



# Comunicación transmedia para la erradicación del hambre

Un proyecto de Quepo



---

# Índice

---

<b>Concept note</b>	4
<hr/>	
<b>El proyecto FAM</b>	5
› Introducción al universo FAM	6
› Objetivos de incidencia y su contexto	7
› Objetivos globales del proyecto	7
› Situación existente y problemática que motiva el proyecto	8
› Las audiencias y su participación en el proyecto	9
› Carácter innovador del proyecto	10
<hr/>	
<b>Ecosistema del proyecto</b>	12
› Mindmap del transmedia	13
› Desglose de acciones y herramientas	14
› El Blog	16
› Webdoc sobre el código fuente del imaginario colectivo	19
› Las mesas de trabajo con ONG e instituciones públicas	25
› Mesas de diálogo con la ciudadanía	28
› Materiales periodísticos: alianzas con medios de comunicación	31
› Largometraje documental y web interactiva	34
› Otras herramientas previstas	37
› Live-Cinema Performance	38
› Exposición fotográfica	38
<hr/>	
<b>Las personas</b>	39
› Equipo y organización detrás, delante y al lado del proyecto	40
<hr/>	
<b>El tiempo</b>	43
› Calendario y fases del proyecto	44
<hr/>	
<b>El cambio social</b>	47
› Estrategia de transformación social e incidencia política	48

» Si quieres que algo cambie, no sigas haciendo lo mismo «



# || Concept note

## Un proyecto de comunicación transmedia para la erradicación del hambre

Nos tiembla el pulso a la hora de dejar por escrito que 25.000 personas al día mueren de hambre. 25.000 personas, 25.000 personas... no es una cifra aceptable, porque ninguna cifra debería serlo en un mundo con tanto excedente de alimentos. Son 25.000 personas que dejan de vivir en este mundo, que dejan atrás sus sueños, sus planes de vida, sus familias. Uno puede leer por ahí que, en un mundo hiperpoblado, que 25.000 personas pierdan su vida es aceptable. Aunque es claramente inaceptable que el sistema social en el que vivimos no les garantice el derecho a tener comida y bebida para que su cuerpo aguante las vicisitudes que les haya tocado vivir. Son 25.000 personas que tienen a alguien que les quiere, que tienen quién les va a echar de menos. Unas 25.000 personas, padres y madres que dejan huérfanos a niños y niñas, hijos e hijas que mueren dejando padres y madres con ese vacío. En Quepo trabajamos con muchas organizaciones sociales, de justicia social, de derechos humanos y a lo largo de estos años hemos ido acumulando una pregunta ¿Cómo es posible que este tema no esté en la agenda de esas organizaciones? Es más: ¿Cómo es, seamos sinceros, que este tema esté arrinconado por la mayoría por ser, digámoslo así, incómodo, pesado? Un tema que abordan los que defienden la caridad. Eso de mandar ayuda. De recoger comida y tal. El hambre, sí, sí. Muy duro, el hambre.

“FAM” empezó como acto de rebeldía a esa actitud. Nuestra forma de no aceptar lo inaceptable. Así que nos planteamos hacer un proyecto a medida de cada uno de los grupos con los que pensábamos que era necesario trabajar para generar algún cambio. Pensando en los diferentes públicos a los que les queríamos contar la complejidad de las causas del hambre, nos dimos cuenta de la cantidad de temas que necesitábamos abordar y de los diferentes relatos que queríamos construir, por lo que decidimos hacer un proyecto transmedia. No se pueden contar tantas historias desde tantos puntos de vista, pensando en diferentes niveles de conciencia del público sin construir las diferentes narrativas que permite un proyecto transmedia.

Necesitamos contar que el hambre es política. No es sólo una cuestión del país donde naces (el país más hambriento del mundo no es africano), o de si sufres una guerra o una sequía. Las 25.000 personas que mueren cada día, lo hacen porque viven en un sistema político y económico global que les perpetúa en su situación. ¿Cómo? Eso es lo que vamos a contar con FAM.



# EL PROYECTO FAM II

## I Introducción al universo FAM

» **Abordar** el hambre como la mayor tragedia humana de nuestro tiempo. **Mirar** el hambre sin miedo, desde sus causas estructurales, señalando responsables directos y buscando las responsabilidades colectivas compartidas. **Comunicar** el hambre desde la narración múltiple de un universo transmedia: una herramienta para cada historia, una historia para cada público. **Transformar para erradicar** «

FAM es un proyecto de comunicación transmedia para la erradicación del hambre. Un **ecosistema narrativo que desarrolla diferentes acciones de comunicación y herramientas** web, audiovisuales y periodísticas, dirigidas a audiencias específicas, capaces de lograr incidencia y transformación social en el ámbito del derecho a la alimentación. Un relato que se extiende a lo presencial para generar **espacios de aprendizaje y reflexión transformadores**. Un proyecto que persigue entender la aceptación social de miles de muertos al día de hambre desde una doble perspectiva: Abrir un debate sobre el imaginario colectivo existente en torno a la problemática y reflexionar acerca de las causas más invisibilizadas del hambre.

**Concepto (o aquello que nos mueve): La aceptación de la muerte de 25.000 personas al día por causas relacionadas con el hambre es inaceptable.**

FAM quiere **generar impacto, conocimiento, y cultura transformadora** en relación a un cambio en las actitudes personales, las actuaciones corporativas y las estructuras sociales que hoy cronifican la tragedia inaceptable del hambre en el mundo y que tienen el potencial (y la responsabilidad) de erradicarla. El discurso de FAM gravita en torno a un **espacio transmedia** que, **combinando la investigación y la comunicación audiovisual**, aporta una visión de la construcción social y cultural que ha llevado a nuestro mundo a convivir con la tragedia inaceptable del hambre, a la vez que aporta visiones y claves para la construcción de alternativas y cambios que contribuyan a su erradicación. El transmedia FAM trabaja con **multitud de lenguajes y formatos**, con los cuales se quiere llegar a diferentes tipologías de público (desde el público especializado, instituciones e investigadoras, hasta la población en general) para lograr su participación. En FAM se despliega un

largometraje documental, un webdoc sobre el código fuente audiovisual del hambre, cápsulas documentales y artículos periodísticos sobre las causas del hambre y sobre los instrumentos sociales para la garantía del derecho a la alimentación. Desde esta base, se organizan **espacios de encuentro y procesos con los diferentes públicos del proyecto:** alianzas con medios de comunicación, sesiones de trabajo con instituciones y ONG, mesas de diálogo con la ciudadanía, y acontecimientos culturales para generar reflexión y sinergias con varios actores sociales.

## **I Objetivos de incidencia social y su contexto**

¿Qué objetivo podría tener un proyecto de comunicación que aspira a incidir en la lucha contra el hambre si no es el de evitar que más personas mueran de hambre? Pero da miedo hasta escribirlo. Yo, tu, todos nosotros... por muchos que acabemos pasando por el proyecto, ¿evitaremos que alguien muera de hambre? Pues debemos empezar por algún lugar y pensamos que ese lugar debe ser común. El lugar común es la aceptación compartida: ¿por qué somos tan indiferentes ante esa tragedia? ¿Cómo, en un mundo hipercomunicado, apenas somos conscientes de su magnitud? Respondiendo a esa pregunta juntos, podremos avanzar en lo siguiente. Entender. Entender para poder fortalecer a los que luchan contra el hambre, cambiar las políticas, etc... porque, en definitiva, el objetivo del proyecto es cambiar un poco el mundo.

## **Objetivos globales del proyecto:**

- Cuestionar los estereotipos culturales del hambre.
- Visibilizar las causas sistémicas que perpetúan el hambre.
- Darle protagonismo a la visión de las comunidades afectadas sobre la intervención de los países del Norte en la problemática.
- Incluir el hambre en la agenda de los colectivos con capacidad de incidencia.
- Reducir la incidencia de las acciones de la ciudadanía que perpetúan el hambre.
- Incidir en las políticas públicas de cooperación al desarrollo.

## Situación existente y problemática que motiva el proyecto

Lo que conocemos como cooperación internacional tiene entre sus prioridades, desde hace décadas, lo que algunos denominan seguridad alimentaria, otros soberanía alimentaria otros, la erradicación del hambre. Estas diferencias se reflejan en su comunicación, a veces en coherencia con sus actuaciones y a veces, no. Estas distinciones son, evidentemente, cruciales en cuanto al tratamiento del derecho universal a la alimentación y la vida. Un derecho humano que podría considerarse, sin que a nadie le pareciese exagerado, **el primer derecho fundamental e irrenunciable**; que a día de hoy continúa siendo tan trágicamente vulnerado. ¿Por qué, entonces, si todos los gobiernos del mundo están comprometidos; las agencias de cooperación internacional destinan anualmente miles de millones de euros? ¿Por qué **cada día constituye un trágico fracaso** en el intento de garantizar el primer derecho universal e irrenunciable? ¿Qué parte de responsabilidad tenemos como sociedad? Nosotras nos lo cuestionamos desde nuestro ámbito de actuación: la comunicación social.

Consideramos que es absolutamente imprescindible **construir conocimiento y cultura** en torno a esta situación (porque debe revertirse); un conocimiento compartido y difundido entre ONG, instituciones y ciudadanía; que genere debate y cambio de enfoques, actitudes y tendencias, especialmente en la construcción de informaciones. Que permita, a medio y largo plazo, **ofrecer nuevas soluciones** o incluso, reforzar aquellas que más eficazmente garanticen un derecho irrenunciable pero vulnerado de forma global. (Cuando la acción es global, la vulneración implica actores a nivel global).

