**IO2 Tema:** Cómo crear un espacio online seguro para el Storytelling comunitario

**Organización:** Kairos Europe (UK)

# Sesión Formativa

| Título | Cómo crear un espacio online seguro para el Storytelling comunitario |
| --- | --- |
| Vinculado con IO1 (Estudio PIECE) | El primer resultado intelectual del proyecto destacó cómo las/os trabajadoras/es comunitarias/os y las diferentes partes interesadas valorarían tener más formación sobre cómo crear un espacio online seguro para las comunidades y la narración de historias comunitarias. |
| Resultados | * Mejor comprensión de la narración de historias de la comunidad * Mejor comprensión del proceso de establecimiento de normas para las comunidades online |
| Aprendizaje | Espacios online seguros para las comunidades |
| Temas clave | * Storytelling comunitario * Espacios seguros online * Directrices para las comunidades * Reglas * Procesos dirigidos por la comunidad * Compromiso de la comunidad |
| Competencias cubiertas | Participación, compromiso comunitario, facilitación de sesiones formativas |
| Duración de la sesión | 3 horas y 40 minutos descansos incluidos |
| Preparación | * Leer sobre los temas y completar el la formación online PIECE eLearning (para la persona facilitadora/formadora). * Si es posible, establecer la misión y los valores de la comunidad con la que se va a trabajar |

