



ESTRATEGIA DE DESARROLLO

Resultado del

NÚMERO DE PROYECTO

2021-1-AT01-KA220-YOU-000034217

AUTOR



Introducción

Este documento presenta la estrategia de creación de comunidad para el proyecto Women4Green. Describe la estrategia y las herramientas previstas para crear y activar una comunidad viva e inspiradora. Además, identifica los grupos destinatarios del proyecto, sus necesidades y explica cómo llegar a ellos. La estrategia de creación de comunidad ofrece información y sugerencias para lograr el mejor alcance y efecto de una comunidad on y offline, teniendo en cuenta tanto el consorcio como las actividades individuales de los socios.

Women4Green es un proyecto destinado a introducir a mujeres y niñas en las carreras del sector ecológico, ya que se observa una brecha de género en este campo aunque estos empleos tienen buenas perspectivas de futuro.

La estrategia de creación de comunidades es fundamental para alcanzar los objetivos del proyecto, ya que se llega a los grupos destinatarios y se les hace partícipes de contenidos relevantes para

- aumentar la concienciación y el interés de las mujeres jóvenes por las futuras profesiones relevantes de la economía verde y contribuir así a la igualdad de género en este ámbito profesional
- capacitar a las jóvenes para que se decidan por un empleo en la economía verde
- iniciar adaptaciones en la orientación profesional de los jóvenes, centrándose en la orientación laboral hacia los empleos de la economía verde, teniendo en cuenta un enfoque sensible a las cuestiones de género
- ofrecer una visión clara y general de los empleos existentes y en evolución en la economía verde y de las cualificaciones y competencias necesarias, así como información sobre los itinerarios educativos al respecto.

La creación de comunidad se facilita en el curso del proyecto, pero se aborda aún más en el curso de la cooperación transnacional. En el transcurso de los eventos LTT planificados, las mujeres jóvenes pueden, por un lado, intercambiar información y experiencias, así como empoderarse y apoyarse mutuamente para emprender una carrera en un empleo verde. Por otro lado, también las organizaciones juveniles participantes y las organizaciones implicadas en la orientación laboral de los jóvenes pueden intercambiar y trabajar en red personalmente, obteniendo también una visión más concreta de cómo acercarse específicamente a las mujeres jóvenes en el transcurso de un intercambio y análisis común en el transcurso de los eventos.

Se hace hincapié en la creación de una comunidad a lo largo de toda la duración del proyecto, lo que se facilitará proporcionando una plataforma común para el intercambio que reúna a mujeres jóvenes interesadas y buenas prácticas para el intercambio, por un lado, y realizando diferentes talleres con expertos y modelos a seguir en este campo, por otro. Además, para proporcionar una aportación adicional inspiradora y atractiva se generarán episodios de Podcast que incluirán a mujeres que ya estén trabajando con éxito en el campo de los empleos verdes, a empresas del sector o también a personas que trabajen en la orientación laboral.

ÖJAB es el socio responsable de la estrategia de creación de comunidad y supervisa su aplicación, que será apoyada y aplicada activamente por todo el consorcio. Por lo tanto, cada socio participará activamente en la promoción, el intercambio y la alimentación de la comunidad del proyecto,

contribuyendo así a obtener los mejores resultados y una evaluación positiva. Cada socio llevará a cabo un taller de creación de comunidad de acuerdo con el concepto presentado y contribuirá a dos talleres internacionales de creación de comunidad. ÖJAB y SBCT crearán anuncios para la comunidad en línea y los publicarán una vez a la semana (cada organización), mientras que Jonathan coordinará la comunidad en línea y será responsable de la creación de historias atractivas, así como del intercambio escrito con la comunidad.

Para ofrecer contenidos interesantes a la comunidad, se desarrollará un podcast. ÖJAB desarrollará el concepto del podcast y producirá 3 episodios en inglés. Los demás socios producirán 1 episodio en su lengua local.

1. Entrada teórica

1.1 Autonomía de la mujer

Las mujeres y las niñas constituyen más de la mitad de la población mundial y se ven mucho más afectadas que los hombres y los niños por la pobreza, el cambio climático, la inseguridad y la escasez de alimentos, la atención sanitaria inadecuada, las crisis económicas mundiales y los desastres medioambientales en muchas regiones. Están desproporcionadamente expuestas a múltiples formas de discriminación y violencia de género en todas las sociedades, a menudo con impunidad. La desigualdad de género es un fenómeno mundial que priva a las mujeres y las niñas de sus derechos humanos y oportunidades. Esta desventaja debe abordarse y reducirse para 2030 como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por ello, la igualdad de género se incluye como Objetivo nº 5 independiente en los ODS



Para alcanzar este objetivo, la participación política y económica y la inclusión son cruciales. Al apoyar a las mujeres jóvenes y a las niñas para que se esfuercen por conseguir empleos en el sector ecológico, el proyecto Women4Green se alinea con este objetivo, especialmente con el Objetivo nº 5.5 Garantizar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades en puestos de liderazgo.

El cambio climático y la destrucción del medio ambiente son dos de los principales retos del futuro. Por ello es indispensable una reorientación económica hacia la sostenibilidad. Por ello, es conveniente implicar activamente a las mujeres y las niñas en este proceso y configurar este cambio en función de sus necesidades.

1 <https://sdgs.un.org/goals>

Participar en los procesos políticos y económicos y en la toma de decisiones es un componente esencial de los derechos de las mujeres y las niñas. Aunque las mujeres participan en la toma de decisiones a todos los niveles, a menudo su participación se produce en términos desiguales, obstaculizada por normas y expectativas de género que limitan su acceso a puestos sociales decisivos en la política y la economía. Esto hace que se pierdan importantes oportunidades, tanto para el individuo como para las comunidades. Porque las mujeres suelen tener salarios más bajos, pero, al mismo tiempo, es más probable que vivan en un hogar con niños, lo que aumenta el riesgo de pobreza para las mujeres y los niños.