En el ámbito de la educación y la comunicación, autoras como Manuela Mesa o Montse Santolino explican cómo las estrategias de comunicación en las que se han sumergido las organizaciones de cooperación al desarrollo (a partir de los 90), han acabado provocando **un refuerzo de los paradigmas culturales de dominación post-colonial en las relaciones Norte-Sur**: representación de los países del Sur como desvalidos y sin ningún contenido cultural o social positivo; personajes representados por sus carencias y no por sus ideas o capacidades; inspirar sentimientos de caridad por encima de co-responsabilidad y espíritu crítico. Ésto es especialmente paradigmático en el caso de grandes campañas de ONG vinculadas a crisis alimentarias, por lo que supone un aspecto especialmente relevante en la temática de este proyecto. Cabe destacar el papel de los medios de comunicación y sus informaciones al respecto, reproduciendo en la mayoría de los casos, las mismas prácticas comunicativas, cayendo, por tanto, en los mismos errores, imprecisiones, parcialidades y estereotipos. Pero no es menos relevante **el silencio mediático que supone esta problemática si consideramos los tiempos de cobertura** que obtienen otros temas en comparación (cualitativa) con la relevancia social y humana del hambre o (cuantitativa) incluso en el número de muertes.

Para entender el estado actual de malas prácticas en las informaciones del hambre, es fundamental tener en cuenta la situación socio-económica en la que se encuentra Europa y nuestro territorio. El contexto de crisis profunda ha forzado importantes reestructuraciones, replanteamientos de estrategias y enfoques en el sector de la cooperación internacional, así como en los medios de comunicación. Los medios de comunicación han visto reducidas sus plantillas de personal, eliminados sus corresponsales y recortadas las

posibilidades de investigación a fondo de temas que “no eran de actualidad y crisis”. En términos de enfoque estratégico de contenidos, la limitación de fondos y de instituciones de apoyo y la naturaleza de las nuevas relaciones, no facilitan políticas a largo plazo, sino acciones con resultados rápidos y visibles. Este panorama desolador se ve fielmente reproducido en sus **estrategias de comunicación, abocadas a estar más cerca todavía de los departamentos de marketing y captación mientras que se alejan de las áreas de sensibilización y educación.**

Desde Quepo creemos que tenemos un rol potencial en el ámbito de generar herramientas que permitan no solo a la ciudadanía, sino también a entidades e instituciones públicas, **reflexionar y aprender colectivamente para trazar nuevas estrategias** más sostenibles y alineadas con la consecución de los derechos y la justicia social alrededor del mundo.

## I Las audiencias y su participación en el proyecto

La audiencia potencial de FAM tiene carácter **internacional** y está segmentada en tres grandes grupos: **comprometida, interesada y no interesada.** El proyecto se plantea alcanzar estas tres audiencias desarrollando formatos específicos y participativos para cada una de ellas, con el fin de alcanzar la máxima incidencia posible.

› **Audiencia comprometida:** Es la audiencia más sensibilizada con el tema. Personas que trabajan en el ámbito del derecho a la alimentación o muy interesadas en el tema. Se llega a ella, prioritariamente a través de las mesas de trabajo para organizaciones, el blog y las redes sociales específicas del proyecto. Se construirán herramientas específicas para este grupo, facilitando que sean actores activos de incidencia con el uso de los materiales ofrecidos. Por su alto interés en la temática serán, probablemente, consumidores de todos los formatos y productos.

› **Audiencia interesada:** Es la audiencia predispuesta a recibir contenidos sobre el tema ya que tiene sensibilización en temáticas sociales en general. Activistas y profesionales del sector social. Se llega a ella a través de las herramientas más atractivas como el webdoc de código fuente, las mesas de diálogo y los productos en alianza con los medios de comunicación. También dispondrán de algunos materiales específicos para acciones de sensibilización.

› **Audiencia no interesada:** Es la audiencia más amplia, el público en general. Es el grupo más difícil de alcanzar, para él está pensada la mayoría de los productos de las últimas fases. Algunos son: el largometraje documental, la exposición fotográfica y distintos formatos periodísticos en medios que, seleccionados estratégicamente, pueden alcanzarla.

## Carácter innovador del proyecto

**Las líneas de innovación de Quepo son fruto de una combinación de aspectos sociales, culturales y tecnológicos del trabajo de la entidad y es en estos ámbitos en los que la tarea de Quepo se puede considerar singular e innovadora.**

Por lo que concierne al ámbito de la comunicación de Quepo, se quiere profundizar en la metodología propia de desarrollo en red de los proyectos. Ésto es lo que ha caracterizado el talento de Quepo en sus colaboraciones con ONG y socios del audiovisual. Por tanto, desarrollar proyectos de comunicación que involucran a empresas y profesionales de alto nivel del audiovisual, colaborando por los objetivos sociales del proyecto, trabajando la dimensión pedagógica-educativa de la comunicación pública por encima de una visión comercial; privilegiando el desarrollo de redes de comunicación y participación antes de la emisión de mensajes y slogans. **Una comunicación que promueve la participación, que contribuye a la transformación de los marcos conceptuales de referencia y de las estructuras sociales que generan desigualdad e injusticia.**

En cuanto al proyecto, en nuestro territorio no se ha producido nunca un espacio transmedia de comunicación sobre temáticas sociales o Norte/Sur, con la ambición y visibilidad que esperamos que tenga FAM. El transmedia y el webdoc son formatos todavía en evolución y con un enorme potencial, por lo que su desarrollo aplicado a esta temática puede traer innovación, tanto en el aspecto socio-cultural como en el tecnológico. Todavía se trata de un campo abierto el uso que se puede hacer **vinculando audiovisual a participación social**. Por ello el proyecto pretende continuar explorando este binomio tanto en las mesas de diálogo

en universidades y bibliotecas públicas, como en las sesiones de trabajo con ONG e instituciones. Usar la herramienta audiovisual para construir debate público y propuestas ciudadanas.

Probablemente, lo más innovador del proyecto y la propuesta de Quepo es el planteamiento metodológico y el enfoque de comunicación. El proyecto persigue la visibilización pública, no tanto de las entidades que cooperan sobre terreno, sino del contexto social, de los actores locales, las dinámicas involucradas en los proyectos de cooperación vinculados al derecho a la alimentación en el mundo, especialmente en la zona del Sahel. Una visión no tan centrada en las necesidades de comunicación de una entidad o un sector, sino en el contexto en el que se inserta, con el objetivo de **formular preguntas que las mismas entidades e instituciones pueden tratar de responder.**

El enfoque de la comunicación trata, en definitiva, de aplicar el principio metodológico de trabajar con el Sur y visibilizar sus potenciales, agentes sociales y reivindicaciones, como los agentes protagonistas del desarrollo y de la transformación local. Este enfoque no es, evidentemente, único ni innovador pero sí intenta llevar a la práctica un principio de la comunicación al desarrollo que no está consolidado en nuestro territorio y que trata de **deconstruir arquetipos sociales y estereotipos del Sur**, que prolongan la visión post-colonial de dominación cultural. Además, la implicación de la ciudadanía en las sesiones de diálogo, profundizando en nuevas visiones sobre la problemática, genera una comunicación más multilateral.

Otro enfoque del proyecto relativamente innovador es la **consideración de las ONG e instituciones públicas** (ambas expertas) **como targets de sensibilización** -y aprendizaje- del proyecto/proceso. Creemos que determinar targets con los que se puede hacer

trabajo de sensibilización a partir del punto en el que están, es un punto fuerte de la metodología, con gran potencial de transformación. La aportación de herramientas audiovisuales, de investigación y de comunicación pueden tener una proyección interesante para el objetivo de sensibilización de los “expertos”.

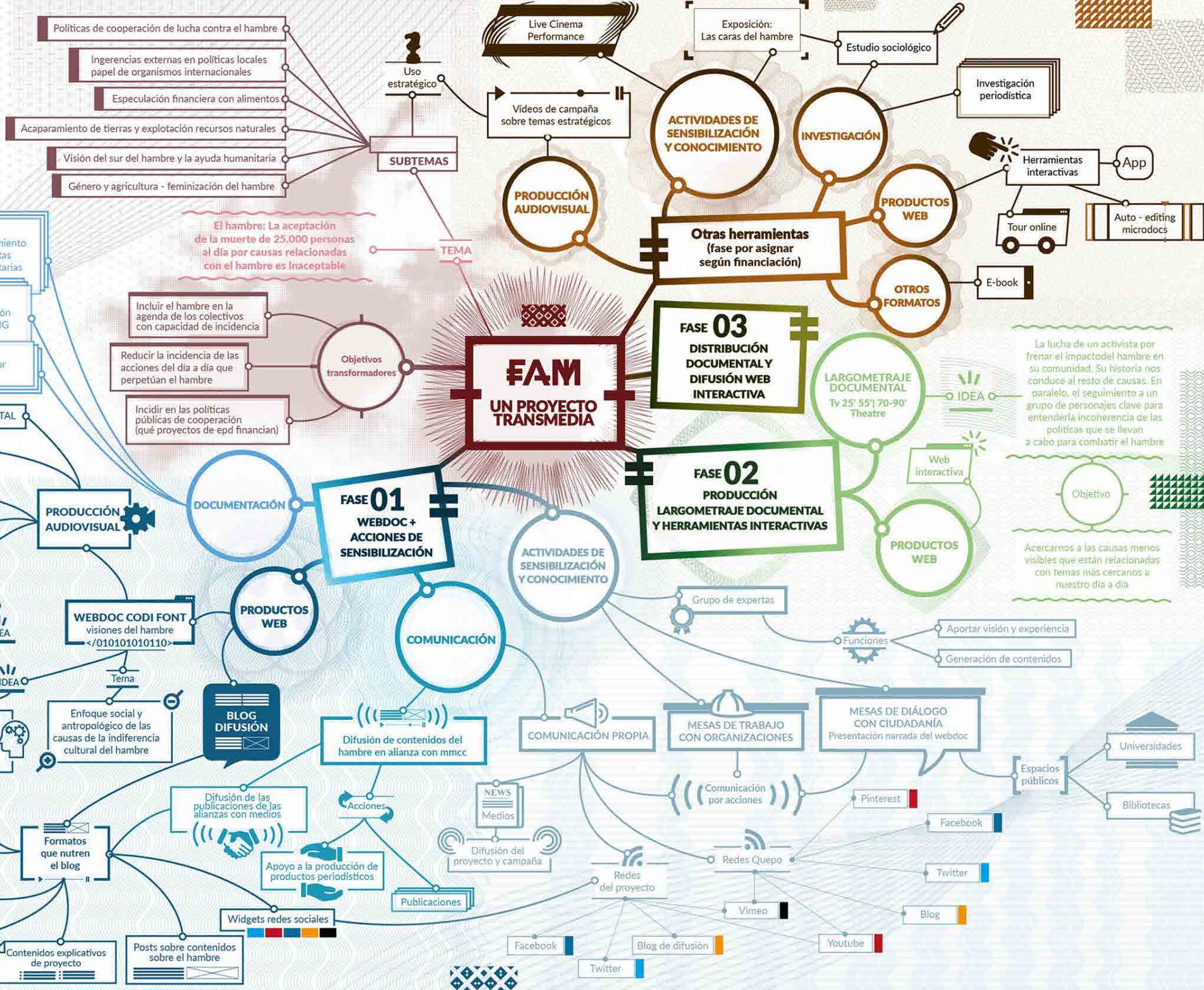
Finalmente, creemos que debemos considerar como una aportación innovadora la estrategia ambiciosa de presencia en medios de comunicación y de las herramientas planteadas (blog con producción audiovisual, artículos de investigación, alianzas con medios de comunicación, etc.) para las acciones de sensibilización y comunicación de este proyecto.

