde podrán descargar de Internet fotografías sin derechos de autor.
- o **Para infografías, visualizaciones de datos y otros materiales gráficos**, deben pensar dónde pueden descargar estos elementos con licencias Creative Commons, o cómo pueden crear los suyos propios (utilizando programas como [Canva](#), por ejemplo), así como cuánto tiempo los llevará.

Paso 5: Producción - Grabación y recopilación de materiales (12:00-14:00, 2 horas)

- Con sus guiones y sus planes generales de rodaje, salen al campo (o trabajan en línea) para **grabar y recopilar todo el contenido en bruto que necesitan para sus historias**.
- Recomendamos **dividir el trabajo entre los miembros del equipo** en función de la ubicación y el tiempo que se tardará en grabar, para aprovechar el tiempo de forma eficaz.
- Deben asegurarse **de guardar cada pieza** con un título fácilmente identificable que describa su contenido y su lugar en la estructura de su historia (por ejemplo: Entrevista Carlos_Evento 1) para que la siguiente fase de posproducción sea mucho más fácil.

Pausa para comer (14:00-15:30, 1h30 minutos)

Paso 6: Postproducción - Edición de vídeo y puesta en común (15:30-17:30, 2 horas)

- Una vez reunidos todos los materiales visuales según lo previsto, pueden utilizar programas gratuitos como [Clipchamp](#) o [Adobe Express](#) para **cargar y editar los materiales** en un vídeo coherente.
- Si tienen tiempo y quieren crear contenidos de vídeo más interactivos, pueden utilizar el programa [Stornoway](#), que permite a los usuarios hacer clic e interactuar mientras ven el vídeo.
- Cuando el contenido esté terminado, pueden **compartirlo en YouTube, Vimeo, las redes sociales** o cualquier otra plataforma que elijan.



Actividad 3: "Historias de pertenencia": la creación de una narración fotográfica

Objetivo: Explorar y documentar la identidad y pertenencia europeas a través del fotoperiodismo, animando a los participantes a comprometerse con sus comunidades locales y a reflexionar sobre sus valores y experiencias comunes.

Duración: 5,5-7 horas (también puede ampliarse a más de 1 día).

Ronda 1: Sesión informativa (30 minutos)

1. Introducción al fotoperiodismo:
 - o Explicar los fundamentos de la narración de historias a través de la fotografía: composición, iluminación, encuadre y captación de emociones.
 - o Discutir las consideraciones éticas: respetar la intimidad, obtener el consentimiento y retratar a los sujetos con dignidad.
2. Exploración temática:
 - o Presentar el tema: "Pertenece en una Europa en transformación".
 - o Animar a los participantes a reflexionar sobre lo que significa pertenecer a su comunidad y cómo se entrecruzan la migración, la cultura y la identidad.

Ronda 2: Trabajo de campo - Captar la historia (3-4 horas)

1. Interacción con la comunidad:
 - o Los participantes eligen un tema o asunto específico que encarna el tema general. Algunos ejemplos podrían ser:
 - Un emigrante comparte su experiencia de encontrar un hogar en un nuevo país.
 - Un encuentro de jóvenes para mostrar el intercambio cultural.
2. Documentación fotográfica:
 - o Captar una serie de 5-7 fotografías que cuenten una historia coherente sobre el tema elegido.
 - o Deben asegurarse de que cada imagen cumple una función, desde ambientar la escena hasta resaltar emociones y acciones.

Ronda 3: Desarrollo narrativo (1 hora)

1. Seleccionar y secuenciar:
 - o Los participantes revisan sus fotografías y seleccionan las tomas más convincentes para crear un flujo narrativo.
 - o Organizar las imágenes en una secuencia lógica que potencie la narración.
2. Escribir subtítulos:
 - o Escribir un breve pie de foto para cada fotografía, proporcionando contexto y profundizando en la comprensión de la historia por parte del público.

