

## **EVALUACIÓN FINAL MIXTA SEGMENTADA**

---

# **Campaña de sensibilización social sobre migraciones forzosas: “Proteger la humanidad, acabar con la indiferencia”**

**Exp.: SOLEDP / 2016 / 0061**

---

**Entidad: Cruz Roja en la Comunidad Valenciana**

---

**Dialòguia**  
Consultoría Social

Valencia, 24 de abril de 2018

**DIALÒGUIA Consultoría Social**

C/ De La Concordia, 3

46003 VALENCIA

Tel.: 629-524317

[www.dialoguia.es](http://www.dialoguia.es)

Email: [info@dialoguia.es](mailto:info@dialoguia.es)

**Autor:**

Isidro Clemente

[isidro@dialoguia.es](mailto:isidro@dialoguia.es)

## Índice de Tablas

TABLA 1: ACTORES INVOLUCRADOS EN LA EVALUACIÓN.....	11
TABLA 2: DESTINATARIOS SEGÚN HERRAMIENTAS Y ACCIONES DEL PROYECTO.....	15
TABLA 3. ESTRUCTURA DE LA INDAGACIÓN SOBRE NECESIDADES INFORMATIVAS.....	23
TABLA 4: MUESTRA DEL ESTUDIO SEGÚN INSTRUMENTO Y TIPOLOGÍA DEL TITULAR.....	28
TABLA 5: PÚBLICO OBJETIVO DEL PROYECTO SEGÚN COMPONENTES Y ACTIVIDADES...	32

## Índice de Gráficos

GRÁFICO 1: PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES DESAGREGADO POR SEXO .....	38
GRÁFICO 2: PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES SEGÚN PROVINCIA.....	42

## Listado de siglas y acrónimos

CRE-CV	Cruz Roja Española en la Comunidad Valenciana
CVONGD	Coordinadora Valenciana de ONGD
DGCS	Dirección General de Cooperación y Solidaridad
DIH	Derecho Internacional Humanitario
ESO	Educación Secundaria Obligatoria
FdV	Fuentes de Verificación
GVA	Generalitat Valenciana
IES	Instituto de Enseñanza Secundaria
OE	Objetivo Específico
OG	Objetivo General
R	Resultado
TdR	Términos de Referencia

## CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO.....	6
1. INTRODUCCIÓN .....	11
2. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN .....	13
3. DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN.....	14
4. CRITERIOS DE VALORACIÓN .....	22
5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	26
6. CODICIONANTES Y LÍMITES DEL ESTUDIO .....	30
7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS HALLAZGOS .....	32
8. CONCLUSIONES .....	48
9. RECOMENDACIONES .....	52
10. LECCIONES APRENDIDAS .....	55
11. ALEGACIONES Y COMENTARIOS .....	56
ANEXO I. PLAN DE EVALUACIÓN .....	57
ANEXO II. TRABAJO DE CAMPO: ACTIVIDADES REALIZADAS.....	60
ANEXO III. MATRIZ DE EVALUACIÓN .....	62
ANEXO IV. CUESTIONARIO A VOLUNTARIOS .....	67
ANEXO V. OBSERVACIÓN PARTICIPANTE JUEGO THE REAL PURSUIT .....	70
ANEXO VI. DOCUMENTACIÓN CONSULTADA Y FUENTES SECUNDARIAS .....	73

# RESUMEN EJECUTIVO

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo corresponde a la una **evaluación final** del proyecto “Campaña de sensibilización social sobre migraciones forzosas: proteger la humanidad, acabar con la indiferencia”

Se trata de una evaluación de carácter **mixto** y **segmentada**, siendo de especial interés para CRE-CV profundizar acerca del alcance y utilidad de las herramientas de sensibilización utilizadas en la campaña.

**El proyecto** se desarrolla en el marco de la Campaña Internacional que ha lanzado la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) bajo el título “Proteger la Humanidad” (Protect Humanity) y que ha llegado a su fin dicha campaña con esta actuación.

Se trata de una campaña de sensibilización social que pretende dar a conocer y sensibilizar a la población de la Comunidad Valenciana sobre los aspectos relacionados con las migraciones, y en concreto, con las migraciones forzosas, dando a conocer los motivos y causas por las que las personas se ven obligadas a abandonar su hogar en busca de protección, seguridad, así como de las dificultades del viaje migratorio y las situaciones a las que deben enfrentarse en el lugar de acogida.

El proyecto se dirige a un amplio abanico de públicos diferentes:

- Población en general
- Jóvenes
- Voluntariado de Asambleas Locales
- Personal de las Fuerzas Armadas
- Comunidad Universitaria
- Periodistas

En línea con lo anterior, las actividades que se realizan son muy diversas y el hilo conductor que las une es la sensibilización de la población valenciana respecto a la situación que viven las poblaciones que tienen que migrar por causas ajenas a su voluntad; las actividades son las siguientes:

- El juego "The Real Pursuit", el Juego de las preguntas que nadie debería hacerse
- Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzadas
- Evento con medios de comunicación
- Ciclo de Cine sobre derechos humanos de las personas migrantes, y testimonio de personas migrantes y expertos
- Día de los Refugiados
- Día de los Migrantes
- Día de la Tolerancia
- Campaña de Facebook Ads

El proyecto se inició el 1 de noviembre de 2016 y finalizó el 31 de diciembre de 2017, cuando estaba previsto que finalizase el 1 de noviembre de 2017, y se ha llevado a cabo en un total de 38 municipios de la Comunitat Valenciana.

El número de personas que han participado en alguna de sus actividades se sitúa en 293.826, y los beneficiarios indirectos se calculan en 779.383 personas.

El **enfoque metodológico** de la evaluación es formativo y participativo, y se ha basado en los siguientes criterios establecidos por CRE-CV:

1. La pertinencia del público identificado
2. La calidad de las herramientas educativas, según los métodos, los contenidos y las formas de participación
3. La validez de los métodos para la creación de las herramientas educativas

El trabajo se ha llevado a cabo durante ocho semanas, con una reunión previa con la persona responsable técnica del proyecto; en ese momento se estableció el alcance del trabajo que correspondía al análisis documental, cuestionarios a voluntarios, entrevistas en profundidad a miembros del equipo técnico responsable, participantes en el juego The Real Pursuit, áreas de comunicación y refugiados de CRE-CV, y ponentes e implicados en actividades, grupos focales con voluntarios y observación participante del juego The Real Pursuit; además el consultor ha consultado cuestionarios de evaluación post-test de dos de las actividades del proyecto.

La muestra sobre la que se ha realizado la investigación alcanza las 30 personas.

En cuanto a los principales **hallazgos, conclusiones y recomendaciones** que hemos obtenido destacamos la cantidad de personas que han participado en las acciones tan diferentes contribuyendo a la sensibilización de la población valenciana sobre un tema tan relevante.

Por lo que hemos visto, los voluntarios de CRE-CV, los socios, la comunidad universitaria, los periodistas y la población en general son actores de cambio, teniendo un alto grado de sensibilización los voluntarios y socios de CRE-CV, los participantes representantes de la Fuerzas armadas, la comunidad universitaria, los periodistas, y en un grado no determinado la empresa que ha participado en una de las actividades

Como actores de resolución situamos claramente por el papel que han jugado en el proyecto, y de manera habitual de CRE-CV, a los voluntarios, también al personal de las Fuerzas Armadas, comunidad universitaria y empresarios.

En cuanto a actores intermediarios con una gran potencialidad incluimos a los periodistas, comunidad universitaria y público en general.

Hay que destacar como actividades, el impacto del juego The Real Pursuit y la presencia en las redes sociales, con una gran incidencia del audiovisual elaborado en el marco del proyecto.

El juego The Real Pursuit se adecua perfectamente a colectivos que van desde el adolescente a personas adultas de cualquier edad, colectivos para los que fue diseñado, y en entorno "calle", aunque también se puede practicar en lugares cerrados como centros educativos; entendemos que se debería estudiar la posibilidad de extender el juego al público familiar, incluyendo a niños/as, en este caso se debería rediseñar con la participación de un equipo de pedagogos; ver la posibilidad de elaborar el juego en formato de mesa; otro campo a incursionar con el juego son las empresas.

Las jornadas de DIH tienen una valoración alta desde el punto de vista cualitativo, a través de la entrevista, como cuantitativo por el resultado de la encuesta de calidad, resulta atractiva para los asistentes por los temas tratados, y se considera un punto fuerte los distintos públicos a los que se dirigen.

El ciclo de cine es un instrumento adecuado para avanzar en la sensibilización de la población en general; en el caso de Alicante se ha valorado positivamente por los participantes en la encuesta de calidad que se ha pasado, sin embargo, en el caso de Castellón la valoración realizada a través de instrumentos cualitativos no ha sido en este sentido, destacando la que no se cumplieron las expectativas de un grupo de estudiantes de secundaria en cuanto al tipo de película, ellos esperaban un documental sobre la situación de los refugiados, y no fue así, o la participación en el juego The Real Pursuit, en el que no pudieron pasar todos los estudiantes; también otro informante indica la coincidencia casi en el tiempo de una actividad semejante con la misma película lo que restó asistenten.

La actividad con los medios de comunicación es altamente valorada y un factor que facilitan la afluencia de público, además se reconoce el alto nivel de los ponentes.

No se han establecido mecanismos para rescatar aprendizajes del proyecto de manera sistematizada, sin embargo, se ve necesario habilitar mecanismos a partir de referentes por actividad y de aquí se trasladen las aportaciones, sistematizadas por la coordinación del proyecto a la coordinación técnica autonómica y los responsables políticos.

El diseño del juego The Real Pursuit ha supuesto un trabajo un trabajo de innovación altamente efectivo en el que participaron personas de diversas áreas de CRE-CV y voluntarios/as que han ayudado a perfilar el producto que ha reconocido tanto externamente<sup>1</sup> como al interior de la organización, al ser destacado como “Buena práctica del mes” en noviembre de 2017 e implementarse en otras zonas de España.

Finalmente podemos decir que el grado de aceptación de las diferentes actividades según públicos destinatarios ha sido elevado, y dado la presencia de CRE-CV en la sociedad valenciana, las actividades que viene realizando desde hace años como son las Jornadas sobre DIH, con medios de comunicación o la celebración de los días internacionales relacionados con las migraciones forzosa, entendemos que el impacto de las acciones de sensibilización se va a mantener con los diferentes públicos a pesar de finalizar con este proyecto la campaña.

---

<sup>1</sup> La empresa Getting Better obtuvo el Alce Solidario en 2016, con la creación del mismo.

# LA EVALUACIÓN

## 1. INTRODUCCIÓN

La presente evaluación se realiza en el marco de la Orden 1/2016, de 28 de enero, de la Conselleria de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación, por la que se convocan, para el año 2016, subvenciones a organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD), para la cofinanciación de proyectos y actividades de educación para el desarrollo en el ámbito de la Comunitat Valenciana, en cuya convocatoria fue aprobado el proyecto, según se indica en la cláusula vigesimoprimera, la evaluación final de resultados y objetivos será preceptiva para el cierre del proyecto y formará parte del expediente de justificación.

Para la realización de esta evaluación se ha seguido de acuerdo a dicha cláusula, la *Guía de gestión de evaluación final* de la Dirección General de Cooperación y Solidaridad, cuyo objetivo, además de apoyar a las entidades en su proceso evaluativo, es el de fortalecer la cultura de la evaluación en los agentes de la cooperación Valenciana a fin de mejorar la calidad de la ayuda.

Los actores involucrados en la evaluación según titulares se identifican en el siguiente cuadro:

TABLA 1: ACTORES INVOLUCRADOS EN LA EVALUACIÓN

Titulares	Actores
Titulares de derechos	Universitarios Periodistas Fuerzas armadas Voluntarios de CRE-CV Población en general
Titulares de responsabilidades	CRE-CV

El presente documento se estructura en las siguientes partes:

La primera, que alcanza hasta el punto 6 del documento, informa sobre los antecedentes y contexto de la evaluación indicando, los objetivos en función de su utilidad, describe la intervención, detalla los criterios que se utilizan en la valoración,

así como la metodología y técnicas de investigación e informa sobre los condicionantes y límites al estudio.