Existen diferentes enfoques de la capacitación de la mujer, pero 5 componentes suelen considerarse centrales (y pueden aplicarse en diferentes ámbitos de la vida):

- El sentido de autoestima de las mujeres;
- Su derecho a tener y determinar opciones;
- Su derecho a tener acceso a oportunidades y recursos;
- Su derecho a tener el poder de controlar su propia vida, tanto dentro como fuera del hogar; y
- Su capacidad de influir en la dirección del cambio social para crear un orden social y económico más justo, a escala nacional e internacional. ¹

El proyecto Women4Green aborda los 5 componentes capacitando a mujeres jóvenes y niñas para tomar decisiones informadas sobre su futuro profesional y económico. Se cuestionan los roles de género obstructivos y se abren así nuevas perspectivas, que también permiten oportunidades laborales lucrativas que garantizan una base económica sólida. Además, las mujeres se convierten en agentes del cambio sostenible. Los empleos verdes representan un nuevo tipo de empleo que aún no está atrapado en la historia y la inercia de la desigualdad social. Esto podría representar una oportunidad para un reparto más equitativo de los ingresos entre el capital y el trabajo. Esta oportunidad también puede ayudar a las mujeres a emprender trayectorias profesionales que les permitan tener una mayor seguridad económica y mantenerse a sí mismas y a sus familias. ²

A largo plazo, esto permite un efecto "abrepuestas", es decir, que al principio son pocas las mujeres que acceden a estas profesiones, pero como modelos de conducta, a través de las relaciones y las redes, el acceso a estas profesiones también se hace cada vez más fácil para otras mujeres.

Además, significa que las mujeres participan activamente en la resolución o el tratamiento de los problemas más acuciantes del futuro a largo plazo. Esto, a su vez, permite que se tengan en cuenta las necesidades de las mujeres a la hora de abordar estos problemas futuros, en lugar de un compromiso entre justicia social y conciencia ecológica.

¹ <https://www.empowerwomen.org/en/community/discussions/2016/11/five-major-components-of-womens-empowerment>

² <https://www.greengrowthknowledge.org/research/green-jobs-and-women-workers-employment-equity-equality>

1.2 El papel de las comunidades en la capacitación de las mujeres

Las comunidades desempeñan un papel importante en la capacitación de las mujeres. En ellas, las mujeres encuentran apoyo, ánimo e información que les facilita tomar decisiones sostenibles para sus vidas. También se establecen relaciones y redes que abren carreras profesionales al proporcionar o facilitar el acceso a puestos de trabajo. De este modo, las personas se informan sobre las trayectorias profesionales, las cualificaciones pertinentes y conocen posibles empleos y empleadores.

En el plano psicosocial, las mujeres encuentran un punto de contacto en las comunidades. En ellas pueden intercambiar opiniones -idealmente en un clima de confianza- y encontrar apoyo, inspiración y testimonios positivos. Esto es especialmente importante cuando se adoptan posturas o decisiones que se salen de la norma. Los empleos verdes no son ocupaciones clásicamente femeninas porque no están dominados por componentes sociales. En consecuencia, estos empleos son menos obvios para las mujeres, lo que los convierte en una opción alejada de la norma, y las mujeres encuentran primero menos validación cuando toman ese camino. Una comunidad puede amortiguar esta situación poniendo en contacto a personas con ideas afines e intercambiándolas, y señalando figuras identificativas que hayan tomado ese camino.

Dado que el sector ecológico es aún bastante nuevo, las cifras y los estudios sobre él son todavía bastante manejables. Dado que el sector ecológico es un sector nuevo, los prejuicios en este ámbito aún no están tan fuertemente formados y arraigados. Por lo tanto, existen estudios sobre el hecho de que las mujeres perciben este campo relativamente atractivo y tangible³. Como alternativa, se puede recurrir a los estudios sobre STEM y las mujeres para orientarse, ya que existe un gran solapamiento en este ámbito.

2. Visión y misión

La creación de comunidades representa uno de los principales pilares del proyecto Women4Green, porque, por un lado, contribuye a alcanzar los objetivos generales del proyecto y, por otro, también apoya todas las demás actividades y resultados del proyecto, promoviéndolos entre un público interesado.

Una comunidad fuerte e inspiradora es esencial para

- aumentar la concienciación y el interés de las mujeres jóvenes por las futuras profesiones relevantes de la economía verde y contribuir así a la igualdad de género en este ámbito profesional
- capacitar a las jóvenes para que se decidan por un empleo en la economía verde
- iniciar adaptaciones en la orientación profesional de los jóvenes, centrándose en la orientación laboral hacia los empleos de la economía verde, teniendo en cuenta un enfoque sensible a las cuestiones de género
- ofrecer una visión clara y general de los empleos existentes y en evolución en la economía verde y de las cualificaciones y competencias necesarias, así como información sobre los itinerarios educativos al respecto.

³ <https://www.unido.org/news/how-can-more-women-power-transition-green-industry>

Para lograrlo, la construcción de la comunidad persigue la visión de crear una comunidad vibrante de mujeres jóvenes y niñas. Con, sobre y a través de la comunidad, se abren perspectivas profesionales. Las mujeres y las niñas aprenden sobre nuevas profesiones y cómo conseguirlas. Así, no sólo se dan a conocer las profesiones, sino también los itinerarios educativos pertinentes. Con este conocimiento, las mujeres y las niñas están capacitadas para tomar decisiones conscientes sobre sus carreras y, por tanto, para darles forma conscientemente.

