

CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO MEDIÁTICO

LOS JÓVENES Y LA REPRESENTACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Profª Drª Gemma Teso Alonso

IP Proyecto Virtual MoJo

Facultad de Ciencias de la Información

Observatorio Comunicación CCC

Universidad Complutense de Madrid

ÍNDICE



CAMBIOS BRUSCOS: CAMBIO CLIMÁTICO
(CC) Y CAMBIO MEDIÁTICO

EL ACTUAL ECOSISTEMA MEDIÁTICO
LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y LA
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL DEL CC

LOS JÓVENES, EL ECOSISTEMA MEDIÁTICO Y
LA COMUNICACIÓN DEL CC:

- LOS JÓVENES COMO REFERENCIA EN
LA COMUNICACIÓN DEL CC
- JÓVENES PROSUMIDORES

Resultados proyecto Virtual Mojo

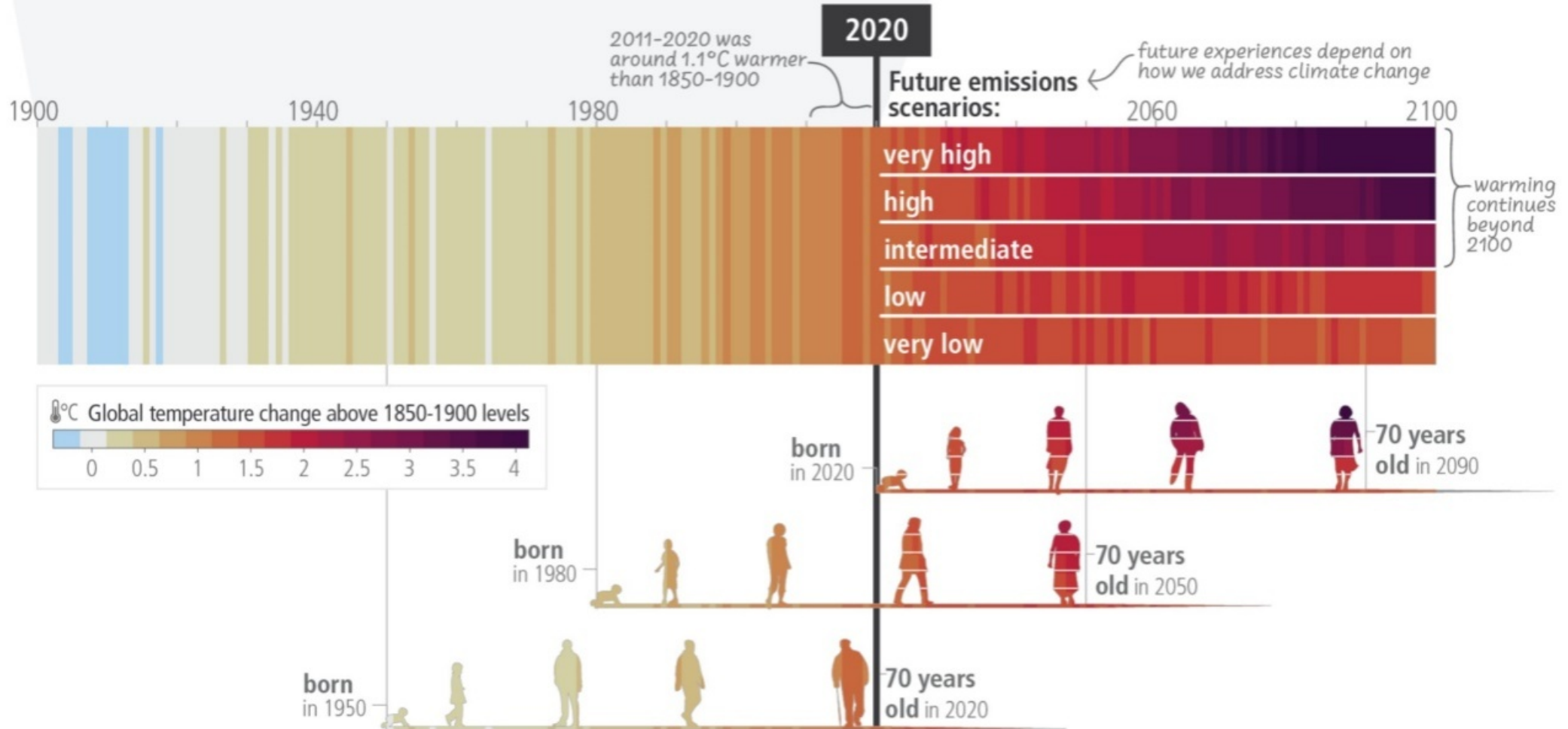
BREVES CONCLUSIONES



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

c) The extent to which current and future generations will experience a hotter and different world depends on choices now and in the near-term



CAMBIOS BRUSCOS: CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO MEDIÁTICO (Teso 2023)

EL DESARROLLO DEL ECOSISTEMA DIDITAL


- 1980- Los ordenadores personales y los sistemas operativos: Microsoft- PC y Mac-
- 1991- Internet la primera página web y los navegadores – Netscape. Modelo centrífugo S. XXI.
- **S.XXI-** Digitalización- producción y distribución señal.
- Telecomunicaciones: Transmisión de la señal a gran velocidad:
 - La fibra óptica,
 - La TDT (apagón analógico en 2011)
 - Telefonía móvil, 3G, 4G, 5G
- Desarrollo y mejora de los dispositivos móviles (Android vs IOS)

EL CAPITALISMO DE DATOS (Shoshana Zuboff, 2020)

- Las Redes sociales (Facebook, 2004- 2005). Modelo centrípeto
- Plataformas digitales de contenidos (*streaming*): Mercado global, producciones de alto presupuesto. HBO, Netflix, Disney, Amazon... (Elena Neira, 2022).
- Análisis de Big Data y creación de contenidos (Netflix)
- El Metaverso de Facebook
- La Inteligencia Artificial (IA)

Usos periodísticos y comerciales de la IA

Aplicaciones en el Periodismo El ChatGPT5



Periodismo automatizado: la IA ya escribe noticias, las verifica y ofrece información personalizada

Publicado: 11 abril 2023 18:33 CEST

Shutterstock / Alexander Limbach

La irrupción de la inteligencia artificial ha dado lugar al **Periodismo Automatizado**, es decir, la redacción automática de noticias con mínima o nula aportación humana mediante técnicas informáticas de lenguaje natural.

Estamos ante una realidad emergente que ocupa todas las etapas de la cadena periodística, principalmente tres fases: automatización en la recogida de información, producción automatizada del contenido (redacción de la noticia) y distribución de información, y relación con la audiencia.

La automatización del periodismo ya es un hecho

Durante la última década, la aplicación de IA en el periodismo ha abarcado desde agencias de noticias a medios de comunicación a escala global. Por ejemplo, en el caso de los medios estadounidenses, cerca de **un tercio de lo que publica Bloomberg News** utiliza algún tipo de automatización. **Forbes cuenta con una**

Autores:

- Pilar Sánchez-García**
Profesora Titular de Periodismo, Universidad de Valladolid
- Alba Díez-García**
Investigadora predoctoral, Universidad de Valladolid
- Carla Calvo-Barbero**
Investigadora predoctoral, Universidad de Valladolid
- Noemí Merayo Álvarez**
Profesora Titular de Universidad, Universidad de Valladolid

Cláusula de Divulgación

Las personas firmantes no son asalariados, ni consultores, ni poseen acciones, ni reciben financiación de ninguna compañía u

Amazon Bedrock oferta distintos algoritmos para funciones como la generación de texto, de chatbots conversacionales, de búsqueda, de resumen de textos, de generación de imágenes o de personalización de oferta.



Text generation

Create new pieces of original content, such as short stories, essays, social media posts, and web page copy.



Chatbots

Build conversational interfaces such as chatbots and virtual assistants to enhance the user experience for your customers.



Search

Search, find, and synthesize information to answer questions from a large corpus of data.



Text summarization

Get a summary of textual content such as articles, blog posts, books, and documents, to get the gist without having to read the full content.



Image generation

Create realistic and artistic images of various subjects, environments, and scenes from language prompts.



Personalization

Help customers find what they're looking for with more relevant and contextual product recommendations than word matching.

CAMBIOS BRUSCOS: CAMBIO CLIMÁTICO Y CAMBIO MEDIÁTICO (Teso, 2023)

Ecología de los Medios (MacLuhan, 1962; Innis, 1950) y Media Evolution (Scolari, 2021 y 2023)

- **Convergencia** en Internet de medios convencionales y *new media*
- Sinergia Medios y RRSS (Social Media). *Audiencia Social* (M.^a José Arrojo)
- Consumo multiplataforma
- Contenidos transmedia (desarrollos narrativos segmentados y complementarios)
- Aplicaciones “democratizadoras” de los sistemas de grabación y edición- *prosumers*
- Uso generalizado de dispositivos móviles en todas las franjas de edad.
- Hiperconectividad y consumo ubicuo
- Economía de la atención: Hegemonía de la imagen y del contenido audiovisual en RRSS y medios digitales.
- Desinformación (tipos y escalas) vs Verificación
- Déficit de atención sostenida

Comunicación Audiovisual (Televisión):

- La Escenografía Virtual (EV)
- La Realidad Aumentada (RA)
- Mezcladores Virtuales – V- MIX
- Tecnología IP
- Movil Journalism

Sistemas: Brainstorm y Unreal





La Realidad Aumentada y Expandida

Teletransporte



JÓVENES CONSUMIDORES CONTENIDOS MEDIOS

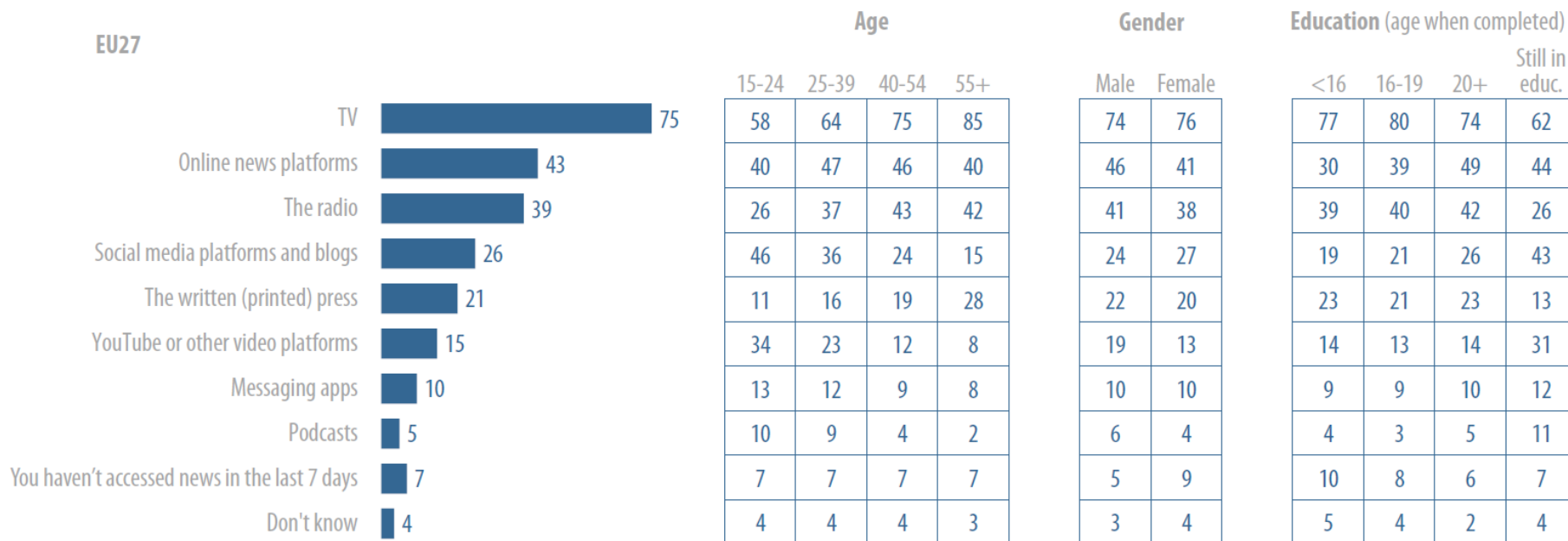
Digital News Report 2022

los contenidos audiovisuales emitidos por los medios continúan siendo la principal fuente de información sobre el CC para la ciudadanía, también para los jóvenes.

Este colectivo recurre con mayor frecuencia a las fuentes online para acceder a información alternativa y seguir a activistas y *celebrities*.

Q3ab

Among the following, what media have you used the most to access news in the past 7 days? Firstly? And then?
[multiple answers possible]



13 | Flash Eurobarometer FL011EP – Media & News Survey 2022 / Fieldwork: 26/04 – 11/05/2022
(%) Base: n=52 347 – All respondents (EU27)

El Eurobarómetro publicado en julio de 2021 indica que los ciudadanos europeos consideran que el CC es el mayor problema que enfrenta la humanidad en su conjunto.

La Encuesta de Percepción Social de la Ciencia realizada por la FECYT 2020 y 2022
“La sociedad española ante el cambio climático” (Meira et al., 2021)

Barómetro del CIS realizado en septiembre de 2022

Algunos riesgos para la educación

- ✓ Niños y adolescentes como *Prosumidores* (productores y consumidores de contenidos digitales)- *TikTok*
- ✓ Soportes y procesos de recepción y circulación: desafíos para garantizar los derechos en el entorno *online* frente a los intereses comerciales
- ✓ Representaciones informativas y mediáticas de la infancia y la adolescencia
- ✓ Falta de inversión en la producción de contenidos dedicados a la niñez y la adolescencia en los medios
- ✓ Reconfiguraciones de las prácticas socio-comunicativas de los jóvenes en el contexto digital
 - La exclusión en el contexto digital
 - La inclusión de las TIC en el aula
 - Las RRSS y el efecto de la deseabilidad social
 - Los hábitos y la atención sostenida (Catherine L'Ecuyer, 2022, referencias a la filósofa Simone Weil).



