

CÓMO CREAMOS UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL



Actividad para el Ciclo Orientado



PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL
Consejo General de Educación - Provincia de Entre Ríos



CONSEJO GENERAL DE EDUCACIÓN
Gobierno de Entre Ríos

SECUNDARIA – CICLO ORIENTADO

Las campañas comunicacionales constituyen un importante recurso para divulgar la importancia de los humedales.

En casos en que queremos comunicar algo importante a toda la comunidad, elaborar una campaña comunicacional nos posibilita acercar la información para concientizar a la comunidad sobre determinado tema.

Las campañas pueden ser publicitarias, políticas, ambientales, etc., los que las identifica a todas ellas es que implican generar una conversación con la sociedad, motivando la gente y los medios para adoptar interés en una causa.

Una campaña constituye un conjunto de actividades o de trabajos que se realizan en un período de tiempo determinado y están encaminados a conseguir un fin.

Su objetivo, es generar un cambio en aquellas personas a las que va dirigida y generar un beneficio en la sociedad. Se dice que una campaña comunicacional es el arte y la ciencia de cambiar lo que es posible.

Las campañas parten de una problemática que afecta a la sociedad sobre una determinada temática, en este caso el cuidado y la valoración de los humedales; y pueden darse de distintas maneras, gráfica, videos, canciones, escritos, etc., también pueden alcanzar un alto grado de difusión a través de la viralización desde los hashtags, como recurso que puede utilizarse en todas las plataformas y redes sociales. Es una herramienta para dar a conocer temas y causas relevantes, desde imágenes, piezas gráficas, videos y mensajes que pongan en relieve la importancia de los humedales y la biodiversidad que comprenden.

Su planificación y su elaboración supone como objetivo educar, sensibilizar y concientizar a la sociedad con la finalidad de propiciar cambios en los comportamientos individuales y colectivos, a través de los medios de comunicación masivos, como los canales para la difusión. (Núñez Serfaty, 2011)



Empezamos

Transversal	EDUCACION AMBIENTAL
Educación Secundaria	Ciclo Orientado
Núcleo problematizador: ¿Cómo concientizar sobre la importancia de los humedales?	
<p>Transversal:</p> <p>La Educación Ambiental como dimensión ética, orienta valores y comportamientos y plantea la búsqueda de caminos alternativos que posibiliten la construcción de una sociedad justa, participativa y diversa donde todos podamos formarnos e informarnos, utilizando con responsabilidad la mayor cantidad de herramientas posibles que nos brindan los diferentes espacios disciplinares.</p>	
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Generar una reflexión crítica sobre los humedales a partir de comprenderlos como un vínculo vital para garantizar la supervivencia de las diferentes especies. ● Construir herramientas que posibiliten el conocimiento y uso de diferentes estrategias comunicacionales para construir nuevas actitudes y comportamientos para el cuidado del ambiente. ● Potenciar la creatividad del estudiante, para generar estrategias comunicacionales capaces de impulsar cambios sociales hacia actitudes de respeto y valoración a todas las formas de vida. 	
<p>Situaciones de enseñanza</p> <p>A partir de informarnos y conocer sobre la importancia de los humedales como valiosos sistemas de vida, reflexionamos sobre ¿Cómo divulgar acerca de su importancia y concientizar a la comunidad educativa sobre la necesidad de cuidado de los humedales?</p>	

Se planteará investigar en qué consiste una campaña ambiental, proponiendo crear una campaña comunicacional y educativa sobre la importancia de los humedales.

El universo de redes sociales y tecnología que rodea al alumno y que varía según la realidad familiar y social, el momento histórico, construye concepciones y legitimaciones en relación a los diferentes temas, constituyen un contexto propicio para reflexionar críticamente sobre las influencias que los medios de comunicación (radio, televisión, cine, Internet) pueden tener sobre la sociedad.

A partir de las actividades propuestas se busca comprender el impacto que pueden tener las campañas en las redes sociales y en los medios de comunicación en los comportamientos y actitudes de la comunidad educativa en relación al cuidado del ambiente.

Tipo de mediación:

La propuesta pensada desde un espacio socio-virtual con acompañamiento de un docente asesor, propone que los estudiantes realicen el recorrido a través de links, videos, correo electrónico, redes sociales y presentaciones digitales desde Canva o Inshot, como herramienta para diseñar y crear contenidos para la web.

Esta propuesta, plantea abordar una problemática ambiental, desde diferentes espacios curriculares y las TIC como herramienta para sensibilizar, concientizar, informar y educar en materia ambiental a diferentes públicos.