El enfoque de innovación que planteamos no es en el sentido de cosas que no se han hecho nunca, sino en elementos que existían en algunos ámbitos (geográficos, de sector, etc.) pero que no se aplican en profundidad y de forma mayoritaria en un sector en el que estos elementos tendrían (tienen) mucho potencial.

FAM

# ECOSISTEMA DEL PROYECTO ||

- Granate: Proyecto global
- Azules: Financiado y en desarrollo
- Verdes: A financiar
- Marrones: A desarrollar



La lucha de un activista por frenar el impactodel hambre en su comunidad. Su historia nos conduce al resto de causas. En paralelo, el seguimiento a un grupo de personajes clave para entenderla incoherencia de las políticas que se llevan a cabo para combatir el hambre

Acercarnos a las causas menos visibles que están relacionadas con temas más cercanos a nuestro día a día

Objetivo

LARGOMETRAJE DOCUMENTAL  
Tv 25' 55" 70-90'  
Theatre

FASE 03  
DISTRIBUCIÓN  
DOCUMENTAL Y  
DIFUSIÓN WEB  
INTERACTIVA

FASE 02  
PRODUCCIÓN  
LARGOMETRAJE DOCUMENTAL  
Y HERRAMIENTAS INTERACTIVAS

FASE 01  
WEBDOC +  
ACCIONES DE  
SENSIBILIZACIÓN

FAM  
UN PROYECTO  
TRANSMEDIA

TEMA

SUBTEMAS

Objetivos transformadores

El hambre: La aceptación de la muerte de 25.000 personas al día por causas relacionadas con el hambre es inaceptable

Documentación 2012  
Investigaciones sobre el funcionamiento global del hambre y las respuestas internacionales a las crisis alimentarias

Documentación 2013 / 2014  
Investigación sobre la representación del hambre en los medios y las ONG

Documentación 2015  
Visión del hambre en el sur (Sahel y otros)

TEASER DEL DOCUMENTAL

Cápsulas percepción actual

Video home webdoc

videos periodistas Sur webdoc + blog + medios

Creación red periodistas sur

WEBDOC CODI FONT visiones del hambre </010101010110>

Aterrizar en la realidad del hambre en terreno y generar materiales de comunicación

¿Por qué pensamos cómo pensamos sobre el hambre? Webdoc sobre el imaginario/código fuente del hambre

Enfoque social y antropológico de las causas de la indiferencia cultural del hambre

VideoPosts desde el terreno

Audiovisual de producción propia

Narración del proceso del proyecto en abierto

Reflexiones sobre apariciones del hambre en medios

Contenidos explicativos de proyecto

Posts sobre contenidos sobre el hambre

Widgets redes sociales

Publicaciones

Acciones

Apoyo a la producción de productos periodísticos

Comunicación propia

Mesas de trabajo con organizaciones

Mesas de diálogo con ciudadanía

Presentación narrada del webdoc

Comunicación por acciones

Redes del proyecto

Redes Quepo

Vimeo

Facebook

Twitter

Blog

Youtube

Blog de difusión

Facebook

Twitter

Facebook

» Nos gusta la palabra “ecosistema”. La usamos, la escribimos, la decimos, la compartimos. Para nosotros significa la pluralidad, la diversidad, el conjunto, lo comunitario, lo que conforma el espacio común. En este proyecto hay muchos submundos de preguntas, de temas, de públicos, de objetivos y, finalmente, de productos acabados, de herramientas, de acciones y de planes. Porque un tema de esta complejidad, si queremos ser un poco rigurosos y creernos que vamos a tener algo de impacto, no se puede abordar si no es desde un ecosistema que conforme el proyecto global, donde cada una de las partes sea tratada como la más relevante, la más importante. Importante como lo es cada una de las nueve millones de vidas que se pierden al año. Importante porque sentimos que es nuestra responsabilidad ««

## I Desglose de acciones y herramientas

FAM se compone de una serie de herramientas de comunicación de distinto formato diseñadas para su difusión en diferentes canales. El conjunto de acciones y narrativas que estos formatos suponen conforma el universo transmedia de FAM, alcanzando en su totalidad los objetivos generales del proyecto. La producción de estas herramientas está estructurada en diferentes fases, condicionadas por sus necesidades de investigación, documentación y financiación. Cada una de estas herramientas se diseña a medida, en concordancia con sus contenidos, conectadas a los segmentos de audiencia correspondientes, con el propósito de que el proyecto tenga posibilidades reales de impacto y transformación social. Agrupamos los productos de la siguiente forma:

**Fase 1:** es la fase de arranque y la más compleja porque la producción de los productos abarca una triple función: **construir con el Sur, ser rigurosos y abrir la participación.** Por un lado, se establece el contacto con el Sur (organizaciones, creadores, periodistas, activistas, etc...) con el objetivo de incluir su visión en los materiales. Por otro lado, arranca una extensa fase de documentación que cimienta los argumentos del proyecto. Y, con el objetivo de asegurar una alta incidencia, el proyecto se abre a la participación de las organizaciones especializadas, a los agentes del Sur y a la ciudadanía.

- » Blog y redes sociales
- » Webdoc código fuente
- » Mesas de trabajo con entidades
- » Mesas de diálogo con la ciudadanía

**Fase 2:** fase principal de **producción audiovisual**. Consta de la producción del largometraje documental sobre la lucha contra el hambre y con una web interactiva en la que el espectador pueda profundizar en los contenidos, debatir con otros espectadores e interactuar con ellos.

- Largometraje documental
- WebInteractiva

**Fase 3:** la fase más abierta incluye productos que pueden ser desarrollados en cualquiera de las dos fases anteriores, o en una tercera, en función de las posibilidades de financiación.

- Otros formatos en desarrollo:
- Espectáculo audiovisual en directo “Live-cinema Performance”.
- Exposición fotográfica sobre “Las caras del hambre”.

IGNORARE

EL BLOG |

## » El hambre es política «

El blog es el corazón de la comunicación del proyecto, a través del cual se vehicula la difusión de las diferentes herramientas, canales y acciones. Permite **dar a conocer el proyecto y explicar su filosofía, su enfoque**. La vocación del blog es realizar un análisis crítico de las informaciones que recibimos a través de los medios de comunicación y de las organizaciones no gubernamentales. Para ello, comentaremos noticias, campañas y demás adaptando los contenidos a las diferentes fases del proyecto. Mediante el blog se pretende también hacer la narración en abierto del proceso del diseño y producción del proyecto.