Fuente: La Sexta, 2019



INNOVACIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA DE GRADO SUPERIOR (EEES)

TRAYECTORIA *Los jóvenes vistos por los jóvenes*

ARTÍCULO AULARIA

<https://www.aularia.org/Articulo.php?idart=105&idsec=13>

La experiencia de coproducción audiovisual realizada por los cuatro centros educativos participantes en el proyecto ARCE «Cuatro Visiones, jóvenes e inmigración en España», nos sirvió para demostrar que nuestros jóvenes alumnos/as son capaces de producir contenidos con calidad profesional para los medios de comunicación de forma coordinada entre varios centros.

Con la convocatoria del Ministerio de Educación en 2011 para el desarrollo de proyectos de innovación aplicada, llegó el momento de dar el salto al desarrollo de un nuevo proyecto audiovisual que incluyera la producción de contenidos para las nuevas ventanas que se han abierto gracias al empleo de nuevas tecnologías que genéricamente conocemos como los New Media. Gracias a la ayuda conseguida en la citada convocatoria, ha sido posible la inmersión en el mundo transmedia y el desarrollo de la web documental interactiva que supone «jóvenes frente al cambio climático». Ese proyecto ha constituido un nuevo hito en el desarrollo de la innovación audiovisual aplicada en centros de formación profesional de grado superior especializada en los sectores Audiovisual y Gráfico. La innovación experimental y metodológica es constatable mediante los resultados que aquí exponemos. La existencia de un proyecto marco ha permitido dotar de coherencia y continuidad a la innovación audiovisual educativa que supone el desarrollo de cada nuevo proyecto de producción audiovisual.

los por los jóvenes».

2001- «Arte Fuera de Lugar». Documental de 15 minutos en el que artistas jóvenes muestran nuevas formas y lugares para la creación y exposición de las Artes Plásticas.

2002- «Desmentir Tópicos». Documental de 25 minutos en el que los jóvenes intentan desmentir los tópicos a los que ellos se enfrentan cotidianamente o con los que son catalogados. Al final resulta no ser tan malo ser un joven tópico o un típico joven.

2003- «Jóvenes Bajo Presión». Documental de 25 minutos que retrata las diferentes situaciones y problemáticas que más estresan a los jóvenes de hoy. Esta obra descubre la presión que sienten los jóvenes en el ámbito familiar, laboral, académico y social.

2003- «Tabúes Jóvenes». Documental de 25 minutos en el que los jóvenes intentan responder a las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los tabúes de los jóvenes en la sociedad actual?, ¿Cómo se enfrentan a ellos?. Destaca la pieza dedicada a explorar el tabú existente en torno a la muerte.

2004- «Jóvenes y Política». Documental de 25 minutos producido en el contexto social del *No a la participación de España en la Guerra de Irak*. En esta obra se explora la relación y la actitud de los jóvenes ante la política y el fenómeno de la globalización, explicado a los jóvenes por José Luis Sampedro. Jóvenes conformistas e inconformistas apuestan por: formas alternativas de hacer política.

2005- «Producimos». Documental de 25 minutos que relata la experiencia vivida por varios grupos de jóvenes que participan en la «Semana de Producción» celebrada ese año en Puerta Bonita. Una experiencia profesional vivida por los jóvenes en el desarrollo de este proyecto educativo.

2005- «Amor Joven». Documental de 25 minutos que indaga en las características del amor que viven los Jóvenes. El amor adolescente y la evolución del amor, una mirada libre y frontal a las dificultades y los tabúes de las relaciones de pareja.

2006- «Vicios Jóvenes». Documental de 25 minutos que nos muestra el nuevo catálogo existentes de vicios para jóvenes (ludopatía en Internet, videojuegos, botellón...), algunos tolerados, otros alarmantes. Actitud social y mecanismos de adicción en la sociedad de consumo actual.

2007- «jóvenes por Naturaleza». Documental ofrecido en versiones de 26 y 15 minutos que aborda la relación de los jóvenes con el entorno natural. Compuesto por cuatro piezas, «Agu», «Aire», «Fuego» y «Tierra», en las que sus autores nos ofrecen las claves para comprender la crisis ambiental y las claves de un desarrollo sustentable.

2001- *ARTE FUERA DE LUGAR*

2002- *DESMENTIR TÓPICOS*

2003- *JÓVENES BAJO PRESIÓN*

2004- *TABÚES JÓVENES*

2004- *JÓVENES Y POLÍTICA*

2005- *PRODUCIMOS*

2005- *AMOR JOVEN*

2006- *VICIOS JÓVENES*

2007- *JOVENES POR NATURALEZA*

2008- *IN MADRID, JÓVENES E INMIGRACIÓN EN MADRID*

2009- 2010- *CUATRO VISIONES, JÓVENES E INMIGRACIÓN EN ESPAÑA*

2011- 2012- *JÓVENES FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO*

2015- 2017- *YOUNGSTERS I.DOC MAKERS- YIDOCM The Climate Puppets, cut the ropes*

2021- 2022- *VIRTUAL MOJO*

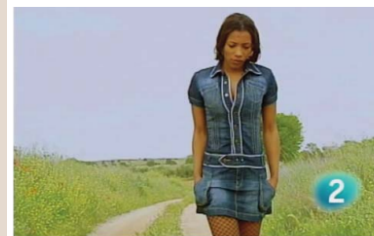
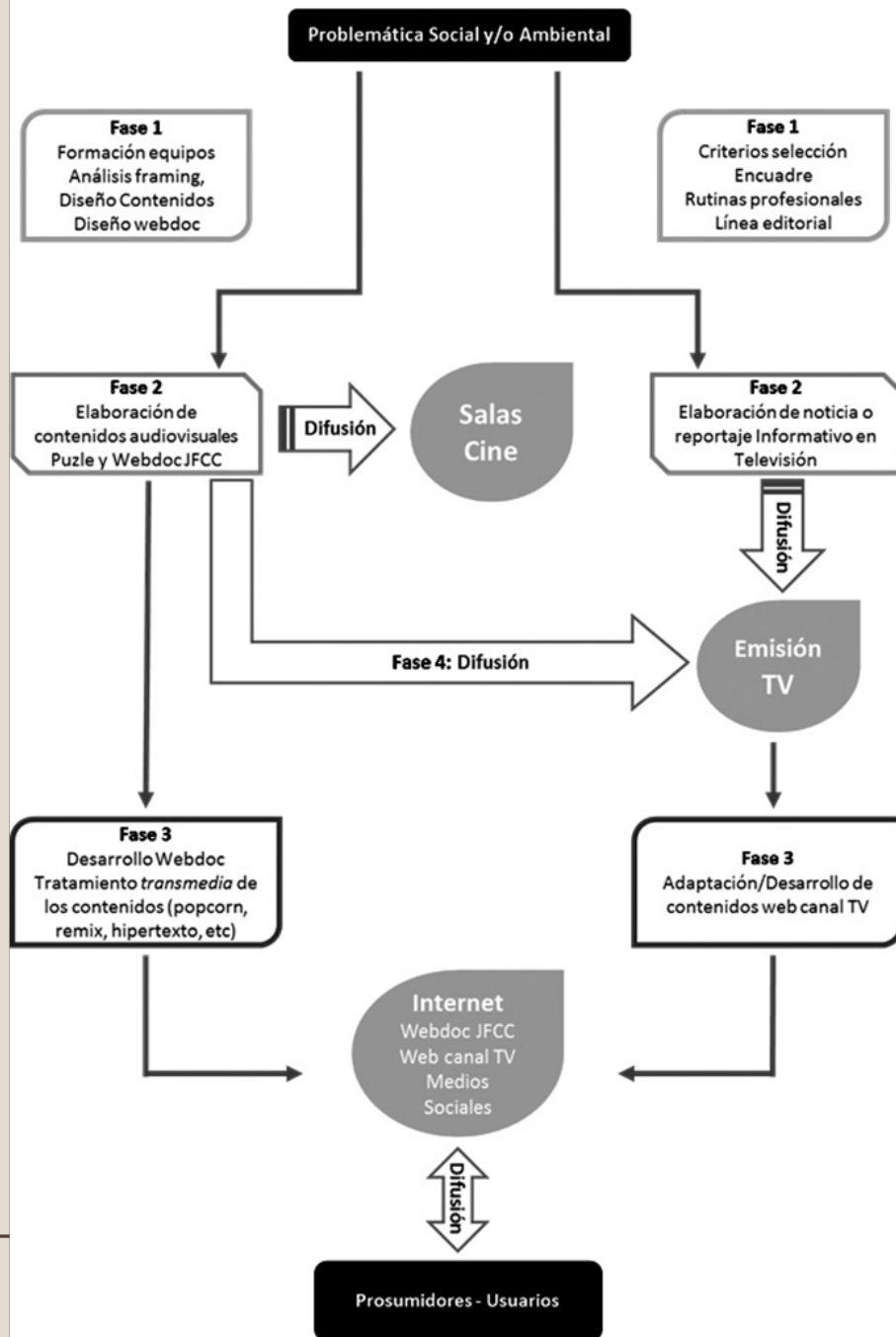


IMAGEN 3: Imagen de Ángela (Senegal), una de las protagonistas de la obra «In_Madrid, jóvenes e inmigración en Madrid», emitido en TVE 2 en mayo de 2009. Esta obra se presentó en como muestra del audiovisual elaborado por jóvenes realizadores españoles en el festival europeo «YEFF Fes».



Innovación educativa

Procesos- Formato

Los jóvenes vistos por los jóvenes



- Ventajas e inconvenientes de la producción AV en Centro Educativo
- Los jóvenes como creadores
- Innovación (procesos- formato):
 - Formato
 - Estructura de producción
 - Metodología.
 - Perspectivas cruzadas: marcos teóricos Educación y Comunicación. P. ej. Constructivismo y Representaciones sociales.
 - Diseño de contenidos
 - Diseño de producción

2015- 2017- *YOUNGSTERS I.DOC MAKERS (YIDOCM)- The Climate Puppets, cut the ropes*

ASOCIACIÓN ESTRATÉGICA ERASMUS + PARA LA INNOVACIÓN Y EL INTERCAMBIO DE NUEVAS PRÁCTICAS (KEY ACTION 2)

Documentary web created by students of the European schools participating in the project Youngsters I.Doc Makers (YIDOCM)

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

> HOME < CLIMATE CHANGE SOCIAL-POLITICAL IMPACT MIGRATION CRISIS PARTICIPATION PROJECT

CUT THE ROPES

Watch the documentary

CLIMATE CHANGE

Probably the biggest issue which strikes all of us around the globe. Get into the matter.

[Read more ...](#)

SOCIAL IMPACT

Find out why migration is directly linked to climate change and what we can do about it.

[Read more ...](#)

MIGRATION CRISIS

Refugees face a lot of challenges. See their experiences and how they cope!

[Read more ...](#)

THE CLIMATE PUPPETS CUT THE ROPES

www.theclimatepuppets.org/migration

This documentary shows four stories focused on two key topics for european youngsters: climate change and

<http://www.theclimatepuppets.org/>



2015- 2017- YOUNGSTERS I.DOC MAKERS (YIDOCM)- The Climate Puppets, cut the ropes



The points of view from the young people about relevant issues in Conventional & New Media



Los jóvenes vistos por los jóvenes

RESUMEN VIRTUAL MOJO

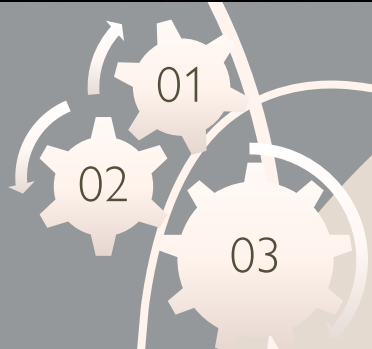
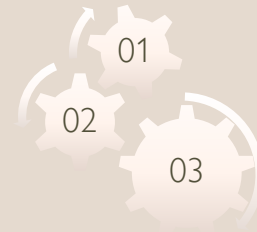
En línea con La UNESCO y el PNUMA. Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) y para el cumplimiento de los ODS.

1. Mejorar de las competencias educomunicativas de los futuros profesionales de la comunicación y de los futuros educadores ambientales.
2. Desarrollarlas con las tecnologías actualizadas propias del ecosistema comunicativo digital, lo que incrementa competencias y empleabilidad (Mo-Jo, EV, RA, V-Mix).
3. Desarrollar una experiencia innovadora de investigación-acción en el ámbito educativo.
4. Estudio de la representación social de los jóvenes en los medios y RRSS
5. Estudio sobre el uso de la EV y la RA en la comunicación AV del CC
6. Establecer nuevas líneas de trabajo para la innovación comunicativa en torno a la representación de la crisis ambiental (Jóvenes- Twitch)

- Estudiantes y profesores de seis CFGS de dos familias profesionales de los centros Puerta Bonita y Somorrostro.
- *Brainstorm Studio* como empresa tecnológica
- El Observatorio de la Comunicación del CC del Grupo de investigación de excelencia Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (UCM) en colaboración con ECODES.



