

rural



Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo

ruralstories.eu

stories

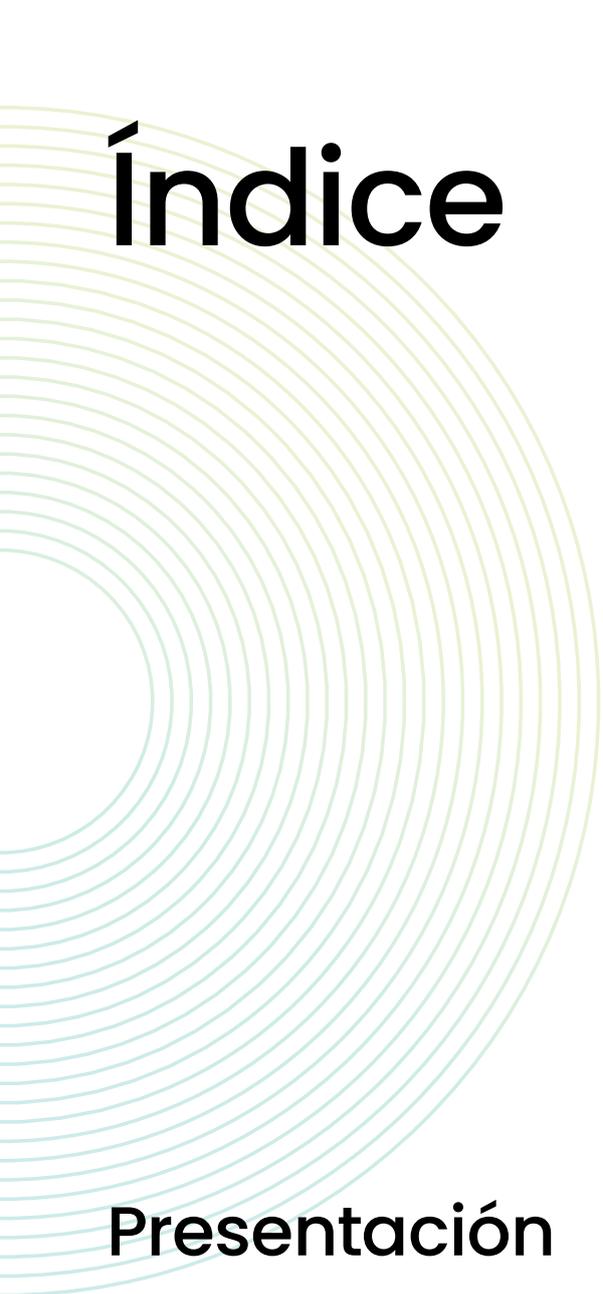
Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo
Rural Stories. Septiembre 2022.

Promueve y Desarrolla: Consorcio Rural Stories. **Le Nouveau Studio** (Francia), **Wazo Sociedad Cooperativa** (España), **Le Laba** (Francia) y **Signélazer** (Bélgica).

Concepto y Coordinación: **Wazo Sociedad Cooperativa**.

Diseño y Maquetación: **Signélazer**

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye un respaldo de su contenido, que es responsabilidad exclusiva de sus autores/as, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.



Índice

Presentación

Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural

España

Bélgica

Francia

Conclusiones

Presentación

En el medio rural europeo existen muchas referencias al «desierto» cuando se trata la salud, la economía, el transporte, las infraestructuras o los servicios. También podríamos referirnos a los desiertos mediáticos que son las zonas rurales de los territorios. Mientras que alrededor del 30% de la población europea vive en el medio rural, el grueso de los medios de comunicación se concentra efectivamente en los grandes centros urbanos. Estos medios, a menudo pertenecientes a grandes grupos, se ocupan principalmente de noticias nacionales o internacionales y tienen una visión muy descendente de la información. En consecuencia, **la ciudadanía rural y sus problemas específicos tienen muy poca visibilidad** y los medios de comunicación rara vez les dan voz.

En este contexto **el consorcio internacional formado por Le Nouveau Studio (Francia), Wazo Sociedad Cooperativa (España), Le Laba (Francia) y Signélazer (Bélgica) con el apoyo de la Unión Europea** en el marco del programa Erasmus + Educación y Formación implementa el proyecto europeo Rural Stories para corregir la falta de visibilidad de la ciudadanía rural en los medios de comunicación. Rural Stories es un proyecto que apuesta por un periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural. Rural Stories apoya a las personas y las estructuras socioculturales de los pueblos y pequeñas ciudades en el relato de sus recursos culturales y artísticos locales, proporcionando herramientas pedagógicas digitales para que tomen la palabra y cuenten la historia de su territorio. Para ello ha desarrollado una residencia de experimentación en Julio de 2022 en Sainte-Foy-la-Grande (Gironde, Francia) con motivo del festival Les Reclusiennes organizado por Coeur de Bastide, ha elaborado una Caja de herramientas de formación de libre acceso para quienes quieran embarcarse en la **narrativa cultural y artística de su territorio** y edita la publicación “Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo Rural Stories” que incluye 16 prácticas positivas desarrolladas por la ciudadanía rural de España, Bélgica y Francia.

Tanto esta publicación de buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo como todas las acciones enmarcadas en el proyecto europeo Rural Stories no solamente se alinean con los principios del programa Erasmus + para apoyar la educación, la formación, la juventud y el deporte en Europa, si no que también se compromete a cumplir los objetivos del **Pacto Rural Europeo** de amplificar la voz a la ciudadanía rural europea, facilitar el aprendizaje mutuo y animar la participación ciudadana.

Toda la información relativa al proyecto europeo Rural Stories está disponible en la página web ruralstories.eu.



Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural

La publicación “Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo Rural Stories”, elaborada por el consorcio europeo Rural Stories, constituye un recorrido por 15 buenas prácticas del mundo rural de España, Francia y Bélgica que con su labor sostienen el periodismo ciudadano en el mundo rural.

El objetivo de esta publicación es poner en valor iniciativas que destacan por sus características únicas como puede ser la sostenibilidad, la participación, la temática y la innovación entre otras.

En la publicación “Buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo Rural Stories” también se identifican los retos del periodismo ciudadano en el medio rural con enfoque hacia la cultura. Desde Rural Stories describimos **10 retos que enfrentan las iniciativas editoriales en su día a día con éxito:**

Retos rural stories



1 – Sostenibilidad. Medios que garantizan su supervivencia desde un punto de vista económico y social.



2 – Participación ciudadana. Medios en los que la participación de la comunidad local es una de una parte fundamental.



3 – Innovación. Medios que practican la innovación como elemento distintivo de la iniciativa.



4 – Comunidad. Medios que cuentan con una comunidad on-line y/o off-line muy numerosa.



5 – Contenido Editorial. Medios que destacan por un contenido original, local y/o con un punto de vista original e innovador.



6 – Forma de Trabajo. Medios que proponen formas de trabajo diferentes pero efectivas, como redacción por parte de voluntarios/as, redacción mixta y/o por profesionales.



7 – Medioambiente y Desarrollo Rural. Medios que proponen y practican el respeto del medio ambiente y el desarrollo sostenible del medio rural en su producción y en sus contenidos.



8 – Formación. Medios que hacen de la formación uno de sus elementos distintivos organizando cursos, conferencias y eventos para la difusión del periodismo ciudadano en la población local.



9 – Diseño e Identidad Gráfica. Medios que hacen de la identidad gráfica y de su contenido gráfico su punto de fuerza.



10 – Comunicación. Medios que desarrollan una comunicación muy eficaz en el mundo offline y online.

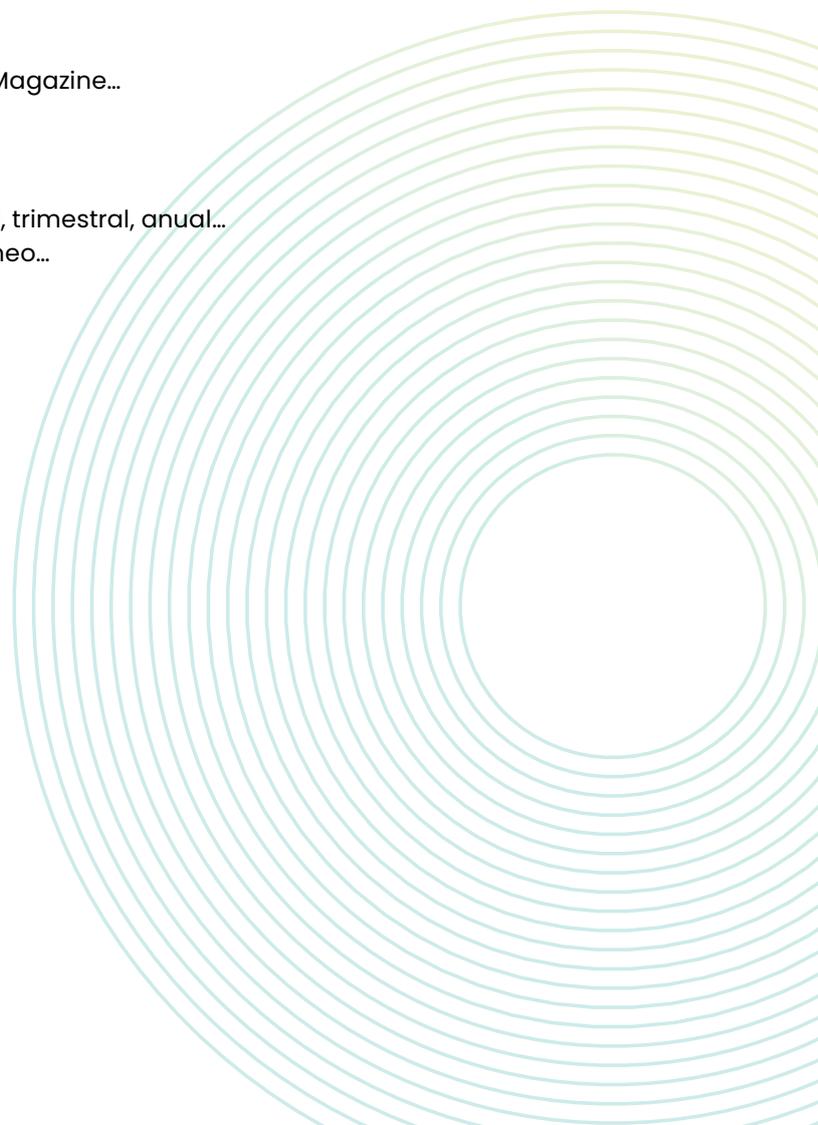
La investigación llevada a cabo por el consorcio ha profundizado en el **planteamiento organizativo** de las iniciativas identificadas:

- **Figura jurídica**
- **Año de fundación**
- **Recursos humanos: Socios/as, Personal trabajador, Voluntarias,**
- **Vías de ingreso**
- **Clientes**

Conocer el **planteamiento editorial** para comprender su funcionamiento desde el punto de vista editorial ha sido una prioridad: objetivos en materia de información, medios utilizados (texto, foto, vídeo, sonido, etc.), forma elegida (webtv, radio, canal de youtube, boletín, papel, blog, etc.), elección de temas, tratamientos, periodicidad, apoyo y animación del equipo de colaboradores, etc.