Los miembros de la comunidad deben encontrar inspiración e intercambio sobre las opciones profesionales y la oportunidad de reflexionar sobre sus deseos y objetivos a este respecto, ya que a menudo la ponderación de determinadas condiciones marco cambia con el tiempo y, por tanto, a menudo se inician estudios, se hacen prácticas y más tarde se ejercen profesiones completamente distintas.

Lo ideal es que la comunidad ofrezca un lugar al que acudir para plantear preguntas y sugerencias sobre la elección de carrera y la sostenibilidad, y que desarrolle un impulso propio, es decir, que la comunidad no sólo sea alimentada con contenidos por el anfitrión (el proyecto), sino que también se llene de contenido y vida a través del intercambio de los miembros. Por lo tanto, el debate y el intercambio entre los miembros se desencadenarán e inspirarán. Una comunidad vive y se alimenta también de un fuerte intercambio entre sus miembros, tanto de conocimientos relacionados con el contenido, competencias, como de oportunidades relacionadas, experiencias directas, es decir, experiencias personales de trabajo/prácticas ecológicas, también sobre "vías de formación que pueden iniciar y seguir para alcanzar un determinado objetivo".

Según los estudios, una comunidad en línea debe seguir tres enfoques principales:

- **Informar:** compartir y distribuir información relevante para las carreras en el sector ecológico.
- **Comprometerse:** crear un entorno propicio e inspirador.
- **Empoderar:** luchar contra los modelos de conducta limitadores

La construcción de la comunidad es crucial, ya que implica y compromete directamente al grupo destinatario y está activa permanentemente.

3. Grupos destinatarios

La comunidad se dirige principalmente a chicas y mujeres jóvenes en la fase de orientación profesional, pero también en la fase de reorientación (por ejemplo, después de empezar la primera carrera). Debido a su enfoque temático, la comunidad atrae sobre todo a personas que se encuentran al final de su primer itinerario educativo. Sin embargo, dado que la comunidad se crea en línea, también está abierta a otras personas, independientemente de su sexo, edad, etc.

Los grupos destinatarios indirectos son las personas que apoyan la orientación profesional e introducen a las jóvenes en trayectorias profesionales alternativas o novedosas, como profesores, formadores y trabajadores juveniles.

Los contenidos de la comunidad se publican principalmente en inglés, lo que por un lado abre el círculo de usuarios más allá de las fronteras nacionales, pero al mismo tiempo, por supuesto, posiblemente lo restringe debido a los conocimientos lingüísticos necesarios. Las generaciones más jóvenes, en particular, muestran una gran afinidad por los contenidos en inglés, por lo que se percibe más bien como un potencial. Además, el contenido debe ser bastante sencillo y de bajo umbral, para que los conocimientos lingüísticos necesarios no sean demasiado exigentes.

4. Aplicación

4.1 Comunidad en línea

4.1.1 Estrategia de creación de comunidades y campaña en los medios sociales

Como parte del proyecto Women4Green, se desarrollará tanto una estrategia de creación de comunidad como una campaña en las redes sociales. Ambas se llevarán a cabo principalmente en las redes sociales, aunque la creación de comunidad se centrará en un grupo de Instagram, además de en una página del proyecto en Facebook e Instagram. La campaña en los medios sociales y la creación de comunidad tienen objetivos diferentes y complementarios. La campaña en las redes sociales tiene como objetivo informar sobre el proyecto en sí, la promoción de los resultados del proyecto y el contenido del proyecto. De este modo, cumple la misión informativa de los canales de las redes sociales.

Por tanto, la construcción de la comunidad se centra más en el intercambio interpersonal, en el carácter social de la aparición de los medios sociales. Por tanto, se trata mucho más de dar forma a la interacción con y dentro de la comunidad que se forma a través y en torno al proyecto. Pero también utiliza y se refiere a las actividades y los resultados del proyecto.

4.1.2 Marco para una comunidad en línea

Toda comunidad necesita miembros comprometidos e interesados que la lleven, la animen y la hagan avanzar. En la competencia de internet por captar la atención es un reto especial ganarse a las personas interesadas y vincularlas, sobre todo porque uno quiere dirigirse a personas que de otro modo tendrían menos contacto con los temas del proyecto para crear un efecto más significativo y llegar a gente "fuera de la burbuja".

Por esta razón, un taller de creación de comunidades en línea debería ser el punto de partida de la comunidad. De este modo, los participantes que ya estén interesados pueden comprometerse activamente con los temas en línea. Para generar un intercambio activo y un espíritu de comunidad, en torno a este punto de partida deben establecerse muchos impulsos emocionantes que ofrezcan estímulos y vinculen a las personas.

También es importante crear un efecto de bola de nieve para que la comunidad siga creciendo tras este pistoletazo de salida y no se estanque. Para ello, pueden establecerse impulsos que atraigan la atención de otras personas hacia el contenido de la plataforma.

Por lo que respecta a la campaña en las redes sociales, los canales mencionados (Instagram y Facebook) se utilizarán, vincularán y promoverán en el marco de los talleres de creación de comunidades.

Todos los documentos y actividades comunitarios deben estar claramente relacionados con el proyecto, mostrando el logotipo del proyecto, el logotipo de Erasmus+ y utilizando un código de colores y un estilo similares (compárese con la estrategia de difusión).

Por lo tanto, elegimos un estilo reconocible para ilustrar el contenido en forma de plantillas que estuvieran en línea con el diseño del sitio web y la paleta de colores de W4G y .

Para las declaraciones personales que se compartirán con el retrato de estas personas se prefiere un estilo común (por ejemplo, blanco y negro con toques de color).