Colaboración con la Asociación de Periodistas de Información Ambiental APIA y otras: CINETECA, FESTIVALES, CONGRESOS Y EVENTOS ACADÉMICOS

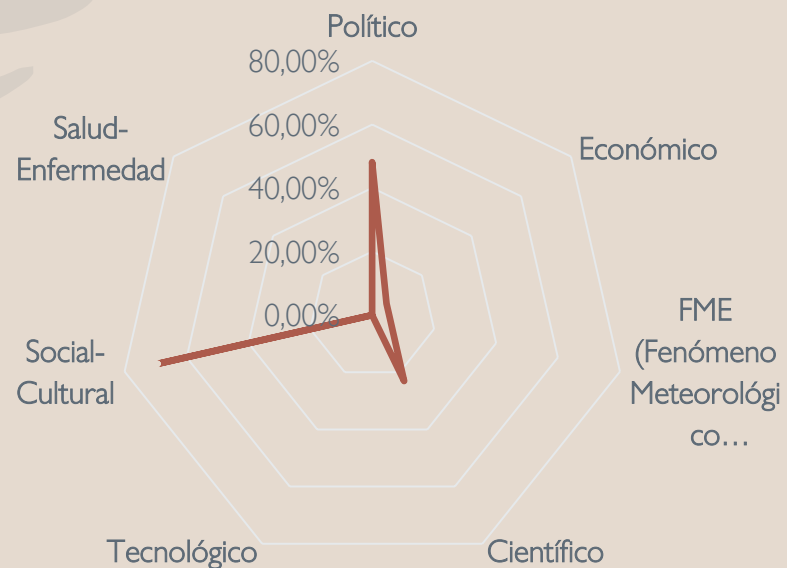


RESULTADOS VIRTUAL MOJO- ANÁLISIS MEDIOS

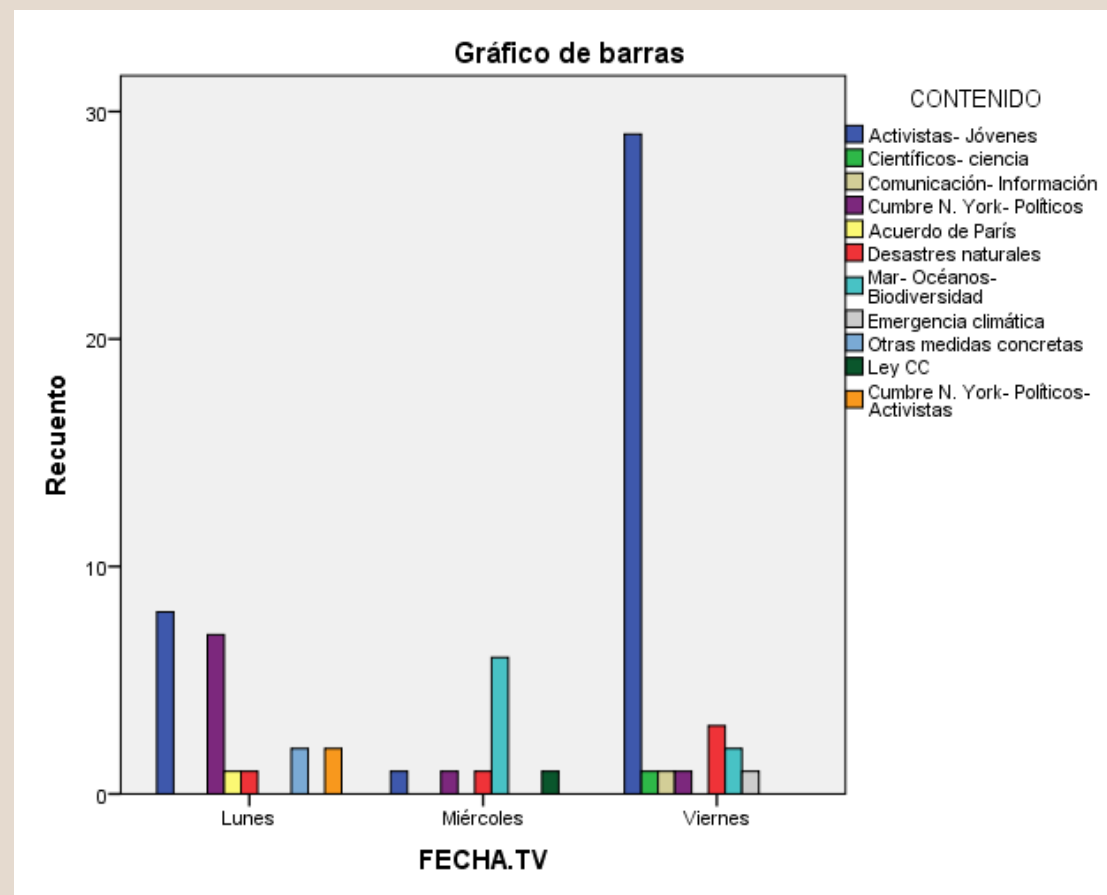
Los jóvenes como referencia en el discurso mediático en relación con el CC

Los jóvenes como referencia mediática en TV

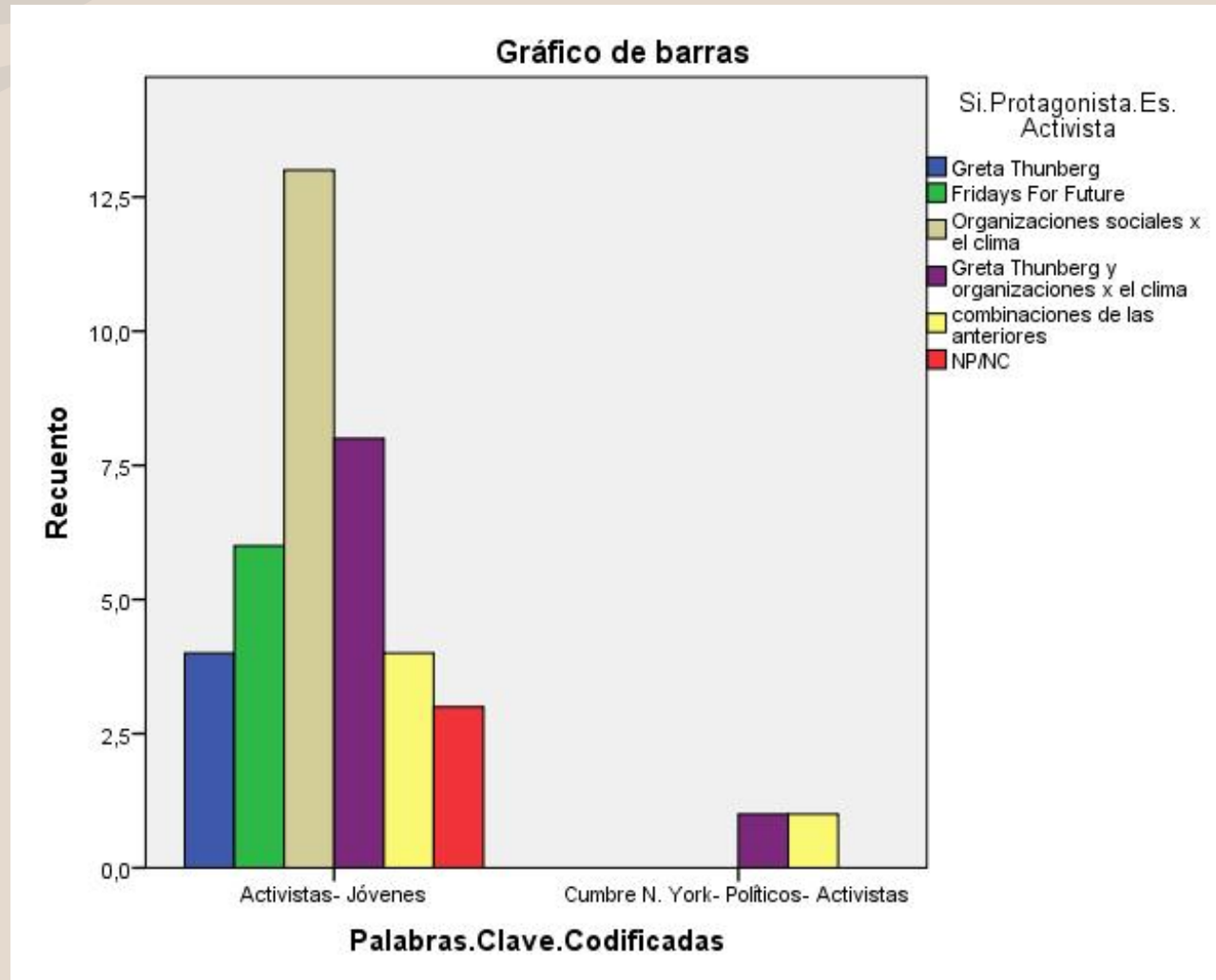
Primero, breve vuelta al 2019...



La Semana de Acción Climática (septiembre, 2019) en TV:
Lunes 23, miércoles 25 y viernes 27

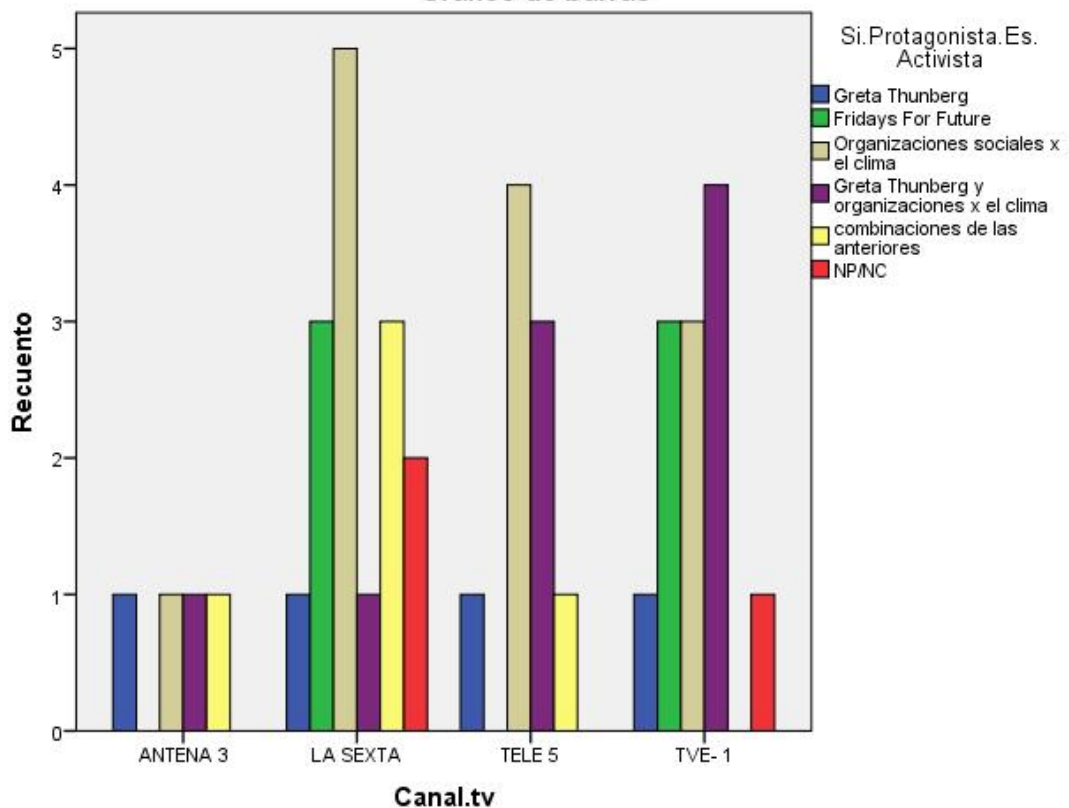


Breve vuelta al 2019...

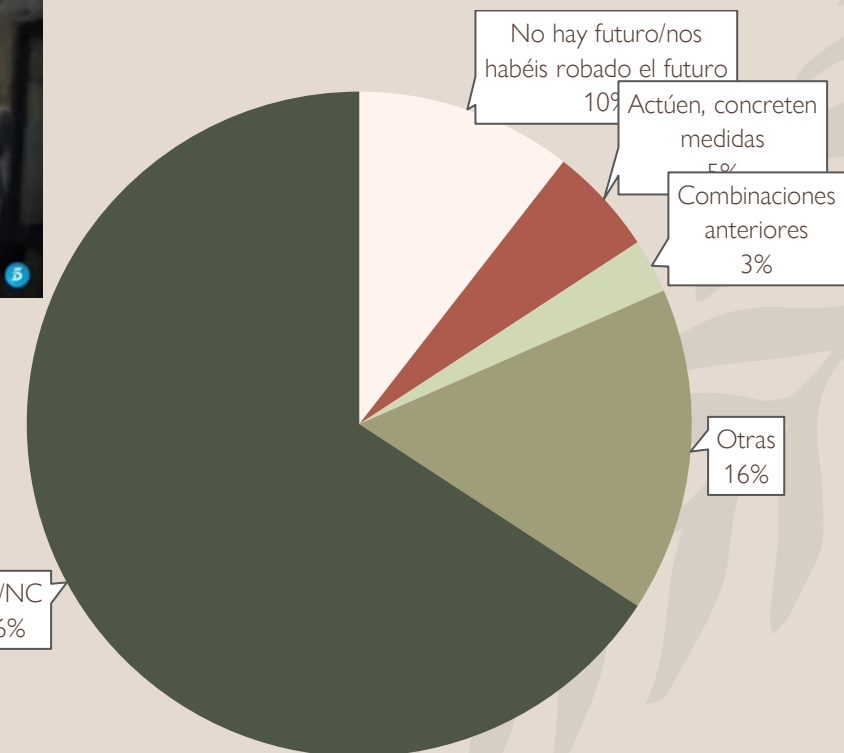


Breve vuelta al 2019...