A continuación, en la segunda parte, que corresponde al punto 7, se identifican los hallazgos según criterios establecidos, a saber:

- ✓ La pertinencia del público identificado
- ✓ La calidad de las herramientas educativas, según los métodos, los contenidos y las formas de participación y
- ✓ La validez de los métodos para la creación de las herramientas educativas

A continuación, se indican las conclusiones (punto 8) organizadas según los criterios indicados, lo mismo que las recomendaciones (punto 9) que se encuentran en el siguiente apartado.

Finalmente incluimos las lecciones aprendidas (apartado 10), que pretenden completar el proceso de reflexión de los diferentes agentes, de manera que la evaluación que se presenta pueda contribuir así a los propósitos de un trabajo de este tipo.

También se incluye, como es preceptivo, un apartado de alegaciones y comentarios en caso que existan desacuerdos y no se hayan reflejado en el informe.

Se completa la información con los correspondientes anexos.

## 2. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

Se trata de una **evaluación final** de carácter **mixto** y **segmentada**, siendo de especial interés para CRE-CV profundizar acerca del alcance y utilidad de las herramientas de sensibilización utilizadas en la campaña.

Se entiende la evaluación como un elemento que debe ayudar a determinar si las herramientas utilizadas están cumpliendo los propósitos esperados, sus ventajas e inconvenientes, y si existen posibilidades de adaptación y mejora para las mismas.

### **Objetivo general**

Evaluar el alcance de los resultados y objetivos fijados por el proyecto a partir del análisis de sus acciones de sensibilización, fortaleciendo las capacidades de CRE-CV de cara a su uso en nuevas campañas.

Como **objetivos específicos** de la evaluación los TdR indican los siguientes:

- ❖ Analizar el alcance de los objetivos y resultados de las acciones de sensibilización implementadas, especialmente en lo relacionado a:
  - Su adecuación al público objetivo,
  - Sus limitaciones y fortalezas como estrategias de sensibilización,
  - Sus posibilidades de readaptación a nuevos públicos
- ❖ Proponer recomendaciones de mejora de cara a la implementación de nuevas campañas de sensibilización.
- ❖ Trabajar bajo el enfoque de la evaluación segmentada como una metodología alternativa al enfoque criterial a modo de experiencia piloto.

## 3. DESCRIPCIÓN DE LA INTERVENCIÓN

### 3.1. Marco global del proyecto

---

El proyecto es una campaña de sensibilización social que pretende dar a conocer a la población de la Comunidad Valenciana los aspectos relacionados con las migraciones, y en concreto, con las migraciones forzadas. Se trata de acercar, a través de una metodología participativa, los motivos y causas por las que las personas se ven obligadas a abandonar su hogar en busca de protección, seguridad, así como de las dificultades del viaje migratorio y las situaciones a las que deben enfrentarse en el lugar de acogida.

El proyecto se desarrolla en el marco de la Campaña Internacional que ha lanzado la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) que bajo el título “Proteger la Humanidad” (Protect Humanity) quiere lograr la movilización a favor de la protección de los y las migrantes, tal y como indica en el sobrenombre de la campaña “Acabar con la indiferencia. La protección de quienes migran es una responsabilidad colectiva”.

Esta Campaña dispone de una página Web (<https://goo.gl/g5Xm6V>) con datos actualizados, noticias, audiovisuales e historias de vida sobre migraciones, en cinco idiomas (español, inglés, francés, árabe y alemán); así como informes y recursos sobre migraciones a nivel europeo.

Cruz Roja Española en la Comunidad Valenciana (CRE-CV) ha diseñado materiales y actividades en el marco de esta Campaña Internacional, para acercar a la población de la Comunidad Valenciana los contenidos de la campaña de una forma participativa. Para ello se ha trabajado de forma interdisciplinar con las áreas de Juventud (CRJ), Intervención Social (en concreto el programa de Refugiados), Cooperación y Comunicación, para crear materiales adaptados al público objetivo de la campaña.

TABLA 2: DESTINATARIOS SEGÚN HERRAMIENTAS Y ACCIONES DEL PROYECTO<sup>2</sup>

Herramientas y acciones del proyecto	Destinatarios
El juego “The Real Pursuit, el Juego de las preguntas que nadie debería hacerse	Población en general, voluntariado de Asambleas Locales
Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzosas	Personal de las Fuerzas Armadas y la Comunidad Universitaria
Evento con medios de comunicación	Periodistas
Día de los Refugiados Día de los Migrantes Día de la Tolerancia	Población en general
Ciclo de Cine sobre derechos humanos de las personas migrantes, y testimonio de personas migrantes y expertos	Público universitario
Campaña de Facebook Ads	Población en general: en especial población no usuaria ni sensibilizada con la temática

De este trabajo surge “The Real Pursuit. El juego de las preguntas que nadie debería hacerse”. Este juego, basado en cuatro historias reales, pretende poner en situaciones

---

<sup>2</sup> Según los TdR; más adelante se precisa en mayor medida en la Tabla 5, organizando los públicos según componentes del proyecto e instrumentos (acciones) implementados en el proyecto.

similares a las que se enfrentan los migrantes a la población de la Comunidad Valenciana. A través de estas cuatro historias, los participantes, deben tomar las decisiones que les permitan proteger su vida y la de sus familias, sin olvidar que la cuestión migratoria no depende únicamente de decisiones personales, sino que está impregnada del contexto y del azar, como elementos incontrolables por parte del migrante.

Las historias del juego representan migraciones de 4 continentes diferentes, protagonizadas por mujeres y hombres de forma equitativa, representando diferentes tipologías de familia y motivadas por diferentes causas como son conflictos armados, persecución por raza y por orientación sexual, así como vinculaciones con las redes de trata de mujeres.

Los países a los que representan forman parte de los principales países de origen de las personas migrantes en el mundo, y cuentan además en el caso de tres de ellos, con un elevado número de solicitudes de asilo en España pendientes de resolución, se trata de : Honduras, Nigeria, Siria y Ucrania.

El objetivo del juego como recurso sensibilizador es que los participantes sientan por unos momentos, algunas de las sensaciones que los propios migrantes han descrito en la fase de identificación del proyecto: soledad, miedo e incertidumbre; además de poner rostro a estos sentimientos, porque detrás de las grandes cifras hay millones de historias.

Para hacer llegar estos mensajes al mayor número de personas se realizó un video de la campaña, para ser distribuido entre las televisiones locales, provinciales y autonómicas de la Comunidad Valenciana, y a través de las redes sociales de CRE-CV.

Con el objetivo de que los medios de comunicación cuenten, no solo con el audiovisual y materiales de la campaña, sino con información relevante y de calidad sobre las migraciones forzadas y del trabajo del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja, también contempla el proyecto organizar un “desayuno” con periodistas y miembros de estos medios de comunicación. Un espacio de intercambio de inquietudes sobre la temática, que fortalezca los lazos entre los medios de comunicación y Cruz Roja, y nos permita aclarar algunos conceptos sobre la temática.

Asimismo, la campaña contempla a la comunidad universitaria, fuerzas armadas y administraciones públicas como público objetivo de la misma, entendiendo que conforman parte del grupo de profesionales y/o sectores ligados a las migraciones forzadas actualmente y en un futuro próximo.

Dirigido a estos públicos concretos como medio para generar espacios de reflexión sobre la temática, a través de Jornadas de Derecho Internacional Humanitario en la Universidad de Valencia, Ciclo de Cine sobre Migraciones Forzadas en las Universidades y/u otros espacios habilitados para tal fin, entre otras acciones.

De acuerdo a la estratégica de trabajo de CR, la puesta en marcha de la campaña implica a la red de Cruz Roja, socios y socias, voluntarios y voluntarias y personal contratado, a quienes a través de acciones y herramientas internas de mailing, boletines y revisas se informará de los contenidos y actividades de la Campaña.

El proyecto va acompañado de la formación del voluntariado sobre el proyecto, los materiales, las acciones, las alianzas y las herramientas de difusión y comunicación. El voluntariado es el responsable de dinamizar las actividades, difundir las acciones, relacionarse con otras organizaciones y con las entidades públicas y privadas de su localidad.

### 3.2. Localización y período de ejecución del proyecto

---

El proyecto ha llevado a cabo alguna de sus numerosas actividades en un total de 38 municipios de la Comunitat Valenciana, agrupados por provincias son los siguientes:

Provincia	Municipio
Valencia	Albaida, Alcasser, Aldaia, Gandía, Tavernes de la Valldinga, Valencia y Xátiva
Castellón	Cabanes, Castellón, Nules, Oropesa del Mar, Segorbe y Villareal

Alicante	Alcoy, Alicante, Almoradí, Altea, Aspe, Benidorm, Calpe, Callosa de Segura, Crevillente, Denia, Elche, Elda, Guardamar, Ibi, Jávea, Monovar, Novelda, Orihuela, Petrer, Pinoso, Sax, Teulada, Torreveja, Villajoyosa y Villena
----------	--

El proyecto se inició el 1 de noviembre de 2016 y finalizó el 31 de diciembre de 2017, cuando estaba previsto que finalizase el 1 de noviembre de 2017.

Con fecha 27 de octubre de 2017 se concedió una ampliación del plazo de ejecución del proyecto para llevar a cabo algunas de las actividades del R3 de sensibilización, en concreto para celebrar el Día Internacional para la Tolerancia, el 16 de noviembre de 2017, y el Día internacional del Migrante, el 18 de diciembre.

### 3.3. Colectivos beneficiarios

---

El proyecto pretende sensibilizar a la población en general sobre las migraciones forzadas, y en este sentido se fijó la meta de 100.000 personas informadas sobre esta situación; a la finalización del proyecto se indica en las FdV que a través de diversos canales se ha informado a un total de 293.826 personas.

Los beneficiarios según las diferentes acciones han sido:

	Beneficiarios previstos	Beneficiarios finales
Personas informadas sobre la problemática de la población migrante forzada	100.000	293.826
Participantes en el ciclo de cine	200	220
Participación en jornadas sobre Migraciones Forzadas	70	153
Participación en el juego sobre las migraciones forzadas The Real Pursuit	3.000	3.784

Participación en los Días Internacionales sobre Migraciones Forzosas	300	625
Implicación de medios de comunicación	15	21
Visualización del audiovisual elaborado	10.000	165.819
Visualizaciones de noticias	10.000	29.585

La población meta indirecta prevista en el proyecto fue de 779.383, de acuerdo a los siguientes criterios:

- Red Territorial de Cruz Roja Española en la Comunidad Valenciana (socios/as, voluntariado y personal laboral): 125.000
- Comunidad Universitaria de la Comunidad Valenciana: 154.383 personas (83.367 mujeres y 71.016 hombres)
- Audiencia en la Comunidad Valenciana de los medios de comunicación que difunden la intervención de Cruz Roja<sup>3</sup> (500.000 personas, 250.000 mujeres y 250.000 hombres).

### 3.4. Los objetivos, resultados y actividades del proyecto

---

#### OBJETIVO GENERAL

Fomento de la tolerancia hacia la población migrante a través de la difusión de los Derechos Humanos de los migrantes, para facilitar su inclusión en la Comunidad Valenciana.

#### OBJETIVO ESPECÍFICO

---

<sup>3</sup>Canal 7 Valencia, Información TV, 12TV, Alacantí TV, TeleElx e IntercomarcalTV)

Sensibilizada la población de la Comunidad Valenciana sobre las migraciones forzadas, a través de una metodología participativa y la generación de espacios de reflexión.

## RESULTADO 1

Mejoradas las competencias de las personas (voluntarias, titulares de derechos, trabajadoras y socias) que pertenecen a la red territorial de Cruz Roja Española en Comunidad Valenciana para actuar como agentes de sensibilización sobre las migraciones forzadas.

## RESULTADO 2

Generados espacios de reflexión que fomenten el conocimiento y un análisis crítico a las personas líderes de opinión, comunidad universitaria y personas implicadas activamente en los procesos de las Migraciones Forzadas.

## RESULTADO 3

Sensibilizada la población en general sobre Migraciones Forzadas.

## ACTIVIDADES

R.1.A.1. Presentar la Campaña e invitar a participar a la red interna de Cruz Roja.