Otros elementos que se han investigado para completar el cuadro de conocimiento han sido:

- **Planteamiento Editorial**
- **Modalidad:** Digital / Printed / Both
- **Digital:** Streaming; Webtv; WebRadio; Podcast, Blog, Magazine...
- **Printed:** Newspaper, Magazine...
- **Temas / Contenidos**
- **Público Objetivo** (usuarios/as)
- **Frecuencia de publicación:** Diario, semanal, mensual, trimestral, anual...
- **Plataforma:** Wordpress, Youtube, Twitch, iVoox, Calameo...
- **Software:** InDesign, OBS, Photoshop, Premiere...
- **Medios utilizados:** texto, foto, video, sonido
- **Procesos participativos con la comunidad**



La recopilación de datos en las áreas de estudio han permitido identificar buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural en los países de España, Bélgica y Francia. A continuación se muestran 15 casos de buenas prácticas con información esencial sobre las iniciativas: resumen de su actividad, título, web, localización, cobertura geográfica, formato, distribución, periodicidad, año de fundación, medio de ingresos y figura jurídica. También se ponen de manifiesto los retos cumplidos con mayor éxito.

Los casos de buenas prácticas identificados han sido seleccionados por su capacidad para impulsar de manera destacada iniciativas editoriales empleando periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural y por cumplir con éxito uno o varios retos Rural Stories en su día a día.

Medio	Localización	Retos afrontados con mayor éxito
Radiogolex	España	 1 – sostenibilidad  3 – innovación  4 – comunidad  10 – comunicación
La Carne Magazine	España	 4 – comunidad  8 – formación
Emprender en el pueblo	España	 7 – medioambiente y desarrollo rural  4 – comunidad
El Acantilado de Radio Villafranca	España	 5 – contenido editorial  7 – medioambiente y desarrollo rural
El Café de la Lluvia	España	 1 – sostenibilidad  3 – innovación
MiExtremadura	España	 9 – diseño e identidad gráfica  6 – forma de trabajo
Sierra y Llano	España	 2 – participación ciudadana  8 – formación
Full TV	Bélgica	 4 – comunidad
Amour & sagesse	Bélgica	 5 – contenido editorial  9 – diseño e identidad gráfica
Médor	Bélgica	 2 – participación ciudadana  5 – contenido editorial  9 – diseño e identidad gráfica
Alter MédiaLab	Bélgica	 8 – formación  6 – forma de trabajo
Le Médiaa	Francia	 2 – participación ciudadana
Bondy Blog	Francia	 3 – innovación  4 – comunidad  8 – formación
TÉLÉ Millevaches	Francia	 5 – contenido editorial  8 – formación
Journaux en direct	Francia	 2 – participación ciudadana  6 – forma de trabajo
Radio Vassivière	Francia	 5 – contenido editorial

España



Radiogolex

📍 Almendralejo (Extremadura)

Formato

podcast, audiochat,
radio digital

Periodicidad

diaria

Distribución

gratuita

Año de fundación

2014

Medio de ingresos

publicidad de comercio local

Figura jurídica

sociedad unipersonal

Radiogolex es el primer medio radiofónico digital 24h de deporte y retransmisiones en directo sobre el deporte profesional y semiprofesional en Almendralejo y Extremadura.

La iniciativa, conformada como sociedad unipersonal, se encuentra ubicada en Almendralejo (Badajoz, Extremadura) y fue fundada por Rodrigo Morán. Cuenta con un equipo de trabajo de 10 personas con los siguientes perfiles: 3 personas directamente empleadas en el medio que forman parte del personal trabajador fijo, 2 freelancers y 5 colaboradores-tertulianos.

Cuenta con una comunidad muy participativa especialmente en los audiochats que se realizan principalmente con la función de los espacios de Twitter. Radiogolex realiza también una gran labor en la difusión de su contenido en la redes sociales donde sobre todo en Twitter cuenta con un gran engagement con la comunidad. Sus redes sociales también son fuente de financiación ya que los y las anunciantes locales tienen la posibilidad de comprar posts publicitarios.

Retos cumplidos con mayor éxito



sostenibilidad

Medio que se financia principalmente gracias a la publicidad contratada por actividades comerciales locales.



innovación

Radio 100% digital y producción de contenido en formato innovador y participativo.



comunidad

Cuenta con una comunidad local muy numerosa y participativa.



comunicación

El medio cuenta con una comunicación on-line y off line muy efectiva y atractiva.

La Carne Magazine

 Acebo/Cáceres (Extremadura)

Formato

magazine digital

Periodicidad

mensual

Distribución

gratuita

Año de fundación

2014

Medio de ingresos

publicidad google AdSense

Figura jurídica

autónomo

La Carne Magazine es una revista digital gratuita donde la temática predominante es la música en toda su esencia. En la revista se pueden encontrar entrevistas, consejos y curiosidades sobre el mundo musical de las comunidades hispanohablantes.

La iniciativa está impulsada, bajo la forma de Autónomo, por Pedro Gallardo desde las localidades extremeñas de Acebo y Cáceres. El medio cuenta con dos personas que trabajan a tiempo pleno en el medio y una red constante de 15 colaboradores/as-voluntarios/as que aportan de manera voluntaria y con frecuencia libre sus aportaciones a la revista.

Los colaboradores y colaboradoras se forman a través de líneas guía enviadas por mail e indicaciones, sugerencias y tips publicadas en un grupo en la red social de Facebook compuesto únicamente por personas colaboradoras de la publicación. La apuesta por un formato virtual se debe a la distribución geográfica de los colaboradores y colaboradoras. La formación se concentra en habilidades que permitan desarrollar un contenido fácilmente alcanzable desde los buscadores de internet favoreciendo de esta manera su consumo por la comunidad y la sostenibilidad del medio.