Gráfico de barras



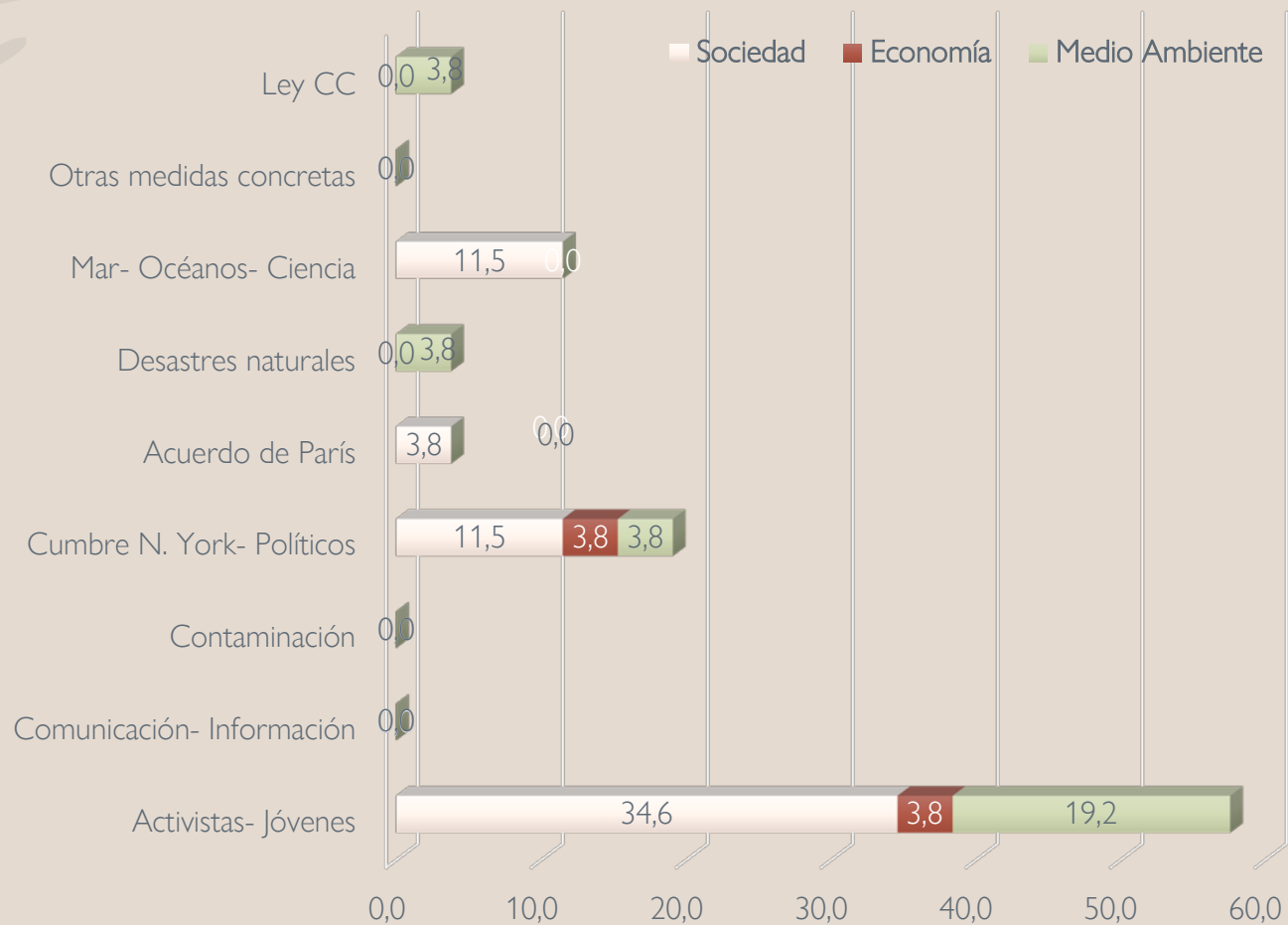
Fuentes imágenes: TVE-1, 2019 y Tele5, 2019



Nos familiarizamos con términos como "eco-ansiedad"

Breve vuelta al 2019...

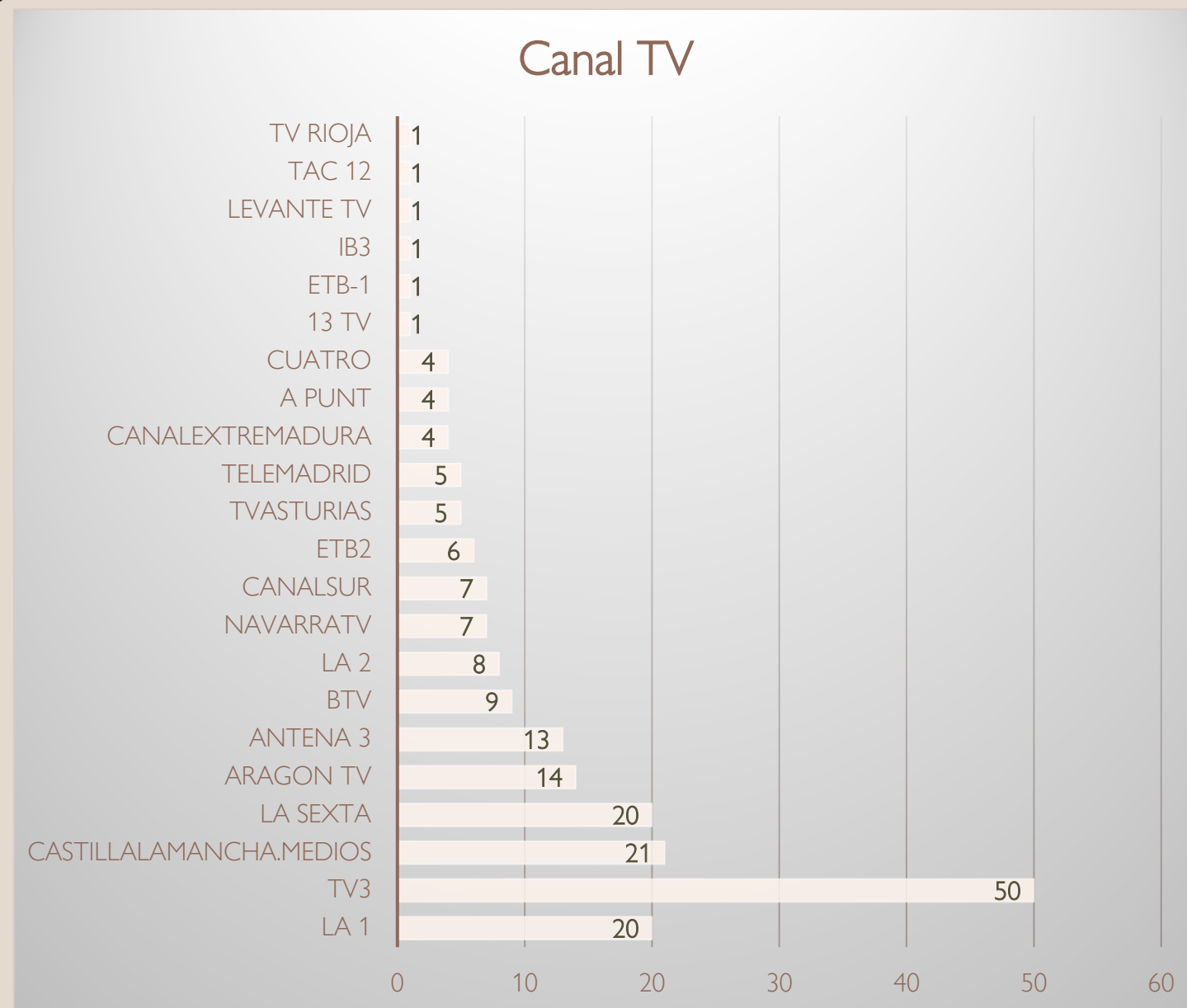
Beneficios de la transición ecológica para:



RESULTADOS 2022- Análisis Medios Los jóvenes como referencia mediática en la TV

Seguimiento de soportes y medios Observatorio 2022

METODOLOGÍA		2022
ENFOQUE		Nomotético Cuantitativo
TÉCNICA		Análisis de contenido y análisis del discurso
TIPO MUESTREO		Aleatorio por meses de semanas naturales (Kayser, J., 1961).
SOPORTES Y MEDIOS SEGUIDOS	Y	Radio Televisión
Palabras clave: filtros: CC, CG, emergencia climática, crisis climática, efecto invernadero.		Prensa impresa Prensa online Fuentes online
REDES SOCIALES		Twitter Youtube
PERIODO DE SEGUIMIENTO	DE	Enero- junio 2022
FUENTE DE DATOS	DE	Kantar Media (online) Pressclipping (Televisión y Radio) My News (prensa convencional)



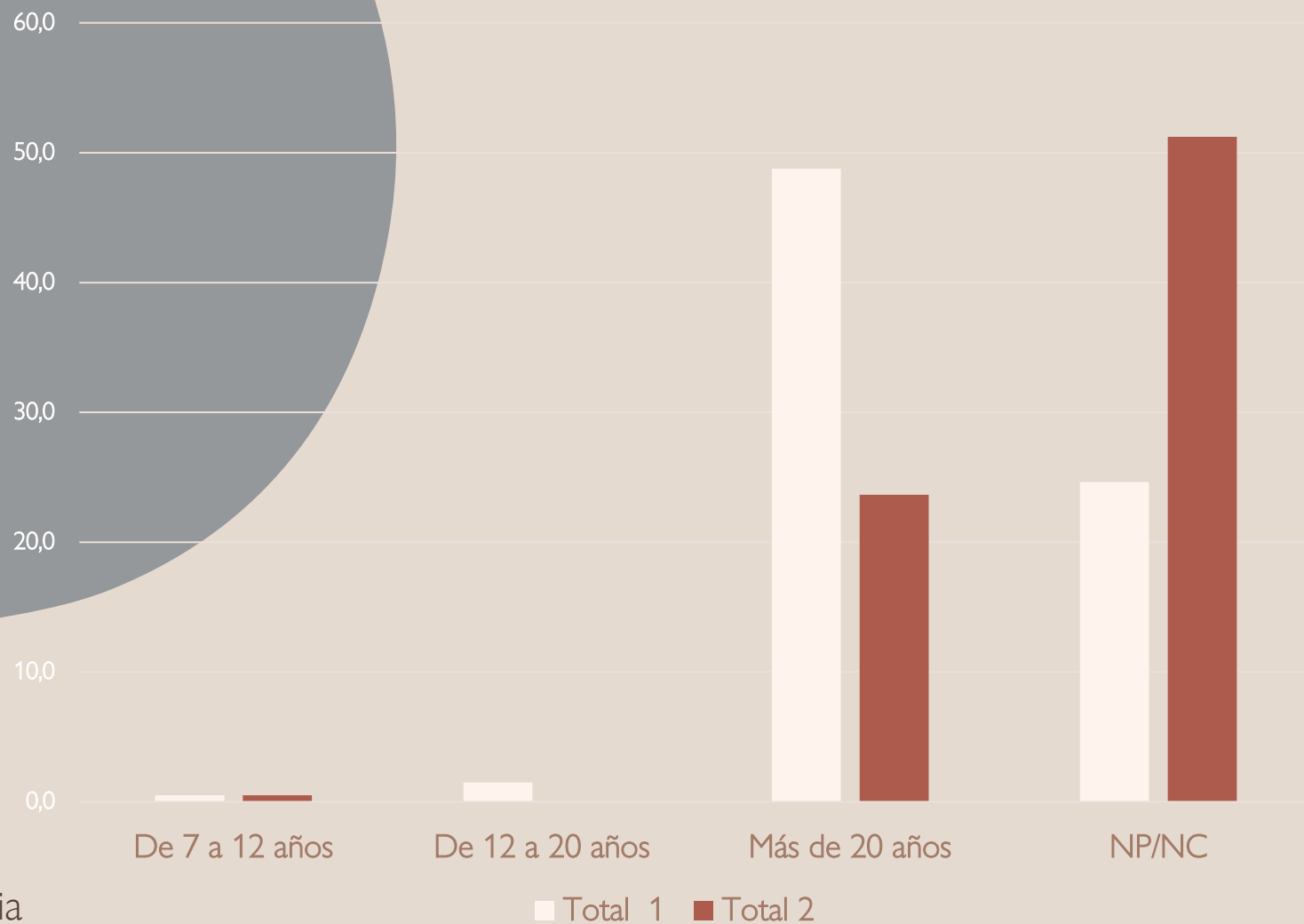
UNIDADES DE ANÁLISIS EN EL PRIMER SEMESTRE DE 2022

Fuente: [4º Informe del Observatorio de la Comunicación del CC](#)

RESULTADOS 2022- Análisis Medios Los jóvenes como referencia mediática en la TV

EDAD	Franja.Edad.Declarante.1 TOTAL 1		Franja.Edad.Declarante.2 TOTAL 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
CC secundario	50	24,6	50	24,6
De 7 a 12	1	0,5	1	0,5
De 12 a 20	3	1,5	0	0
Más de 20	99	48,8	48	23,6
NP/NC	50	24,6	104	51,2
Total	203	100,0	203	100,0