Cada post tiene que tener en cuenta los diferentes ratios laterales de Facebook e Instagram.

Instagram: 1080 px x 1080 px y formato vertical

Facebook: 1200 x 627 px y formato horizontal

4.1.3 Acceso a la comunidad en línea

El proyecto se ve a sí mismo en la dicotomía de llegar a mucha gente, pero especialmente llegar al grupo objetivo: mujeres* y niñas*. Aunque el acceso a la comunidad debe ser de bajo umbral, la comunidad debe ofrecer un espacio más seguro para el intercambio íntimo y de confianza entre mujeres* y niñas*. Por lo tanto, habrá una restricción de acceso previa y un control por parte de los administradores para permitir sólo el acceso a mujeres* y niñas*. Además, en caso de notoriedad y violación de las normas comunitarias autoimpuestas, las personas serán excluidas de la comunidad.

Al mismo tiempo, se pide repetidamente a los seguidores (=miembros de la comunidad) que añadan nuevas personas o llamen la atención sobre el contenido del canal de medios sociales (ver actividades).

4.1.4 Facilitación de una comunidad en línea

Toda comunidad en línea necesita facilitación. Las tareas de facilitación son

- Garantizar el cumplimiento de las normas comunitarias
- Facilitar una interacción respetuosa sobre los temas definidos por la comunidad
- Proporcionar contenidos para un debate fructífero o proporcionar contenidos apropiados y llamadas a la acción.
- Intercambio por escrito con la comunidad (por ejemplo, respondiendo a los DM)

Así pues, la facilitación contribuye significativamente a la atmósfera de una comunidad en línea al definir y garantizar los límites de la interacción. En nuestro caso, esta atmósfera debe caracterizarse por el respeto, la curiosidad, la objetividad y la motivación.

La facilitación de la comunidad en línea debe tener en cuenta los recursos y habilidades de los socios. Deben asignarse suficientes administradores para permitir reacciones rápidas en caso necesario. La facilitación de la comunidad en línea se divide en áreas de responsabilidad entre los socios;

- (1) Preparar y subir publicaciones de Instagram: SBTC & ÖJAB
- (2) Panorama general/ Estrategia de contenidos y participación de la comunidad: Jonathan

- (1) Para garantizar la continuidad, se compartirán al menos dos entradas y una historia por semana. El día de publicación de SBTC es el martes, mientras que ÖJAB subirá un post cada jueves. Los posts pueden ser informativos y/o un complemento a las historias de Jonathan. La distribución temática es la siguiente:

SBTC: Citas motivadoras, Modelos de conducta, Estadística y ciencia (Hechos y cifras), Desarrollar el potencial

ÖJAB: Contenido educativo, Presentación de diferentes Empleos Verdes, Preguntas, Orientación laboral

Para que Jonathan pueda adaptar sus historias a las publicaciones y desarrollar una estrategia de contenidos adecuada, SBTC y ÖJAB presentarán [aquí](#) sus publicaciones para el mes siguiente dentro del plan de publicaciones.

- (2) las historias deben ser interactivas, estimulantes e invitar a la participación (por ejemplo, planteando preguntas a la comunidad en las historias). El contenido interactivo siempre contendrá una llamada a la acción, como participar en una encuesta, compartir tu opinión, cuál es tu perspectiva, etc. Cada post contendrá texto y un elemento gráfico (como una imagen o animación). Jonathan resumirá los contenidos más relevantes, interesantes, populares, divertidos, etc. en un Instagram reel.

4.1.5 Normas comunitarias

Se establece previamente un código de conducta. El código proporciona orientación para la facilitación y un marco para la comunidad. Este código de conducta se fija en el sitio para que todos puedan verlo y acceder a él, e incluye objetivos, valores y normas. La facilitación supervisa el cumplimiento de las normas.

Para consultar el Reglamento de la Comunidad Women4Green, véase el ANEXO 1.

5. Talleres de creación de comunidades

5.1 Concepto para talleres de creación de comunidades

El objetivo de los talleres de creación de comunidad es llegar a las personas interesadas e implicarlas en los objetivos del proyecto. Durante el periodo del proyecto se celebrarán entre 4 y 6 talleres de desarrollo comunitario.

Todos los talleres de desarrollo comunitario deben encarnar el mismo espíritu que la propia comunidad: interactivo, informativo, potenciador. Salvo el acto inaugural y el final, los talleres de desarrollo comunitario están dirigidos a un público local. El Acto de Inauguración es en línea e internacional, por lo que constituye una excepción al concepto general. El Taller de Inauguración será organizado por todos los socios juntos, mientras que los talleres locales son organizados por un socio. Por lo tanto, los talleres locales se celebran en el idioma local y tienen una referencia regional.

Para cada taller, hay que encontrar un tema y un título adecuados que atraigan a un grupo destinatario joven, despierten interés y hagan que la gente quiera asistir al acto. Hay que procurar que el moderador sea una mujer* y que el panel también sea femenino.

5.2 Grupos destinatarios:

Los talleres de creación de comunidades se dirigen principalmente a chicas y mujeres jóvenes en la fase de orientación profesional, pero también en la de reorientación (por ejemplo, después de empezar su primera carrera). Debido al enfoque temático, la comunidad atrae sobre todo a personas que se encuentran al final de su primer itinerario educativo.

El taller de creación de comunidad también puede dirigirse (sólo o adicionalmente) al grupo objetivo indirecto de personas que apoyan la orientación profesional e introducen a las jóvenes en trayectorias profesionales alternativas o novedosas, como profesores, formadores y trabajadores juveniles. Para llegar exclusivamente a este grupo objetivo, se llevará a cabo un taller comunitario en línea en el centro sólo para este grupo objetivo. Partiendo de la base de que el formato en línea y el inglés suponen una barrera menor para este grupo objetivo y de que los educadores son un grupo multiplicador relevante.