R.1.A.2. Visitar las cruces rojas en las diferentes localidades de la Comunidad Valenciana para que el voluntariado participe activamente en la Campaña.

R.1.A.3. Realizar la formación a agentes de sensibilización sobre la campaña

R.1.A.4. Incluir artículos de la campaña en la revista de socios y socias de Cruz Roja

R.1.A.5. Crear, participar y coordinar espacios internos de reflexión con otras áreas, con otros ámbitos geográficos y con otras entidades sobre Migraciones Forzadas

R.2.A.1. Realizar un ciclo de cine sobre Migraciones Forzosas en cada provincia.

R.2.A.2. Realizar unas jornadas especializadas en Migraciones Forzosas.

R.3.1. Diseñar, editar y distribuir los materiales de publicidad.

R.3.2. Editar, distribuir y realizar actividades con el juego de las Migraciones Forzosas: The Real Pursuit

R.3.3. Diseñar, editar y difundir el audiovisual en medios de comunicación y redes sociales.

R.3.4. Preparar recursos y potenciar actividades de difusión en diferentes localidades de la Comunidad Valenciana 3 Días Internacionales y Mundiales relacionadas con las Migraciones Forzosas: Día de los refugiados, Día de los Migrantes y Día de la Tolerancia.

R.3.5. Presentar la Campaña a los medios de comunicación, autoridades, entidades, líderes de opinión.

R.3.6. Potenciar la participación en medios de comunicación para hablar de las Migraciones Forzosas.

R.3.7. Alimentar con noticias y reflexiones las redes sociales sobre las Migraciones Forzosas

Durante la ejecución del proyecto, se han mantenido las acciones previstas, y se ha incorporado una acción no prevista, en concreto el Workshop Internacional “El Reto Migratorio: Cambio, Complejidad e Innovación Social”<sup>4</sup>, en el que ha colaborado la Cruz Roja de la provincia de Alicante, la Universidad de Alicante y la Universidad de North Florida en un programa conjunto de la mano de Futurlab, el laboratorio de prospectiva aplicada perteneciente al departamento de Sociología de la Universidad de Alicante.

---

<sup>4</sup> Se introdujo en el marco de la Actividad 2.2: Realizar unas jornadas especializadas en Migraciones Forzosas

## 4. CRITERIOS DE VALORACIÓN

### 4.1. Criterios de la evaluación

Los criterios de valor son preguntas que se desea contestar en la consultoría de evaluación que se encarga, es por ello que resulta fundamental la necesidad de información que desea obtener quien encarga el trabajo pues en definitiva va a proporcionar conocimientos útiles para el propósito de la evaluación, de manera que se extraigan las conclusiones pertinentes que permitan adecuar las acciones a futuro y que sea de utilidad para la toma de decisiones de todos los actores participantes en el proyecto.

CRE-CV plantea un enfoque metodológico **segmentado** como alternativa al **enfoque criterial**; se trata de un enfoque novedoso para la evaluación en consonancia con el esfuerzo de innovación y mejora constante que realiza.

La metodología propone que todo proyecto de educación para el desarrollo puede ser segmentado en ocho sectores, que interrelacionados conforman el resultado final de la intervención y que permiten ser estudiados de manera independiente.

Teniendo en cuenta las limitaciones temporales y presupuestarias de la evaluación, el trabajo se va a centrar en tres de los ocho sectores que destacamos a continuación en negrita del total de criterios segmentados:

1. La validez de la problemática escogida
2. **La pertinencia del público identificado**
3. **La calidad de las herramientas educativas, según los métodos, los contenidos y las formas de participación**
4. La audiencia cuantitativa y cualitativa
5. **La validez de los métodos para la creación de las herramientas educativas**
6. Los cambios en el público después del proceso educativo
7. Los cambios de representación, de actitudes y de comportamientos respecto al desarrollo
8. Los efectos del contexto sobre el proyecto y viceversa

## 4.2. Dimensiones y preguntas

El enfoque metodológico que se ha aplicado en la evaluación tiene un carácter cualitativo y participativo<sup>5</sup>, de acuerdo al enfoque de este tipo de trabajos, las características de la intervención que se evalúa y el alcance indicado.

El planteamiento metodológico anterior se completa con la recopilación y análisis de información de carácter cuantitativo generada a lo largo de la intervención.

Durante el primer contacto que se tuvo con la técnica responsable del proyecto de parte de Cruz Roja se procedió a indagar sobre las necesidades informativas que tenía la entidad para complementar si fuese el caso la batería de preguntas que se indicaban en los TdR.

TABLA 3. ESTRUCTURA DE LA INDAGACIÓN SOBRE NECESIDADES INFORMATIVAS

<b>Preguntas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ¿Qué se desea saber?</li><li>• ¿Qué aspectos se quieren valorar?</li></ul>
<b>Dimensiones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Preguntas relacionadas con la estructura</li><li>• Preguntas relacionadas con el diseño</li><li>• Preguntas relacionadas con los procesos</li><li>• Preguntas relacionadas con los resultados</li></ul>

Fuente: Elaboración propia

<sup>5</sup> Evaluación formativa

Las preguntas que abordamos, de acuerdo a los criterios establecidos, se indican a continuación.

<b>Validez de los públicos identificados</b>
¿Son los públicos identificados posibles actores de cambio, intermediarios o factores de resolución según el propósito del proyecto?
¿Se trata de públicos ya sensibilizados?
¿Han alcanzado las actividades y herramientas a los públicos identificados?
¿Hasta qué punto Cruz Roja puede mantener el impacto de las acciones de sensibilización con estos públicos?
<b>Calidad de las herramientas educativas</b>
¿Son las herramientas utilizadas atractivas y efectivas para los públicos identificados?
¿Y para la temática seleccionada?
¿El presupuesto previsto ha sido adecuado para cumplir los objetivos previstos?
¿Qué factores han facilitado o dificultado el uso de una herramienta o la afluencia a una actividad?
La metodología educativa adoptada ¿tiene un enfoque cognitivo, procedimental, actitudinal y comunicativo?
¿Se han establecido mecanismos para rescatar aprendizajes respecto a las herramientas para futuras acciones?
¿Qué ventajas e inconvenientes plantean cada una de las acciones implementadas?

¿Cómo pueden ser transformadas para nuevos públicos?
<b>Validez de los métodos para la creación de las herramientas educativas</b>
¿Cuál fue el procedimiento de diseño de las herramientas?
¿Hasta qué punto fue partícipe el público objetivo?
¿Contó el proceso de elaboración y planificación con los recursos adecuados?

Metodológicamente, las preguntas se han operativizado según indicadores y fuentes de verificación en la matriz de evaluación que se encuentra en el Anexo III.

## 5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

### 5.1. Enfoque metodológico

La evaluación de una intervención de este tipo supone la recogida, análisis e interpretación sistemática de la información relativa a su funcionamiento y a sus posibles efectos. Los datos recogidos deben utilizarse para decidir cómo mejorar la intervención y sobre todo en el caso que nos ocupa que se trata de una primera fase de una intervención más larga.

En el proceso evaluativo es fundamental la participación de los implicados en el proyecto o programa que se evalúa, y especialmente en un caso como el presente que se trata de una **evaluación mixta segmentada**<sup>6</sup>, y por ello se requiere una participación de los implicados de manera activa, crítica y reflexiva, sin la cual a evaluación carecerá de sentido.

La evaluación persigue conocer la **pertinencia**, el **impacto** y los **procesos participativos** implementados en el desarrollo de las acciones, tal como de indica de manera expresa en los TdR; teniendo en cuenta que la evaluación segmentada es una metodología relativamente novedosa, Cruz Roja entiende que la evaluación tiene un importante componente de **práctica piloto** con la que experimentar nuevas formas de evaluar sus procesos formativos de sensibilización.

En este marco, entendemos el **análisis valorativo** en cinco niveles<sup>7</sup>:

- ✓ Hallazgos
- ✓ Interpretación o análisis, que son las explicaciones sobre los hechos, especulaciones entre las interacciones, causas, razones y significados que le damos a los datos
- ✓ Juicios o valoraciones acerca de los resultados y sus interpretaciones
- ✓ Lecciones aprendidas, que muestren buenas prácticas y que puedan ser extrapoladas y retroalimentar campañas de sensibilización futuras.
- ✓ Recomendaciones, que son “el vínculo formal entre una evaluación y su uso<sup>8</sup>”

<sup>6</sup> Metodología alternativa al enfoque criterial

<sup>7</sup> Tal como se expresa en el contenido del documento final que se debe entregar de acuerdo a lo indicado en los TdR

Las recomendaciones finales deben estar estructuradas de manera que además de ser realmente comprensibles sirvan para orientar futuros procesos, por ello la sistematización y comunicación de las lecciones aprendidas y las recomendaciones derivadas se convierten en el núcleo central del trabajo de evaluación.

Las recomendaciones de este trabajo van a ir encaminadas a:

1. Analizar junto con el equipo técnico provincial y autonómico del área de Cooperación Internacional y EpD de Cruz Roja el desarrollo del proyecto, identificando y valorando sus fortalezas y debilidades, así como posibles recomendaciones para maximizar el impacto del mismo.
2. Analizar cómo los la Red Territorial de CRE-CV (voluntarios), la comunidad universitaria, los medios de comunicación locales, las Fuerzas Armadas y el público en general han posicionado y han agregado valor en respuesta tanto a las necesidades consideradas en la formulación, así como a otras no consideradas en aquel momento.
3. Identificar las líneas de acción exitosas y las oportunidades.
4. Evaluar las fortalezas / capacidades y debilidades de la intervención en relación con las oportunidades que ofrece la siguiente fase.
5. Ofrecer orientación para la definición de estrategias futuras en materia de Educación para la Ciudadanía Global.

Metodológicamente el enfoque que vamos a aplicar desde el punto de vista del papel que cumple la evaluación es la de **evaluación formativa** basada en la participación de los implicados (**evaluación participativa**), de manera que sea útil para el desarrollo de futuras intervenciones tal y como se enfatiza en los TdR.

## 5.2. Alcance de la investigación: instrumentos e informantes clave

---

Los instrumentos que hemos utilizado en la evaluación provienen de la investigación social que se adaptan a **los principios de objetividad y participación**, donde se aúnan elementos de **carácter cualitativo y cuantitativo**.

---

<sup>8</sup> Torres, Preskill y Piontex, 1996:105

Técnicas cuantitativas	Técnicas cualitativas
Análisis documental	Análisis documental
	Entrevista en profundidad /semiestructuradas
Cuestionarios	Entrevistas telefónicas
	Grupos focales
	Observación participante

La realización de un trabajo de este tipo supone la recogida, análisis e interpretación sistemática de la información que se indica en la matriz de investigación, identificándose las diferentes fuentes de información primarias y secundarias necesarias para dar respuesta a las preguntas evaluativas, y contrastar con los cambios que se desean conseguir.

Las fuentes de información según instrumento y técnica utilizada, así como el universo de la muestra sobre el que se ha realizado el estudio es el siguiente:

TABLA 4: MUESTRA DEL ESTUDIO SEGÚN INSTRUMENTO Y TIPOLOGÍA DEL TITULAR

Instrumento	Titular	Muestra
<b>ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD</b>	Equipo técnico responsable de CRE-CV	Equipo técnico provincial (1) Equipo técnico autonómico (1) Técnica proyecto
	Población participante en el Juego "The Real Pursuit"	Profesora IES Ribalta
<b>ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA</b>	Comunicación de CRE-CV	Responsable Autonómica de Comunicación
	Educadora Área de Refugiados CRE-CV	Educadora (1)
	Ponentes y otros implicados participantes en actividades	3

<b>GRUPOS FOCALES</b>	Voluntarios CRE-CV	2 grupos focales (14 participantes)
<b>CUESTIONARIO</b>	Voluntarios CRE-CV	6
<b>OBSERVACIÓN PARTICIPANTE</b>	Del juego "The Real Pursuit"	
<b>ANÁLISIS DOCUMENTAL</b>	Documento de proyecto y anexos	
	Fuentes de verificación del proyecto	
	Documento de buenas prácticas obtenidas a partir de la creación e implementación del Juego "The Real Pursuit"	
	Dossier de uso del Juego: The Real Pursuit	
	Plan de acción de Cooperación Internacional de CRE del periodo del proyecto	
	Otra documentación (Anexo VI)	

La investigación realizada ha implicado a un total de 30 personas agrupadas según las características de los titulares tal como se detalla en el cuadro anterior, además el consultor ha participado en el juego The Real Pursuit dentro del proceso de investigación y ha realizado la observación del comportamiento de los participantes e implicados en este juego cuando se presentó en un municipio de la Comunitat Valenciana, ya fuera del marco temporal del proyecto.