La infrarrepresentación de los más jóvenes en TV

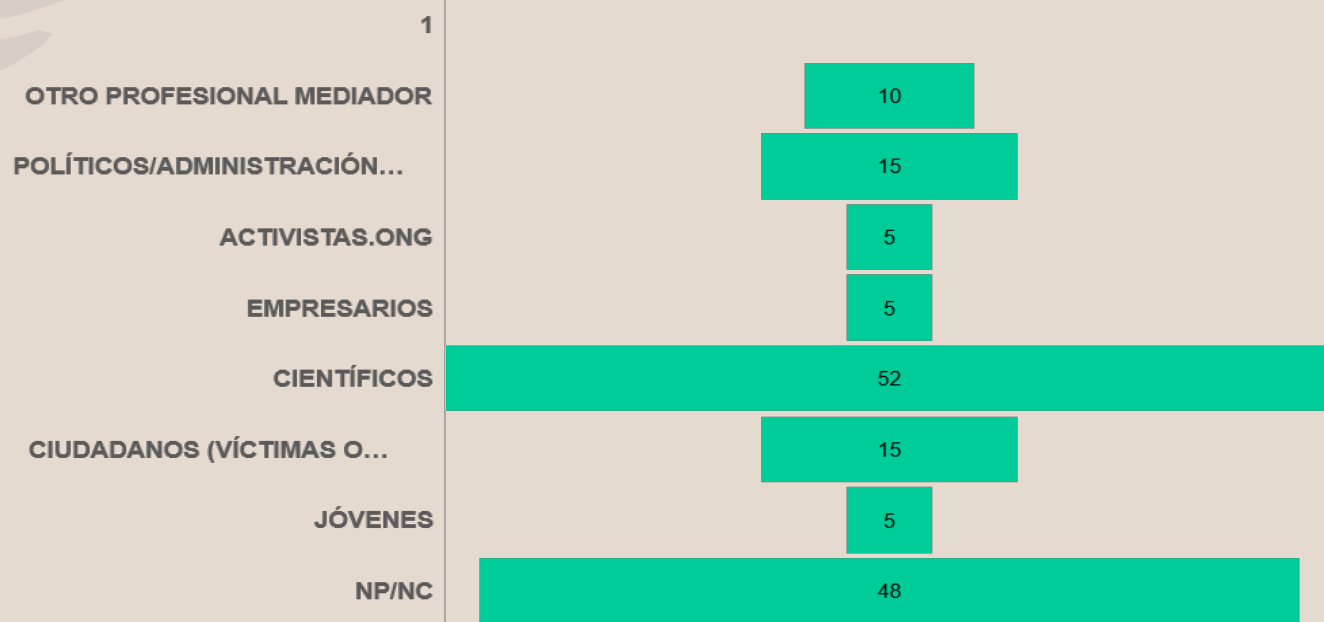


RESULTADOS 2022- Análisis Medios Los jóvenes como referencia mediática en la TV

Año 2022- Televisión- Canales nacionales y autonómicos
n=203

Medios online, n= 400

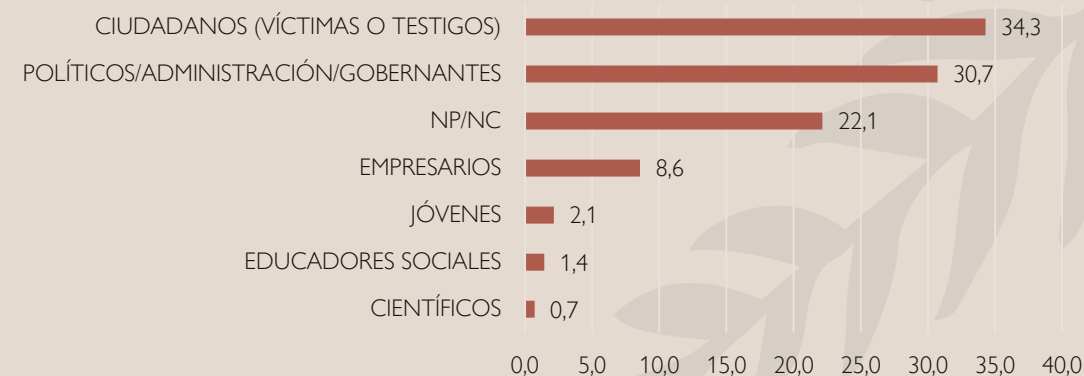
Principales declarantes- CC Tema Principal



DECLARANTES MEDIOS ONLINE



ALUDIDOS MEDIOS ONLINE



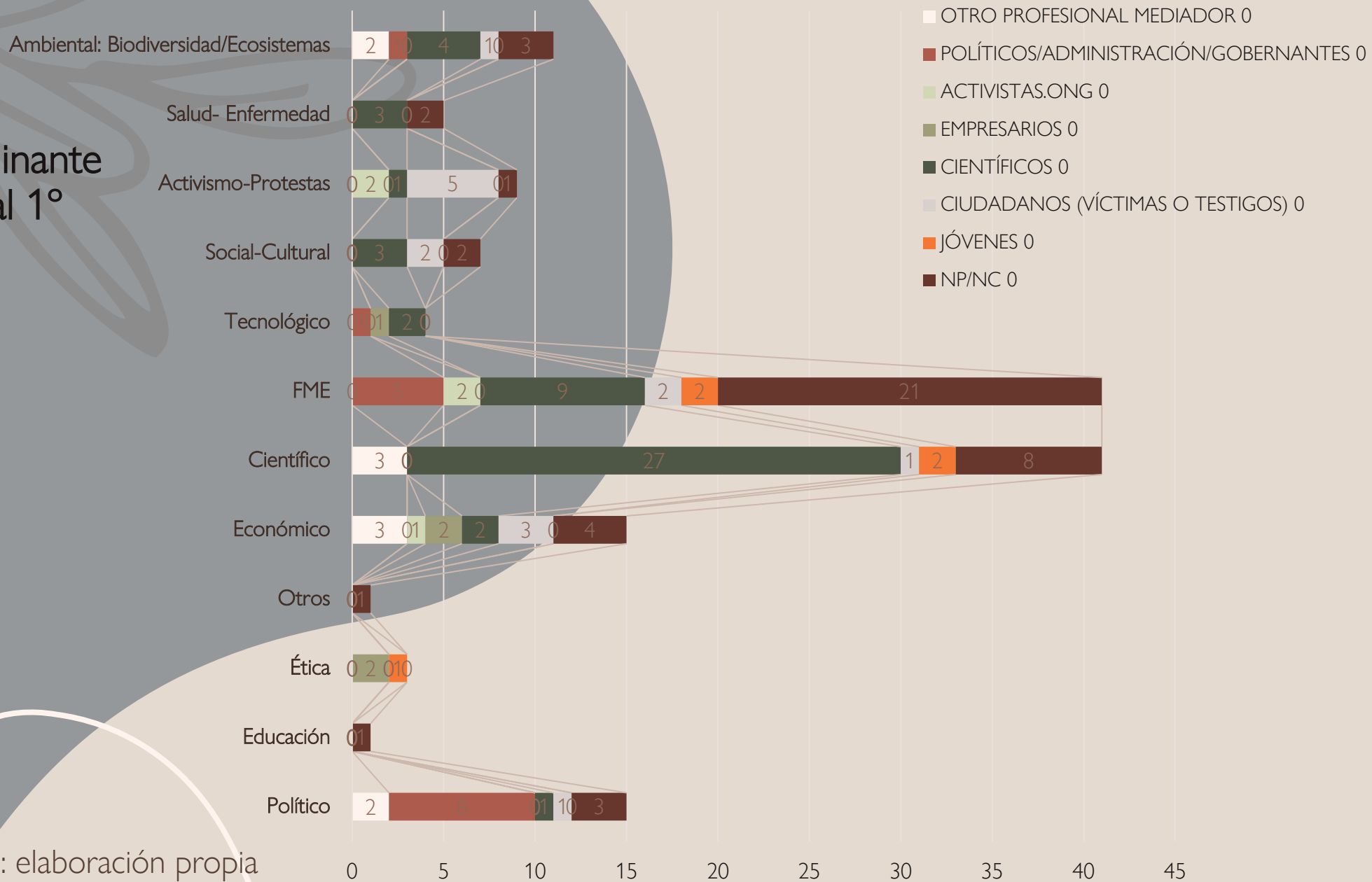
Fuente: [4º Informe del Observatorio de la Comunicación del CC](#)

RESULTADOS 2022- Análisis Medios Los jóvenes como referencia mediática en la TV

Enmarcado predominante
y Declarante Total 1°
(Frecuencias)

Jóvenes:

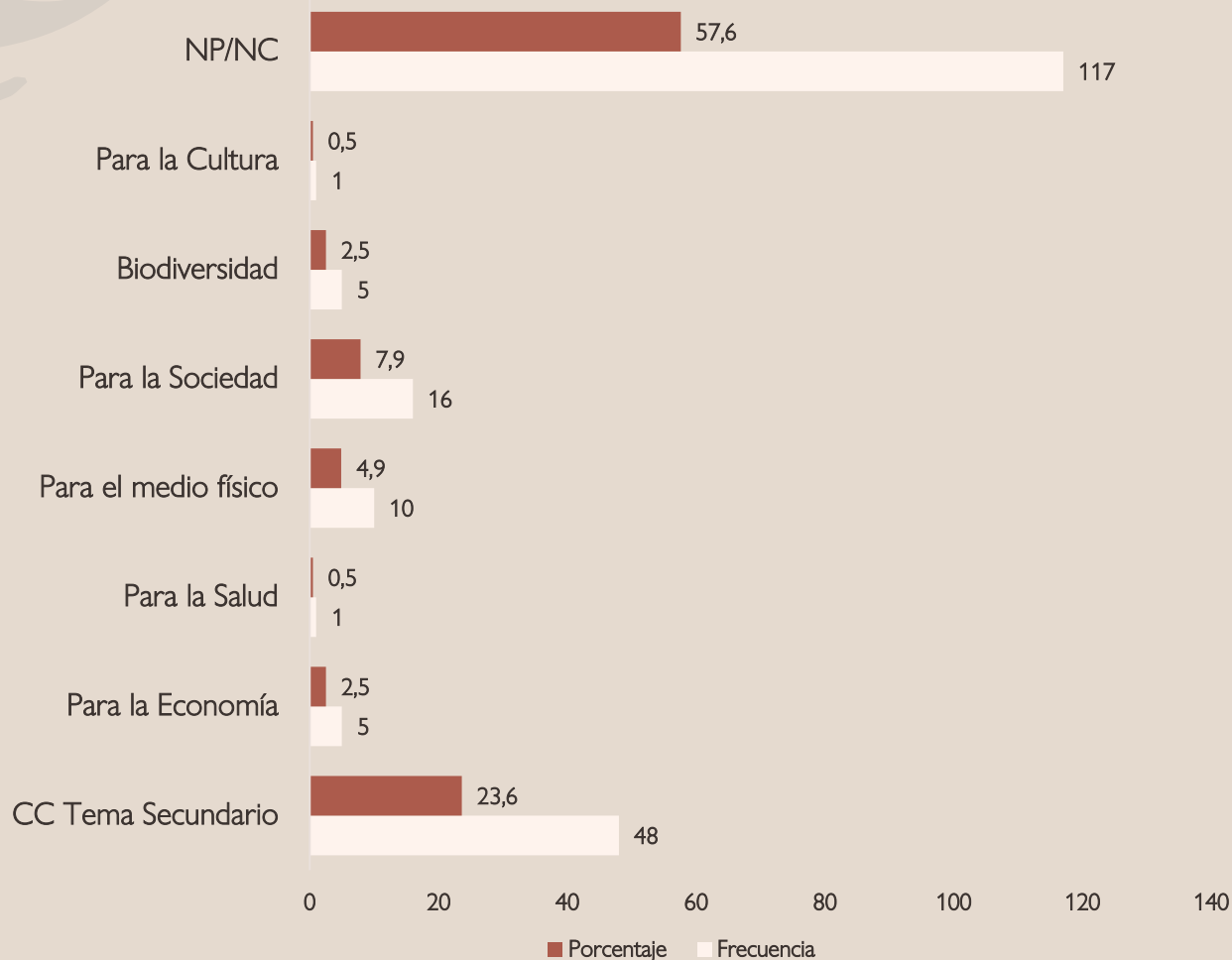
Ciencia
FME
Ética



Fuente: elaboración propia

La comunicación de la transición ecológica

COMUNICACIÓN DE LOS BENEFICIOS DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA (2022) PARA:



Temperaturas y cambio climático 20/05/2022 TV Rioja

Año 2022- Televisión- Canales nacionales y autonómicos
n=203

RESULTADOS 2022- Análisis Medios Los jóvenes como referencia mediática en la TV

¿Cuales son los temas cuando los protagonistas son los jóvenes y los activistas?



“En medio de una preocupación global por el cambio climático y sabiendo cuál es el papel de los motores en él, un piloto español nos ha contado su particular manera de compensar la huella de carbono de su coche”

¿Cuales son los temas cuando los protagonistas son los jóvenes y los activistas?

Reforestar un any després



18/05/2022

Fuente: TV3

RESULTADOS VIRTUAL MOJO- ANÁLISIS MEDIOS TV

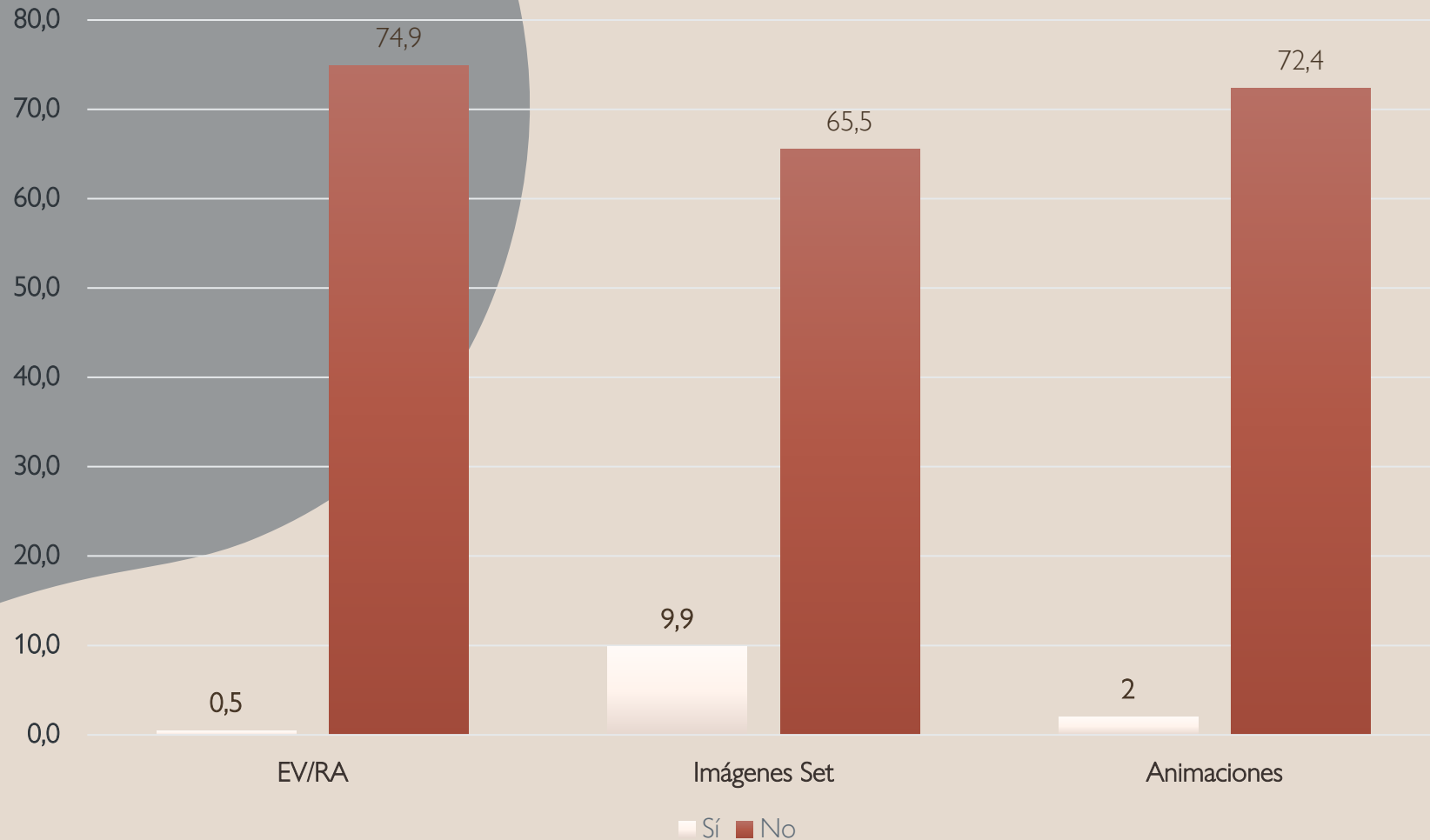
Innovación tecnológica en la comunicación social del cambio climático:

