

### **Criterios de valoración:**

Los criterios que se tendrán en cuenta para la valoración de las presentaciones en el concurso son:

#### **Capacidad informativa:**

La cantidad de información de un mensaje no tiene porque corresponderse con su valor. Es decir no se cumple la regla a más cantidad de información. Este criterio solamente da cuenta de la aparición de un mínimo razonable de información sobre el tema que trata. Ya sea sobre un tema central o complementario; ya sea con una información cuantitativa o cualitativa cualquier intento de comunicar algo debe contar con mínimo apreciable de información transferida, sobre todo en un concurso en el que se pretende conocer el pensamiento de un grupo.

Lo que se pretende es detectar aquellos trabajos que se podrían denominar vacíos, ya que aunque contienen palabras, frases o imágenes no transmiten absolutamente nada.

Se toma como valor positivo la aparición de información relevante o al menos detectable en el mensaje.

#### **Grado de significación del mensaje:**

En esta variable se pretende tener en cuenta la importancia de lo que se dice. Su trascendencia y su relieve genéricos para la sociedad y la cultura. Se habla sobre todo de la significación social

Se trata de saber si el mensaje está centrado en elementos colaterales o complementarios de la realidad o por el contrario es un mensaje de alcance, de envergadura.

Se toma como valor positivo una mayor significación en los mensajes.

#### **Orientación genérica del discurso:**

El discurso que contiene cualquier mensaje suele encuadrarse en una orientación genérica. Esta orientación es un marco de ideas y cuestiones que van en una dirección que guardan una forma concreta de vivir o pensar o sentir.

Cuando la comunicación se centra en un aspecto concreto de la realidad, como los que pueden utilizarse en el concurso, el efecto de esta orientación genérica es importante ya que pueden existir orientaciones más o menos correctas. Por ejemplo no es abiertamente admisible que un trabajo anime al consumismo voraz, que aliente a negativizar las relaciones personales o que busque la desintegración social.

Aunque estas ideas fueran representativas de un número importante de jóvenes, cuestión que podría ser valorable en otro criterio, no deja de ser un elemento a tener en cuenta “hacia dónde se dirige el mensaje”.

Las innovaciones sobre el discurso dominante o las aportaciones frescas, las ideas ya conocidas, la revisión de modelos o temas tiene un valor en tanto en cuanto se busca algo.

Se toma como valor positivo una orientación genérica del discurso admisible por las normas de convivencia valorables socialmente, coherente, interesante, clara, consistente.

#### **Orientación del discurso respecto a los Objetivos de Desarrollo del Milenio**

En la misma medida y por las mismas razones que en el apartado anterior resulta primordial el análisis y valoración de cuál es la orientación del discurso que se hace en los trabajos acerca de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Se toma como valor positivo la cercanía del mensaje a aportaciones útiles desde el punto de vista la asunción, filtración, posicionamiento y movilización juvenil en torno a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

#### Grado de relación con los objetivos del concurso

Los objetivos del concurso son informar sobre temas relevantes, provocar el debate y el intercambio entre jóvenes y conocer y difundir su opinión sobre los temas debatidos.

Por lo tanto el concurso debe conceder atención a aquellos trabajos en los que el reflejo de alguno o algunos de estos objetivos sea más evidente o más fácilmente observable. Aquellos trabajos en los que se utilice la información recibida, en los que se vislumbre el intercambio y el contraste o los que sean más representativos de la opinión juvenil deberán ser tenidos en cuenta.

Se toma como valor positivo la cercanía a los objetivos del concurso que se deduzca del trabajo

#### Grado de aportación

Cuando un grupo de personas quiere expresar algo sobre un ámbito de la realidad o un aspecto de su vida puede elegir dos caminos: el reflejo o la construcción.

Hay mensajes que se limitan a reflejar hechos, a entresacar ideas, a seleccionar partes, a escoger elementos y colocarlos o exponerlos de manera que tengan más realce o importancia, o que lleguen a más lugares.

Otros actos de comunicación intentan construir, aportar algo. Sobre lo que hay procuran añadir elementos que sin tener que ser absolutamente originales sean formas diferentes de pensar o maneras distintas de expresar lo mismo. En fin que constituyan una contribución al espacio social que les rodea.

Hay que tener en cuenta que en cualquiera de los dos casos se puede conceder importancia al mensaje pues tan válido es el reflejo como la construcción cuando se trata de hacer algo. Solamente que hay que elegir entre uno u otro valor y ya que la primera parte de la actividad consiste en recibir una buena cantidad de información la opción de reflejar es bastante más asequible y fácil.