El proyecto no cuenta con estudio de LdB, y si ha incorporado las evaluaciones que se han hecho a la XXI Jornada de DIH y el ciclo de cine que figuran en las FdV.

La relación del trabajo de campo realizado en la presente evaluación se detalla en el Anexo II.

## 6. CODICIONANTES Y LÍMITES DEL ESTUDIO

Antes de iniciar el trabajo se realizó una reunión con la persona responsable de la ejecución técnica de proyecto donde se acordó el alcance de la investigación y se identificó los informantes clave completando como se ha ya se ha indicado a los establecidos en la propuesta inicial, posteriormente se elaboró el plan de trabajo, y la consultoría se ha llevado a cabo según lo acordado.

Todo el trabajo de campo se realizó de acuerdo a lo previsto, no obstante hay que señalar que el hecho que las festividades de la Magdalena en Castellón, Fallas en Valencia y la vacaciones de Pascua en los centros educativos, ha hecho que el trabajo de campo se demorase más de lo previsto inicialmente debido a la disponibilidad de los centros.

Uno de los condicionantes que nos hemos encontrado ha sido la cantidad de actividades tan diferentes, dirigidas a un amplio abanico de público, cuyo único hilo conductor es llegar a sensibilizar a la población valenciana sobre las migraciones forzadas.

Este hecho ha significado que había que construir la Teoría del Programa; metodológicamente a partir de esta construcción se debería haber trabajado con el equipo responsable de la evaluación de parte de CRE-CV para determinar la validez de los criterios y completar las preguntas a contestar en la evaluación.

En el marco del alcance de la evaluación se ha llegado hasta un punto que se considera adecuado a dicho alcance, aunque sin duda, en otro contexto se podría haber profundizado en mayor medida.

Nos hemos apoyado en cuestionarios de valoración que se han pasado a la finalización de la actividad de cineforum<sup>9</sup> y de las jornadas sobre DIH: los resultados no se han tabulado para su análisis.

El hecho de no contar con un estudio previo de LdB también ha limitado el análisis comparativo con el momento inicial, aunque este hecho estimamos no es tan relevante dadas las características de las actividades, y que la más significativa desde el punto

---

<sup>9</sup> Únicamente de la actividad en Alicante

de vista de la innovación y el cambio, el juego The Real Pursuit, se ha tratado de una experiencia en la que el producto se ha ido ajustando durante su aplicación.

Finalmente indicar que la coordinación con las personas de referencia de CRE-CV ha sido totalmente efectiva y tanto el trabajo de campo como el acceso a la información se ha llevado a cabo de manera satisfactoria; señalar también que el hecho de compartir el acceso a las FdV a través de la plataforma de internet de CRE-CV, ha facilitado el trabajo

## 7. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS HALLAZGOS

### 7.1. VALIDEZ DE LOS PÚBLICOS IDENTIFICADOS: Pertinencia de los grupos meta

El OE del proyecto manifiesta que éste se dirige a sensibilizar a la población en general de la Comunidad Valenciana sobre las migraciones forzadas; dada la cantidad de actividades dirigidas a públicos tan diferentes se nos hace necesario esbozar en cierta manera la Teoría del Programa aunque sin poder profundizar dado el alcance del trabajo.

Así, en una primera aproximación determinamos para cada uno de los resultados, que interpretamos como componentes del proyecto para darle una cierta coherencia, los públicos a los que se dirige y los instrumentos, herramientas o actividades, según se refiere el proyecto en diversos momentos, que se implementan.

TABLA 5: PÚBLICO OBJETIVO DEL PROYECTO SEGÚN COMPONENTES Y ACTIVIDADES

	<b>Públicos</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>COMPONENTE 1: Mejoradas competencias de agentes de sensibilización</b>	Voluntarios de CRE-CV  Socios  Empresarios	Formación a voluntarios sobre el manejo del juego "The Real Pursuit"  Difusión de noticias en la revista de socios/as de CRE-CV
<b>COMPONENTE 2: Espacios de reflexión</b>	Líderes de opinión  Comunidad universitaria Periodistas Fuerzas Armadas  Administraciones públicas	Ciclo de cine  Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzadas  II Workshop Internacional  Jornadas con medios de comunicación

<b>COMPONENTE 3: Sensibilización</b>	Población en general	Juego "The Real Pursuit" Exposiciones sobre la Crisis en Europa y los Derechos de las personas migrantes Audiovisual Día de los Refugiados Día de los Migrantes Día de la Tolerancia Presentación de la campaña a medios de comunicación Noticias en redes sociales sobre migraciones forzosas
--	----------------------	---

Analizando el universo tan amplio de público al que se dirige el proyecto, concluimos el alto grado de **sensibilización sobre la problemática** de los voluntarios de las Asambleas Locales, los cuales actúan claramente como **actores de cambio** y se les atribuye también un papel importante como **factores de resolución** por la implicación que han tenido para impulsar las acciones del proyecto; no tenemos información suficiente para emitir un juicio respecto al papel de los socios de CRE-CV, sin embargo pensamos que deben tener un alto grado de sensibilización sobre la problemática de las migraciones forzosas y se constituyen como agentes del cambio.

En cuanto a las fuerzas armadas, decir que los participantes fueron personas de lo que se llama "Cuerpos Comunes", cuyo perfil profesional y experiencial cumple con algunos de los siguientes criterios:

- Cuentan con experiencia de acción internacional
- Tienen formación universitaria

Se trataría de público conocedor y sensibilizado con la problemática y desde el punto de vista de la implicación se tratarían de actores de resolución de conflictos, más que como agentes de cambio o intermediarios., buscando con el proyecto ir un paso más allá para empatizar en cierta manera con los migrantes forzosos.

La comunidad universitaria ha participado en el proyecto con múltiples perfiles, hacia un ámbito más general como han sido los ciclos de cine e incluso la participación en el juego The Real Pursuit, o más específico como las jornadas de DIH en el ámbito del derecho, las jornadas con medios de comunicación hacia el periodismo, aunque no en exclusiva, o el Workshop Internacional a alumnos de la Facultad de Económicas de la Universidad de Alicante y de la Universidad North Florida

A nuestro modo de ver, estos diferentes perfiles universitarios hace que los vinculemos como actores de cambio en los perfiles más generales como los participantes en el ciclo de cine o el juego, **intermediarios** como los participantes en las jornadas de medios de comunicación o el workshop, o factores de resolución más vinculados al DIH.

Los periodistas que han participado en las actividades dirigidas a este colectivo, se trata claramente de intermediarios vinculados a la transmisión de las noticias sobre los movimientos de población en situación forzada, y a la vez son un actor claramente de cambio, al menos así se manifiesta por el enfoque que se dio a la jornada con medios de comunicación.

La participación empresarial ha sido reducida y no ha cubierto las expectativas, y únicamente una empresa<sup>10</sup> ha participado en el juego The Real Pursuit, por tanto este actor en el marco del proyecto se ha situado como actor de cambio, sin embargo sus potencialidades van más allá, y en un futuro se podrían situar como factores de resolución.

Por lo que se refiere a la población en general que ha participado de manera activa en el juego The Real Pursuit, los días mundiales sobre refugiados, migrantes y tolerancia, e incluso en los ciclos de cine, los situamos a nuestro juicio como actores de cambio a partir de la sensibilización sobre el tema, así como intermediarios frente a su entorno más cercano sobre los que podrían ejercer una cierta influencia.

Cuando analizamos si **las actividades y herramientas han alcanzado a los públicos** que se han identificado en el proyecto, vemos como el Componente 1 tiene una marcada estrategia por dar a conocer la campaña a través de la red interna de

---

<sup>10</sup> Hidraqua

CRE-CV, dirigida a voluntarios y socios, y también se realizaron acciones hacia los medios, aunque como veremos es en el componente 3 donde se aborda con mayor énfasis esta estrategia a través de redes sociales.

Para alcanzar al público externo las ruedas de prensa se acompañaron del audiovisual que posteriormente fue difundido a través de redes sociales y el Juego The Real Pursuit, que además sirvió para que el público en general también se implicase y conociese el proyecto en las distintas dinámicas que se ha realizado en la calle.

La difusión interna del proyecto e implicación en las actividades del mismo<sup>11</sup> alcanzó a 38 asambleas locales, superando claramente las 15 previstas en el proyecto,

De manera específica una de las actividades de este componente <sup>12</sup> se dirigió a la formación de los voluntarios para dotarles de conocimientos y herramientas de manera que pudiesen actuar como agentes de cambio en el proceso de sensibilización sobre migraciones forzadas, centrándose en la dinamización del Juego The Real Pursuit: en total se formó a 55 personas.

En los grupos de discusión con los voluntarios que se han llevado a cabo, se constata cómo a nivel cuantitativo la formación no alcanzó a todo el colectivo que ha puesto en práctica el juego, y muchos de ellos lo han dinamizado sin esta formación previa, lo cual puede haber incidido en la opinión de algunos de estos voluntarios respecto a la dificultad en el montaje del juego en su formato grande, aunque esta misma opinión se da en los que participaron en la formación sugiriendo que se incluya un instructivo para el montaje; por lo que se refiere al manejo del propio juego, se valora positivamente el dossier que se entregó al voluntariado

Seguramente el propio éxito del juego y su rápida difusión ha sido uno de los motivos de por qué algunos voluntarios no contaron con la formación suficiente.

De las personas que han respondido a la encuesta vemos como el 67 por ciento no han participado en la formación sobre el manejo del juego; la valoración que hacen las personas que sí se formaron sobre la mejora de sus competencias como agentes del

---

<sup>11</sup> Las Asambleas Locales participaron en actividades según sus propias capacidades: no todas realizaron las mismas actividades.

<sup>12</sup> Actividad 1.3 Realizar la formación a agentes de sensibilización sobre la campaña

sensibilización, el objetivo de la actividad, es de 4,5 sobre 5, aunque alguno de encuestados señala que debería haber sido más larga.

Por lo que se refiere a los/as socios/as, a través de la revista interna se ha dado información de la campaña y de manera específica del juego; el número de ejemplares distribuidos ha sido de 129.006<sup>13</sup> de los 100.000 previstas.

No somos capaces de encontrarle un sentido a la actividad 1.5 respecto al propósito del R1 de mejorar las competencias de personas que pertenecen a la red territorial de CRE-CV pues introduce a otras entidades<sup>14</sup> a quien dirigir las acciones, incluido el ámbito empresarial, por tanto este enfoque lo analizaremos al tratar el siguiente componente .

Así, en cuanto al Componente 2, vemos cómo éste se dirige a generar diversos espacios de reflexión en lo que identifica como líderes de opinión, defensores y activistas por los derechos de las personas migrantes, la comunidad universitaria, periodistas, Fuerzas Armadas y Administraciones Públicas, en total han participado en las diversas actividades 373 personas.

Los ciclos de cine se realizaron en Alicante y Castellón; asistieron según los registros del proyecto un total de 220 personas cuando la meta era de 200.

Se ha consultado las respuestas del cuestionario de satisfacción del cineforum en Alicante y aunque no están tabuladas se aprecia que la actividad alcanza las expectativas de los/as asistentes y ha servido para ampliar los conocimientos.

En nuestro proceso de indagación hemos consultado a participantes de una de las sesiones en Castellón y por lo que se refiere a la película se muestran un tanto decepcionados pues indican que se trataba de una comedia cuando esperaban un documental, aunque es cierto que de las tres sesiones en dos se pasaban sendos documentales y la tercera sesión e la película que se indica.

En esta sesión de Castellón uno de los ponentes no pudo asistir y según indica la persona entrevistada, “todo parecía un tanto improvisado”.