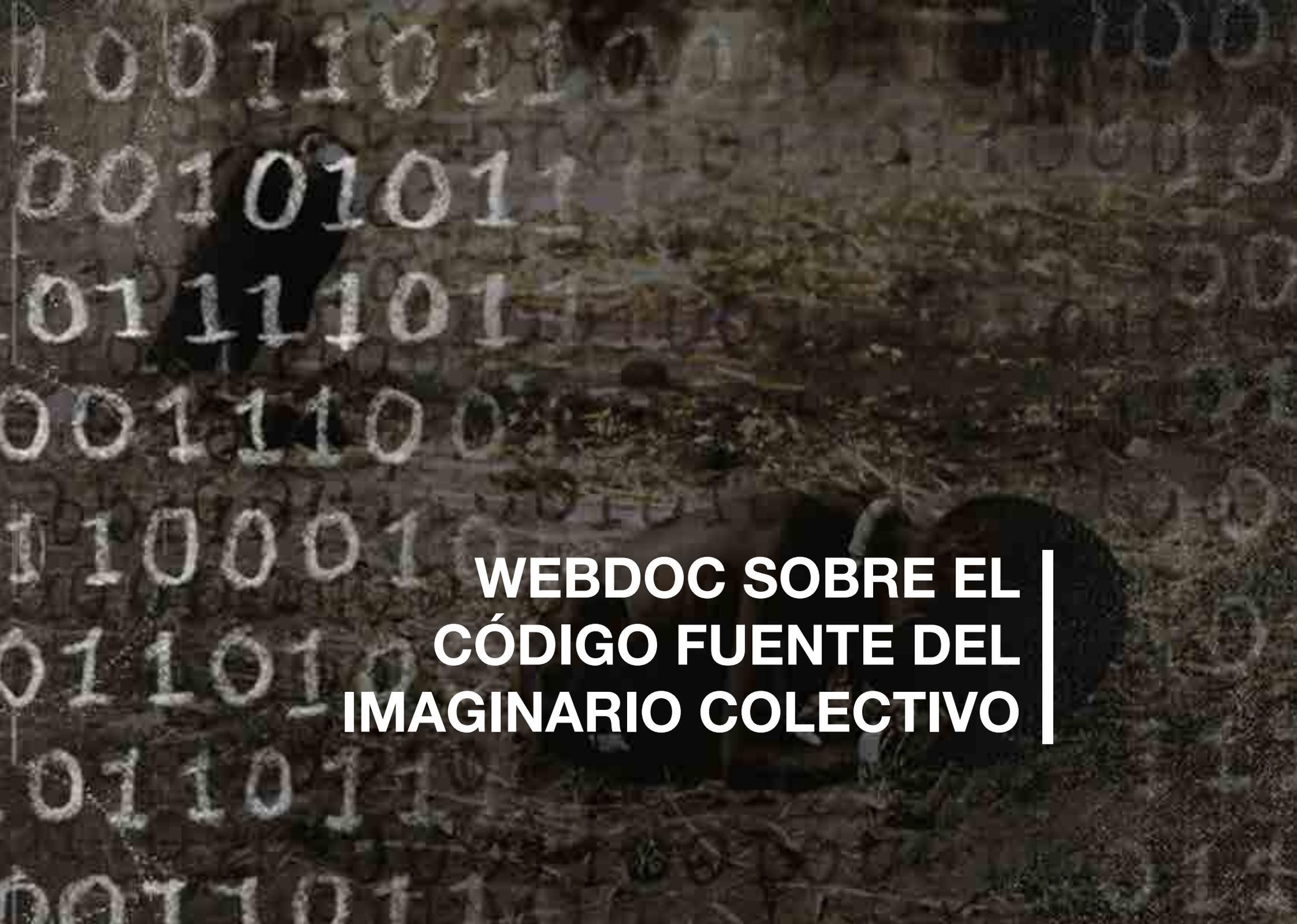
### Objetivos del blog

- › Analizar las informaciones generadas sobre el hambre desde una mirada crítica.
- › Construir la primera comunidad de audiencia interesada.
- › Disponer de un espacio que aglutina canales y formatos mediante el cual la audiencia pueda acceder a los contenidos que más le interese.
- › Contribuir al objetivo general de sensibilización del proyecto, comentando la actualidad desde el enfoque FAM.

### Contenidos de los que se nutre el blog

- › Posts del **día a día**: El equipo compartirá en abierto el proceso de trabajo, investigación y creación de los diferentes ámbitos del proyecto. Se explicarán los avances de guión, los diseños de wireframe del webdoc, pero también la información o las cosas que se descubran o se lean que sean consideradas de interés, generando posts de opinión para el análisis y debate. El equipo del proyecto elaborará periódicamente posts conectados a la actualidad analizada a partir del enfoque del proyecto con el objetivo de generar análisis y debate sobre el tema.
- › Video Posts **desde el terreno**: A partir de la red de periodistas y realizadores de los países del Sahel se generarán videos rodados en el terreno que buscarán contextualizar determinadas informaciones que forman parte de la conciencia colectiva sobre el hambre intentando aportar el punto de vista local. También buscaremos desde el terreno opinión sobre la percepción del trabajo de las organizaciones que luchan contra el hambre. Fundamentalmente lo que se busca es dar voz al Sur.
- › Difusión de la publicación de materiales periodísticos **en alianza con medios de comunicación**: Aprovechando la profundización en el tema y la red de periodistas y realizadores del Sahel se prevé la publicación de artículos y videos específicos sobre la temática en diferentes medios de comunicación con los que se establecerán alianzas. El Blog será un espacio de difusión de esos contenidos.
- › Posts de difusión de proyectos y **contenidos de terceros sobre el hambre**: Se hará especial difusión mediante posts de opinión de diferentes proyectos o campañas de comunicación sobre el hambre de especial relevancia así como aquellas que vayan apareciendo en paralelo al proyecto.

- ▶ Widgets redes sociales: Dada la importancia de las redes sociales en el proyecto y para la difusión y **creación de comunidad**, éstas tendrán un espacio predominante y los contenidos de FB y Twitter formarán parte de los contenidos del blog.
- ▶ Contenidos estáticos explicativos de proyecto: También dispondrá de una serie de páginas fijas con información sobre el sentido y el objetivo del proyecto. Así como información relacionada con el mismo (contacta, apoya, entidades e instituciones que participan, financiadores, etc).



**WEBDOC SOBRE EL  
CÓDIGO FUENTE DEL  
IMAGINARIO COLECTIVO**

»» Qué indignación produce conocer las historias de las personas que pasan hambre. Es trastornador. Es imposible quedarte igual. Y, a la vez, es tan indignante ver el tratamiento que le damos desde el Norte. Como las invisibilizamos, como las homogeneizamos, como si fueran un todo, una única persona que muere infinitas veces. Una mujer africana hambrienta, con muchos hijos, que no va a la escuela y no tiene trabajo, nacida en un país seco, corrupto, estéril. Qué otra cosa le puede suceder que no sea su propio destino: la carencia, la falta, el hambre, la muerte. Cuesta mucho, muchísimo, leer algo que te acerque de verdad a la realidad del hambre, a las personas que lo sufren, sin culparlas, sin caer en estereotipos, sin caer en generalidades absurdas que no informan de nada, que no nos ayudan a conocer nada. Más bien, lo contrario, que nos ayudan a desconocer, a malinterpretar, a creer lo que no es. Que nos permiten olvidar, dejar de ver ««

## Idea

¿Por qué pensamos cómo pensamos sobre el hambre? Un documental que explora el imaginario/código fuente del hambre a través de su representación en los medios de comunicación y la comunicación de las ONG y organismos públicos y su contraposición con la voz del Sur y su código invisibilizado. Este documental es un webdoc, un documental cuya narrativa se desarrolla en una web en lugar de en una película. Por tanto, **el espectador recorre su imaginario a través de una web** creada a partir de las posibilidades narrativas del lenguaje html5.

**Concepto del webdoc (nuestra tesis): El imaginario colectivo que compartimos sobre el hambre, aprendido de las creaciones culturales, los medios de comunicación y las ONG, es erróneo y alimenta nuestra indiferencia cultural hacia el hambre.**

## El código fuente

El webdoc se basa en el concepto del código fuente audiovisual. El código fuente es un conjunto de líneas de texto que son las instrucciones que debe seguir una computadora para ejecutar un programa. Compartir el código fuente es la base del software libre. Nosotras, las personas, tenemos un **imaginario del mundo construido a base de todo lo aprendido, escuchado, leído y visto** a lo largo de nuestras vidas que han conformado nuestro propio código fuente de creencias y conocimiento. El imaginario se construye a partir de la comunicación que hacemos y recibimos. En ese aspecto muchas de las líneas del código fuente de nuestro imaginario, esas líneas que nos dan las **instrucciones de cómo pensar, de cómo interpretar nuestra realidad**, tienen una

componente audiovisual. En el caso del hambre, la desnutrición que provoca la muerte de tantas personas en el mundo, la gran mayoría de los europeos no tenemos una experiencia directa, por ello el código fuente del hambre, es en su mayoría audiovisual y proviene de los medios de comunicación y más recientemente, también de la comunicación de las ONG. Este webdoc se propone analizar y compartir el código fuente audiovisual del hambre para **desentrañar cómo ha construido un imaginario erróneo que perpetúa las causas del hambre e impide su erradicación.** Al igual que el software libre, abrir el código fuente audiovisual nos da la posibilidad, como sociedad, de entenderlo, depurarlo, corregirlo y caminar hacia cambios que amplíen las posibilidades de nuestra sociedad de salir del círculo de la no erradicación. Caminar hacia nuevos rumbos que posibiliten un escenario de comprensión diferente que tenga probabilidades reales de poner fin al hambre.

## Objetivos del webdoc

- Evidenciar que las sociedades del Norte tenemos un imaginario erróneo sobre la problemática del hambre.
- Despertar interés en la temática del hambre en el colectivo de personas con sensibilidad social pero desapegadas de la problemática del hambre.
- Abrir un debate en el 3º sector y entre los profesionales de los medios de comunicación sobre el imaginario erróneo que han construido.

## Los contenidos del webdoc: Los argumentos de la tesis

El webdoc plantea la tesis del proyecto mediante su propia estructura de navegación y las posibilidades de interactividad que ofrece. El espectador (usuario) se desplaza por el contenido mediante una navegación en scrolldown (desplazándose hacia abajo) que permite hacer un recorrido por los diferentes argumentos de la tesis que componen la narrativa. El usuario puede realizar el recorrido sin necesidad de usar elementos interactivos de acceso a los mismos. El objetivo es que el usuario pueda hacerse con la idea de la tesis que defendemos y los argumentos que planteamos en un máximo de 3-5 minutos de navegación lineal. No obstante, existe un segundo nivel de navegación al que se accede interactuando con determinados elementos dispuestos en los diferentes bloques de argumentos, con el objetivo de profundizar en la narración. En función de su intuición e interés, el usuario podrá desplegar los contenidos y descubrir los vídeos, fotos, textos y documentos que desarrollan esos argumentos.