Ronda 4: Puesta en común y reflexión en grupo (1-1,5 horas)

1. Presentar las historias:
 - o Cada participante o grupo presenta su reportaje fotográfico al resto del grupo.
 - o Deben hablar de los retos a los que se enfrentaron, las decisiones que tomaron y lo que aprendieron.
2. Comentarios y reflexión:
 - o Facilitar un debate sobre cómo estas historias conectan con temas más amplios de identidad y pertenencia europeas.
 - o Animar a los participantes a reflexionar sobre el poder de la narración visual como herramienta para la promoción y el cambio social.

Materiales necesarios:

- o Cámaras o smartphones con buenas capacidades fotográficas.
- o Cuadernos o dispositivos digitales para tomar notas y escribir leyendas.
- o Copias impresas de los formularios de consentimiento (si es necesario).

Resultado:

Este ejercicio pretende:

- o Mejorar las aptitudes de los participantes para la narración visual y el periodismo.
- o Fomentar una comprensión más profunda de la identidad europea y de las diversas experiencias dentro de sus comunidades.
- o Producir resultados tangibles (relatos fotográficos) que puedan exhibirse durante las actividades del proyecto.

CONCLUSIONES

Este Kit de Autonarración ha pretendido no sólo **ofrecer una base de información sobre el periodismo narrativo y las técnicas de autonarración, y sugerencias concretas sobre cómo contar una historia a través de un proyecto de autonarración**, sino también **inspirarte para que te sumerjas en el corazón de las experiencias personales y colectivas**. A través de la autonarración, es posible explorar los matices y complejidades de la narración, transformando la experiencia en un acto de compartir que va más allá de la simple transmisión de información. De hecho, el periodismo narrativo no se limita únicamente a transmitir hechos, sino que invita al lector a vivir y reflexionar sobre las historias a través de un punto de vista profundamente humano, en particular el de las personas que viven esos acontecimientos en primera persona.

En un mundo en el que los temas suelen tratarse de forma superficial, el proyecto EUR(H)OPE trabaja para **devolver el valor a las dimensiones emocionales y subjetivas de la narración**, de modo que cada historia pueda escucharse con mayor empatía y comprensión. Esto es posible precisamente a través del uso de las herramientas del periodismo narrativo que se presentan en este Kit de Autonarración, así como la idea más amplia de mantener el principio de autonarración como enfoque principal, ya que este estilo es capaz de dirigirse a un público lo más amplio posible, no sólo a quienes ya están atentos y sensibilizados con determinados temas.

Esperamos que la información, las herramientas, las sugerencias, los ejemplos y las estructuras de este Kit de Autonarración te resulten útiles para crear tus propios proyectos de autonarración o para trabajar con jóvenes, educadores juveniles u otros colectivos, inspirándolos y empoderándolos para que aprendan nuevas habilidades y cuenten sus propias historias.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Si decides compartir tus resultados públicamente, **no olvides etiquetarnos en [Instagram](#) o [Facebook](#) o háznoslo saber a través de la [página web del proyecto EUR\(H\)OPE](#)** para que podamos disfrutar de ellos también y ayudar a amplificar su alcance.

CRÉDITOS

Este Kit de Autonarración es el primer resultado del trabajo conjunto **de los cuatro socios del proyecto EUR(H)OPE** (Código del proyecto: ERASMUS-YOUTH-2023-CB-101131392), cofinanciado por el programa ERASMUS+ de la Unión Europea en el marco de su programa de Desarrollo de Capacidades para Jóvenes, entre abril de 2024 y marzo de 2026.

CEPS Projectes Socials



Q CODE

El contenido de este Kit de Autonarración y de todos los demás materiales del proyecto refleja los puntos de vista y opiniones de los autores, y la Comisión Europea no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo.

Muchas gracias a los siguientes socios del proyecto por su colaboración activa en la creación del Kit de Autonarración:

Contenido y coordinación

Rachele Renno y Christian Elia, Club Social QCODE

Entenela Ndrevataj y Rea Nepravishta, Qendra Uja

Danielle Bishop y Mariana Pfenniger, CEPS Projectes Socials

Safouane Oumha y Moustapha Ben Mouh, Fundación Amigos de Marruecos

Edición y revisión

Danielle Bishop y Mariana Pfenniger, CEPS Projectes Socials

Diseño gráfico

Sofia Nardacchione, Club Social QCODE