Dependiendo del tema, el anfitrión puede decidir que el taller de creación de comunidad sólo esté abierto a personas LGBTIQ+. Esto puede tener sentido para temas más íntimos o controvertidos.

A diferencia de la comunidad en línea, los talleres de creación de comunidades tienen (en su mayoría) un alcance regional. Por lo tanto, los talleres pueden celebrarse en el idioma nacional, ya que así resultarán más personales y fáciles, especialmente para las personas con menos conocimientos de inglés.

5.3 Reclutamiento de participantes:

Encontrar participantes interesados y adecuados es crucial para el éxito de los talleres de creación de comunidades. Dependiendo del tema, puede tener sentido un número diferente de participantes. Los temas más delicados o los formatos más interactivos pueden tratarse mejor con un grupo más reducido y familiar. Por lo tanto, para cada taller de creación de comunidad debe sopesarse cuántas personas y por qué medios deben buscarse participantes. También puede tener sentido ofrecer un taller a un grupo

ya existente (por ejemplo, una clase escolar). Esta decisión depende también de las redes existentes del consorcio y de la normativa nacional (especialmente para el trabajo con centros educativos públicos).

Por lo tanto, la lista que figura a continuación ofrece ideas para una captación más amplia de participantes, que sea independiente de las redes o los antecedentes de la organización.

Para encontrar participantes interesados, pueden utilizarse los siguientes canales en línea:

- el sitio web del proyecto
- los canales de medios sociales del proyecto
- los canales de medios sociales de las organizaciones asociadas.

Dependiendo del contexto nacional, los siguientes canales son adecuados para publicitar los talleres de creación de comunidades:

- Escuelas
- Instalaciones de EFP
- Centros estatales de desempleo
- Centros Juveniles
- Clubes juveniles
- Plataformas en línea para la búsqueda de empleo
- Foros en línea para la búsqueda de empleo
- listas de correo
- y además.

La captación de participantes debe iniciarse siempre con suficiente antelación. Por ello, se recomienda iniciar la primera ronda de captación de público con al menos 3 semanas de antelación. Una semana antes del acto, puede enviarse otro recordatorio o -en función del número de inscripciones- puede intensificarse la captación utilizando nuevos canales. El reclutamiento informal en las propias redes puede hacerse en otros periodos.

Dado que los talleres de creación de comunidad tienen como objetivo hacer crecer nuestra comunidad, queremos mantenernos en contacto con los participantes y las personas interesadas. Por esta razón, las cuentas de Women4Green en las redes sociales deben ser visibles e invitar a encontrar nuevas personas que también puedan participar en otras actividades del proyecto. Por lo tanto, es necesario e importante un seguimiento de los talleres en , para mantener el contacto con las personas interesadas y tener la posibilidad de invitarlas a otras actividades.

5.4 Preparación:

- Fecha y hora:** Busque una fecha y una hora que resulten atractivas para su grupo destinatario. Tenga en cuenta el horario escolar típico de su país y elija una hora posterior (-> por la tarde).
- Lugar de celebración:** Busca un lugar adecuado para el taller.
- Título:** Busque un tema y un título atractivos. Si la captación de participantes se produce dentro de la propia organización o con un socio colaborador, considere el perfil de los participantes para el concepto del taller (en cuanto a duración, formato, posibles temas, nivel educativo).
- Inscripción:** El anfitrión debe decidir si es conveniente y útil inscribirse en el taller.
- Evento en línea:** Se puede crear un evento en Facebook/Eventbrite para hacer un seguimiento de los posibles participantes y así tener una idea de cuánta gente vendrá.
- Panelistas:** Busque mujeres expertas y/o modelos de conducta que sean adecuadas para el tema elegido y que puedan aportar diferentes perspectivas enriquecedoras. Las panelistas también pueden ser cazatalentos o personal de contratación.
- Promoción:** Crea un bonito folleto o banner en línea dependiendo de dónde quieras encontrar principalmente a los participantes.
- Promover:** Comparta la invitación al taller.
- Programa:** Organiza todo y a todos los que sean necesarios para tu programa
 - Facilitation
 - Altavoz
 - Material
- Promoción del proyecto:** Asegúrese de que la referencia al proyecto Women4Green y el logotipo de financiación de la UE sean visibles en todos los materiales y durante el evento.
- Documentación:** Prepare una lista de participantes y una lista de consentimiento para las fotografías. Tome fotografías.

Al principio y al final se realizarán dos talleres internacionales de creación de comunidades en línea. Las tareas enumeradas se distribuirán entre los socios y todos ellos contribuirán al éxito de los talleres internacionales de creación de comunidades.

5.5 Orden del día general:

- Bienvenido
Dé la bienvenida a los participantes en nombre de su organización y presente a los protagonistas del taller.
- Introducción del tema

Presente brevemente el tema del taller para dar una razón de por qué están todos aquí. En rondas más reducidas, el animador también puede preguntar por el interés personal en el tema y las expectativas del taller.

- Presentación del proyecto

Presentar el proyecto Women4Green con sus objetivos y próximas actividades interesantes.

- Tema

El tema principal se presentará con profundas reflexiones y diferentes perspectivas. Dependiendo del formato, esta parte también puede ser bastante interactiva y personal.

- Preguntas y debate

Deje espacio para preguntas y debate para que sea interactivo.

- Debate interactivo con

Estimular la interacción con las cuentas de redes sociales del proyecto.

- Evaluación

Evalúe el taller. En el ANEXO IV encontrará un modelo de evaluación.