Retos cumplidos con mayor éxito



comunidad

Cuenta con una gran comunidad local, nacional e internacional principalmente de habla hispana.



formación

El medio forma a sus colaboradores y colaboradoras en una escritura que favorezca el consumo y la búsqueda del contenido en soportes digitales y buscadores de internet.

Emprender en el pueblo

 Sabayés (Huesca, Aragón)

Formato

podcast

Periodicidad

semanal

Distribución

gratuita

Año de fundación

2020

Medio de ingresos

patrocinio de la fundación
almanatura y colaboraciones

Figura jurídica

autónomo

Emprender en el pueblo nace como podcast, para contar historias de emprendimiento en la localidad rural. Con el pasar del tiempo se ha transformado en una comunidad donde compartir experiencias para vivir en el medio rural integrándose en la comunidad local.

El medio está impulsado bajo la forma de autónomo por Pablo Franco Bescós que desde Sabayés, un pueblo con menos de 50 habitantes en Aragón, ha dado vida a esta iniciativa. Cuenta también con freelancers que se encargan de aspectos técnicos.

El podcast trata de cómo emprender en las zonas rurales de España contando casos inspiradores con una persona invitada. El emprendimiento que se propone es siempre integrador con la comunidad local y está volcado a favorecer el desarrollo rural de una manera sostenible. Cuenta con una gran comunidad en redes sociales sobre todo de Instagram y LinkedIn involucrada en el trabajo y emprendimiento en medio rural.

Retos cumplidos con mayor éxito



medioambiente y desarrollo rural

Podcast especializado en promover el desarrollo rural desde un punto de vista sostenible e integrador con las comunidades locales.



comunidad

El programa ha estimulado una gran comunidad de personas muy involucradas en el medio rural e interesadas en favorecer su desarrollo sostenible.

El Acantilado de Radio Villafranca

 Villafranca de los Barros (Extremadura)

Formato

radio analógica, podcast

Periodicidad

semanal

Distribución

gratuita

Año de fundación

2020

Medio de ingresos

financiación del ayuntamiento de villafranca de los barros

Figura jurídica

radio pública

El Acantilado es un programa cultural producido por la radio municipal del Ayuntamiento de Villafranca de los Barros. Un programa de cultura que se desarrolla en dos vertientes: dar a conocer la agenda cultural de Villafranca y realizar monográficos relacionados con aspectos culturales nacionales e internacionales.

La iniciativa está ubicada en una radio pública y está desarrollada por los periodistas Isabel Diaz Gallardo y Fernando Clemente Morales, que desde hace 30 años trabajan en este medio, hecho que les ha permitido crear un fuerte vínculo con la comunidad local.

El programa, a través de su labor de divulgación cultural, realiza un gran trabajo para dar a conocer las iniciativas culturales que se están llevando a cabo en la localidad y en la comarca, y al mismo tiempo realiza una función educativa elaborando monográficos específicos sobre temas culturales de interés nacional e internacional. Esta labor es muy importante para favorecer un desarrollo sostenible del medio rural.

Retos cumplidos con mayor éxito



contenido editorial

El programa radiofónico da espacio a la agenda cultural de la localidad de Villafranca y al mismo tiempo propone monográficos culturales sobre temas culturales regionales, nacionales y/o internacionales.



medioambiente y desarrollo rural

A través de su labor de divulgación cultural local y de iniciativas regionales el programa favorece un desarrollo sostenible del medio rural.

El Café de la Lluvia

📍 Las Rozas de Madrid (Comunidad de Madrid)

Cobertura geográfica
nacional e internacional

Formato
streaming, podcast y blogging

Periodicidad
bisemanal

Distribución
gratuita

Año de fundación
2011

Medio de ingresos
micromecenazgo

Figura jurídica
sin Figura jurídica

El Café de la Lluvia es un medio de comunicación que versa sobre cultura, ciencia y educación tratando temas de historia, arte, música, literatura, filosofía, ciencia y educación. El Café de Lluvia es un espacio que si bien está atento a la actualidad, también aboga por la reflexión y la profundidad en los temas.

Esta iniciativa está ubicada en la zona rural de la provincia de Madrid desde donde semanalmente a través del canal de Twitch en directo El Café de la Lluvia difunde su programación basada esencialmente en charlar con invitados e invitadas sobre temas culturales. Desde el directo los contenidos del programa son difundidos en formatos podcast en las plataformas más conocidas. El proyecto cuenta con una página web donde se encuentra toda la información y los históricos de las temporadas pasadas del programa.

El medio, sin figura jurídica, está liderado por Javier Fernández Negro (fundador y director) y Aroa Velasco Pérez (subdirectora), que han creado una comunidad muy comprometida con el medio promoviendo la participación en la sostenibilidad a través del micromecenazgo.

Retos cumplidos con mayor éxito



sostenibilidad

Propone la participación de la audiencia en la sostenibilidad del medio a través del micromecenazgo.



innovación

Difunde su contenido a través de emisiones en directo en la plataforma Twitch.

MiExtremadura

 Mérida (Extremadura)

Formato

blog

Periodicidad

bisemanal y newsletter semanal

Distribución

gratuita

Año de fundación

2018

Medio de ingresos

reportajes patrocinados

Figura jurídica

sociedad por capitales

MiExtremadura es un blog que nació en 2018 para llevar el patrimonio extremeño a las casas de las personas de la región. El objetivo principal del medio es acercar a las comunidades locales su patrimonio cultural y natural.

El medio está liderado por el fotógrafo Diego J. Casillas Torres, persona responsable de sus contenidos y publicaciones sobre Extremadura y la zona de La Raya centrándose en temáticas como patrimonio, gastronomía y turismo cultural desde un prisma regional. Todo el contenido prioriza el tratamiento de la imagen con una fotografía de gran calidad que es un gran atractivo para la comunidad de lectores/as.