# Actividades

| Tiempo  *(Aprox.)* | Objetivo de aprendizaje específico | Actividad | Evaluación del aprendizaje | Recursos |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 25 min | Recordar nombres, contar historias, crear una conexión entre las personas participantes y comprender el estado emocional de los demás | **ACTIVIDAD ROMPE-HIELOS/DISTENSIÓN**  ***Dos verdades y una mentira***  La persona facilitadora debe asegurarse de que el grupo esté sentado en un gran círculo para este ejercicio. A continuación se pide a todas las personas que piensen en dos hechos sobre ellas/os mismas/os y en una mentira. La mentira no debe ser evidente para las demás personas participantes. Los hechos y las mentiras pueden ser lo que cada persona elija; no es necesario que sean personales, y es importante que cada persona se sienta cómoda compartiendo la información que seleccione.  No obstante, los ejemplos divertidos o personales son bienvenidos si las personas están dispuestas a compartirlas.  Algunos malos ejemplos (por el hecho de que si es verdadero o falso es obvio)  Tengo el pelo rubio (para mejorar el ejemplo, se podría cambiar por "soy rubio por naturaleza"); llevo botas; soy un hombre; llevo gafas siempre.  Algunos buenos ejemplos:  Me gusta cocinar; soy creyente; tengo perro; sé bailar claqué; sé tocar el piano; nunca he probado el vodka; sé hablar 3 idiomas.  Por turnos, las personas participantes deben compartir sus tres afirmaciones y el resto del grupo debe sugerir qué afirmación creen que es la mentira. Después cada persona descubrirá qué afirmaciones eran verdaderas y cuál era falsa.  El objetivo de este ejercicio es conocerse mutuamente en un ambiente divertido e informal. También es una buena manera de reflexionar sobre los estereotipos y las primeras impresiones que podemos tener y que no son necesariamente ciertas. Las/os participantes tienen siempre el control de la información que deciden compartir, lo que significa que, aunque sea personal, no debe hacerles sentir incomodidad en ningún momento.  ***Emociones/Emoji del día (online)***  Pide a tu grupo que describa su día hasta ahora con un emoji. La mayoría de las plataformas tienen funciones para tener reacciones con emoji. A continuación, pregunta a las/os participantes si quieren compartir por qué han elegido ese emoji en particular. Este es un buen momento para hacer una captura de pantalla si tus participantes están de acuerdo con ello. | - | Plataforma en la que puedes usar emojis |
| 1 hora y 15 min |  | IntroducciónQué es la narración comunitaria (Storytelling?) (15 Min) En primer lugar, debemos entender la narración de historias (Storytelling). Ésta suele definirse como la actividad social y cultural de compartir historias, lo que puede hacerse mediante la escritura, la actuación, el teatro, el cine, la música, la poesía, la improvisación y cualquier otro medio que se adapte al propósito. Todas las formas de arte cuentan una historia.  A nivel comunitario, el storytelling significa contar la historia de los miembros de la comunidad a través de cualquier medio. Para que sean eficaces, las historias comunitarias tienen que dar a cada miembro de la comunidad la posibilidad de beneficiarse de las contribuciones, al tiempo que elaboran una experiencia propia muy personal.  Si llevamos este concepto a la red, acabamos teniendo espacios online como foros, grupos, chats, salas de chat, tablones online donde los miembros de la comunidad pueden compartir su historia y sus experiencias desde su punto de vista. Cuenta tu historia (1 hora) Una vez que haya explicado el contexto de la sesión, se dividirá a las/os participantes en grupos (salas de reunión si es online) y se les pedirá que piensen en una historia sobre su comunidad, en qué lugar les gustaría contarla en línea (foro, redes sociales, chat, etc.) y a través de qué medios. Cada grupo contará con 30 minutos y luego volverán al grupo completo para exponer sus conclusiones.  Esta puede ser una herramienta muy poderosa y puede ayudar a la sostenibilidad de la comunidad al mantener la memoria del pasado para informar las acciones presentes y futuras. En la práctica, cualquier espacio en línea necesita tener reglas y entender los límites y lo que está permitido en el espacio. Esto es crucial para proteger a los miembros de la comunidad y hacer que el espacio sea seguro para la libre expresión. Este tema específico se abordará en la siguiente actividad. | Debate | En persona: bolígrafos, papeles y rotafolio con rotuladores  En línea: plataforma que permita salas de reuniones y compartir pantallas |
| 1 hour |  | Let’s establish our rules! (1 hora)Introduction (10 min) Es útil tener una declaración de misión/visión de lo que es la comunidad. Por lo general, los grupos comunitarios ya las tienen o se pueden encontrar fácilmente a través de una conversación con los miembros. [Hay varios recursos online](https://blog.vanillaforums.com/community-how-to-create-collaborative-community-mission-vision-statements) sobre cómo hacer esto. Conocer estos antecedentes ayuda a establecer las reglas del espacio en línea para la comunidad.  Si tienes una declaración de misión es bueno incluirla al principio de tus reglas. Las normas pueden estar escritas en un papel o en línea, según el caso. Tu declaración de misión debe recordar a tus miembros por qué se preocupan por las normas y los reglamentos para mantener a la comunidad segura y a su propósito claro.  Hay dos formas principales de redactar directrices: basadas en reglas o en valores.  Las directrices basadas en reglas suelen ser una lista de normas que las/os usuarias/os deben seguir. Aunque son más rápidas de redactar y a menudo más fáciles de empezar, las/os usuarias/os suelen pasarlas por alto y las perciben como algo "pesado o trivial". Por eso, las directrices basadas en valores son a veces una opción mejor y más sostenible para los grupos.  Las directrices basadas en valores son directrices que comienzan con los valores (por ejemplo, valoramos el diálogo crítico) y luego crean directrices que ayudan a los miembros a entender cómo reforzar ese valor (por ejemplo, no estar de acuerdo, pero hacerlo con referencias creíbles a fuentes que respalden su argumento). Estas directrices suelen estar escritas en sentido afirmativo y no negativo.  Casi todas las directrices de la comunidad deberían incluir normas sobre:   * Violaciones de los derechos de autoría o de la propiedad intelectual * Actividad ilegal * Cualquier acoso o conducta de odio, incluyendo la discriminación, el discurso de odio, intimidación o los ataques dirigidos * Suplantación de la identidad de otras/os usuarias/os * El spam y las estafas * Contenido sexual o desnudez * Cualquier conducta violenta: violencia extrema, violencia gráfica, amenazas, gore, obscenidades * Dañar a otros o actuar con malicia * Compartir información privada * Políticas de vinculación: la capacidad (o no) de promocionar productos/servicios sin revelar la relación con la marca   Es muy importante identificar qué normas son más importantes para cada misión y cultura específica. Trabajo en grupo (20 min)Divide al grupo en grupos más pequeños (salas de reunión si es online) y pídeles que elaboren reglas/directrices/normas para su espacio comunitario online. Tendrán 20 minutos para elaborar las reglas y posteriormente volverán a la sala principal o se incorporarán al grupo general.Conclusión (30 min) Pide a cada grupo que comparta sus reglas y el enfoque que adoptó y los motivos. Conduce una reflexión sobre el trabajo del grupo destacando las similitudes y las diferencias entre cada grupo. | Debate y trabajo grupal | En persona: bolígrafos, papeles y rotafolio con rotuladores  En línea: plataforma que permita salas de reuniones y compartir pantallas |
| 20 min |  | Estudio de caso Muestra al grupo las directrices de Airbnb como ejemplo del enfoque de una corporación global sobre las normas/directrices basadas en valores.  Puede acceder a las normas [aquí.](https://www.airbnb.co.uk/trust/standards) | - | Proyector/pantalla compartida |
| 40 min |  | Feedback/evaluación Hay diferentes formas de recoger las opiniones. Dada la naturaleza colaborativa del tema y de la sesión formativa, se sugiere realizar un tiempo de debate y de reflexión en el que los miembros del grupo expresen libremente sus impresiones y sentimientos sobre la sesión y sobre cómo van a poner en práctica su aprendizaje en sus comunidades. | - | - |