Duración: de 45 min a 1 hora y media

Referencia del país: Para crear una referencia de país, se pueden representar empresas del sector ecológico ubicadas en el país o destacar industrias importantes con un vínculo sostenible. Otras posibilidades para una referencia de país son las ocupaciones deficitarias (=ocupaciones en las que la demanda de trabajadores supera con creces la oferta)

5.6 Documentación:

Documente el taller de creación de comunidades con el siguiente material:

- Invitación
- Agenda
- Lista de participantes
- Fotografía
- Resumen de la evaluación

El anfitrión de cada taller de desarrollo comunitario es responsable de recopilar y proporcionar a la ÖJAB los documentos mencionados, ya que son necesarios para el informe final.

La información y los comentarios adicionales ayudarán al consorcio a mejorar los futuros talleres de creación de comunidades.

6. Podcast

6.1 Marco

Los podcasts gozan de gran popularidad desde hace algún tiempo. Ofrecen la posibilidad de iluminar temas en distintas facetas de una manera poco intrusiva y también de entrar en distintos detalles. En el contexto de nuestro proyecto, ofrece un enfoque personal del tema que puede transmitir contenidos más profundos. Además, los podcasts pueden interactuar con la comunidad en línea, es decir, los podcasts pueden promocionarse allí, pero también las sugerencias de la comunidad pueden recogerse en otros episodios del podcast.

6.2 Presentación del podcast

Para que un podcast encuentre una audiencia interesada, debe tener un tema, una misión o un formato claramente reconocibles desde el exterior y tener un valor de reconocimiento. El título debe hacer referencia al tema correspondiente para que las personas interesadas puedan encontrar fácilmente el podcast.

El título, una breve descripción y una imagen son necesarios para presentar el podcast de forma atractiva en todas las plataformas de captación de podcasts.

Título ¿Trabajo verde, trabajo soñado?

Subtítulo: Por qué los empleos verdes son buenos para TI y para el planeta.

Palabras clave: carrera profesional, empresa, empleos verdes, orientación profesional

Descripción del podcast

Empleo verde, ¿el trabajo de tus sueños? - Por qué los empleos verdes son buenos para TI y para el planeta. ¿Tienes dudas sobre tu elección profesional? ¿Quieres saber cómo encontrar el trabajo adecuado para ti y tener un impacto en el planeta? Este podcast presenta diferentes empleos en el sector ecológico entrevistando a personas que los desempeñan. Nos cuentan cómo encontraron la carrera de sus sueños, cómo consiguieron su trabajo, cómo es el día a día y qué les gusta y qué odian de su trabajo.

El podcast se produce en el marco del proyecto financiado por Erasmus+ Women4Green.

NOTA: Ésta es sólo la descripción general. Cada episodio necesita una descripción propia que resuma el contenido de forma pegadiza, nombre al entrevistado, su descripción laboral y el sector en el que trabaja.

Podcast Imagen



Podcast Jingle

ÖJAB crea y comparte un jingle que se utiliza en cada episodio del podcast.

6.3 Plan de producción

La producción de cada episodio de podcast incluye los mismos pasos y tareas.

Investigación

Aunque este guión incluye un plan editorial con sugerencias de temas a tratar, es necesario investigar para cada episodio. La investigación debe aclarar la importancia del tema y si encaja con el tema general del podcast. Sentará las bases del guión del episodio (qué temas deben tratarse) y a qué entrevistado podría invitarse. Seleccione algunos datos interesantes que alimenten el contenido y puedan servir de puente durante la grabación (que lleven de una pregunta a otra).

Organización

Esta tarea incluye la contratación de los invitados a la entrevista como personas expertas que puedan compartir su experiencia en el podcast. Hay que fijar una hora adecuada para el preestreno y la grabación. Después hay que organizar la sala, el equipo y la edición.

Scripting

Cada episodio de podcast necesita un guión que puede orientar sobre la visión general del ANEXO II. El guión garantiza que se graben todos los temas relevantes y que se traten temas interesantes. También permite al moderador que no sea experto en la materia hacerse una idea del tema.

Briefing / Vista previa

Antes de grabar el episodio, el moderador y el entrevistado deben tener una idea común de lo que se va a grabar, lo que se debe tratar en , etc. También es importante que conozcan el grupo destinatario y el objetivo del podcast para poder preparar sus respuestas. También es importante que conozcan el grupo destinatario y el objetivo del podcast para poder preparar sus respuestas.

Facilitación

Cada episodio necesita un facilitador que guíe a través de los bloques de contenido, formule las preguntas y oriente la entrevista.

Grabación

La grabación puede tener lugar en el mismo lugar o no. En cualquier caso, hay que probar previamente el equipo técnico y comprobar si funciona y las personas están suficientemente familiarizadas con la aplicación. También es necesario comprobar de antemano si se dispone de suficiente capacidad de almacenamiento.

Edición de

Todo podcast necesita edición. Aquí, todos los bloques temáticos se colocan en el orden correcto. El contenido se organiza de forma que tenga sentido y se reduce a lo relevante e interesante. Se eliminan las repeticiones, los lapsus linguae y las divagaciones. Puede ser útil un guión de corte que indique los códigos de tiempo de la edición (con el inicio y el final de los bloques relevantes). Al final, se mezcla el sonido.

Publique

Cada episodio necesita una breve descripción individual que resuma el contenido y nombre al invitado.