El medio se distingue por fomentar artículos de cooperación con miembros expertos de la Comunidad que realizan textos que combinan con las fotos de gran calidad de MiExtremadura.

Retos cumplidos con mayor éxito



diseño e identidad gráfica

Medio visual que se basa en la calidad de las fotos del responsable del proyecto.



forma de trabajo

El medio propone colaboraciones con expertos/as de la cultura local, la historia y la historia del arte, y con otros perfiles profesionales como guías.

Sierra y Llano

 Torre de Santa María (Extremadura)

Formato

blog

Periodicidad

frecuencia irregular dado el carácter voluntario del medio

Distribución

gratuita

Año de fundación

2018

Medio de ingresos

subvenciones públicas

Figura jurídica

asociación

Sierra y Llano es un medio de comunicación rural que cubre la información relacionada con la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja (en Cáceres, Extremadura) tratando aspectos como el desarrollo rural y la cultura local.

Actualmente la iniciativa es posible gracias al personal del Grupo de Acción Local de La Asociación para el Desarrollo Integral de Sierra de Montánchez y Tamuja (ADISMONTA) que es una entidad asociativa sin ánimo de lucro, cuyos objetivos se centran en promover el desarrollo sostenible e integral de los territorios y municipios que conforman su ámbito comarcal de actuación.

Uno de sus objetivos fundamentales es fomentar la participación ciudadana en el medio haciendo que el territorio sea protagonista del contenido publicado. Para ello el personal de la asociación se encarga de instruir a las personas voluntarias que escriben en el medio a través formación en la digitalización y en la escritura del contenido mediante talleres.

Retos cumplidos con mayor éxito



participación ciudadana

Medio que fomenta la colaboración entre las entidades locales para informar sobre la actualidad de su comarca.



formación

Medio comprometido con la formación de sus colaboradores y colaboradoras a través de actividades formativas sobre contenido y digitalización.

Bélgica



FullTV

 Charleroi

Formato

televisión en línea

Periodicidad

semanal

Distribución

gratuita

Año de fundación

2007

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

asociación

FullTV es un medio apoyado por la Maison des Jeunes l'Éveil situada en Charleroi. Sus reportajes de vídeo sobre la vida local se difunden en su canal de Youtube, que cuenta con casi 4.000 suscriptores/as.

El objetivo de este medio de comunicación es destacar las iniciativas positivas de Charleroi. "No hacemos periodismo, hacemos cosas positivas", dice uno de los creadores de FullTV. Observando que la imagen de la ciudad de Charleroi tal como se presenta en los medios de comunicación tradicionales es negativa y degradada, los creadores querían mostrar lo que se hacía de forma positiva.

Han elegido el vídeo como formato. Para ello fue necesario formar a jóvenes y a supervisores/as en la producción de vídeos. Gracias a actividades de formación, prácticas, aprendizaje y desarrollo, FullTV ha evolucionado a lo largo de los años hasta convertirse en un medio participativo.

FullTV utiliza especialmente los códigos y las herramientas de comunicación de la generación más joven: un canal de YouTube dinámico y bien organizado, formatos cortos y eficaces, una selección de temas (música, cultura, juventud, deportes, etc.) y una presencia en las redes sociales con, por ejemplo, 19.000 suscriptores en Facebook.

Retos cumplidos con mayor éxito



comunidad

Fulltv cuenta con más de 4.000 suscriptores en su canal de Youtube, lo que es aún más destacable por tratarse de un medio local y comunitario.

Amour & Sagesse

 Forest

Formato

revista en papel

Periodicidad

trimestral

Distribución

gratuita

Año de fundación

2020

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

asociación

“¡Abran paso a las personas mayores y arremánguense!” Ciertamente, la línea editorial de la revista Amour & Sagesse hace sonreír. Y eso es exactamente lo que quieren los/as creadores/as de esta revista, que explora las alegrías y las promesas de la vejez.

Un equipo de profesionales acompaña a personas mayores voluntarias en la producción de esta revista: un editor, un diseñador gráfico y un fotógrafo. Amour & sagesse es una revista hecha por y para personas mayores. Por lo tanto, se encargan de la elección de los temas y de su redacción. Las historias de vida, los reportajes, los retratos y los testimonios están realizados por fotografías de producción profesional que sitúan a esta revista lejos de los clichés convencionales con colores saturados de las destinadas a la comunicación de los mayores.

Los temas que se tratan también están lejos de la inversión financiera y la gestión del patrimonio. En Amour & sagesse, se trata la exclusión, la soledad, la inmigración y también la literatura, los deportes, la historia, la cocina, la salud...

Uno de los valores añadidos de este medio es su fuerza gráfica, con un trabajo fotográfico muy cuidado y enérgico que rompe con la imagen habitual de la vejez en los medios de comunicación.

Retos cumplidos con mayor éxito



contenido editorial

El contenido editorial se centra exclusivamente en la tercera edad con un ángulo específico: la alegría y la promesa de la vejez.



diseño e identidad gráfica

El diseño y la identidad gráfica de la revista Amour & sagesse son notables: coloridos, extravagantes y vivos, con un trabajo fotográfico muy logrado.

Médor

 Bruselas

Formato

revista digital y papel

Periodicidad

trimestral (papel)

Distribución

en parte de libre acceso,
en parte de pago

Año de fundación

2014

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

sociedad cooperativa de
responsabilidad limitada y fin social

Médor es una revista de investigación y un medio de comunicación independiente que ofrece investigaciones e historias sobre Bélgica. Utilizando las herramientas del periodismo de investigación, aborda diversos temas alejándose de la actualidad. Recientemente, se han publicado artículos sobre la violencia policial, la industria farmacéutica, el mundo del trabajo, el género, etc., centrándose en la defensa de los ciudadanos. Médor ofrece series temáticas que se enmarcan en el periodismo de impacto y pretenden contribuir a la mejora de la sociedad.