# Estudio de caso

El objetivo del estudio de caso es ofrecer un ejemplo real de los temas tratados en la sesión formativa.

| País | Varios |
| --- | --- |
| Título | Airbnb Normativa de la Comunidad |
| Organización | Airbnb |
| Fuentes | * <https://www.airbnb.co.uk/trust/standards> |
| Objetivos del estudio de caso | * Mostrar cómo se pueden presentar online las directrices comunitarias basadas en valores * Inspirar para la realización de directrices basadas en valores |
| Destacado del estudio de caso | * Las reglas se denominan normas, lo que las hace más accesibles para las personas * Empiezan con un valor y las normas que se derivan de él * El documento se describe como vivo por lo que siempre cambia y se actualiza * Hay una declaración de misión al principio * Las normas son híbridas. Son para una comunidad online pero también para una comunidad offline |
| Descripción del estudio de caso | Airbnb es una empresa estadounidense que gestiona un mercado en línea de alojamientos, principalmente casas de familia para alquileres vacacionales, y actividades turísticas. Con sede en San Francisco (California), la plataforma es accesible a través de un sitio web y una aplicación móvil. Airbnb no es propietaria de ninguna de las propiedades listadas; en cambio, se beneficia recibiendo una comisión por cada reserva. La empresa fue fundada en 2008 por Brian Chesky, Nathan Blecharczyk y Joe Gebbia.  Airbnb se refiere a las personas que utilizan sus servicios como una comunidad, y han proporcionado normas comunitarias a las que se puede acceder a través del enlace anterior. Este es un buen ejemplo de normas para una comunidad en línea. |
| Impacto local, regional, nacional e internacional | Airbnb es una comunidad global que pone en contacto a personas que viajan y buscan alojamiento con anfitrionas/es locales. Tomando esto como ejemplo, podemos ver hasta qué punto la definición del término comunidad puede variar según el contexto local. Este gran ejemplo de reglas también es una buena representación de que, aunque el establecimiento de reglas varía según el contexto local, hay algunas reglas básicas clave en las que todas las pesonas podemos estar de acuerdo. |
| Conclusión | Este es un buen ejemplo de cómo establecer reglas y directrices comunitarias. |