Los podcasts se pueden alojar gratuitamente en Anchor.fm (alojar es guardar el archivo en un servidor) y ÖJAB subirá los episodios utilizando los archivos proporcionados por los socios. El podcast se implementará a través de RSS-Feed en las siguientes plataformas de streaming de podcasts:

- Spotify (como plataforma de streaming más común)
- GooglePodcasts (como famosa plataforma internacional de streaming)

Para el lanzamiento es necesario asegurarse de que el podcast está en el formato correcto y tiene que ser cargado en diversas plataformas podcatcher, incluyendo

- Spotify
- GooglePodcasts

Equipo técnico, eso es necesario:

- Micrófonos

- Auriculares
 - probablemente tarjeta de memoria adicional
 - un ordenador portátil con una buena memoria RAM para poder editar el contenido
-
- Software de grabación sugerido: Zencastr <https://zencastr>
 - Software de edición sugerido: Audacity <https://www.audacity>
 - Anfitrión: AnchorF

Preparación de la grabación del podcast:

- Pruebe de antemano el equipo técnico y el software para familiarizarse con su uso. Pruebe también si el almacenamiento de datos funciona correctamente.
- Asegúrate de que dispones de tiempo suficiente para la grabación (1,5 horas: 20 minutos para el montaje y la preparación, 45 minutos para la grabación y algo de tiempo libre).
- Informe a su entrevistado con antelación, para que tenga una idea aproximada de por qué está haciendo el podcast. Lo ideal es hacerlo justo antes de la grabación, para que ya esté en modo de charla.
- Asegúrate de grabar en un entorno tranquilo (los ruidos de la espalda son molestos, pero también los sonidos de la comida, la bebida o el crujido del papel).
- Apaga los sonidos y las notificaciones de todos los dispositivos electrónicos, ya que pueden interrumpirte o hacer ruido.

6.4 Esquema del podcast

Duración aproximada del episodio Podcast: 25 min

Cada episodio del podcast consta de los mismos bloques de contenido.

NO	Bloque	Est. Duración	Responsabilidad
1	Jingle	30 segundos	Preproducción
2	Presentación del Podcast	2 minutos	Preproducido en inglés
3	Presentación del tema de hoy y del invitado	~ 3 min	Producido por cada socio
4	Entrevista	15 minutos	Producido por cada socio

5	Breve resumen / Preguntas y respuestas / Elementos divertidos con un breve jingle/ Lo más destacado de las empresas	3 minutos	Producido por cada socio
6	Salida	1 minuto	Preproducido en inglés

La guía de la entrevista sólo ofrece un esquema sobre qué preguntar y qué contenidos tratar. Tenga en cuenta que el podcast se beneficiará de un diálogo fluido y espontáneo, por lo que no es conveniente limitarse a matizar las preguntas.

6.5 Distribución de tareas

Los socios colaborarán en el desarrollo del podcast. ÖJAB se encargará de todo el proceso y del canal de podcasts. ÖJAB ha desarrollado el concepto general de podcast, el canal de podcast de marca y gestionará el canal de podcast. Cada socio es responsable de organizar el desarrollo de su propio episodio y de escribir un guión para el episodio. Cada socio cortará su propio episodio y escribirá una descripción en inglés y en su idioma local. La carga del episodio correrá a cargo de ÖJAB.

6.6 Calendario y contenido

NO	Publique	Tema	Responsable
1	Diciembre de 2022	Introducción general a los empleos verdes (EN)	ÖJAB
2	Julio de 2023	Digitalización (TR)	SBTC
3	Septiembre de 2023	Tecnología medioambiental (GER)	bit
4	Noviembre de 2023	Sector de la energía (EN)	ÖJAB
5	Febrero 2024	Gestión de residuos (SW)	Jonathan
6	Junio de 2024	Planificación del tráfico/ Sector energético (TI)	Bit
7	Septiembre de 2024	Clausura y resumen del proyecto	ÖJAB

7. Cronología

Tarea	Tiempo y responsabilidad												
	06/22	07/22	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23
Establecimiento de la comunidad	Academia Wise												
Talleres de creación de comunidades					Taller internacional (1er Taller)					ÖJAB (2º Taller)		Jonathan (3er taller)	
Facilitación	Responsabilidad compartida: ÖJAN y SBTC (creación y carga de publicaciones), Jonathan (coordinación general de contenidos y participación de la comunidad)												
Lanzamiento del podcast							ÖJAB						
Lanzamientos de podcasts							ÖJAB (1er Podcast)						

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tarea	Tiempo y responsabilidad									
	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	12/23	1/24	2/24	3/24	04/24
Talleres de creación de comunidades				SBTC				Taller internacional		
Facilitación	Responsabilidad compartida: ÖJAN y SBTC (creación y carga de publicaciones), Jonathan (coordinación general de contenidos y participación de la comunidad)									
Lanzamientos de podcasts	SBTC (2º Podcast)		Bit (3er Podcast)		ÖJAB (4º Podcast)			Jonathan - Gestión de residuos (5º Podcast)		

Tarea	Tiempo y responsabilidad						
	05/24	06/24	07/24	08/24	09/24	10/24	
Talleres de creación de comunidades							

	Internacional (todos, 5° Taller)					
Facilitación	Responsabilidad compartida: ÖJAN y SBTC (creación y carga de publicaciones), Jonathan (coordinación general de contenidos y participación de la comunidad)					
Lanzamientos de podcasts		Bit (6° Podcast): Planificaci ón del tráfico/ Sector energético			ÖJAB (7° Podcast) (Resumen del proyecto)	

8. Indicadores y documentación

Para obtener una buena visión de conjunto del éxito de los esfuerzos de desarrollo comunitario en el marco del proyecto Women4Green, deben documentarse los siguientes indicadores cuantitativos de las actividades:

- Número de publicaciones en las redes sociales
- Número de seguidores en las redes sociales
- N° de talleres de creación de comunidades
- N° de participantes en los talleres de creación de comunidades
- N° de expertos y modelos representados en los talleres de creación de comunidades
- Número de episodios de podcast
- N° de oyentes del podcast
- N° de valoraciones del podcast
- N° de expertos y modelos representados en el podcast

9. ANEXOS

I) CÓDIGO DE CONDUCTA

Objetivos y valores de la comunidad Women4Green

El objetivo de la comunidad Women4Green es conectar, inspirar y apoyar a mujeres jóvenes y niñas para que trabajen en el sector ecológico.