---

<sup>13</sup> A los que hay que sumar los 20.067 ejemplares distribuidos a voluntarios/as, que hacen un total de 149.073 ejemplares.

<sup>14</sup> Universidades, Fuerzas Armadas, administraciones locales, CVONGD, etc

Indagando con otros informantes clave de lo sucedido, y dado que de Castellón no se cuenta con la encuesta de satisfacción, parece que se sobredimensionó la actividad para lo que es la población de la ciudad, y la asistencia no fue de acuerdo a lo esperado<sup>15</sup>, además otra ONGD pasó la misma película con poco tiempo de diferencia, lo que hizo que no resultara tan atractiva la actividad.

Decir que en esta sesión se ofreció, como se viene haciendo de manera habitual, el juego The Real Pursuit a los asistentes al cineforum, y al parecer por la gran cantidad de gente que había, se trataba de un instituto, no todas las personas pudieron participar, lo que generó un cierto desánimo.

Por lo que se refiere a las Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzosas, dirigidas en especial a personal de las Fuerzas Armadas y la comunidad universitaria, se ha conseguido el objetivo previsto en cuanto a la tipología de público, y además también han participado representantes de ONGD; en total han participado 153 personas.

Con la actividad de la Universidad de Alicante y la Universidad de North Florida en un programa conjunto de la mano de Futurlab, el laboratorio de prospectiva aplicada perteneciente al departamento de Sociología de la Universidad de Alicante, se dio cabida a 30 estudiantes universitarios nacionales e internacionales, los cuales en un principio no estaba previsto que participaran en el proyecto.

En la jornada con medios de comunicación participaron población universitaria, líderes de opinión y periodistas profesionales.

El Componente 3 se dirige a la población en general, y en este sentido el juego The Real Pursuit ha sido la pieza fundamental, además de exposiciones, el audiovisual, los días mundiales sobre refugiados, migrantes y tolerancia, la presentación de la campaña a medios de comunicación y las noticias en las redes sociales.

El juego ha tenido una excelente aceptación en todos los públicos a partir de la adolescencia<sup>16</sup>, por debajo de esta franja de edad el juego no se ha experimentado,

---

<sup>15</sup> Esta opinión contrasta con la asistencia efectiva indicada en el informe de la actividad

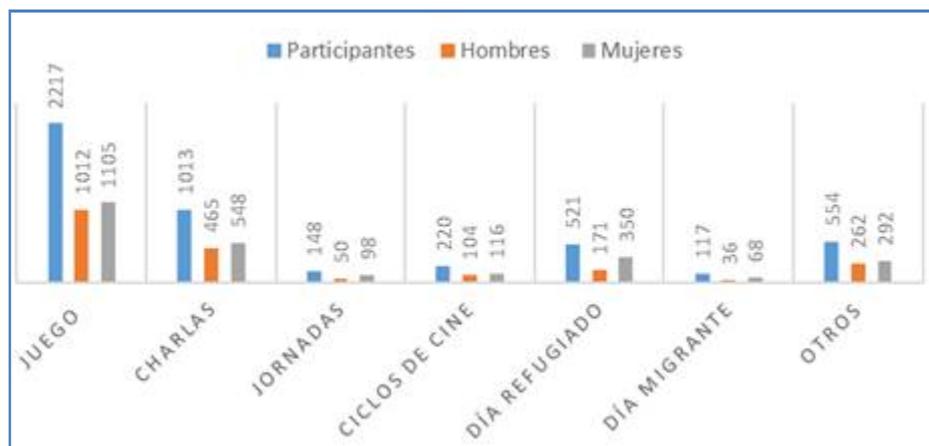
<sup>16</sup> El juego se diseñó para público adulto en entorno de calle, se hizo una adaptación a secundaria derivada de las solicitudes recibidas por parte de profesores/as que jugaron de manera espontánea

pero según opinión de diversos informantes clave si se quiere utilizar para el público infantil habría que transformarlo.

Ha alcanzado a 3.784 personas de acuerdo a los registros del proyecto; este indicador incluye los jugadores individuales del juego, los participantes en sesiones del juego en centros educativos, y los participantes en acciones paralelas como charlas y/o exposiciones sobre la temática.

La campaña se apoyó con otros recursos como es “La Maleta que más pesa”, la Campaña de la Federación Internacional de Cruz Roja “ProtectHumanity”, o las exposiciones sobre la Crisis en Europa y los Derechos de las personas migrantes ya mencionadas.

**GRÁFICO 1: PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES DESAGREGADO POR SEXO**



Fuente: CRE-CV

En los tres días internacionales y mundiales relacionadas con las Migraciones Forzosas: Día de los refugiados, Día de los Migrantes y Día de la Tolerancia participaron unas 625 personas, frente a las 300 previstas inicialmente.

La campaña se dio a conocer igualmente por los medios de comunicación, un total de 21, y en las redes sociales<sup>17</sup> con 29.585 visitas; hay que señalar que el audiovisual que se ha generado ha sido una pieza clave en la campaña, siendo visualizado en 165.819 ocasiones.

<sup>17</sup> Facebook y Twitter

En este componente se incluye la Jornada de Sensibilización sobre Migraciones Forzadas, que a nuestro modo de entender la estrategia del proyecto habríamos situado en el Componente 2 como un espacio de reflexión que así lo fue.

La jornada estuvo dirigida a medios de comunicación y futuros profesionales de la información con una afluencia de 60 personas.

## 7.2. CALIDAD DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS: Según los métodos, los contenidos y las formas de participación

---

En primer lugar abordamos este criterio analizando según si las **herramientas** del proyecto, las actividades realizadas, **son atractivas y efectivas para los públicos identificados** así como los **factores que han facilitado o dificultado el uso de la herramienta o la afluencia a una actividad**.

En el caso del juego The Real Pursuit en primer lugar abordamos el análisis cuantitativo de la encuesta a los/as voluntarios/as, y así en una escala que va del 1 al 5, se ha obtenido un promedio de 4.

En el grupo de discusión con voluntarios se indica la gran cantidad de escenarios diferentes donde se ha implementado el juego: hoteles aprovechando actos de la CRE-CV, espacios abiertos, institutos o centros universitarios entre otros.

En entrevista que se ha realizado a una profesora de un IES cuyos alumnos/as y ella misma participaron en el juego, indica que éste resulta interesante y práctico, y que además se potenciaron los impactos del juego, considera, pues trabajaron el tema en el aula antes y después de asistir a una sesión del cineforum en el marco de dicha actividad estaba instalado el juego.

En algún momento menciona la importancia de la dinamización del juego de parte de las personas encargadas de la actividad, señalando la formación que debían tener para poder conducir el juego y el conocimiento del tema, así como la capacidad de dinamización.

En la observación participante, y en las entrevistas y el trabajo con los/as voluntarios/as se advierte de alguna dificultad para llegar al público si la actividad se realiza en espacios abiertos donde las condiciones sonoras no son las óptimas.

Se ha reflexionado con algunos interlocutores sobre el público a quien se dirige el juego, y en general hay coincidencia en que tal como está enfocado pueden participar desde jóvenes adolescentes a personas adultas de cualquier edad; ha surgido también la cuestión del juego en familias dado que los casos reales tienen en cuenta la unidad familiar, al respecto encontramos opiniones diversas, unas que señalan que el juego se centra más en la experiencia y decisión personal, o de grupo, no necesariamente de familias, o que el trabajo con familias ofrece otras implicaciones que vale la pena explorar.

Por la información que se dispone a través de la observación participantes, se concluye que el público que participa en el juego se involucra realmente y que en cierta manera se genera empatía con el rol de la persona desplazada, esto último se ha manifestado por los voluntarios que han participado en la actividad.

Más difícil resulta determinar hasta qué punto la participación en el juego hace que se tenga una percepción de las migraciones forzosas como una oportunidad y no como una carga, como se puede constatar en algunas de las opiniones vertidas en las redes sociales que más adelante hablaremos.

En cuanto a las Jornadas de DIH<sup>18</sup> estas se dirigen a personas vinculadas al ámbito universitario, administraciones públicas, ONGD, líderes de opinión y personal de las Fuerzas de seguridad del Estado y Fuerzas Armadas.

Se valora positivamente la transversalidad de los públicos, y en la entrevista realizada al informante clave de las Fuerzas Armadas manifiesta que ésta es una de las potencialidades de la jornada, lo mismo que algún otro informante clave que ha participado activamente en las jornadas.

En cuanto a la temática seleccionada resulta de interés para los participantes según han manifestado, aunque algún tema no se valora tanto según el colectivo, no

---

<sup>18</sup>Actividad 2.1 Realizar unas jornadas especializadas en Migraciones Forzosas

obstante se concluye que la temática seleccionada es un factor importante a la hora de facilitar la afluencia de asistentes.

Decir que en la encuesta realizada a la finalización de las jornadas, se valora en un 4,42 sobre 5,00 el interés y las expectativas que tenían los participantes, siendo la valoración final de la actividad de 4,44.

En el marco de la misma actividad se realizó la actividad no prevista de workshop internacional, sin embargo no se dispone de información para determinar el nivel de satisfacción del público meta que participó.

En cuanto al Ciclo de cine, la valoración efectuada por el público asistente en Alicante la actividad se considera acertada para los propósitos planteados, sin embargo, en el caso de Castellón puede no haber sido así por las razones que ya se han explicado.

La Jornada con medios de comunicación por las entrevistas realizadas se concluye que ha resultado atractiva para el público que ha participado, y quizá uno de los valores más destacados sea la participación de estudiantes de periodismo por lo que significa conocer en primera persona las experiencias de profesionales de larga trayectoria en el campo del periodismo vinculando la actividad al fenómeno de las migraciones forzosas.

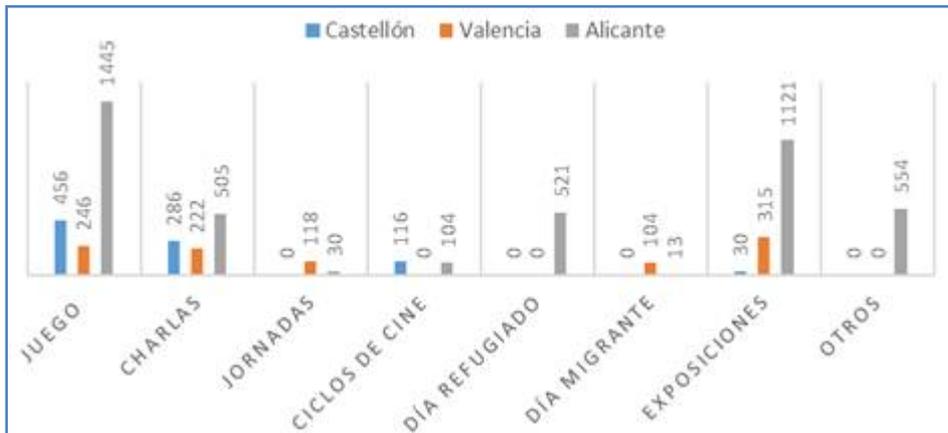
Sin duda un factor que facilita la asistencia es el alto nivel de los ponentes participantes.

En cuanto a los 3 Días Internacionales y Mundiales relacionadas con las Migraciones Forzosas<sup>19</sup> van dirigido a la sociedad en general y a través de los medios de comunicación y redes sociales sí que se accede a la población; no tenemos información sobre el atractivo de estas campañas para la población más allá de la visualización de las FdV, pero sí podemos afirmar que llegan al público meta.

---

<sup>19</sup> Actividad 3.4

GRÁFICO 2: PARTICIPANTES EN ACTIVIDADES SEGÚN PROVINCIA



Fuente: CRE-CV

La campaña a través de las redes sociales como ya se ha comentado ha sido exitosa y el hecho que está abierta a cualquier tipo de público, no solamente el que está sensibilizado con la problemática, supone para la propia organización, así se ha manifestado, tener acceso a las opiniones de otros colectivos que de alguna manera reflejan la situación que se vive frente a los cambios y situaciones que se están sucediendo, lo cual ayuda a CRE-CV en la definición de su estrategia hacia la sensibilización de la sociedad valenciana.