Médor ha introducido nuevas prácticas de trabajo, como un equipo editorial rotativo y un diseño gráfico basado en software libre. El papel de la ciudadanía en la elaboración de la revista es importante a varios niveles: La financiación está a cargo de una cooperativa de la ciudadanía y las personas lectoras son llamadas a participar en encuestas o a lanzar alertas: medor.coop/nos-campagnes-en-cours/

También cabe destacar el trabajo gráfico y visual, que es muy impactante.

Retos cumplidos con mayor éxito



participación ciudadana

Una sección del sitio web de Médor está dedicada a las denuncias. La ciudadanía puede informar al periódico de un posible tema a tratar.



contenido editorial

Médor es un periódico de investigación que trata todos los temas que afectan a Bélgica. Los artículos están muy documentados.



diseño e identidad gráfica

El diseño y el grafismo se basan en los códigos del arte pop: cercano al dibujo, vivo y colorido.

Alter Médialab

 Bruselas

Formato

la revista se publica en papel como suplemento de la revista alter:échos; y en línea

Periodicidad

anual

Distribución

gratuita (suplemento del magazine alter:échos)

Año de fundación

2014

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

asociación

Alter Médialab es un proyecto de periodismo participativo de la agencia Alter, que produce, entre otras, la revista Alter:échos. Alter Medialab se presenta como un laboratorio de experimentación del periodismo crítico, participativo y ciudadano. Su objetivo es dar voz a los lectores y las lectoras con vulnerabilidad, siguiendo el mismo ángulo que la revista Alter:échos.

En 2014, un primer número reunió e hizo trabajar conjuntamente a periodistas profesionales y personas con discapacidad. Entonces nació el modelo de trabajo de Alter Médialab: dos periodistas de la redacción de alter:échos se pasaron al proyecto Alter Médialab para acompañar a los aficionados y las aficionadas en la producción del periódico.

Los y las periodistas de alter:échos fueron formados/as en periodismo ciudadano por Philippe Merlant, de la Université Populaire pour une Information Citoyenne, en 2014 y 2015, tras haber ganado un premio por la producción del primer número de Alter Médialab.

Retos cumplidos con mayor éxito



formación

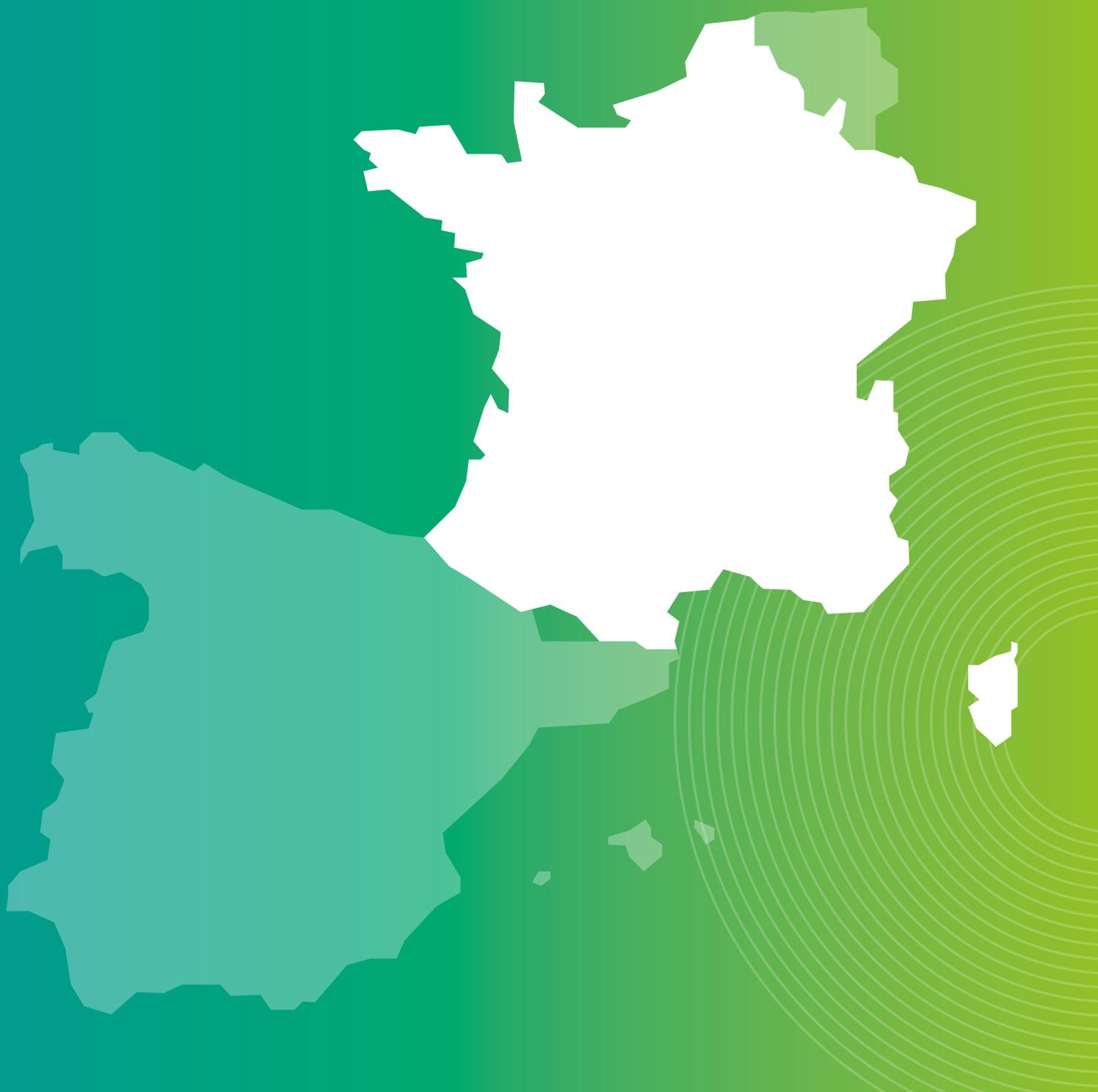
Los y las periodistas de Alter:échos han recibido formación en periodismo ciudadano: acompañamiento de ciudadanos y ciudadanas, apoyo editorial, etc.