### ➤ El estereotipo del hambriento: el africano esquelético

¿Qué personas en el mundo pasan hambre y pueden llegar a morir de hambre? Pues esas mujeres, niños y algún hombre que, sentados en el suelo, hacinados alrededor de tiendas de campaña de campamentos de refugiados, con la mirada perdida, esperan la hora de su muerte. Porque **no puede morir de hambre nadie parecido a mi.** Nadie con quien yo tenga algo en común. Si tuvieran algo parecido a una casa, algo parecido a un empleo, algo parecido a una familia que les apoye, no morirían de hambre. Porque morir de hambre, no tener hambre, sino morir de hambre es algo de retrasados. De personas nacidas en el maldito continente subdesarrollado y que no pueden hacer otra cosa que aceptar su destino. No son personas

de cualquier raza, son negros. No son personas de cualquier lugar del mundo, son africanos. No son personas luchadoras, están abandonadas a su destino. No son personas que van al médico, son enfermos. No son personas que han ido a la escuela, son analfabetos. Por tanto, solo les queda aceptarse, recibir ayuda. ¿Podrían hacer algo para cambiar su situación? No, porque algo han tenido que ver para encontrarse así. En voz baja, el imaginario colectivo también comparte que algo habrán hecho, quizás no desde la maldad, pero sí desde la ignorancia, desde el descuido a sus propias vidas: habrán tenido hijos de más, se habrán casado demasiado pronto, habrán abandonado la escuela, habrán tenido unos padres que les han cambiado por alguna cosa o animal. “Algo habrán hecho”.

- › El hambriento es una mujer con niños, negra, africana y esquelética.
- › Imágenes de las personas que sufren hambre que consumimos habitualmente: niños que miran a cámara ante un bol casi vacío de comida, mujeres sentadas en el suelo en la puerta de su choza, colas de gente esperando agua, niños en pie mal vestidos, mujeres que sujetan bebés en brazos, hombres tumbados en camillas ya muriéndose... tierras secas, pueblos rudimentarios, animales famélicos en el campo, quizás incluso alguna mosca.

### › La ausencia de responsabilidad

En la imagen que hemos recibido del hambre, nosotros no tenemos nada que ver. **El hambre es algo que le sucede al otro.** Algo totalmente fortuito, incontrolable. Al otro le suceden guerras, sequías, gobiernos corruptos, tradiciones que le ahogan, multitud de hijos que alimentar, pero no le sucede nada que hayamos hecho nosotros. Nosotros no participamos en nada que tenga consecuencias en el otro. ¿Que voy a haber hecho yo para que el otro pase hambre? Nada. Cómo nos va a importar el otro, cómo vamos a tener empatía con el hambriento si nos es tan lejano, tan anónimo. Por tanto, qué nos queda por hacer si no tenemos ninguna responsabilidad. Nos queda compadecernos y en todo caso, ayudar, socorrer.

- › El hambre como algo incontrolable.
- › Imágenes de las causas en las que estamos exentos de responsabilidad: sequías, guerras, poblaciones poco desarrolladas, formas rudimentarias de vivir, multitud de hijos, analfabetismo, corrupción, dificultad de acceso al agua.

› **¿Cómo se combate el hambre?**

Desde que tenemos noticia del hambre hasta la actualidad muy pocas cosas han cambiado sobre cómo combatimos el hambre. ¿Quién lucha contra el hambre? ¿Quién está al lado de los hambrientos? Las ONG y la iglesia. ¿Cómo? **Repartiendo comida.** Esa es la mayor estrategia a gran escala que hemos sido capaces de construir contra el hambre en los últimos 30 años, recolectar comida y repartirla. O, en algunas ocasiones, recolectar dinero para los que reparten comida. Y, por tanto, eso es lo que se nos muestra. Vemos cómo organismos internacionales alertan que se acerca una hambruna y piden a los países ricos compromiso con el tema. ¿Qué compromiso? Dinero. Vemos campañas de ONG que intentan evitar algunos miles de muertes por hambre y nos piden que nos comprometamos. ¿Cómo nos comprometen? Dinero. Vemos noticias que alertan de la inminente llegada de una ola de muertos por culpa del hambre. Nos enseñan, lo que denominan “causas”: falta de cereales, sequía, fragilidad histórica, poblaciones débiles y al final nos muestran la llegada de nuestras mercancías, nuestros aviones, nuestra comida, la salvación, el final del hambre.

- › El hambre se combate repartiendo comida.
- › Imágenes de lucha contra el hambre: la logística que se pone en marcha para el reparto de la comida, aviones que se llenan de comida, camiones que cruzan desiertos para repartir, hambrientos que hacen cola para coger un saco de arroz o un bidón de agua.

› **¿Qué se nos pide que hagamos para cambiarlo?**

¿Qué responde una persona de nuestro entorno a la pregunta qué podemos hacer para acabar con el hambre? Que los que más tienen y los que tienen poder, den. Y que se deje de tirar comida, y que dejen de robar los que roban. El cambio es dar, dar más, dar lo que sea suficiente para acabar con el hambre. ¿Pero dónde y cómo ayudamos a que eso cambie, cómo damos? Recolectamos comida a través de los colegios y en las puertas del supermercado o cuando se declara una hambruna, es decir, una crisis concentrada de muertos de hambre. Porque en nuestras conciencias no hay hambre hasta que los medios de comunicación cubren una hambruna. Y ¿qué hacen los medios para que luchemos contra el hambre? Mostrarnos imágenes más y más crudas y recordarnos que los que se ocupan, las ONG, necesitan dinero y sobreimprimen en pantalla un número para donaciones. ¿Qué nos piden? ¿Qué podemos hacer nosotros? ¿Dinero?

› **El dinero acabará con el hambre**

- › Imágenes de cosas que hacer para acabar con el hambre: recolectar comida, dejar de tirar comida, repartir comida, hacerse voluntario de un banco de alimentos.

### ► Los números como vehículo de alejamiento

¿Cuántas personas mueren al día de hambre? Los números bailan de los 25.000 a los 80.000 según la fuente consultada.

¿Hay más hambre o menos hambre en el mundo? Depende de la fuente consultada.

Las cifras, aunque sean confusas y en ocasiones contradictorias, han hecho una tarea muy concreta: alejarnos del hambre. La dimensión de las cifras, la desproporción de las personas que pasan hambre no es asumible, comprensible, manejable para nosotros. Por tanto, nos alejamos, como nos alejamos de todo aquello que no comprendemos.

### **Público objetivo del webdoc**

Es el público directamente comprometido con el tema. Son aquellas personas que trabajan en comunicar e intentan sensibilizar sobre el hambre. Pertenecen a dos sectores profesionales. Por una parte son los técnicos y profesionales de la comunicación del tercer sector. Por otra parte son los periodistas y profesionales de los medios que trabajan en la cobertura de países con crisis alimentarias.

### **Investigación y documentación para el webdoc**

El webdoc se construye a partir de la documentación y el material de archivo junto al material rodado por la red de periodistas y realizadores del Sahel. Para ello se ha desarrollado un proceso de documentación e investigación en tres fases:

- Durante el 2012 se inicia un trabajo interno de documentación para el diseño del proyecto transmedia. La investigación se centra en el funcionamiento global del hambre y las respuestas internacionales a las crisis alimentarias.
- Durante 2013 y 2014 se inicia la segunda fase de documentación orientada específicamente al diseño del webdoc. La investigación se dirige sobre el código fuente y sobre la historia de la representación del hambre en los medios de información y la comunicación de las ONG.
- Durante 2015, en paralelo al proceso de creación del guión del webdoc, se arranca la tercera fase de documentación orientada a la visión del hambre en el Sur (Sahel y otros). La investigación se centra en necesidades específicas del guión y de la construcción narrativa de la herramienta.



**LAS MESAS DE TRABAJO  
CON ONG E INSTITUCIONES  
PÚBLICAS**

» Queremos analizar la comunicación que ONG y periodistas han hecho del hambre porque tenemos una sensación muy concreta: Estamos atrapados en la captación de fondos. La sociedad en la que vivimos no conoce la problemática del hambre, no empatiza con las miles de personas que mueren cada día (es más, desconoce y malconoce quiénes son) y, por tanto, no solamente no está indignada como el asunto merece, sino que no ejerce ningún tipo de presión sobre sus gobiernos, no modifica ninguna de sus conductas relacionadas, perpetuando así el ciclo de dinámicas que condenan al hambre a tantas personas en el mundo. Y este proceso lo queremos hacer CON las ONG, no al margen, no mirándolas y analizando su trabajo desde fuera, sino con ellas «

## Idea

Generar un **proceso de comunicación interna del sector**, y de fomento del conocimiento compartido y colectivo, mediante la participación de los agentes implicados en la comunicación del hambre en unas sesiones de trabajo en las que se reflexiona conjuntamente sobre el material del código fuente que se ha generado para el webdoc.

## Objetivo de las mesas de trabajo

Incidir en la comunicación sobre el hambre mediante la **construcción de conocimiento compartido de forma participativa entre los actores que comunican el hambre**. Generar un espacio donde organizaciones e instituciones puedan hacer una reflexión interna sobre el trabajo, una evaluación compartida y un análisis de resultados. El objetivo final es avanzar en la construcción de una comunicación no-estereotipada, veraz, diversa, con el Sur como protagonista y con voz propia.