En cuanto a los **mecanismos para rescatar los aprendizajes** por parte de CRE-CV hay que decir que no se ha establecido un espacio común dónde de manera sistematizada recoger los aprendizajes del proyecto; es nuestra opinión que esto no ha sido favorecido por la cantidad tan alta y dispar de actividades, y que ha implicado a agentes de diferente tipología.

Tal como ha manifestado algún informante clave los cambios de impresión para el aprendizaje, “se han hecho sobre la marcha” en las reuniones periódicas, autonómicas a través de la subcomisión y provinciales y/o locales de equipos; indicar que respecto al juego The Real Pursuit los voluntarios se han sentido escuchados en las aportaciones que han realizado, siempre en los espacios informales como ya se ha dicho.

En el resto de actividades las acciones de retroalimentación se han desarrollado igualmente en espacios informales y no somos capaces de detectar un referente, al menos por actividad, capaz de captar las opiniones de los implicados.

Hablar de la metodología educativa adoptada en el proyecto tiene una complejidad significativa dada la cantidad de actividades tan diferentes que se han realizado, sin embargo, para atender al criterio del **enfoque cognitivo** pensamos que lo más oportuno es analizar la actividad The Real Pursuit<sup>20</sup>, entendiendo que en este caso hablamos de los elementos verbales y no verbales (imágenes, procesos mentales) conscientes y de fácil acceso a la consciencia.

En este caso deducimos por la investigación realizada que el juego sí que alcanza su propósito en los participantes, les enfrenta a situaciones donde se combina la decisión con el puro azar de la vida, y les muestra de manera elocuente las consecuencias que puede acarrear las situaciones que se experimentan: un trabajo posterior en el aula, en el caso de alumnos de ESO y bachillerato, permitiría reforzar estos conceptos con un enfoque más académico.

El análisis **procedimental**<sup>21</sup> indiscutiblemente nos lleva igualmente al juego pues las otras actividades no incluirían este enfoque dada su acción puntual y no se aborda el trabajo mediante la interpretación de enunciados.

En este sentido el juego lleva aparejado este enfoque, y en esta manera de hacer las cosas tiene una relevancia significativa el papel del /la dinamizador /a frente al grupo, de ahí la importancia de la formación de este colectivo procedente en su mayoría del voluntariado.<sup>22</sup>

También, cuando analizamos este aspecto debemos referirnos a las condiciones del entorno dónde se desarrolla el juego (en espacios grandes se habrá de apoyar con un

---

<sup>20</sup> Metodología experiencial y lúdica, para trabajar una temática tan compleja.

<sup>21</sup> Instrucciones relativas a operaciones inferenciales que deben realizarse en la interpretación de un enunciado

<sup>22</sup> Protocolo: una persona formada de cada Asamblea Local, puede formar al resto del voluntariado. En el dossier se indica claramente que antes de realizar la actividad hacia el público en general, debe montarse el juego de forma interna, para conocer el montaje físico, así como para hacer varias pruebas de las historias entre el voluntariado.

servicio de megafonía) y del grupo (saber gestionar los tiempos y los grupos para que todos participen en el juego<sup>23</sup>).

Al analizar el **enfoque actitudinal**, entendido como la motivación del participante, el alumno u otro tipo de participante según actividad, para moldear una personalidad que opte por ejercer conductas deseables que sean provechosas para sí mismo y para la sociedad.

Así, a nuestro modo de ver este concepto está presente en el juego, pero también en el resto de actividades, pues cada una a su nivel contribuye al cambio de actitud de la sociedad que pretende el proyecto.

Finalmente el **enfoque comunicativo**, entendido desde el punto de vista pedagógico como la importancia de interacción como medio y objetivo final del aprendizaje, lo analizamos exclusivamente en el Juego The Real Pursuit donde identificamos que hay una cierta interacción con el medio, no obstante a nuestro juicio si el juego se realiza como complemento al campamento se van a obtener resultados más significativos de este enfoque.

Cuando analizamos las **ventajas e inconvenientes de las acciones implementadas** respecto a lo que pretende el OE, la sensibilización de la sociedad valenciana sobre las migraciones forzadas, entendemos que todas son capaces de aportar a este propósito, y el mosaico de actividades se completa con la visión externa de la totalidad, de ahí que por ejemplo una de la manifestación de los participantes en las jornadas sobre DIH haya sido interrogarse sobre cómo esta acción encaja en otras acciones de este tipo a nivel nacional; también hemos observado como personas que han dinamizado o responsabilizado de actividades no relacionan otras actividades con la campaña.

Esto último podría interpretarse como un inconveniente, sin embargo a nuestro juicio no refleja en el impacto del proyecto siempre que apliquemos una visión amplia, más allá de las actividades y viendo los aportes a nivel de objetivos.

---

<sup>23</sup> Ya se ha mencionado como en una experiencia una parte del grupo, que era numeroso, no pudo participar en el juego.

La campaña llega a su fin con el proyecto, no obstante estas actividades se van a incluir en otro tipo de acciones, tal como en la práctica algunas así han operado con anterioridad, tal como lo manifiestan responsables técnicos de la organización.

En este sentido al planteamos el **alcance a nuevos públicos**, vemos como exceptuando el juego The Real Pursuit el resto son actividades que podríamos decir “maduras” y que tienen unas características definidas para públicos en particular que deberán mantenerse por los motivos que ya se han mencionado al tratar el tema.

En el caso del juego, se ha lanzado la idea de buscar espacios para que se participe en familia, también se ha visto la limitante de cara a los/as más pequeños/as, no obstante se debería incursionar en este camino para buscar una alternativa, y tal vez si se reconvierte en un juego de mesa y con el asesoramiento de un equipo pedagógico con experiencia que ajuste el juego es este nivel, se pueda llegar al público indicado.

En cuanto a la posibilidad de incluir **nuevas actividades** manteniendo el propósito final de sensibilizar a la población sobre migraciones forzadas, entendemos que dado que la campaña “Proteger la humanidad, acabar con la indiferencia” ha llegado a su fin, estas actividades continúan siendo perfectamente válidas para el propósito que se persigue.

A nuestro juicio la más versátil de todas las actividades, por sus propias características, es el juego The Real Pursuit, en el cual identificamos más potencialidades explorando vía para nuevos públicos, incluido el mundo empresarial, y la que más impacto entendemos puede alcanzar ligada a la experiencia Campamentos, como actividad a realizar en los centros posterior a la estancia en el campamento.

### 7.3. VALIDEZ DE LOS MÉTODOS PARA LA CREACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS

---

El proyecto se desarrolla en el marco de la Campaña Internacional que ha lanzado la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) bajo el título “Proteger la Humanidad” (Protect Humanity); este marco ha servido de referencia para

que el equipo de CRE-CV reflexionara, estableciendo la estrategia y creara el juego The Real Pursuit que va más allá de la campaña.

Con respecto al proceso de identificación del proyecto, las actividades y materiales propuestos se han trabajado con los responsables autonómicos, provinciales y locales de cooperación y de otras áreas como comunicación, intervención social y Cruz Roja Juventud desde septiembre de 2015, siguiendo las directrices marcadas por la Comisión Autonómica de Cooperación Internacional, la Dirección de la Institución y las Prioridades Estratégicas marcadas en el Plan de Cooperación Internacional a nivel nacional.

A partir de este trabajo y la implicación de los actores, la experiencia en campañas de sensibilización anteriores en la Comunidad Valenciana y la evaluación externa de un proyecto de sensibilización, se realizó un análisis de Debilidades-Amenazas-Fortalezas y Oportunidades (DAFO) del área de Cooperación Internacional de Cruz Roja Española en Comunidad Valenciana con el objetivo de potenciar las capacidades y mejorar las debilidades.

Teniendo en cuenta este análisis, la Comisión Autonómica de Cooperación determinó la creación de un Grupo de Trabajo Autonómico de Educación para el Desarrollo, en el que participan miembros, voluntarios/as y laborales, de las tres provincias, y al que se han sumado, por la temática, el área de Intervención Social; por el trabajo con otros organismos y la estrategia de comunicación el área de Relaciones Institucionales; y finalmente por su participación transversal en todos los ámbitos de trabajo de Cruz Roja la sección juvenil de la institución, Cruz Roja Juventud. De esta forma, se ha creado un grupo autonómico en el que han participado voluntarios/as y personal contratado de las tres provincias, así como personas migrantes, tanto con el estatuto del refugiado concedido, como migrantes económicos, académicos, etc.

En el trabajo realizado se vio en primer lugar la necesidad de clarificar conceptos en torno a los Refugiados/as. Así se identificó como concepto central el de “migraciones forzadas”. A partir de este concepto se identificaron las ideas clave de la campaña, el público objetivo de la misma y las mejores estrategias de sensibilización para cada público objetivo.

El grupo de trabajo tomó la determinación de diseñar una campaña de sensibilización que permita generar una percepción de las migraciones como oportunidad y no como

carga, que incite a conocer a los migrantes desde su individualidad como personas y fomente la tolerancia facilitando su inclusión, todo ello con el propósito de fomentar la tolerancia hacia la población migrante y su inclusión en la sociedad valenciana.

Con los recursos que dispone la propia institución, y un trabajo coordinado entre las áreas de refugiados, juventud y cooperación, se diseñó el juego The Real Pursuit que ha sido, a nuestro juicio, el elemento más novedoso de las diferentes actividades del proyecto.

Destacar el trabajo conjunto de las diferentes áreas y las sesiones de reflexión que llevaron a diseñar el juego, los prototipos iniciales se testaron con voluntarios del departamento de cooperación y con técnicos de la entidad, también de este departamento, y finalmente también se realizaron sesiones de prueba con público antes del lanzamiento en el marco de la campaña.

El juego TheRealPursuit ha resultado ser una herramienta de sensibilización novedosa muy valorada por la red territorial de Cruz Roja. Éste fue presentado en diferentes eventos nacionales como el Curso Nacional sobre Nuevas perspectivas en la Educación para el Desarrollo Sostenible y el Encuentro Nacional de Responsables Territoriales; a través de la difusión interna y a los buenos resultados obtenidos, mereció un lugar destacado como “Buena práctica del mes” en noviembre de 2017 y muchas oficinas de Cruz Roja en otras autonomías han editado el juego para dinamizar las mismas actividades en diferentes municipios.

El resto de actividades (jornadas DIH, evento con medios de comunicación, ciclo de cine, o celebración de jornadas internacionales) son actividades desarrolladas en un formato con el que la organización está acostumbrada a trabajar y cuyos contactos con personas e instituciones, como son las Fuerzas Armadas, facultad de periodismo, ONGD, etc, facilita su diseño y realización.

Finalmente, al analizar el proceso de elaboración y planificación de recursos y su adecuación a la ejecución de las actividades, vemos que guardan la coherencia necesaria, y que no ha sido relevante a nuestro juicio la prórroga del proyecto por dos meses.

## 8. CONCLUSIONES

### 8.1. VALIDEZ DE LOS PÚBLICOS IDENTIFICADOS: Pertinencia de los grupos meta

---

- C1. El proyecto se dirige a una gran cantidad de público, por lo que en algunos momentos resulta difícil identificar el hilo conductor de la acción más allá de la sensibilización de la población valenciana sobre las migraciones forzadas, para lo cual en la medida de nuestras posibilidades hemos determinado la teoría del programa a partir de la cual indagar sobre las preguntas que se incluían en los TdR y otras que nos han surgido de este análisis.
- C2. Analizando por actividades, se concluye que los diferentes grupos destinatarios guardan la suficiente coherencia y se constituyen en pertinentes para los propósitos de los componentes del proyecto.
- C3. Por lo que hemos identificado, los voluntarios de CRE-CV, los socios, la comunidad universitaria, los periodistas y la población en general son actores de cambio, teniendo un alto grado de sensibilización los voluntarios y socios de CRE-CV, los participantes representantes de la Fuerzas armadas, la comunidad universitaria, los periodistas, y en un grado no determinado la empresa que ha participado en una de las actividades.
- C4. Como actores de resolución situamos claramente por el papel que han jugado en el proyecto, y de manera habitual de CRE-CV, a los voluntarios, también al personal de las Fuerzas Armadas, comunidad universitaria y empresarios.
- C5. Como actores intermediarios con una gran potencialidad incluimos a los periodistas, comunidad universitaria y público en general.
- C6. En cuanto a si las actividades y herramientas han alcanzado a los diferentes públicos, analizado por componentes, vemos cómo el primero de ellos incide de manera directa sobre la red interna de CRE-CV, tanto en los voluntarios,

formados en especial sobre la metodología específica del Juego The Real Pursuit, y los propios socios que han recibido información sobre la campaña a través de la revista interna.