forma de trabajo

Cuando se recaudan fondos suficientes para poner en marcha un proyecto periodístico a través de AlterMediaLab, se destinan uno/a o varios/as periodistas de la redacción de Alter:echoes para satisfacer las necesidades del proyecto ciudadano llevado a cabo por AlterMediaLab.

Francia



Le Médiaa

 Oise, Marne, Seine-et-Marne

Formato

periódico digital

Periodicidad

diario

Distribución

gratuita

Año de fundación

2020

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

sociedad anónima simplificada

Mediaa es un periódico digital de información independiente. Se presenta como un “medio de comunicación social”, a medio camino entre un periódico y una red social, “abierto a la voz de los actores económicos, políticos, sociales, culturales y asociativos locales”.

Su redacción es una mezcla de periodistas y colaboradores/as de la sociedad civil. Las contribuciones de los actores locales se publican en una columna específica. Aportan una perspectiva libre e independiente sobre su tema favorito en relación con su territorio y/o la actualidad. El proceso de contribución se explica con consejos y fichas prácticas:

lemediaa.com/devenir-contributeur/

Retos cumplidos con mayor éxito



participación ciudadana

La ciudadanía puede retomar un tema y publicar un artículo en el sitio web de Mediaa. Las contribuciones ocasionales son visibles desde la página de inicio del sitio.

Bondy Blog



Formato

blog

Periodicidad

variable

Distribución

gratuita

Año de fundación

2005

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

asociación

Fundado en 2005 por la revista suiza L'Hebdo el Blog de Bondy es un actor puro, el primero en Francia que ha dado voz a habitantes de los barrios populares, empezando por los de Bondy, en Seine-Saint-Denis. Se cita como ejemplo para muchos proyectos por su carácter innovador. "Es un medio de comunicación en línea nacido en la época de las revueltas urbanas de noviembre de 2005, tras la muerte de Zyed Benna y Bouna Traoré. Una iniciativa impulsada por Serge Michel y Mohamed Hamidi. Más de una década después, este objetivo, contar el día a día de las personas que no son escuchadas o cuya voz está distorsionada, estigmatizada, minoritaria, no ha cambiado.

El blog de Bondy tiene un gran número de seguidores/as en las redes sociales, con más de 50.000 suscriptores/as en Facebook y más de 56.000 seguidores/as en Twitter, y cuenta con una redacción de unos 20 informadores/as, no todos periodistas profesionales. Algunos/as están en formación, buscando trabajo, al principio de su carrera profesional, jubilados/as...

La otra vocación del Blog Bondy es la educación en medios de comunicación. Para ello, coexisten varios formatos, desde la Masterclass -que es una oportunidad para que los/as periodistas se reúnan con el público en general- hasta talleres dirigidos por reporteros/as en las escuelas. El blog de Bondy también está en el origen de la clase preparatoria "Igualdad de oportunidades" para los exámenes de la escuela de periodismo.

Retos cumplidos con mayor éxito



innovación

Le Bondy Blog es innovador en varios aspectos. Es la primera editorial francesa que ha basado su línea editorial en un territorio definido, la ciudad suburbana, y que cuenta su historia eligiendo temas que conciernen a la vida cotidiana de sus habitantes.



comunidad

Le Bondy Blog tiene casi 60.000 seguidores/as en Twitter y más de 40.000 suscriptores/as en Facebook.



formación

Le Bondy Blog organiza clases magistrales de educación mediática con periodistas profesionales abiertas al público. También es el iniciador de la clase preparatoria de igualdad de oportunidades para los exámenes de la escuela de periodismo, en colaboración con la Escuela de Periodismo de Lille.

Télé Millevaches

 Faux-la-Montagne, plateau de Millevaches

Formato

web tv en línea

Periodicidad

variable

Distribución

gratuita

Año de fundación

1986

Medio de ingresos

dato no proporcionado

Figura jurídica

asociación

Creada en 1986, Télé Millevaches produce reportajes audiovisuales sobre el territorio rural que es la meseta de Millevaches. "Télé Millevaches" es una cadena de televisión local que se ocupa de quienes la ven.

Con reportajes de vídeo y "Le magazine du plateau", una revista mensual de noticias, Télé Millevaches pretende promover la comunicación en esta zona poco poblada, para poner de relieve la riqueza del patrimonio, las acciones culturales y las iniciativas innovadoras.

La línea editorial está ciertamente centrada en la actualidad, pero ésta se trata siempre desde el ángulo del ámbito rural. Algunos temas locales están más representados que en un medio nacional, como la industria de la madera, por ejemplo, porque es especialmente importante en esta región.

Télé Millevaches también ofrece talleres y formación audiovisual para escuelas y adultos. En Francia hay muchas televisiones web, a menudo asociativas y participativas. Muchos de ellos están situados en zonas rurales, como Télé Millevaches. Se agrupan en la Federación Nacional del Audiovisual Participativo y trabajan así por la apropiación de los medios de vídeo por parte de los ciudadanos.

Retos cumplidos con mayor éxito



contenido editorial

La línea editorial de Télé Millevaches es tratar los mismos temas que la televisión nacional, pero desde un ángulo local.



formación

El equipo profesional de Télé Millevaches puede ser destinado a proyectos de educación en medios de comunicación, en función de la demanda.