Se toma como valor positivo la capacidad del trabajo para proporcionar algo que vaya más allá del mero reflejo de lo ya conocido.

#### Tipo de relación con los cuadernos del material didáctico:

El concurso trata de lograr primero informar, para poder debatir y, por último, producir. Es decir el punto de partida, el origen son los materiales documentales que se proporcionan a los grupos.

Por tanto la relación que se establezca entre las conclusiones (final) y los cuadernos (inicio) es importante. Pero no se trata de valorar el grado, estos es si se relacionan mucho, poco o nada, sino el tipo.

Las presentaciones al concurso pueden copiar, elaborar, ejemplificar, resumir, contra argumentar, cambiar el lenguaje, adaptar, negar, apoyar y un sinnúmero de acciones respecto a las ideas que se vierten en los materiales. Y resulta evidente que cierto tipo de tratamiento de las ideas es más valorable por su dificultad, su originalidad o su talento que otros.

Se toma como valor positivo aquellas relaciones con los materiales que supongan una implicación mayor por parte de los participantes.

### Relación entre significado y significante

Todo mensaje se compone de una parte en la que se contienen las ideas que se pretende transmitir (significado) y una en la que se realiza la transmisión, el vehículo de la comunicación (significante). Para que un mensaje sea idóneo debe existir la mayor cantidad posible de equilibrio entre uno y otro.

En el caso de los trabajos que se presentan al concurso ocurre lo mismo: existe una parte discursiva que contiene el contenido de lo que quieren expresar los grupos y otra parte física, que actúa como soporte de ese contenido. El grado de equilibrio existente entre lo que se quiere decir y cómo se dice es importante.

Puede haber trabajos en el que la calidad de los materiales y la ejecución técnica es muy alta pero que no dice absolutamente nada. O grandes aportaciones que por su forma de presentarse pierden fuerza e impacto.

Se toma como valor positivo el equilibrio entre el significante y significado de los mensajes contenidos en los trabajos

### Simplicidad

Debido a la sobrecarga informativa de la que se “disfruta” en la sociedad actual las personas con dificultades externas o internas para expresar su opinión tienden a “aprovechar el momento”. ¿Cómo? Intentando incluir en cada oportunidad de comunicación la mayor cantidad posible de ideas. Incluso tratándose de un concurso se puede pensar que “cuantas más cosas se digan más fácil es obtener un premio”.

Sin embargo y atendiendo a las reglas más elementales de la comunicación la sencillez y la simplicidad de un mensaje aumentan enormemente su eficacia. En este caso se está hablando de simplicidad conceptual, de sencillez de contenido. No tiene que ver con la expresión sino con lo que se expresa.

La pérdida de “pegada” de un mensaje comienza cuando quien quiere comunicar una idea la complica para darle importancia. La simplicidad produce el efecto contrario. La simplicidad no la simpleza, puesto que son dos conceptos diferentes.

Se toma como valor positivo la sencillez de las ideas y del discurso elegido.

### Presencia de elementos negativos

Casi todos los criterios de valoración del concurso, los que se han descrito hasta ahora y los siguientes funcionan por positivo. Es decir definen un valor de interés o importancia y buscan qué trabajos presentan ese valor en mayor o menor medida.

Se incluye el criterio de la presencia de elementos negativos por dos razones. La primera de ellas es seguir con criterio positivista en el concurso. Consiste en premiar a quien haga cosas inteligentes, importantes, trabajadas, es decir valorar de manera constructiva, edificante, útil y positiva. Existen numerosos lugares y situaciones que hacen prevalecer los errores o los fallos. Por eso se reúnen todos los elementos negativos que un trabajo pueda presentar en un sólo criterio.

La segunda razón tiene que ver con que existen algunos elementos que sin ser definitivos o determinantes sí que pueden inclinar la balanza en uno u otro sentido al presentarse y tenerlos recogidos puede aportar luz en esas situaciones.

Estos elementos son tales como pequeños o grandes plagios, proposiciones del discurso nefastas, errores graves de lenguaje o estética, expresiones que puedan resultar groseras, ofensivas o desagradables, etc.

Se toma como valor positivo la menor presencia posible de elementos negativos en el trabajo

### Arraigo sociocultural

Este criterio pretende medir la presencia en el mensaje o trabajo de relaciones o referencias al entorno social y/o cultural de los grupos. El barrio, la ciudad, el pueblo, el entorno natural circundante, el tipo de cultura, la clase social u otros elementos pueden constituirse en seña de pertenencia a un colectivo, a un espacio o a una forma de vida.

Los mensajes que carecen de referencias de arraigamiento sociocultural tienen la ventaja de ser más generalizables, pero a cambio deben entregar una parte de su impacto.