- C7. El dossier del juego entregado a los voluntarios en su formación se valora muy positivamente, y se demanda un instructivo adicional para el montaje, al menos del juego desarrollado en el formato grande.
- C8. El público universitario fue el destinatario principal de las actividades del componente 2, de hecho en todas hubo cabida para este tipo de público con perfiles diferentes, bien se tratase del ciclo de cine, las Jornadas sobre DIH, las jornadas de comunicación o el workshop internacional que no estaba previsto inicialmente en el proyecto.
- C9. Las fuerzas armadas participaron junto a otro tipo de públicos, como son líderes de opinión, comunidad universitaria o administraciones públicas, en las Jornadas sobre DIH.
- C10. El componente 3 de sensibilización se dirigió al público en general y consiguió una elevada meta de participación, sobrepasando las 200.000 personas según los registros del proyecto.
- C11. Hay que destacar como actividades, el impacto del juego The Real Pursuit y la presencia en las redes sociales, con una gran incidencia del audiovisual elaborado en el marco del proyecto.
- C12. Podemos decir que el grado de aceptación de las diferentes actividades según públicos destinatarios ha sido elevado, y dado la presencia de CRE-CV en la sociedad valenciana, las actividades que viene realizando desde hace años como son las Jornadas sobre DIH, con medios de comunicación o la celebración de los días internacionales relacionados con las migraciones forzosa, entendemos que el impacto de las acciones de sensibilización se va a mantener con los diferentes públicos.

## 8.2. CALIDAD DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS: Según los métodos, los contenidos y las formas de participación

---

- C13. El juego The Real Pursuit se adecua perfectamente a colectivos que van desde el adolescente a personas adultas de cualquier edad.
- C14. La implicación de los participantes en el juego es alta, y se desarrolla la empatía hacia la persona migrante, aunque es difícil determinar el cambio de mirada de los participantes como una oportunidad del fenómeno de la migración forzosa para nuestra sociedad o fomentando la tolerancia y la inclusión.
- C15. Las jornadas de DIH tiene una valoración alta desde el punto de vista cualitativo, a través de la entrevista, como cuantitativo por el resultado de la encuesta de calidad, resulta atractiva para los asistentes por los temas tratados, y se considera un punto fuerte los distintos públicos a los que se dirigen.
- C16. El ciclo de cine es un instrumento adecuado para avanzar en la sensibilización de la población en general; en el caso de Alicante se ha valorado positivamente por los participantes en la encuesta de calidad que se ha pasado, sin embargo en el caso de Castellón la valoración realizada a través de instrumentos cualitativos no ha sido en este sentido.
- C17. La actividad con los medios de comunicación es altamente valorada y un factor que facilitan la afluencia de público y la valoración de la actividad es el alto nivel de los ponentes.
- C18. No se han establecido mecanismos para rescatar aprendizajes del proyecto de manera sistematizada.
- C19. La metodología adoptada por el proyecto es muy variada dependiendo de las actividades tan dispares; analizando el enfoque cognitivo, procedimental, actitudinal y comunicativo, y centrándonos en el juego The Real Pursuit, concluimos que se adapta en buena medida a estos criterios, y que el enfoque comunicativo se puede potenciar incluyendo el juego como una actividad posterior al campamento en centros de secundaria.

C20. Todas las actividades tienen un enfoque actitudinal claro que contribuyen al objetivo que persigue el proyecto.

### **8.3. VALIDEZ DE LOS MÉTODOS PARA LA CREACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS**

---

C21. La elaboración de la campaña toma como marco de referencia la Campaña Internacional que ha lanzado la Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (IFRC) bajo el título “Proteger la Humanidad” (Protect Humanity) y a partir de aquí se diseñaron las acciones de acuerdo a los criterios de CRE-CV en un trabajo conjunto de varios departamentos.

C22. El diseño del juego The Real Pursuit supuso la implicación por primera vez, según una metodología establecida de trabajo, de las áreas de refugiados, juventud y cooperación: se trata de un producto innovador creado en el marco de esta campaña: se valora positivamente este hecho.

C23. En el proceso de diseño del juego, antes de su lanzamiento, participaron voluntarios y técnicos del área de cooperación y público objetivo.

## 9. RECOMENDACIONES

### 9.1. VALIDEZ DE LOS PÚBLICOS IDENTIFICADOS: Pertinencia de los grupos meta

---

- R1. Todos los grupos a los que se dirige el proyecto se ha venido trabajando de una u otra manera y se constituyen en factores de cambio, intermediarios o factores de resolución, sin embargo en el ámbito empresarial el impacto ha sido muy escaso siendo este colectivo un factor de resolución importante, por lo que CRE-CV debería establecer una línea de trabajo con este colectivo y en el ámbito de las migraciones forzosas: el juego The Real Pursuit se identifica como un instrumento adecuado para este colectivo en el marco de alguna actividad de dinamización.
- R2. Respecto a los voluntarios, se debería formar en el juego The Real Pursuit a todos los que participasen en el desarrollo de la actividad, dotándoles de capacidades suficientes para el montaje del juego, en especial el formato grande, y de los contenidos. .
- R3. Revisar la estrategia del cineforum en Castellón y ver la posibilidad para otra ocasión de reducir las jornadas y coordinar con las actividades de otras ONGD de la ciudad.
- R4. La campaña proteger la humanidad ha llegado a su fin, no obstante las lecciones aprendidas deben aprovecharse en otros ámbitos, así el juego The Real Pursuit por el impacto que tiene en la población en general, debe continuar utilizándose, y se puede convertir en un elemento clave en el trabajo en los institutos, y como complemento a la experiencia “Campamentos”.

## 9.2. CALIDAD DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS: Según los métodos, los contenidos y las formas de participación

---

- R5. Incidir en la formación de los dinamizadores del juego The Real Pursuit, y en espacios abiertos analizar la posibilidad de contar con algún equipo sonoro que facilite el trabajo del dinamizador/a y la comunicación con los participantes.
- R6. Ver la posibilidad de extender el juego The Real Pursuit al público familiar, incluyendo a niños/as, en este caso se debería rediseñar el juego con la participación de un equipo de pedagogos; ver la posibilidad de elaborar el juego en formato de mesa; otro campo a incursionar con el juego son las empresas.
- R7. Con el propósito de cambiar la mirada de la sociedad ante la situación de las personas migrantes, fomentar la tolerancia y facilitar la inclusión, sabiendo que el juego The Real Pursuit tiene altas potencialidades, se recomienda introducirlo como una actividad puntual en un proceso de formación continuo, por ejemplo en los centros educativos como complemento de la participación en la experiencia “Campamento”
- R8. A la hora de seleccionar la temática de las Jornadas de DIH, ver la posibilidad de que los colectivos a los que se dirige participen en la definición de la temática; el representante de las Fuerzas Armadas sugiere algún país como Mali o la zona del Sahel, para abordar en futuras jornadas dada la situación por la que se atraviesa y la presencia en la zona de los militares españoles.
- R9. En un proyecto tan dispersos en cuanto a la tipología de actividades como el que se evalúa puede ser difícil establecer un espacio común para la reflexión y el aprendizaje al interior de CRE-CV, sin embargo se pueden habilitar mecanismos a partir de referentes por actividad, y que converjan en la persona que coordina el proyecto y de aquí se trasladen las aportaciones, sistematizadas a la coordinación técnica autonómica y los responsables políticos.
- R10. Las actividades que se han realizado en el marco del proyecto son perfectamente válidas para el propósito que se persigue que continúa siendo vigente, por ello se recomienda continuar con estas actividades en el marco de otras acciones que realice CRE-CV

### 9.3. VALIDEZ DE LOS MÉTODOS PARA LA CREACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS

---

R11. Aprovechando los conocimientos que la red de CRE-CV poseen en el ámbito de las personas migrantes forzosas y en otros relacionados con el desarrollo humano, potenciar el trabajo conjunto de diversas áreas de la organización para generar productos innovadores que contribuyan a la sensibilización de la sociedad valenciana.

## 10. LECCIONES APRENDIDAS

1. El proyecto que se evalúa tiene un hilo conductor muy claro, las migraciones forzosas, sin embargo sus actividades no tienen una línea argumental y relacional clara entre ellas, sino que por sí mismas contribuyen al resultado en el que se agrupan, esto hace que se dificulte la creación de un espacio común compartido entre todos los actores para la reflexión y el aprendizaje de la experiencia.
2. El hecho anterior hace que excepto las personas responsables de la ejecución del proyecto, el resto en general no han vinculado otras actividades diferentes a las que se han implicado, con el proyecto y la campaña.
3. Los públicos a quienes se dirige el proyecto en general están sensibilizados y se constituyen en factores de cambio, intermediarios o de resolución; el juego The Real Pursuit se dirige al público en general y se constituye en un instrumento importante para la sensibilización de una parte de la población hacia las poblaciones víctimas de conflictos que se ven obligadas a migrar.
4. La formación de los voluntarios tanto en los contenidos del juego The Real Pursuit como en su montaje es fundamental para el éxito del mismo.
5. Algunas de las acciones de sensibilización del proyecto forman parte de la acción cotidiana CRE-CV, y el proyecto les ha dado un marco de referencia estratégico; a pesar que la campaña ha llegado a su fin, entendemos que todas las actividades van a continuar en iniciativas distintas.
6. El juego The Real Pursuit es efectivo con adolescentes y personas adultas y tiene grandes potencialidades en el marco de una actuación más amplia, por ejemplo en aulas con estudiantes, para cambiar las percepciones sobre la migración forzada, la empatía con estas poblaciones y facilitar su inclusión en nuestra sociedad, también con empresarios.

7. El juego The Real Pursuit ha puesto en evidencia las potencialidades de un trabajo sistematizado conjunto entre diversas áreas de CRE-CV para la generación de innovación con impacto apreciable y reconocido tanto externamente como al interior de la organización, al ser destacado como “Buena práctica del mes” en noviembre de 2017 e implementarse en otras zonas como Cataluña, Baleares, Castilla y León, Islas Canarias, Andalucía, Madrid, Galicia y Toledo.

## 11. ALEGACIONES Y COMENTARIOS

No se han producido.