Journaux en direct

 París

Formato
periódico

“Journaux en direct” es una acción de la asociación “Jets d’encre” que anima a los y las jóvenes de 11 a 25 años a crear periódicos en sus espacios vitales.

Periodicidad
variable

Se puede crear un periódico en directo durante un evento, un seminario, un congreso, una reunión... Ofrece un resumen de los debates, informa sobre el ambiente y da la opinión de la organización, ponentes y participantes. Se entrega a los/as participantes “à la criée” al final del evento.

Distribución
gratuita

Medio de ingresos
dato no proporcionado

La particularidad de la asociación Jets d’encre es dar la palabra a los jóvenes. Se les deja deliberadamente lo más independiente posible para respetar su libertad de expresión.

Figura jurídica
asociación

Retos cumplidos con mayor éxito



participación ciudadana

Los y las jóvenes de entre 11 y 25 años diseñan el periódico. Las personas adultas sólo tienen un papel de acompañamiento y permanecen vigilantes para respetar la libertad de expresión de las personas jóvenes.



forma de trabajo

Los y las aprendices de periodista experimentan con una redacción de corta duración, en la que el periódico se distribuye después de haber cubierto un evento de un día.

Radio Vassivière

 Royère-de-Vassivière

Formato
radio

Radio Vassivière es una emisora asociativa que emite para las montañas del Lemosín, la meseta de Millevaches y sus alrededores.

Periodicidad
diaria

Con sus dos estudios, produce sus programas, emite las 24 horas del día y opera en cuatro frecuencias. Los horarios de información se programan varias veces al día; también emite programas producidos por sus socios. Su programa se centra en la comunicación social local, gracias a una veintena de emisiones públicas al año y a numerosas asociaciones con agentes locales.

Distribución
gratuita

Año de fundación
1984

La formación es una parte importante del programa, a través de sesiones de formación de un día, intervenciones en escuelas, con personas o solicitantes de asilo, así como el apoyo durante todo el año para la creación de un programa de radio según las necesidades del contribuyente.

Medio de ingresos
dato no proporcionado

Figura jurídica
asociación

Retos cumplidos con mayor éxito



contenido editorial

La línea editorial de Radio Vassivière consiste en la difusión de información nacional durante los boletines informativos diarios intercalados con información local.

Conclusiones

La ciudadanía rural tiene un gran potencial para fortalecer la narrativa cultural y artística de su territorio. A pesar de que los medios de comunicación se concentran en los grandes núcleos urbanos, el proyecto Rural Stories ha identificado que en España, Bélgica y Francia existen iniciativas que dan voz a la ciudadanía rural y visibilizan los temas de su interés a través de prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo. Estos medios destacan por sus procesos participativos y sus activas comunidades, demostrando que la cooperación es la clave para el desarrollo de los territorios.

Las conclusiones que se extraen del análisis de las buenas prácticas identificadas indican que el periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural debe sustentarse sobre 3 pilares:

La cooperación

Desarrollo de estrategias conjuntas que persiguen un objetivo común entre la sociedad civil y los stakeholders que habitan el medio rural europeo.

Arraigo al territorio

Aprecio y respeto a la identidad del territorio y a las dinámicas propias del medio rural considerando los códigos y estilos de vida de las personas que lo habitan.

El desarrollo sostenible

La sostenibilidad social, económica y medioambiental influye positivamente en las estrategias, mecanismos y acciones desarrolladas por y para la ciudadanía rural de Europa.

El medio rural juega un papel esencial en el desarrollo de Europa y todos los stakeholders están comprometidos con la visión a largo plazo de las zonas rurales. La Comisión Europea está desarrollando una estrategia de intervención y cooperación en los retos y oportunidades de las zonas rurales que se enmarcará en el Pacto Rural. El proyecto Rural Stories contribuye de manera positiva a la consecución de los objetivos fijados por la Comisión Europea. El periodismo cultural, ciudadano y participativo en el medio rural que propone Rural Stories se compromete a:

Tomar la palabra y hacer escuchar a Europa nuestro mensaje,

el mensaje de las personas y organizaciones que habitamos el medio rural, a través de la implementación de actividades formativas y el diseño de herramientas que faciliten la narrativa cultural y artística de los territorios.

Facilitar la cooperación para el desarrollo de buenas prácticas

que generen relaciones horizontales, identificando buenas prácticas de periodismo cultural, ciudadano y participativo del medio rural y generando espacios de encuentro y sinergias internacionales y transnacionales.

Liderar el cambio en las zonas rurales

como miembros de una sociedad civil activa y participativa identificando líderes de comunidades locales que se conviertan en roles fuertes que inspiren a los miembros de las comunidades a tomar posesión de su liderazgo rural.

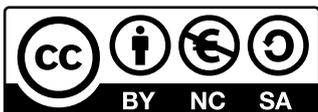
Toda la información relativa al proyecto europeo Rural Stories está disponible en la página web ruralstories.eu



Rural Stories es un proyecto iniciado por **Le Nouveau Studio** - **www.champslibres.media** (FR), **Le Laba** (FR), **Wazo Sociedad Cooperativa** (ES) et **Signélazer** (BE) con el apoyo de la Unión Europea en el marco del programa Erasmus + Educación y Formación.

Rural Stories es un proyecto con licencia Creative Commons.

Este trabajo está disponible bajo el proyecto europeo Rural Stories, 2021-1-FR01-KA210-ADU-000034085 bajo los términos de la licencia internacional Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 realizada por Le Nouveau Studio, Le LABA, Signélazer y Wazo Sociedad Cooperativa.



El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye un respaldo de su contenido, que es responsabilidad exclusiva de sus autores/as, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.