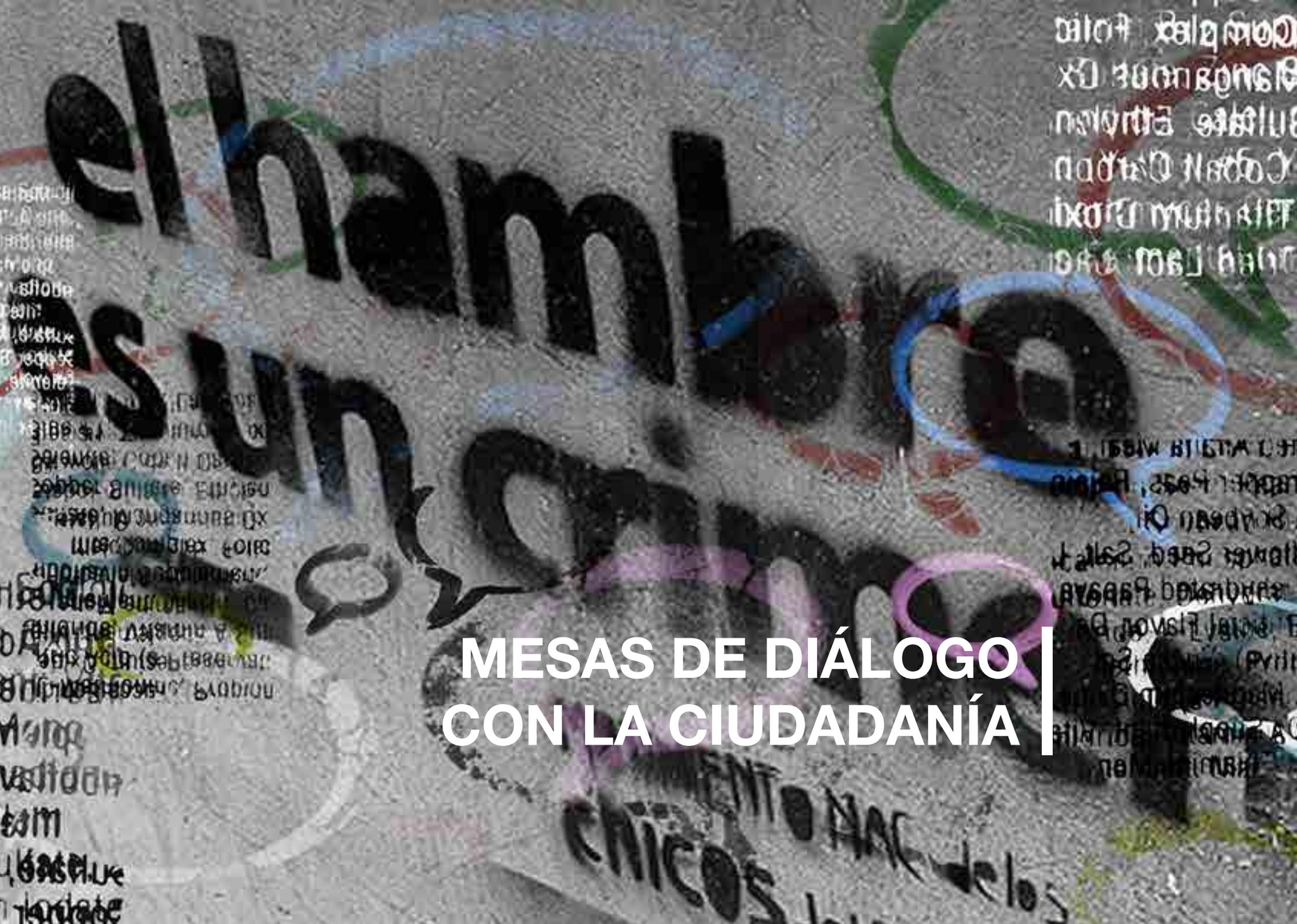
## Descripción de la actividad de sensibilización

Consiste en dos sesiones de trabajo interno facilitadas específicamente a organizaciones del sector y a las instituciones públicas que lo fomentan y financian. Se diseñará una metodología de trabajo que, de cara a las organizaciones e instituciones, fomente más la reflexión interna sobre el trabajo, la evaluación compartida, el análisis de resultados, sin necesidad de un mensaje hacia el exterior (para evitar, entre otras cosas, la presión de comunicar que haga llegar a conclusiones ya prefabricadas por visiones anteriores al análisis crítico).

Para la dinamización de estas sesiones se contará con todo el material fruto de la investigación y documentación sobre el código fuente para la construcción de la narrativa del webdoc. Se diseñarán unas **dinámicas de trabajo específicas para la sesión que permitan al equipo del proyecto compartir las tesis extraídas sobre el código fuente** así como compartir las reflexiones provenientes de la red del Sur y su mirada sobre el trabajo de estas organizaciones e instituciones. En estas reuniones, ofrecemos la preparación logística, la facilitación del proceso y la generación de conclusiones compartidas.

### **Público objetivo: las organizaciones e instituciones de cooperación.**

Esta herramienta de sensibilización es la más específica de todas, está construida a medida de su público objetivo: Profesionales de la comunicación de las ONG implicadas en la temática y de las instituciones públicas que impulsan y financian programas de lucha contra el hambre y el derecho a la alimentación. Cada público tiene unas necesidades específicas de sensibilización, pero este caso, requiere de un enfoque más específico y en profundidad. Vamos a trabajar con especial cuidado, ya que vamos a intentar **sensibilizar a agentes de sensibilización** que además, habitualmente, no participan de procesos de revisión conjuntos. Una inversión de roles que nos parece muy interesante. Pretendemos **desvelar nuevas aproximaciones, hechos que rebaten lugares comunes y culturas arraigadas**, señales que llaman la atención sobre la necesidad de actuar y de cambiar determinadas dinámicas. Dirigirnos a estos actores como objetivo de sensibilización nos parece fundamental como instrumento generador de cambio social.



# MESAS DE DIÁLOGO CON LA CIUDADANÍA

»» Dicen las malas lenguas que los webdoc no los ve nadie. Así que, por si acaso tuvieran algo de razón, el nuestro lo vamos a ir enseñando siempre que podamos. De momento, para arrancar, vamos a organizar con varias instituciones públicas unas proyecciones narradas del webdoc. Lo proyectaremos en directo, lo navegaremos en directo, lo discutiremos en directo. Nos parece un formato de charla bastante innovador, cruzar la navegación del webdoc con debate en directo con alguna persona experta, que nos cuente, que nos remueva un poco ««

## Idea

Generar espacios de debate a partir de la **presentación narrada del webdoc** a públicos específicos de la ciudad de Barcelona, en colaboración con la Xarxa de Biblioteques de Barcelona y un grupo de universidades por determinar.

## Descripción de la propuesta

**Mesas de diálogo entorno al Hambre y al Derecho a la Alimentación** (y sus vulneraciones), donde se reunirá a colectivos y organizaciones participantes en el proceso **en diversos espacios públicos**, para mantener un diálogo abierto con la ciudadanía a partir de las conclusiones extraídas de las fases anteriores del proyecto, especialmente la documentación, la creación del webdoc y las mesas de trabajo.

La elección de llevar las Mesas de Diálogo a facultades del ámbito de ciencias políticas y económicas o periodismo tiene que ver con dirigirse a públicos por un lado potencialmente interesados (por las temáticas de sus estudios), y por otro, que potencialmente intervendrán en el futuro en estas temáticas. Llegar a estos públicos ofreciendo miradas alternativas sobre la problemática permite generar un contrapunto a las culturas arraigadas que generan una mirada determinada sobre la cooperación internacional.

La elección de las bibliotecas públicas busca llegar a una ciudadanía diversa, y a la vez vincular los espacios en la idea de información fundamental, cultura general y popular que simbolizan las bibliotecas públicas. Por lo tanto, **aprovechar los equipamientos públicos para generar espacios de conocimiento horizontal** y desvincular simbólicamente la temática del perfil más “activista” o “solidario”

y vincularlo más a las personas del barrio, y a su vivencia cotidiana. A la vez que también se llega al público joven y estudiante que frecuenta las bibliotecas.

## **Objetivo global de la actividad**

- › **Facilitar el conocimiento y promover la participación activa** de las personas asistentes. Se trabajará mediante la creación de dinámicas participativas que permitan el análisis de las informaciones en profundidad, reforzando el rol activo –y no pasivo–, de consumo de los que son sujetos de conocimiento.

## **Público objetivo de las mesas de diálogo**

Pretendemos alcanzar a una audiencia no interesada que se acercará a la actividad atraída por la comunicación de la actividad en relación al espacio donde esta se programa. Estas mesas reunirán a **dos tipos de público: personas del ámbito universitario y usuarias de bibliotecas públicas**. El primer target se ha pensado como el de personas no especializadas pero que, por la naturaleza de sus estudios, estarán en relación con temáticas Norte-Sur y probablemente con teorías sobre la cooperación internacional y la geopolítica internacional y del desarrollo. Por lo tanto, son un público interesante porque en términos de conocimiento y probablemente en el futuro, en temas laborales, estarán en contacto con estas realidades. El segundo target es un público generalista, diverso, pero con un cierto interés por la cultura y la divulgación. Creemos importante acercar a este público una mirada más diversa sobre el Sur y las temáticas de los derechos universales, así como sensibilizar sobre una temática de que se escucha pero se comprende muy poco.