- La Escenografía Virtual (EV) y de la Realidad Aumentada (RA)
- Imágenes (pantallas) como elemento escenográfico en el Set de TV
- Animaciones empleadas como recurso narrativo para en la comunicación del CC en TV



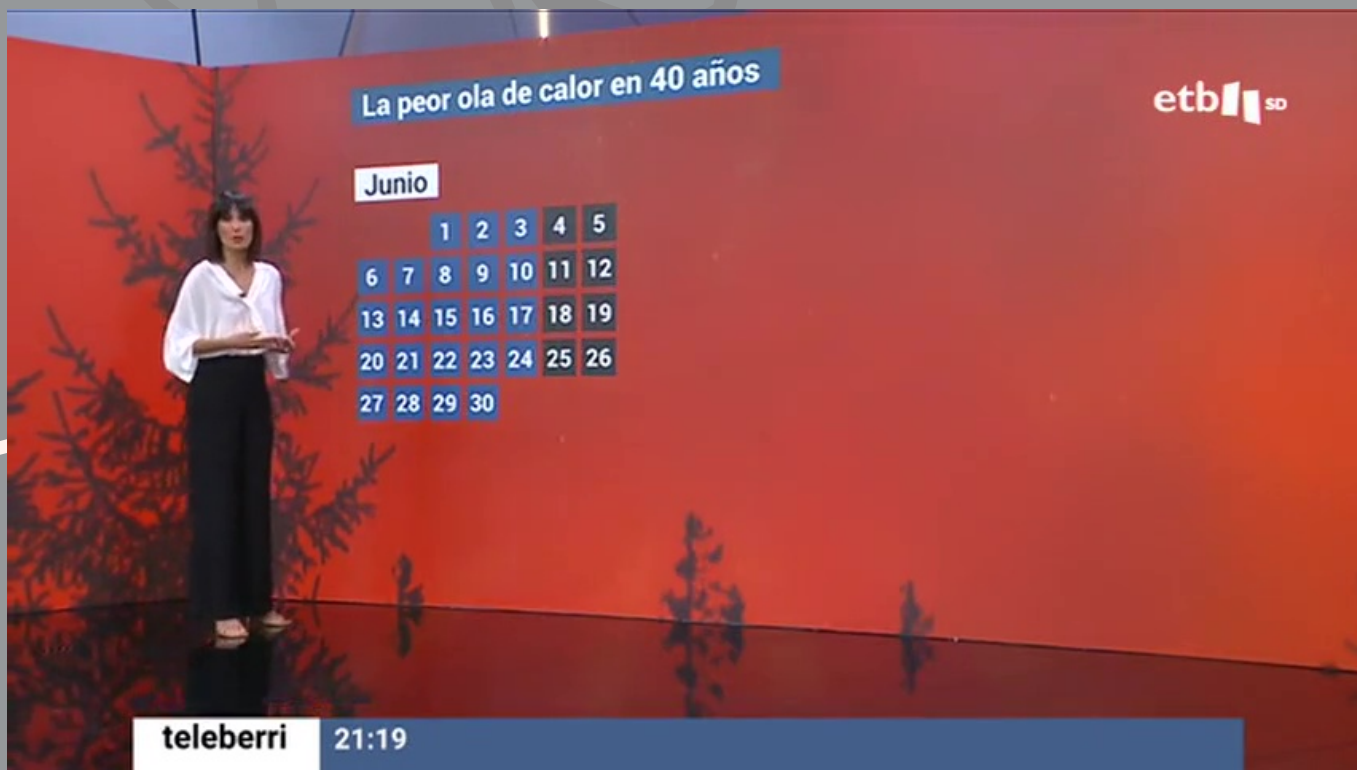
El uso de la EV y de la RA, de las imágenes en Set (escenografía) y de las animaciones en la comunicación del CC en TV (porcentajes)

	EV/RA	Imágenes Set	Animaciones	
Sí	0,5	9,9	2	
No	74,9	65,5	72,4	
	24,6	24,6	24,6	CC es secundario
	100,0	100,0	100,0	



Fuente: elaboración propia

El uso de la EV y de la RA, de las imágenes (pantallas) en set y de las animaciones en la comunicación del CC en TV



Cambio climático en los Pirineos y desaparición de glaciares
Fuente: Aragón TV, 20/06/2022

Cambio climático en TV Navarra. Fuente: ETB-2, 20/06/2022

Riesgo de tsunami en el Mediterráneo y el cambio climático

Fuente: La Sexta, 22/06/2022



El uso de la EV y de la RA, de las imágenes (pantallas) en set y de las animaciones en la comunicación del CC en TV



Fuentes: TV3 (arriba) y Aragón TV (debajo):
21 y 22 de junio de 2023

RESULTADOS VIRTUAL MOJO

JÓVENES PRSUMIDORES CREADORES DE CONTENIDO AUDIOVISUAL SOBRE CC

ESTUDIANTES DEL C.F. SOMORROSTRO Y DEL C.F. AUDIOVISUAL
Y GRÁFICA PUERTA BONITA

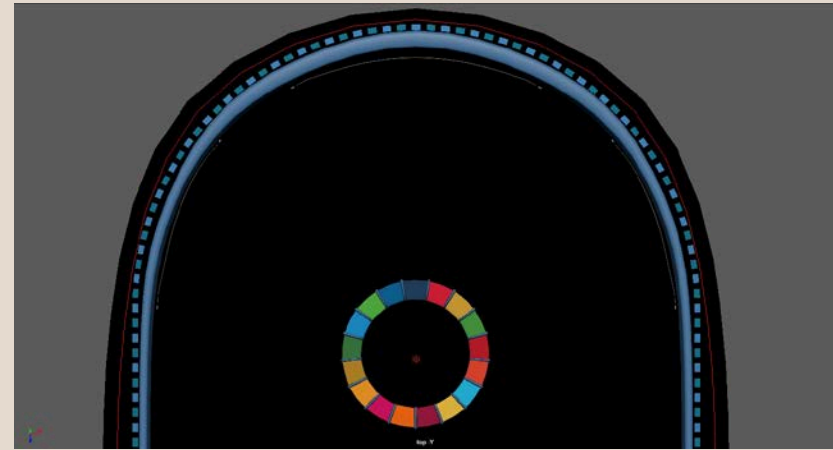
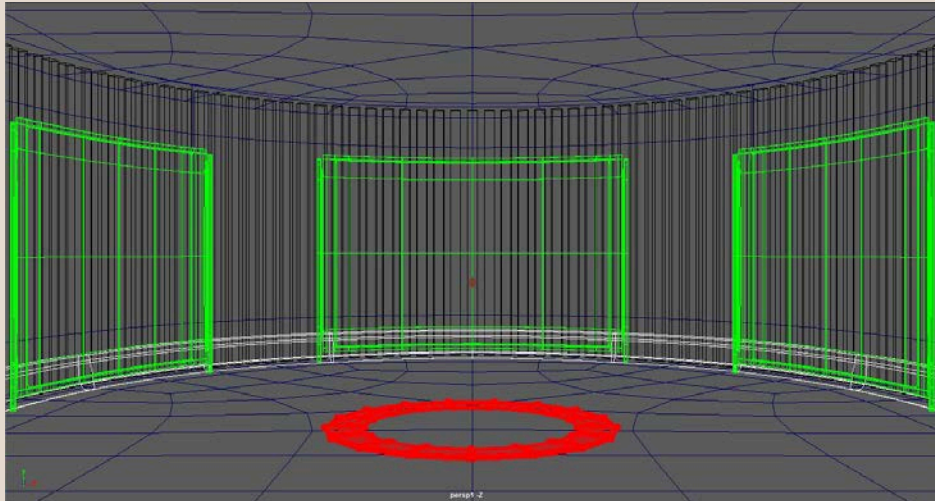
Empleo de:

- La Escenografía Virtual (EV) y de la Realidad Aumentada (RA) en Plató
- Tecnología Mojo (*Mobile Journalism*) para captación y edición
- Mezcladores Virtuales V-MIX

JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Diseó Primer programa en Twitch

**CAMBIO
AL FUTURE**

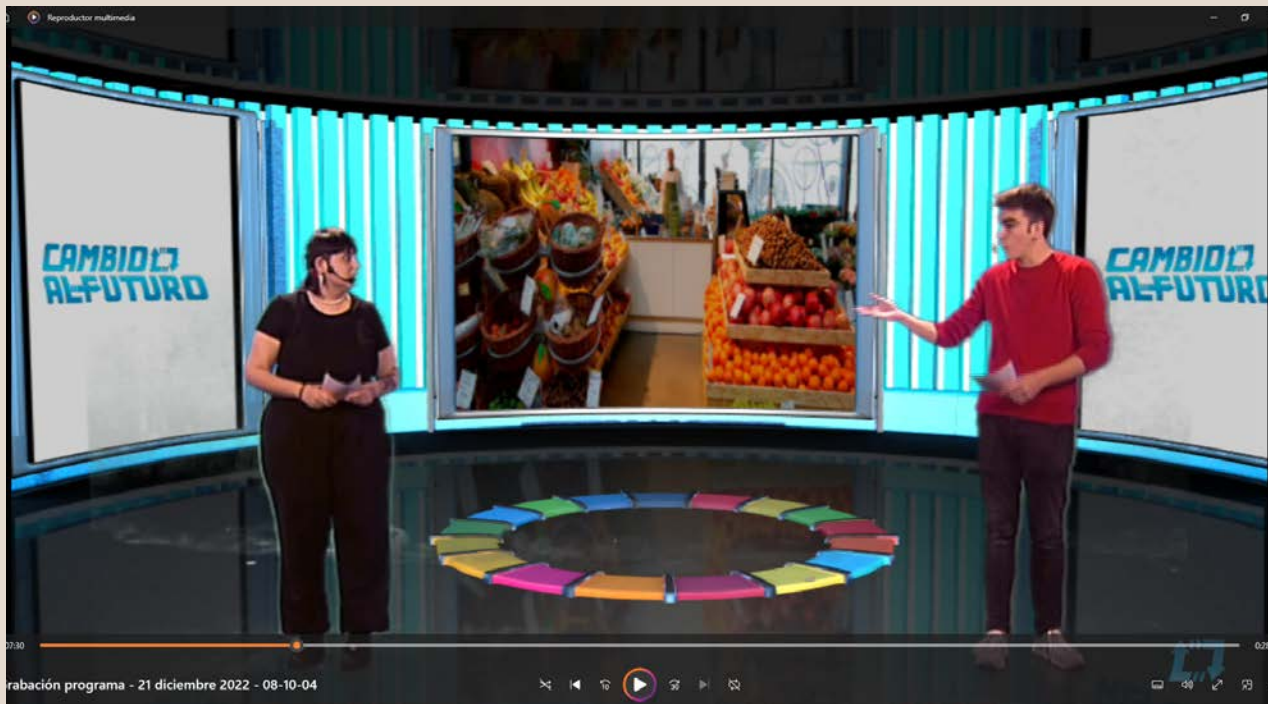
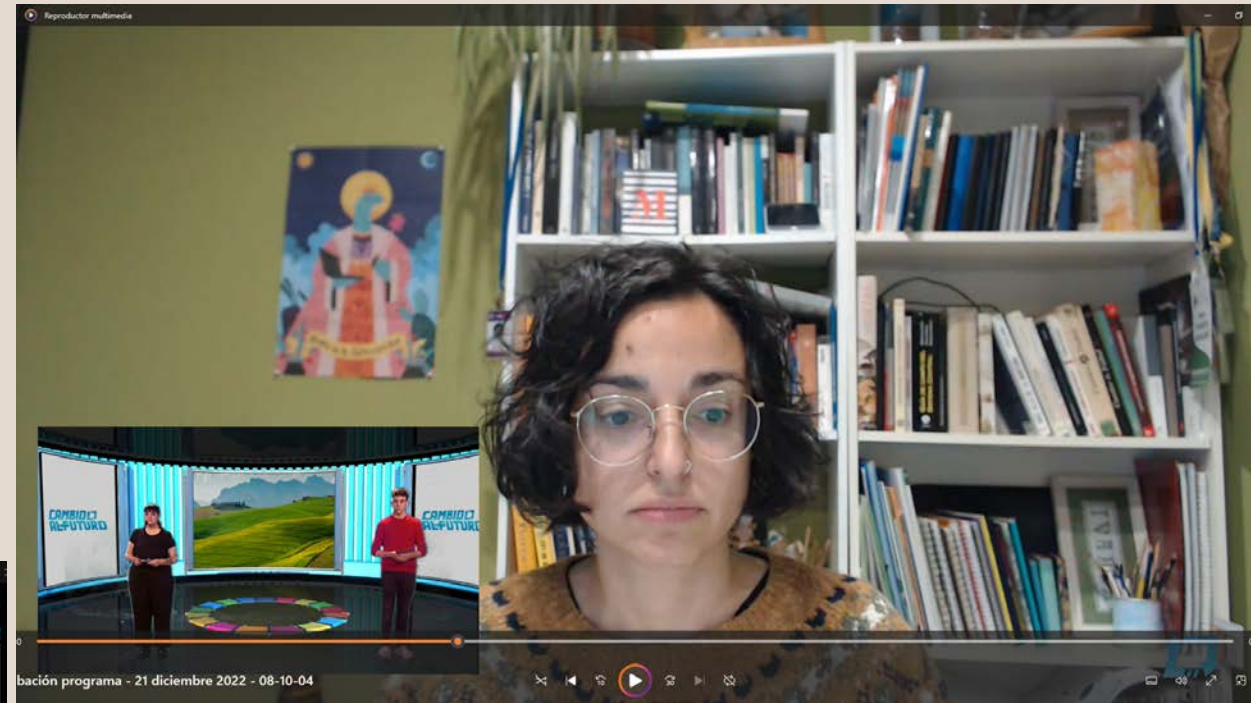


JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Primer programa en Twitch



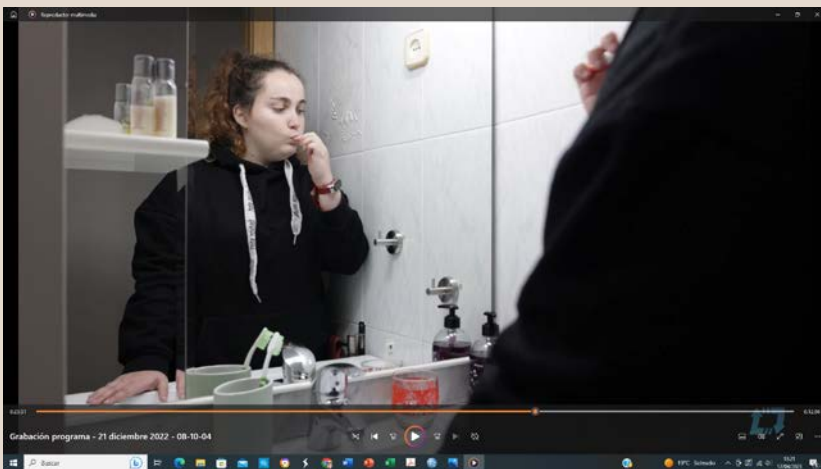
**CAMBIO
AL FUTURO**



JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Primer programa en Twich

CAMBIO AL FUTURO



2º programa en Twitch: "Con la Puerta Abierta"



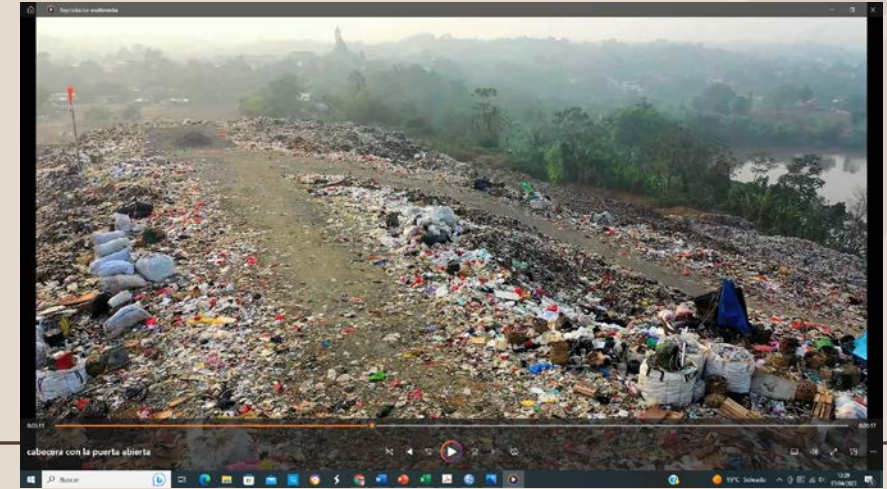
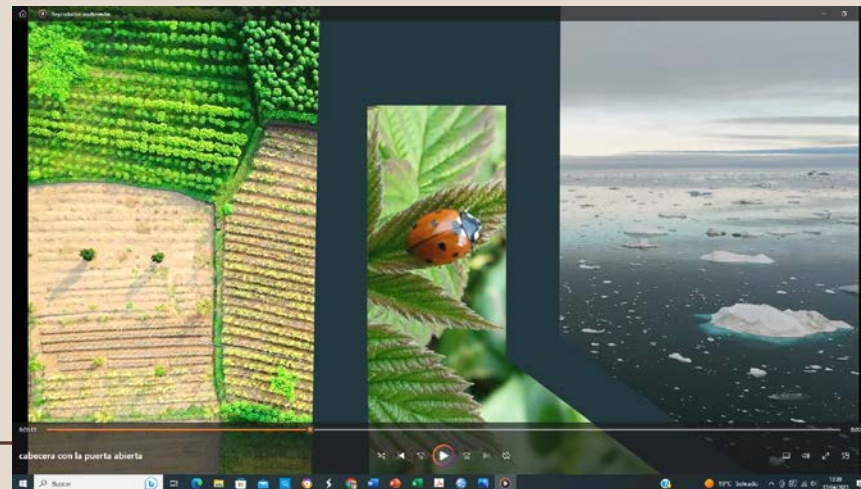
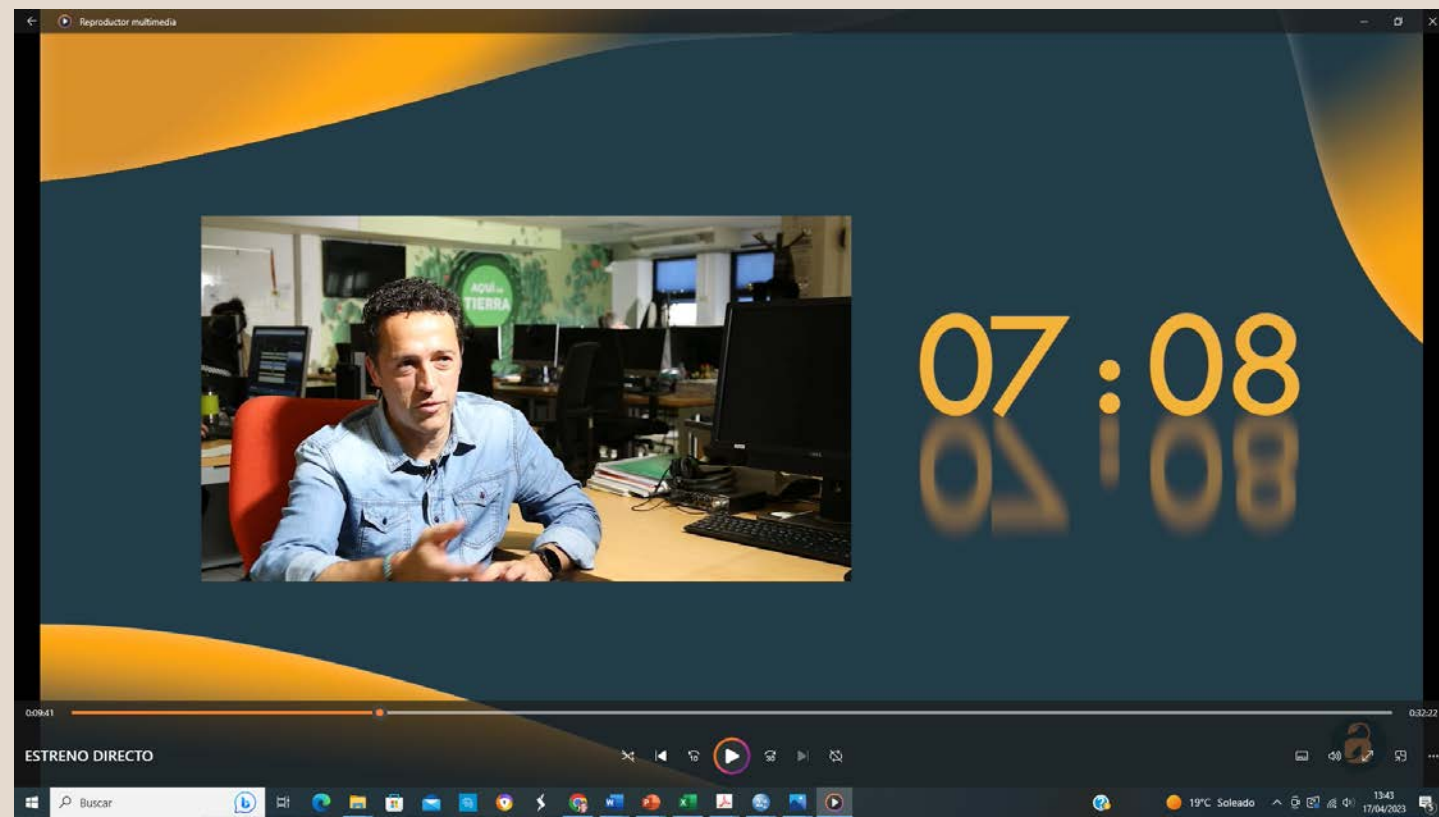
Nº ITEM	FUENTE	CONTENIDO	DUR.	RÓTULOS
3	VMIX	CRONO + PIEZA AQUÍ LA TIERRA	15"	-
2	PLATÓ	INTRO PROGRAMA 1	10"	ALBERTO CASARES PAOLA SÁNCHEZ
4	VMIX	CABECERA	28"	-
6	PLATÓ + VMIX	INTRO PROGRAMA 2 + SUMARIOS	30"	-
TRANSPAR ENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
2	PLATÓ	INTRO PIEZA FAST FASHION	50"	-
7	VMIX	PIEZA FAST FASHION	1'17"	OIER LOZANO DE LA CRUZ KEPA JUARROS GARRIDO TANAKA RUIZ HUIDOBRO
2	PLATÓ	INTRO PIEZA TERNUA	10"	-
8	VMIX	PIEZA TERNUA	3'05"	EDUARDO URIBESALGO
2	PLATÓ	BENEFICIOS DE E. CIRCULAR	45"	-
9	VMIX	PIEZA TOO GOOD TO GO	6'57"	ESTHER VALENTÍN PABLO ÁLVAREZ
2	PLATÓ	INTRO ENTREVISTA INVITADO 1	-	-
TRANSPAR ENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
1	VMIX	ENTREVISTA INVITADO 1 (VCALL)	5'	ALEJANDRO DE JUANES
2	PLATÓ	CAFÉ + HIJA + BOLSA DE ROPA + DESPEDIDA	6'	-
10	VMIX	RODILLO + COPY	2'2"	-



JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Segundo programa en Twitch

Nº ITEM	FUENTE	CONTENIDO	DUR.	RÓTULOS
3	VMIX	CRONO + PIEZA AQUÍ LA TIERRA	15"	-
2	PLATÓ	INTRO PROGRAMA 1	10"	ALBERTO CASARES PAOLA SÁNCHEZ
4	VMIX	CABECERA	28"	-
6	PLATÓ + VMIX	INTRO PROGRAMA 2 + SUMARIOS	30"	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
2	PLATÓ	INTRO PIEZA FAST FASHION	50"	-
7	VMIX	PIEZA FAST FASHION	1'17"	OIER LOZANO DE LA CRUZ KEPA JUARROS GARRIDO TANAKA RUIZ HUIDOBRO
2	PLATÓ	INTRO PIEZA TERNUA	10"	-
8	VMIX	PIEZA TERNUA	3'05"	EDUARDO URIBESALGO
2	PLATÓ	BENEFICIOS DE E. CIRCULAR	45"	-
9	VMIX	PIEZA TOO GOOD TO GO	6'57"	ESTHER VALENTÍN PABLO ÁLVAREZ
2	PLATÓ	INTRO ENTREVISTA INVITADO 1	-	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
1	VMIX	ENTREVISTA INVITADO 1 (VCALL)	5'	ALEJANDRO DE JUANES
2	PLATÓ	CAFÉ + HIJA + BOLSA DE ROPA + DESPEDIDA	6'	-
10	VMIX	RODILLO + COPY	2'2"	-