Código de conducta:

- Confiamos y esperamos que respetes el espacio más seguro y sólo te unas a esa comunidad si te identificas como mujer* o niña*.
 - Nos tratamos con respeto, amor y delicadeza.
 - Aceptamos que haya opiniones diferentes
 - Criticamos de forma objetiva y constructiva
 - Nos apoyamos mutuamente, sobre todo en los momentos difíciles
 - Nos tomamos en serio las preocupaciones y necesidades de los demás, aunque no podamos entenderlas.
-
- Cumplimos la legislación vigente.
 - Todas las violaciones de los derechos de autor y los derechos personales, así como las contribuciones que insultan, calumnia, difamación, abuso de personas u organizaciones, las contribuciones vulgares. La glorificación de la violencia, la discriminación, el racismo, la xenofobia o el sexismo, así como las contribuciones inhumanas o anticonstitucionales no tienen cabida aquí.
 - Los ataques personales, los comentarios despectivos, las acusaciones falsas, el acoso y las burlas tampoco tienen cabida aquí.
 - El contenido promocional y los enlaces no son bienvenidos
 - Queda prohibida la publicación de datos personales o información confidencial.
 - Estas normas se aplican tanto a la zona visible al público como a los mensajes personales

El apoyo de la Comisión Europea a la elaboración de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Las infracciones de las Normas comunitarias se perseguirán en interés de la comunidad, porque queremos construir una comunicación de confianza y positiva con la comunidad y con usted. Dependiendo de la gravedad de la infracción, se tratará con diferentes consecuencias. Las posibles consecuencias van desde una advertencia por escrito, a una exclusión temporal o permanente de la comunidad. Si no vemos una infracción, notifícalo en communityteam@xyzanbieter.de. Nos ocuparemos de ello.

Al unirse a la Comunidad Women4Green aceptas las Directrices de la Comunidad. Esperamos pasar un tiempo maravilloso contigo y que encuentres tu visión profesional con nosotros. Si tienes alguna pregunta o necesidad, siempre puedes ponerte en contacto a través de AdminaX (perfil vinculado), o communityteam@xyzanbieter.de con nosotros.

II) PREGUNTAS ORIENTATIVAS PARA ENTREVISTAS PODCAST:

Estas preguntas son útiles para grabar el podcast. Por favor, prepare con antelación un guión para el podcast, que incluya también:

- 1) Una introducción: Hoy, estoy hablando con XY.
- 2) Preguntas con puentes (= hechos que resumen el contenido o introducen información que no se ha compartido). No dude en destacar la información que considere importante.
 - ¿Quién es usted y a qué se dedica? ¿Puede presentarse brevemente al público?
 - ¿Cuándo decidió elegir este trabajo y por qué?
 - ¿Qué hace un XY? ¿Y cómo es un día normal de un XY?
 - ¿Cómo llegó a este puesto?
 - ¿Qué habilidades se necesitan como XY?
 - ¿Cómo ayuda tu trabajo al medio ambiente/al planeta/al clima?
 - ¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?
¿Qué odia de su trabajo?
 - ¿Qué esperabas cuando decidiste convertirte en XY?
 - ¿Qué le sorprende de su trabajo?
 - ¿Qué aconsejaría a alguien que aún está en camino de encontrar una carrera adecuada?
- 3) Breve resumen que incluya la importancia de este empleo/sector, los aspectos más destacados de la entrevista y la relevancia futura de los empleos verdes.
- 4) ¡Gracias XY por la entrevista! Esta entrevista fue interesante/inspiradora debido a... (resumir o destacar temas especiales).

III) FORMULARIO DE EVALUACIÓN

Taller _____

Lugar _____

Fecha _____

Estimada participante,

Gracias por su participación en este taller de nuestro proyecto Women4Green.

Le rogamos que cumplimente íntegramente esta encuesta y nos facilite toda la información que pueda.

Los resultados se recogerán de forma anónima y se resumirán en un informe que se enviará a la Agencia Nacional Austriaca.

Muchas gracias.

1. ¿Cómo se enteró de este taller? *

2. ¿La moderación del taller fue clara y adecuada? *

Sí

No (si elige esta opción, facilite más información a continuación)

Observaciones:

3. ¿Se presentó el tema de forma informativa e interesante? *

- Sí
- No (si elige esta opción, especifíquela a continuación)

Observaciones:

4. Evaluación del taller - ¿Cuál es su grado de satisfacción o insatisfacción con cada uno de los siguientes aspectos? *

	Muy satisfecho	Algo satisfecho	Neutro	Algo insatisfecho	Muy insatisfecho
Organización del taller	<input type="checkbox"/>				
Los materiales disponibles	<input type="checkbox"/>				
Las rondas de debate	<input type="checkbox"/>				
Su experiencia con los equipos/grupos	<input type="checkbox"/>				
Resultados del taller	<input type="checkbox"/>				

Observaciones:

4. Evaluación del taller - ¿Cómo son sus emociones después del taller? *

	Muy	Alg	No	Neuro
Motivado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspirado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aburrido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Con poder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Curioso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Qué se puede hacer para mejorar los futuros talleres?



 women4green.eu



 [/WomeninPowerforaGreenEconomy](https://www.facebook.com/WomeninPowerforaGreenEconomy)



 [/women4green/](https://www.instagram.com/women4green/)

© 2021–2024, Women4Green