Se toma como valor positivo la presencia en los trabajos de los grupos de referencias o ideas que hagan aparecer el referente geográfico, social o cultural de los grupos.

### Grado de sensibilidad

Cuando se intenta expresar una idea o un conjunto de ellas se busca la corrección, el impacto, la claridad, la coherencia, el interés y otras muchas características que podríamos situar en el plano de la objetividad.

Sin embargo cuando esta expresión intenta ser algo representativo de un grupo formado por personas y además pretende tener un efecto concreto en quien la reciba es importante que contenga unas dosis de sensibilidad.

Sensibilidad con el grupo propio, con otros grupos, con la sociedad en general, con instituciones, con la cultura, con la historia. La ternura, la dulzura y la suavidad favorecen que un mensaje tenga también contenido desde el lado subjetivo.

Se toma como valor positivo la presencia en el trabajo de elementos que aporten a la presentación relaciones con el sentimiento.

### Efectividad de la comunicación

Este criterio pretende valorar la capacidad de comunicar lo que se quiere comunicar. En ocasiones, partiendo de ideas de alto interés y que pueden dar mucho juego en un texto o una imagen, algún error en el diseño externo o en la selección de elementos puede dar al traste con ella. Incluso a veces puede favorecerse el efecto contrario.

Se toma como valor positivo la alta relación entre lo que se pretende comunicar y lo que efectivamente se transmite

### Sintaxis expresiva

Un mensaje debe estar correctamente construido. Los escritos, carteles o videos mal realizados en su sintaxis presentan los mensajes difusos, fragmentados, dispersos, con interferencias, repetidos, con elementos sobrantes. La sintaxis expresiva exige que los mensajes funcionen como frases gramaticales, siguiendo unas reglas.

La identificación clara de la idea central y de las secundarias, la señalización del sujeto del mensaje, el señalamiento del público a quien va dirigido, la consistencia y la coherencia de las ideas que conforman la imagen externa del mensaje son reglas de sintaxis expresiva.

Se toma como valor positivo la mayor presencia de corrección en la sintaxis expresiva en los trabajos.

### Trabajo de grupo

En el cómo de las presentaciones o trabajos no sólo cuenta el producto final. Se pretende valorar también el procedimiento de trabajo en la medida de lo posible. Este criterio pretende evaluar un parte de este método de trabajo y, a la vez, un objetivo del concurso: el funcionamiento colectivo.

Un discurso elaborado entre muchas personas es más representativo, ajustado y de más calidad, pero además hay que considerar qué tipo de trabajo grupal se realiza.

Por eso se van a tener en cuenta dos elementos para desarrollar este criterio: el número de personas implicadas en el trabajo y el tipo de interacción que tengan entre sí (debate, contraste, suma de tareas, multiplicación, desarrollo conjunto, etc.)

Se toma como valores positivos un mayor número de personas implicadas y la presencia de tareas que requieran el contacto, el contraste y el intercambio más que la mera adición de esfuerzos.

### Creatividad en la presentación

Una forma de hacer atractivo y mejorar el aspecto final de un mensaje consiste en realizarlo con una buena dosis de pensamiento creativo. La innovación en la estructura, el soporte, la

forma, el desarrollo o simplemente el formato son síntomas de creatividad.

La sola variación inteligente y novedosa de lo habitual y lo familiar es valorable desde este punto de vista. Sin ser una obligación absoluta es mucho más recomendable ser original y creativo al expresar ideas que se pretende que lleguen a las demás personas.

Se toma como valor positivo la mayor creatividad en la elaboración de la presentación.

#### Calidad en la elaboración y ejecución

La inclusión de este criterio en último lugar no es casual. Significa dos cosas: que la calidad en la ejecución de los trabajos presentados será tomada en cuenta y que esto no será un criterio principal.

La calidad en la elaboración se refiere a su valor como producto concreto (según su categoría: un texto, un video o un cartel) y la calidad en la ejecución se refiere a la perfección, el acabado, la finalización.

Se toma como valor positivo la mayor calidad de ejecución y elaboración.

En último lugar conviene hacer una aclaración: la globalidad de la decisión. El resultado final a la hora de evaluar cada uno de los trabajos presentados tiene mucho más que ver con el acierto global del grupo en su concepción y realización.

La presencia y definición de estos criterios viene a actuar en dos direcciones diferentes. Como elemento previo a la valoración de los trabajos para poder hacer acopio de lo que podríamos denominar “puntos de interés”. En segundo lugar como referente posterior para evitar dejarse en el tintero algún aspecto de interés o importancia.