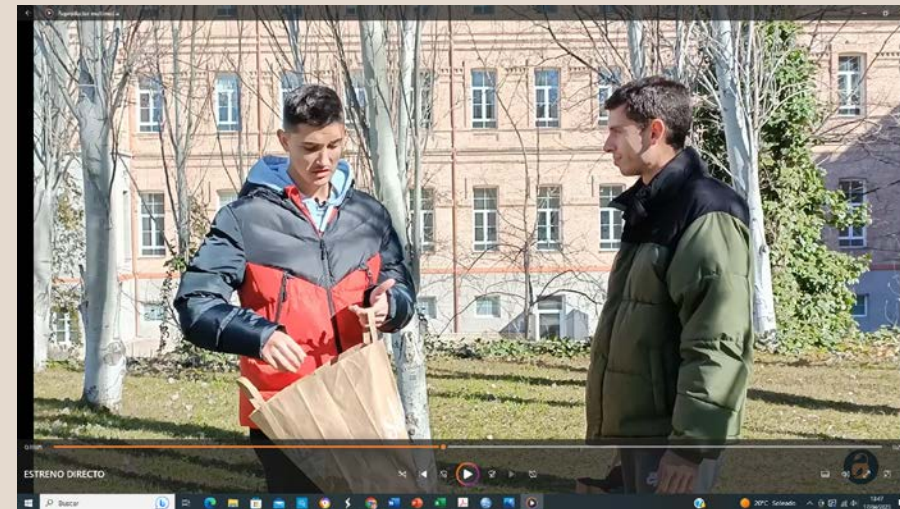
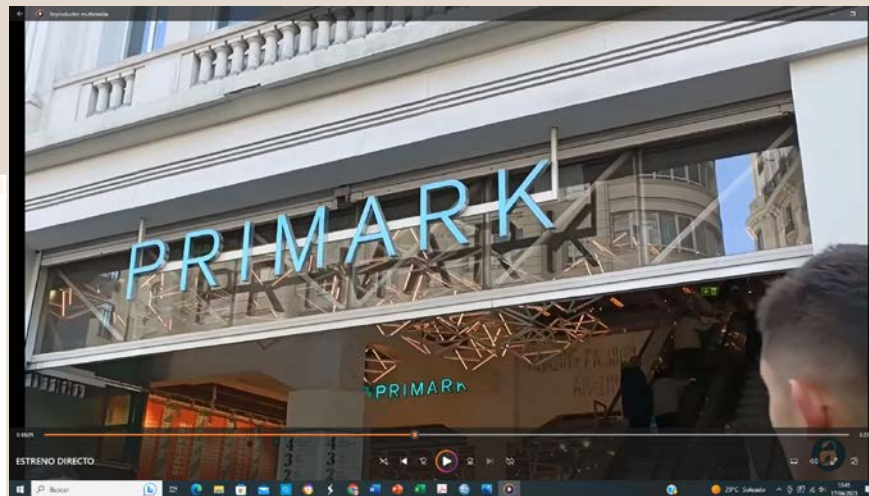


JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Segundo programa en Twitch



Nº ITEM	FUENTE	CONTENIDO	DUR.	RÓTULOS
3	VMIX	CRONO + PIEZA AQUÍ LA TIERRA	15"	-
2	PLATÓ	INTRO PROGRAMA 1	10"	ALBERTO CASARES PAOLA SÁNCHEZ
4	VMIX	CABECERA	28"	-
6	PLATÓ + VMIX	INTRO PROGRAMA 2 + SUMARIOS	30"	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
2	PLATÓ	INTRO PIEZA FAST FASHION	50"	-
7	VMIX	PIEZA FAST FASHION	1'17"	OIER LOZANO DE LA CRUZ KEPA JUARROS GARRIDO TANAKA RUIZ HUIDOBRO
2	PLATÓ	INTRO PIEZA TERNUA	10"	-
8	VMIX	PIEZA TERNUA	3'05"	EDUARDO URIBESALGO
2	PLATÓ	BENEFICIOS DE E. CIRCULAR	45"	-
9	VMIX	PIEZA TOO GOOD TO GO	6'57"	ESTHER VALENTÍN PABLO ÁLVAREZ
2	PLATÓ	INTRO ENTREVISTA INVITADO 1	-	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
1	VMIX	ENTREVISTA INVITADO 1 (VCALL)	5'	ALEJANDRO DE JUANES
2	PLATÓ	CAFÉ + HIJA + BOLSA DE ROPA + DESPEDIDA	6'	-
10	VMIX	RODILLO + COPY	2'2"	-



Escala 2º programa: *Con la Puerta Abierta*



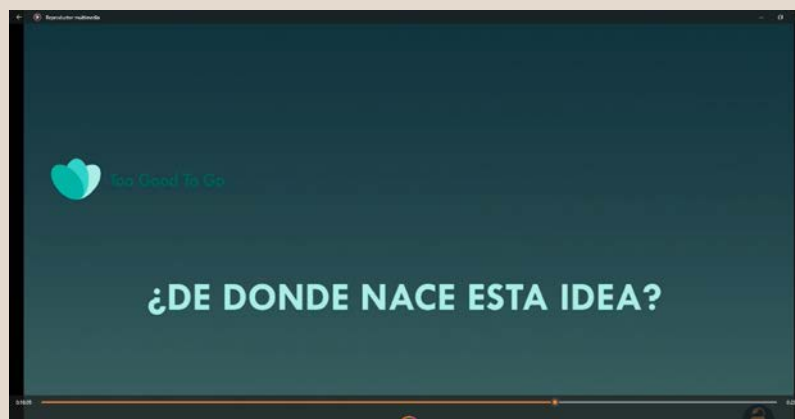
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Segundo programa en Twitch

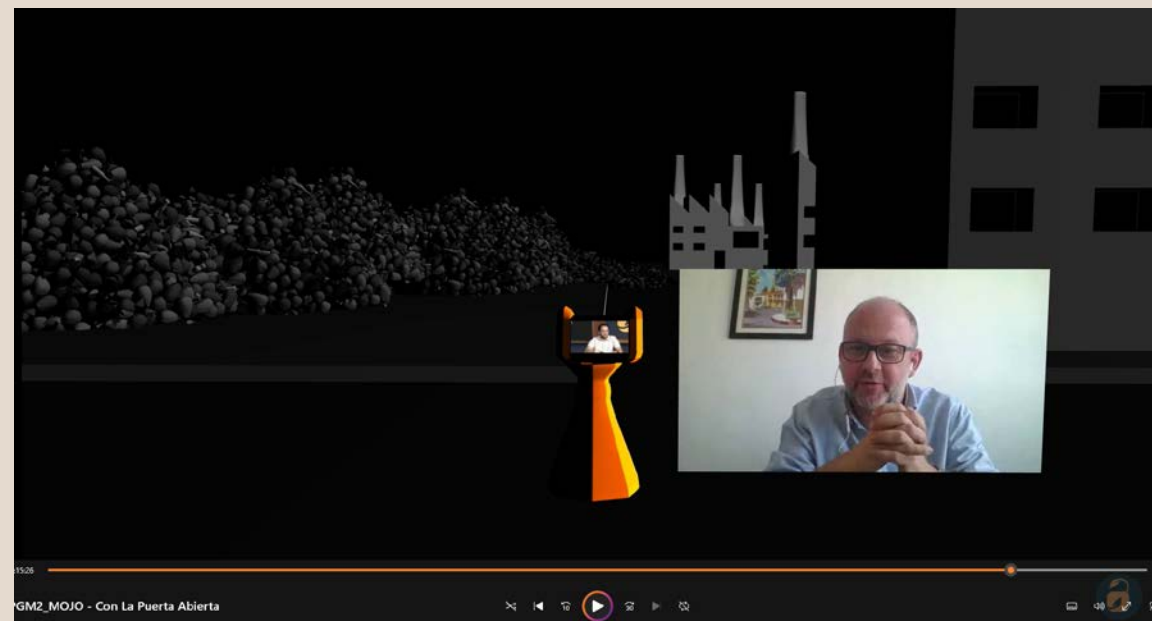
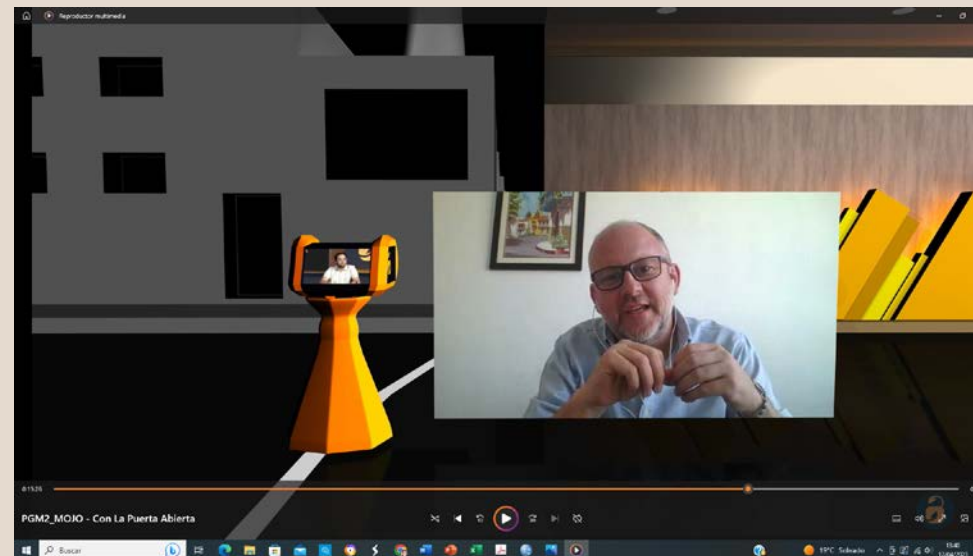


Nº ITEM	FUENTE	CONTENIDO	DUR.	RÓTULOS
3	VMIX	CRONO + PIEZA AQUÍ LA TIERRA	15"	-
2	PLATÓ	INTRO PROGRAMA 1	10"	ALBERTO CASARES PAOLA SÁNCHEZ
4	VMIX	CABECERA	28"	-
6	PLATÓ + VMIX	INTRO PROGRAMA 2 + SUMARIOS	30"	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
2	PLATÓ	INTRO PIEZA FAST FASHION	50"	-
7	VMIX	PIEZA FAST FASHION	1'17"	OIER LOZANO DE LA CRUZ KEPA JUARROS GARRIDO TANAKA RUIZ HUIDOBRO
2	PLATÓ	INTRO PIEZA TERNUA	10"	-
8	VMIX	PIEZA TERNUA	3'05"	EDUARDO URIBESALGO
2	PLATÓ	BENEFICIOS DE E. CIRCULAR	45"	-
9	VMIX	PIEZA TOO GOOD TO GO	6'57"	ESTHER VALENTÍN PABLO ÁLVAREZ
2	PLATÓ	INTRO ENTREVISTA INVITADO 1	-	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
1	VMIX	ENTREVISTA INVITADO 1 (VCALL)	5'	ALEJANDRO DE JUANES
2	PLATÓ	CAFÉ + HIJA + BOLSA DE ROPA + DESPEDIDA	6'	-
10	VMIX	RODILLO + COPY	2'2"	-



JÓVENES PROSUMIDORES- VIRTUAL MOJO

Segundo programa en Twitch



Nº	FUENTE	CONTENIDO	DUR.	RÓTULOS
3	VMIX	CRONO + PIEZA AQUÍ LA TIERRA	15"	-
2	PLATÓ	INTRO PROGRAMA 1	10"	ALBERTO CASARES PAOLA SÁNCHEZ
4	VMIX	CABECERA	28"	-
6	PLATÓ + VMIX	INTRO PROGRAMA 2 + SUMARIOS	30"	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
2	PLATÓ	INTRO PIEZA FAST FASHION	50"	-
7	VMIX	PIEZA FAST FASHION	1'17"	OIER LOZANO DE LA CRUZ KEPA JUARROS GARRIDO TANAKA RUIZ HUIDOBRO
2	PLATÓ	INTRO PIEZA TERNUA	10"	-
8	VMIX	PIEZA TERNUA	3'05"	EDUARDO URIBESALGO
2	PLATÓ	BENEFICIOS DE E. CIRCULAR	45"	-
9	VMIX	PIEZA TOO GOOD TO GO	6'57"	ESTHER VALENTÍN PABLO ÁLVAREZ
2	PLATÓ	INTRO ENTREVISTA INVITADO 1	-	-
TRANSPARENCIA 3	VMIX	RÁFAGA DE SECCIÓN	5"	-
1	VMIX	ENTREVISTA INVITADO 1 (VCALL)	5'	ALEJANDRO DE JUANES
2	PLATÓ	CAFÉ + HIJA + BOLSA DE ROPA + DESPEDIDA	6'	-
10	VMIX	RODILLO + COPY	2'2"	-

Escaleta 2º programa: *Con la Puerta Abierta*

Algunas conclusiones del estudio para *Virtual Mojo*

La revolución industrial trajo una revolución cultural que dio lugar a un complejo ecosistema comunicativo sustentado sobre los mismos principios económicos.

La digitalización cambió el paradigma de producción y consumo y también el modelo de negocio, sustentado hasta entonces por la publicidad o el pago por contenidos, dando lugar al capitalismo de datos

La competencia por la audiencia provoca una evolución adaptativa de los medios convencionales.

En este contexto se produce un incremento progresivo de la cobertura del CC por parte de los medios locales y regionales, que llevan a cabo la comunicación de proximidad del CC en 17 Comunidades

Los canales nacionales La 1 de TVE y La Sexta, prácticamente igualadas, mantienen sus posiciones a la cabeza de las cadenas nacionales.



En 2022 los jóvenes son escasamente representados en el discurso mediático. La comparación con la cobertura que recibieron los movimientos por el clima en 2019, especialmente en televisión.

Las movilizaciones juveniles provocaron un incremento de frecuencia, un enmarcado social y mayor comunicación de los beneficios de la transición y de las soluciones.

Algunas conclusiones sobre el estudio del uso de la EV/RA para Virtual Mojo

Los temas que son referidos cuando aparecen los niños y jóvenes son la huella de carbono asociada al uso del vehículo, la subida de las temperaturas y medidas de mitigación como la reforestación.

Comprobamos que el uso de la EV y de la RA y de las animaciones en la comunicación del CC es un recurso escasamente empleado en televisión e infrautilizado a pesar de su potencial comunicativo.

Predomina el uso de las imágenes incorporadas en el sistema de pantallas del Set (escenografía), que son empleadas fundamentalmente para la información meteorológica y para representar la subida de las temperaturas y los impactos del CC en el medio físico.

- Para la discusión en relación con la experiencia de Virtual Mojo:
- Cambios tecnológicos y creación de nuevos perfiles profesionales.
- La colaboración con las empresas
- Los proyectos de innovación y las actividades curriculares.
- Los mitos tecnológicos y metodológicos en la enseñanza

Muchas Gracias



Fuente: TVE-1, 2019

mteso@ucm.es

Proyecto Virtual Mojo

Observatorio de la Comunicación del Cambio Climático