**MATERIALES PERIODÍSTICOS:  
ALIANZAS CON MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN**

» Los medios. Los medios son para la mayoría de ONG como un premio. Es decir, si tu campaña, si tu evento, si tu “lo que sea” es atractivo, sales en los medios. Y eso se valora muchísimo, se busca muchísimo, se trabaja muy duro para lograrlo. Nosotros no estamos tan seguros de que sea tan importante, ni de qué impacto tiene aparecer en los medios. Porque nos preguntamos ¿qué sale? ¿dónde sale? ¿de qué forma? ¿se trabaja bien con los medios? ¿se crean vínculos de calidad, estables, que permiten ir apoyando, facilitando, informando a los periodistas? Y así, nace esta acción de sensibilización. Buscamos trabajar con los medios desde el principio, construyendo juntos el relato que consideremos que es necesario contar, desde la temática que proponemos y desde su punto de vista, desde su experiencia profesional. Queremos romper un silencio mediático continuo y sabemos que eso no lo vamos a lograr ni mandando notas de prensa, ni tirando de agenda de contactos, por muy atractivo que montemos el sarao. Y, por otra parte, queremos sentarnos con los medios que estén abiertos a repensarse, para analizar el trabajo que se viene haciendo sobre esta temática «

## Idea

La alianza con diversos medios de comunicación busca reforzar la incidencia y el alcance del proyecto a partir de una doble vía. Por una parte, facilitar a los medios los productos principales del proyecto, como el webdoc o el largometraje documental, para que pueda ser ofrecido a su público como parte de los contenidos del medio. Por otra parte generar productos periodísticos independientes que se desarrollen a partir de los materiales generados por FAM así como del enfoque del proyecto. Así, lo que se busca es crear una **alianza de beneficio mutuo que acompañe al proyecto generando espacios fijos de difusión** del mismo, de su proceso y sus diferentes fases.

## Objetivos de la alianza con medios

- » Trabajar desde una perspectiva periodística los diferentes enfoques que trabaja el proyecto en cada una de sus herramientas (imaginario colectivo, causas del hambre, visión del Sur sobre respuesta del norte en crisis alimentarias, etc..)
- » Ampliar la incidencia del proyecto, alcanzando un público general.
- » Optimizar las posibilidades del material generado: Documentación e investigación, material audiovisual de la red del Sur, informes del grupo de expertas, etc.

Desde FAM se buscará crear **alianzas y sinergias con medios de comunicación** (algunas propuestas son: El País-Planeta Futuro, El Diario.es, Crític, The Guardian-Global Development, Anuari Mediacat) que funcionen **en dos sentidos: del proyecto al medio, del medio al proyecto**. Del sentido proyecto-medio: Del proceso de investigación y documentación, en conexión con el trabajo que la red de periodistas y realizadores locales realice en los países del Sahel, surge la posibilidad de que los medios generen materiales periodísticos que aprovechen el potencial de los recursos brutos que iremos generando, dando un espacio de visibilidad al tema del hambre. Algunos de estos recursos previstos son:

- Contactos con personas e historias, fruto de la documentación y del trabajo con la red del Sur, para la elaboración de artículos.
- Entrevistas en vídeo a personajes claves del Sur que reflejen el trabajo sobre terreno.
- Informes de investigación sobre temas específicos realizados por personas expertas e independientes al proyecto.
- Artículos periodísticos del grupo de expertas, a partir de la investigación y la documentación.

Y, desde el otro sentido: medio-proyecto, pretendemos que trabajen sobre el propio proceso del proyecto, las publicaciones del blog, el lanzamiento de las distintas herramientas, la cobertura de las acciones de sensibilización, el trabajo en redes sociales, etc... siempre con el apoyo de las personas expertas y los contactos que les ofreceremos.



# LARGOMETRAJE DOCUMENTAL Y WEB INTERACTIVA

» El largometraje documental es especial, es un poco, la esperanza del proyecto. Es el producto con el que se busca generar más impacto social en términos cuantitativos, lo queremos llevar a cines y televisión con distintas duraciones. Y, es a la vez, la herramienta a la que más ganas le tenemos (por algo todo el equipo venimos del audiovisual). Así es que si este proyecto ya está mimado y lleva dosis especiales de cuidado, el documental aún lo va a ser más. Por otra parte, es especial, porque es donde más cara le vamos a poner al hambre. Tiraremos de la manta de lo que nosotros entendemos que son las causas más estructurales y los responsables más directos de que esta terrible situación se repita cada día. A la vez queremos enamorar al público de la lucha contra el hambre, de la mano de un activista, de una pequeña lucha. Al fin y al cabo, las pequeñas luchas son espacios de resistencia y transformación muy relevantes para las luchas globales ««

## Idea

El documental narra la historia de una pequeña lucha, la lucha de un activista que intenta frenar el impacto del hambre en su comunidad. Es la **historia central basada en una de las causas del hambre**. Una historia personal, de mucha fuerza humana, que nos conduce por el resto del relato, por todas las otras causas. En paralelo, hay un seguimiento a un grupo de personajes clave para **entender el funcionamiento de la lucha contra el hambre**. Por tanto, el personaje central nos muestra las causas que perpetúan la problemática, mientras de los otros personajes, se desprende la incoherencia de las políticas que se llevan a cabo para combatir el hambre.

## Tema

Las causas estructurales del hambre están invisibilizadas.

## Objetivo

- » Dar a conocer aspectos sobre las causas del hambre, relacionadas con el sistema.
- » Abrir un debate social de calado profundo sobre las causas estructurales invisibilizadas que perpetúan el hambre.

## **Público**

Audiencia no interesada en el hambre, público general.

## **Web Interactiva**

El documental se liberará en Internet en el marco de una web interactiva. La idea es desarrollar una web muy atractiva que permita al usuario/espectador **descubrir y explorar los contenidos ampliados del documental**. Así como utilizar diversas opciones de interactividad a partir de la conexión del documental con las redes sociales de los espectadores. Lo cual nos permite una exploración compartida entre usuarios, provocando el debate entre ellos sobre las causas del hambre y los contenidos del documental.



**OTRAS HERRAMIENTAS  
PREVISTAS** |

## Live Cinema Performance

Unir cultura, audiovisual y participación social para la garantía de los derechos universales fundamentales.

El proyecto “Visiones para desarraigar el Hambre”, se enmarca en la categoría de actividades de dinamización cultural y generación de debate y sinergias para contribuir a un cambio respecto a la tragedia del hambre. Consiste en un evento-performance que se apoya sobre la afirmación de que **es imprescindible construir cultura sobre la temática**, una cultura diferente y liberadora y tejer diálogo social y cultural que promueva alternativas y nuevas visiones para un cambio necesario.

Con este punto de partida, el evento quiere conectar en una experiencia cultural público especializado del mundo de la cultura, del audiovisual y de la cooperación internacional al desarrollo, junto con personas ciudadanas de los más variados ámbitos (desde el asociacionismo y el activismo, hasta personas con intereses culturales), en torno a un acto de comunicación y de expresión artística comprometida. La performance tendrá como actividad principal la creación en vivo de una narración audiovisual sobre el hambre y los instrumentos y mecanismos en torno a ella, creada en directo por parte de videojockeys, que recuperarán la tarea de investigación y materiales realizada por FAM sobre la construcción del código fuente audiovisual del hambre.

Sobre el centro de este acontecimiento audiovisual **se generarán diálogos y reflexiones que se espera que sean semillas de cambios culturales y réplicas sociales** que contribuyan a un cambio en la cultura que perpetua, y no erradica, el hambre en el mundo.

## Exposición fotográfica “Las caras del hambre”

**El hambre perpetuada en los países empobrecidos frente al crecimiento deseado de los países del Norte.** Para este proyecto se realiza una investigación de las empresas afincadas en Catalunya y España que tienen intereses en la industria y el sector alimentario y que “invaden” los mercados agrícolas locales de los países empobrecidos. Así como todas aquellas empresas, organismos y entidades financieras que juegan un papel importante en el mapa de causas que desde el proyecto pretendemos señalar, ya sea con sus fondos de inversión en alimentos, en el ámbito de las patentes de semillas, en las políticas proteccionistas agrícolas, etc. Por último y no menos importante, enseñaremos el mapa de influencias que ejercen los organismos internacionales que con sus políticas impiden que los países más azotados por el hambre sean soberanos en la toma de decisiones respecto a cómo garantizar el alimento para sus poblaciones.

Conectada a esta investigación se crea una exposición sobre el hambre en la que en lugar de ir a ver poblados, personas que sufren hambre, terrenos secos, el espectador se encuentre primeros planos de ejecutivos, planos generales de almacenes llenos de material, cadenas de embalaje, biotecnología, despachos de los bancos, salas de reuniones, etc. **Una exposición multimedia e interactiva que requerirá de la participación del visitante.** El punto de partida del diseño de la exposición es contar con una serie importante de fotografías en gran formato que proyectadas en pantallas táctiles permitirán que el visitante “toquetee” esas caras normalmente lejanas para ir respondiendo a algunas preguntas que se le van planteando, al hacerlo irá **desenmascarando las imágenes que se ocultan detrás para ir conformando unas nuevas caras**, las de algunos de los responsables.



# LAS PERSONAS II

»» Somos las personas que podemos hacer realidad un cambio, quizás este cambio u otro diferente, sólo lo sabremos al final. Somos una red humana que mira, estudia y relata el hambre desde la conexión de esta diversidad de disciplinas, conocimiento y experiencia. Unas somos núcleo e impulsamos el proyecto. Otras se suman, se implican, aportan lo que saben o conocen; para juntas, reforzar el relato desde la coherencia, la rigurosidad y la veracidad. Todas construimos comunicación, una que toque corazones, deshaga prácticas obsoletas y genere nuevas esperanzas ««

## Equipo y organización detrás, delante, al lado y alrededor del proyecto

FAM es un proyecto **ideado, impulsado y liderado por Quepo, con la voluntad de ser realizado y producido en comunidad.** Se pretende iniciar un proceso compartido, buscando la complementariedad y la complicidad de las personas que lo integren. La voluntad es abrir espacios para que todos los agentes implicados puedan aportar contenido, debate y conocimiento al proceso.