## ANEXO I. Plan de evaluación



<b>FASE 3. Entrega de informe preliminar</b>																				
3.1	Trabajo de gabinete																			Informe de evaluación preliminar con anexos: relatoría de grupos focales, base de datos de cuestionarios sobre conocimientos adquiridos, fuentes de información secundarias y bibliografía utilizada
3.2	Entrega del informe preliminar																			
3.3	Contraste de resultados																			
<b>FASE 4. Entrega del informe final</b>																				
4.1	Trabajo de gabinete																			Entrega del informe final de evaluación con anexos y aportaciones incorporadas
4.2	Entrega informe final																			
<b>FASE 5. Socialización de los resultados</b>																				
5.1	Devolución de resultados																			Taller de devolución de resultados con actores clave

## **ANEXO II. Trabajo de campo: actividades realizadas**

Fecha	Actividad realizada
6/03/2018	1. Cristina Gándara - Educadora Área de Refugiados. Participante en la creación del Juego The Real Pursuit
7/03/2018	1. Grupo de discusión voluntarios de Alicante: 7 voluntarios 2. Carla Vera Plaza - Responsable Autonómica de Comunicación
14/03/2018	Entrevista a: 1. Celia Viñado. Profesora IES Ribalta (Castellón)
16/03/2018	Entrevista a: 1. Mar Valero. UJI
27/03/2018	Entrevista 1. Marga Barceló Mora. Cruz Roja
28/03/2018	Entrevista a: 1. Teniente Coronel Antonio Aparicio López
6/04/2018	Entrevista 1. María Amparo Salvador Climent. Cruz Roja
8/04/2018	Observación participante 1. Juego "The Real Pursuit". La Vall d'Uixó
12/04/2018	Grupo discusión voluntarios de Valencia y Castellón: 7
16/04/2018	Entrevista: 1. Maite Sebastián – Voluntaria CRE-CV

## ANEXO III. Matriz de evaluación

VALIDEZ DE LOS PÚBLICOS IDENTIFICADOS: Pertinencia de los grupos meta		
Pregunta / subpregunta de la evaluación	Indicadores	Fuentes de Verificación
<p>¿Son los públicos identificados posibles actores de cambio, intermediarios o factores de resolución según el propósito del proyecto?</p> <p>Alcance y definición de actores de cambio Alcance y definición de intermediarios Alcance y definición de factores de resolución</p>	<p>Determinación del alcance como actores de cambio, intermediarios o factores de resolución de:</p> <p>Población en general Voluntarios de Asambleas Locales Personal de las Fuerzas Armadas Comunidad Universitaria Periodistas</p>	<p>Entrevista semiestructurada a población participante</p> <p>Entrevista semiestructurada / en profundidad a voluntarios</p>
<p>¿Se trata de públicos ya sensibilizados?</p>	<p>Nivel de sensibilización sobre la temática del proyecto, de:</p> <p>Población en general Voluntarios de Asambleas Locales Personal de las Fuerzas Armadas Comunidad Universitaria Periodistas</p>	<p>Grupo focal voluntarios</p> <p>Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios</p>
<p>¿Han alcanzado las actividades y herramientas a los públicos identificados?</p>	<p>Identificación de grupos metas participantes según actividades y herramientas previstas en el proyecto</p>	<p>Registros del proyecto</p>
<p>¿Hasta qué punto Cruz Roja puede mantener el impacto de las acciones de sensibilización con esto públicos?</p>	<p>Grado de aceptación de las diferentes actividades según público destinatario.</p> <p>Pontencialidades según grupo para continuar siendo población meta de instrumentos y acciones de sensibilización</p>	<p>Grupo focal voluntarios</p> <p>Entrevista semiestructurada a población participante</p> <p>Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios</p>

CALIDAD DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS: Según los métodos, los contenidos y las formas de participación		
Pregunta / subpregunta de la evaluación	Indicadores	Fuentes de Verificación
<p>¿Son las herramientas utilizadas atractivas y efectivas para los públicos identificados?</p> <p>¿Y para la temáticas seleccionada?</p>	<p>Nivel de satisfacción del público meta y adecuación de las herramientas a la temática seleccionada:</p> <p>El juego The Real Pursuit Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzosas Evento con medios de comunicación Ciclo de Cine Campaña de Facebook Ads</p>	<p>Grupo focal voluntarios Entrevista semiestructurada a población participante</p> <p>Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios</p>
<p>¿El presupuesto previsto ha sido adecuado para cumplir los objetivos previstos?</p>	<p>Nivel de variación en la utilización de recursos previstos</p>	<p>Entrevista equipo técnico provincial</p> <p>Entrevista equipo técnico autonómico</p>
<p>¿Qué factores han facilitado o dificultado el uso de una herramienta o la afluencia a una actividad?</p>	<p>Nivel de ejecución de las actividades previstas: identificación de los factores limitadores y activadores</p>	<p>Entrevista voluntarios Informes del proyecto</p>
<p>La metodología educativa adoptada ¿tiene un enfoque cognitivo, procedimental, actitudinal y comunicativo?</p> <p>Definición y alcance de cada uno de los criterios</p>	<p>Nivel de adecuación según criterios de la metodología de cada una de las herramientas y acciones:</p> <p>El juego The Real Pursuit Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzosas Evento con medios de comunicación Ciclo de Cine Campaña de Facebook Ads</p>	<p>Entrevista equipo técnico autonómico</p> <p>Entrevista semiestructurada a población participante</p> <p>Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios Observación participante del juego "The Real Pursuit"</p>

CALIDAD DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS: Según los métodos, los contenidos y las formas de participación		
Pregunta / subpregunta de la evaluación	Indicadores	Fuentes de Verificación
¿Se han establecido mecanismos para rescatar aprendizajes respecto a las herramientas para futuras acciones?	El sistema de gestión del proyecto ha permitido extraer los aprendizajes y lecciones aprendidas, y su sistematización	Entrevista equipo técnico provincial Entrevista equipo técnico autonómico Entrevista voluntarios
¿Qué ventajas e inconvenientes plantean cada una de las acciones implementadas?	Ventajas e inconvenientes de las diferentes acciones según grupo implicado:  Gestores del proyecto Población en general Voluntarios de Asambleas Locales Personal de las Fuerzas Armadas Comunidad Universitaria Periodistas Testimonios	Grupo focal voluntarios Entrevista semiestructurada a población participante  Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios, testimonios
¿Cómo pueden ser transformadas para nuevos públicos?	Identificación de puntos fuertes y debilidades de cada acción en su adecuación a nuevos públicos	Entrevista equipo técnico provincial Grupo focal / entrevistas voluntarios Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios, testimonios
	Identificación de estrategias de adecuación a nuevos públicos	

VALIDEZ DE LOS MÉTODOS PARA LA CREACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS EDUCATIVAS		
Pregunta / subpregunta de la evaluación	Indicadores	Fuentes de Verificación
¿Cuál fue el procedimiento de diseño de las herramientas?	Nivel de conocimiento de la problemática que se deseaba abordar	Entrevista equipo técnico provincial
	Concordancia de las herramientas, problemas a abordar y objetivos a alcanzar	Entrevista equipo técnico autonómico Revisión documental
¿Hasta qué punto fue partícipe el público objetivo?	Nivel de participación del público objetivo en el diseño de cada herramienta:  El juego The Real Pursuit Jornadas sobre Derecho Internacional Humanitario y migraciones forzosas Evento con medios de comunicación Ciclo de Cine	Entrevista semiestructurada a voluntarios  Entrevista telefónica: Ponentes, Fuerzas Armadas, universitarios, testimonios
¿Contó el proceso de elaboración y planificación con los recursos adecuados?	Nivel de adecuación de la ejecución de las actividades a los recursos (financieros, humanos, etc) establecidos en el diseño del proyecto	Entrevista equipo técnico autonómico  Revisión documental

## **ANEXO IV. Cuestionario a voluntarios**

Sexo

Edad

Entre 18 y 29 años

Entre 30 y 49 años

Entre 50 y 69 años

Más de 70 años

Provincia

Castellón

Valencia

Alicante

Voluntario/a del área:

Cooperación Internacional

Refugiados

CRJ

Otro departamento

1. ¿Conoces el proyecto Campaña de sensibilización sobre migraciones forzosas y su juego The Real Pursuit? (Valora de 1 a 5, donde 1 significa que no conoces el proyecto y 5 que lo conoces a fondo).
2. ¿Has participado en alguna la formación de dicha campaña?

Si

No

3. En caso de haber participado en la formación: ¿Esta ha servido para mejorar tus competencias como agente de sensibilización para poner en marcha la campaña? (Valora de 1 a 5, donde 1 significa que ha servido poco y 5 que ha sido satisfactoria)
  
4. ¿Consideras que habría que mejorar alguna cosa en la formación?, si es así, por favor, danos tus ideas.
  
5. De las siguientes actividades del proyecto, señala aquellas en que has participado.
  - juego The Real Pursuit en el entorno de calle
  - Juego The Real Pursuit en Institutos
  - Organización de charlas, exposiciones y otras actividades sobre las Migraciones forzadas.
  - Celebración días Mundiales ( Día mundial del refugiado y Día mundial del migrante)
  - Ciclo de cine
  
6. ¿Crees que las actividades estaban correctamente enfocadas al público objetivo? (Valora de 1 a 5, donde 1 significa que poco y 5 que se si se dirigían al público objetivo)
  
7. Espacio para comentar más extensamente algunas de las respuestas u otros aspectos que consideres.

## **ANEXO V. Observación participante juego The Real Pursuit**





## **ANEXO VI. Documentación consultada y fuentes secundarias**

Documentación administrativa del proyecto	
1	Solicitud general de subvención. Modelo de solicitud específico
2	Formulario de identificación
3	Resolución del 27/10/2017 (Eixida 3108) por la que se estima la ampliación del proyecto
Fuentes de verificación de la ejecución del proyecto	
4	Documento Proyecto: Campaña de sensibilización social sobre migraciones forzosas: "Proteger la humanidad, acabar con la indiferencia"
5	Campaña de Branding/Difusión
6	Campaña MIGRACIONES FORZOSAS: Apariciones en Facebook- Asambleas Locales de Alicante
7	Campaña MIGRACIONES FORZOSAS: Apariciones en Facebook- Asambleas Locales de Valencia
8	Ciclo de cine: Las migraciones No son un juego
9	Informe difusión: facebook y twitter
10	II Workshop Internacional CRE-UA-UNF "El Reto Migratorio: Cambio, Complejidad e Innovación Social" del 8 al 18 de Mayo de 2017. Alicante
11	Fuentes de verificación Jornada de sensibilización sobre la crisis migratoria. 27/10/2017
12	Jornadas de Derecho Internacional Humanitario (DIH): Derecho Internacional Humanitario en un mundo en cambio. 1 y 2 diciembre 2016. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartel y díptico</li> <li>• Ponentes</li> <li>• Difusión y visibilidad</li> <li>• Evaluación</li> <li>• Asistentes</li> </ul>

13	Difusión: <ul style="list-style-type: none"><li>• Apariciones en medios durante el Día Mundial del Refugiado- Provincia de Alicante</li><li>• Notas de prensa</li><li>• Apariciones en diversos medios de comunicación</li></ul>
14	Fichas de actividades
15	Fuentes de Verificación sobre: <ul style="list-style-type: none"><li>• Día Mundial de la Tolerancia</li><li>• Día Mundial del Migrante</li><li>• Día Mundial del Refugiado</li></ul>
16	Ciclos de cine: <ul style="list-style-type: none"><li>• Difusión</li><li>• Evaluaciones</li><li>• Fotos</li><li>• Notas de prensa</li><li>• Publicidad</li></ul>
17	Juego The Real Pursuit <ul style="list-style-type: none"><li>• Buenas prácticas</li><li>• Dossier y folletos juego</li><li>• Cuestionario</li></ul>
18	Dossier The Real Pursuit: Guía de Juego para el Voluntario
19	Informe de evaluación de la acción formativa: XXI Jornadas de DIH
20	Evaluaciones sobre Ciclo de cine: Las migraciones no son un juego. Jornadas de Alicante
21	Videos Real Pursuit: <a href="https://goo.gl/byGPiw">https://goo.gl/byGPiw</a>
22	La Maleta que más pesa. <a href="http://www.lamaletaquemaspesa.com/">http://www.lamaletaquemaspesa.com/</a>

Convocatorias anuales y otra documentación de la GVA	
23	ORDEN 1/2016, de 28 de enero, de la Conselleria de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación, por la que se convocan, para el año 2016, subvenciones a organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD), para la cofinanciación de proyectos y actividades de <b>educación para el desarrollo</b> en el ámbito de la Comunitat Valenciana
24	RESOLUCIÓN de 26 de julio de 2016, del conseller de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación, de la convocatoria realizada mediante Orden 1/2016, de 28 de enero, de la Conselleria de Transparencia, Responsabilidad Social, Participación y Cooperación, por la que se convocan, para el año 2016, subvenciones a organizaciones no gubernamentales para el desarrollo (ONGD), para la cofinanciación de <b>proyectos y actividades de educación para el desarrollo</b> en el ámbito de la Comunitat Valenciana.
25	Informe de recepción de proyectos presentados a la convocatoria de EpD,2016
26	Documentación general relativa a la convocatoria de proyectos de EpD 2016 (normativa, criterios evaluación, etc)
27	Memoria fina de evaluación ex ante de proyectos de EpD, 2016
Legislación	
28	LEY 6/2007, de 9 de febrero, de la Generalitat, de la Cooperación al Desarrollo de la Comunitat Valenciana
29	Decreto 135/2010, de 10 de septiembre, del Consell, por el que se aprueban las Bases para la concesión de ayudas en materia de cooperación internacional al desarrollo
Otros	
30	Estándares de Calidad para la Evaluación del Desarrollo. OCDE
31	Guía para la Gestión de la Evaluación final de Proyectos Subvencionados por la Generalitat