

EL PROYECTO: MASS MEDIACIÓN

Proyecto	187 MASS MEDIACIÓN
Fondo comunitario financiador	FONDO SOCIAL EUROPEO
Programa	PROGRAMA DE LA INICIATIVA EQUAL / FONDO SOCIAL EUROPEO FSE
Convocatoria	1ª Convocatoria 2002-2004
Beneficiarios	Agrupación de Desarrollo núm. 187 Red Aldaba
Entidad representante (órgano gestor)	Universitat Jaume I
Dirección académica	Asunción Ventura Franch
PERIODO DE EJECUCIÓN	15/05/2002 a 15/04/2005
TOTAL PRESUPUESTO EJECUCIÓN	2.778.160,88 EUROS
AGRUPACIÓN DE DESARROLLO 187 RED ALDABA	
ANDALUCÍA	Asociación para el Desarrollo Rural de Sierra Mágina
ASTURIAS	Centro para el Desarrollo del Valle del Ese-Entrecabos
CEUTA	Asociación de Mujeres Vecinales de Ceuta
COMUNITAT VALENCIANA	Universitat Jaume I de Castellón Entidad Representante
EXTREMADURA	Fundación Arcángel San Miguel
MADRID	CEPYP-UNO
PAÍS VASCO	INSTITUTO FORAL DE BIENESTAR SOCIAL
OBJETIVOS	La finalidad del proyecto es la implementación de una experiencia piloto: las Agencias de Indagación y Mediación para la Promoción del Empleo y la Igualdad (AIMPEI), cuyo objetivo es incrementar el nivel de participación social y empleabilidad de aquellos grupos sociales que se encuentren en una situación desfavorecida, especialmente los colectivos de mujeres, trabajando, por ello, desde la perspectiva del género y la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como línea transversal de todas las actuaciones.
PRINCIPALES RESULTADOS:	Accesible en http://isonomia.uji.es/wp-content/uploads/publicaciones/2468/PDF-col2468-16.pdf

Empowerment y capacitación: Creación de red, denominada Aldaba, integrada por organizaciones, ubicadas en localidades de diferente entidad territorial (rural y urbana) de siete Comunidades Autónomas distintas, con el objeto de generar, poner en práctica y evaluar un programa de Mediación Social e Igualdad.

Nuevas formas de empleo: Creación de las Agencias de Indagación y Mediación para el Empleo en Igualdad (AIMPEI) en cada uno de los siete territorios cubiertos por la ADG.

Formación de formadores: MASTER "LA MEDIACION SOCIAL"

CURSO DE ESPECIALIDAD "TRATAMIENTO NO SEXISTA DE LA INFORMACIÓN: CLAVES Y FUNDAMENTOS"
On line

CURSO DE ESPECIALIDAD "TRATAMIENTO NO SEXISTA DE LA INFORMACIÓN: CLAVES Y FUNDAMENTOS"
On line

Congresos y Seminarios

Reuniones transnacionales y Seminario Internacional de Integración y clausura de la Acción 2 del proyecto Equal Mass-Mediación con el título: La mediación, un puente para el empleo y el empoderamiento de las mujeres (Madrid, 7 de mayo de 2004)

Campaña televisiva Mediación Social: úsala, exígela. Una campaña de difusión cuyo objeto es presentar las Agencias de Mediación, Se realizaron 10 spots publicitarios, de 20 segundos de duración cada uno protagonizada por Soledad Giménez, cantante de Presuntos Implicados. Se estableció un número de consulta 902 para informar sobre la Mediación Social. Atención telefónica personalizada. Seguimiento y evaluación. Difundir el inicio de la campaña a los medios de comunicación, con gran repercusión mediática. Crear un espacio en la web del proyecto sobre la campaña publicitaria. Emisión de los spots, en tres canales de ámbito estatal: TVE, Antena 3 y Tele 5 y en cuatro cadenas de ámbito autonómico: Canal 9, Canal Sur, ETB y Tele Madrid. Las emisiones empezaron el día 18 de octubre y se repiten durante 6 semanas, en un total de 485 impactos.

PUBLICACIONES: Edita: Fondo Social Europeo – Univeristat Jaume I (<http://isonomia.uji.es/coleccion-2468/>)

Colección **Año 2468:**

- La Mediación Social: el Proyecto.
- La Mediación Social: el Análisis.
- La Mediación Social: las Diferentes Realidades.
- La Mediación Social: los Resultados

Publicación **¿Qué queremos decir cuando hablamos de?**

Publicación Transnacional del Proyecto Mass- Mediación