El diseño del proyecto perfila la participación de una red amplia de personas, organizaciones e instituciones con roles diversos en construcción constante:

### Quepo, un equipo motor delante

El equipo de Quepo dedicado al proyecto está integrado por **profesionales de la comunicación para el desarrollo, el audiovisual, la gestión de proyectos y el ámbito de la participación.**

- › **Producción ejecutiva:** Sonia Ros, Pablo Zareceansky, Raquel Bonell, Julián Altuna
- › **Dirección:** Sonia Ros, Pablo A. Zareceansky
- › **Ayudante de dirección:** Lucía Andújar
- › **Investigación y documentación:** Lucía Sances
- › **Diseño gráfico:** Chus Portela
- › **Economía y administración:** Joan Martínez

## Los aliados, los profesionales al lado:

**Grupo de expertas:** Es un elemento clave de los recursos humanos del proyecto. Reúne especialistas del mundo de la cooperación, la comunicación para el desarrollo, y de cuestiones vinculadas al derecho a la alimentación. Su rol es el acompañamiento y asesoramiento del equipo de FAM en las diferentes fases del proyecto y la producción de contenidos desde la diversidad de sus especialidades.

La creación de este grupo trata de **asegurar un elemento de calidad, pluralidad y de análisis en profundidad** de las cuestiones planteadas del proyecto, para una buena y potente comunicación.

**La Red Sur:** Así hemos denominado al grupo de periodistas y realizadores locales de diferentes países del Sahel enrolados en el proyecto. Es a partir de su visión de la realidad, de su relato, que se estructuran los elementos de análisis desde el terreno. Son fundamentales tanto para **la construcción de una parte del discurso a través de las visiones locales** y regionales, como por la cuestión instrumental, dado que su apoyo será necesario para llegar a las fuentes de información más relevantes del territorio.

**Los medios de comunicación en alianza:** Serán los medios que se hagan suyo el proyecto y se sumen a desinvisibilizar el hambre desde el enfoque FAM.

## Los cómplices, la diversidad alrededor:

**Instituciones públicas:** Son las que **apoyan el proyecto** desde el inicio, financiando las primeras fases y participan de diferentes procesos, como las mesas de trabajo.

**Las organizaciones (ONG):** Son una parte capital de la **construcción de la reflexión y del conocimiento compartido** del proyecto por su papel activo en la lucha contra el hambre. Ellas protagonizan las sesiones de trabajo y participan de las mesas de diálogo que darán lugar a conclusiones y enfoques tanto internos como externos.

**La ciudadanía:** Tiene espacios de participación diversos durante el desarrollo del proyecto. En un inicio su participación será limitada específicamente a los espacios de comunicación en redes sociales y el blog. **Su participación es central a partir de la fase de sensibilización.** Las herramientas de comunicación y sensibilización que se desarrollarán tendrán como característica el espacio de interacción con la ciudadanía; tratarán de motivar la respuesta, y no sólo el “consumo” del producto.

**Empresas:** Algunas empresas nos están **ayudando a tirar para adelante áreas determinadas del proyecto;** y más que necesitaremos. Dos ejemplos de arranque con los que ya contamos: A Navalla Suiza, llevando el peso del desarrollo y la programación web; y Facto assessors, encargados de complementar el trabajo de economía/administración y dar apoyo en la relación con los financiadores.

## Los apoyadores activos, fundamentales detrás:

Se prevé la participación de personas voluntarias durante el desarrollo del proyecto

- ▶ Voluntariado profesional especializado: **Quepo cuenta en todos sus proyectos con la colaboración desinteresada de profesionales** del sector audiovisual por la confianza en el proyecto de Quepo y por la causa finalista del proyecto que se realiza. Esto permite conseguir resultados de alto nivel, a la vez que unos costes asumibles para un proyecto sin ánimo de lucro.



# EL TIEMPO II

»» El tiempo. Tardaremos el tiempo que haga falta en lograr desarrollar este proyecto, eso es lo que nos hemos propuesto el equipo de Quepo. El proyecto lleva mucho tiempo entre nosotros, saltó del cajón a encima de la mesa y ahora a la pantalla, las libretas, las pizarras. Es complejo cerrar un calendario de proyecto cuando la financiación no está garantizada. pero lejos de asustarnos, nos motiva saber que no hay una fecha fija de cierre. Tenemos **FAM para rato** ««

## **Fases del proyecto y calendario**

(ver también apartado Fases en Desglose de herramientas)

**La fase 0:** Es la **fase en la que el proyecto se inicia** desde la investigación. A partir de las primeras conclusiones derivadas de la investigación se inicia el diseño del proyecto así como las primeras acciones de financiación. Esta fase concluye cuando el proyecto tiene un diseño sólido, así como una primera financiación que permite la arrancada.

**La fase 1:** Es la **fase de arranque del proyecto** y es la base fundamental para la implicación de los distintos actores del proyecto y para que la segunda fase tenga el éxito y la dimensión de incidencia esperada. Varios aspectos del proyecto marcan el calendario, podríamos decir que con vida propia: la documentación y la búsqueda de archivo; el contacto y la producción de contenidos con la red del Sur, la definición de la participación de los distintos actores e instituciones, las alianzas con los medios de comunicación, la construcción de una comunidad interesada y la producción central del webdoc. Esta fase cuenta con las siguientes herramientas:

- › Web y Blog de difusión del proyecto
- › Redes sociales propias del proyecto.
- › Webdoc sobre el código fuente del hambre en el imaginario colectivo de los países del Norte.

- ▶ Acciones de sensibilización. Las mesas de trabajo con ONG e instituciones públicas de cooperación al desarrollo y lucha contra el hambre. Y las mesas de diálogo para la ciudadanía, con debate alrededor de la proyección del webdoc.
- ▶ Publicación de productos periodísticos en alianza con los medios de comunicación.
- ▶ Finalmente, la producción de un teaser del largometraje documental de la fase 2.

**La fase 2:** Esta es la fase de producción audiovisual, en su concepción clásica. Consta de dos producciones:

- ▶ Largometraje documental sobre las causas estructurales del hambre, de ámbito internacional
- ▶ Para el documental se desarrollará una web interactiva con el objetivo de generar un espacio en el que la audiencia pueda interactuar.

Se desarrolla en paralelo a la continuidad de las acciones de comunicación y sensibilización iniciadas en la fase 1, especialmente aquellas relacionadas con medios de comunicación y redes sociales. Y se inicia la búsqueda de financiación y el diseño de las herramientas de la fase posterior. Es la fase en que iniciamos la internacionalización del proyecto, acudiendo a fuentes de financiación documental internacionales.

**Fase 3:** Esta fase tiene el centro en la **distribución del largometraje documental a nivel internacional y acciones de difusión** del resto de herramientas. El proyecto está concebido como transmedia y en esta última fase pueden llegar a tener cabida la producción de diversas herramientas por definir. La narración del hambre iniciada con el blog en la fase 1, sufrirá muchas modificaciones que la enriquecerán y que provocarán necesidades múltiples que podrían desembocar en nuevas herramientas.

### Otras herramientas independientes de las fase

Estas herramientas no tienen un calendario predefinido y se irán incorporando al mismo en función de la financiación que permita desarrollarlas.

- ▶ La producción de un espectáculo audiovisual en directo “Live-cinema Performance” del código fuente del hambre.
- ▶ La producción de una exposición fotográfica sobre “Las caras del hambre”.
- ▶ Otras herramientas (bot, ebook, etc)

Y pueden ser desarrolladas en cualquiera de las fases, en función de las posibilidades de financiación a lo largo del desarrollo del proyecto. Otras necesidades surgidas pueden requerir de formatos a medida de los contenidos de la narrativa, conectados a diferentes segmentos de audiencia, con el objetivo de siempre, tener posibilidades reales de incidencia y transformación social.





# EL CAMBIO SOCIAL II

» Como comunicadores debemos abrir esos espacios de debate y diálogo. “Callarse, negar y silenciar la palabra inconforme, la crítica, es ayudar al enemigo. Y si no abordamos esos temas colectivamente para buscarles propuestas ni salidas, ahí sí que nos vamos a seguir pudriendo desde dentro ««

Extraído del texto “PalabrAndando: entre el despojo y la dignidad”  
(Vilma Almendra 2014)

## I Estrategia de transformación social e incidencia política

Este proyecto transmedia es un complejo sistema de transformación e incidencia que funciona público a público y que está dirigido a diferentes niveles de un mismo sistema de creencias de la sociedad. **El cambio de paradigmas culturales y el debate público basado en el conocimiento de las causas complejas** es la única vía que puede permitir una movilización de la ciudadanía hacia cambios profundos en el sistema internacional y en los modelos y metodologías que se exportan hacia el Sur. Como Quepo creemos que podemos **aportar** en este contexto, con **herramientas de comunicación de calidad**, con potencial pedagógico y con una mirada crítica y plural.

FAM busca sensibilizar mediante herramientas de conocimiento, **basadas en la documentación e investigación que incorpora la voz del Sur** y en el desarrollo de conocimiento colectivo entre instituciones públicas y organizaciones de desarrollo implicadas. La conexión de estos conocimientos tiene que aportar datos relevantes para el enfoque del derecho universal a la alimentación y de sus trágicas y diarias vulneraciones. Creemos que las herramientas de conocimiento y sensibilización planteadas son un primer paso que permitirá **iniciar debates** sobre la concepción de las intervenciones internacionales, sobre la cooperación al desarrollo y sobre el enfoque mismo de educación y de sensibilización; para permitir en el medio y largo plazo **producir cambios** en las metodologías, las formas de intervención de las entidades, y la **implicación social de la ciudadanía** en estas temáticas.



[www.projectefam.cc](http://www.projectefam.cc)

@ProjecteFAM  
facebook.com/projectefam



llibertat 47  
08012 barcelona  
+34 931 867 511

[www.quepo.org](http://www.quepo.org)  
info@quepo.org