Contenidos:

Lengua y Literatura (DES, Pág. 20):

- Expresiones lingüísticas y otras manifestaciones semióticas. Formas artísticas -diálogo entre literatura y otros discursos sociales- que denuncian, destacan, narran, representan, evidencian procesos históricos y problemáticas sociales.

TIC (DES, Pág. 126)

- El reconocimiento de los procesos básicos involucrados en las TICs: transmisión (transporte), grabación (almacenamiento y reproducción) y procesamiento (transformación) de la información.
- La clasificación de sistemas de transmisión alámbrica e inalámbrica uno a uno (telégrafo, teléfono, celulares), uno a muchos (radio, TV abierta) y muchos a muchos (Internet) reconociendo problemáticas comunes y propias de cada uno de estos sistemas.
- La identificación de las potencialidades de las TICs en distintos ámbitos como por ejemplo la educación, la comunicación o la producción y su relación con las nuevas prácticas sociales que se generan a partir de las posibilidades de acceso a las redes.

COMUNICACIÓN (DES, Pág. 271)

- La comunicación como transmisión de información. La posibilidad de organizarse en torno a códigos comunes.

COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y TIC (DES, Pág. 295)

- Campo Comunicación/Educación: construcción de un espacio teórico transdisciplinario.
- La producción de un material como transmisión de conocimiento, organización y apropiación.
- El eje comunicacional, proceso de creación y creatividad.
- La contribución de los elementos técnicos en el desarrollo de producciones prolijas y atractivas.
- La prueba y la difusión, elementos clave del proceso de producción.

Diálogo entre espacios

En este sentido se avanza desde un enfoque pedagógico interdisciplinario y transversal, que parte de problematizar la importancia de la conservación de los humedales en nuestra región.

Los contenidos y recorridos propuestos, posibilitaran establecer diálogos con otros espacios curriculares, como una manera de aprovechar la riqueza del encuentro entre la Lengua y la Literatura, la Comunicación y TIC, sin desconocer los aportes fundamentales de la Biología, la Geografía y la Formación Ética y Ciudadana.

- Las variaciones de la comunicación en diferentes soportes y en diversas lenguas, ¿Es posible utilizar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (pág. web, foros, blog) para contrarrestar el discurso dominante y fortalecer el juicio crítico de los adolescentes?
- Articulación con Lenguas Extranjeras.

Duración aproximada: Dos semanas – Dos actividades (1 por semana).

1er. Semana	2da. o 3er. Semana
<p>Actividad N° 1 (Biología, Geografía, Lengua y Comunicación)</p> <p>A partir de la lectura e investigación sobre los humedales, su importancia que tienen para el ambiente en nuestra región, y qué rol cumplen en el ecosistema, se realizará un informe con la información recolectada, que ordene el contenido que se utilizará para la realización de la campaña, teniendo en cuenta que debe educar e informar sobre la temática. Así mismo, elegirán o producirán las imágenes que se utilizarán, y planificará el discurso a dar en la campaña.</p>	<p>Actividad N° 2 (Lengua, Comunicación, Arte y Tics)</p> <p>En este segundo momento, los estudiantes realizarán desde la plataforma de comunicación que hayan establecido – Google Classroom, Zoom, etc.- un dialogo grupal para seleccionar la estrategia comunicacional que consideren que logrará tener un gran alcance para su comunidad educativa.</p> <p>Una vez seleccionada deben comenzar a analizar, cuáles serían los canales comunicacionales óptimos para la realización de una campaña de divulgación y educación que visibilice la problemática, construyendo los mensajes, frases, canciones ilustraciones, historias, etc. para plasmar en un spot o flyer, u otro medio. Se procederá así a la realización uno o varios spots o flyer y/u otros. A la vez que se trabaja en la propuesta de difusión desde diferentes redes sociales, utilizando el hashtag #EducaciónAmbiental y #Humedales, y enviándolo por mail al Programa. programaambiental@gmail.com</p>
<p>Recursos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El video Ramsar (versión larga) https://www.youtube.com/watch?v=xLGNg-5Nw2c&feature=youtu.be 2. Verdes Digitales (2017) “Ejemplos muy buenos de campañas publicitarias verdes”. https://verdesdigitales.com/2017/07/28/creatividad-medio-ambiente/ 3. Vida+Verde “8 poderosas y creativas campañas ambientales” https://vidamasverde.com/2013/8-poderosas-y-creativas-campanas-ambientales/ 4. UNICEF. “Campañas”. https://www.unicef.org/argentina/campa%C3%B1as 	<p>Recursos</p> <p>Canva – aplicación para hacer flyers https://www.canva.com/es/419/</p> <p>Inshot – Aplicación para hacer videos. https://filmora.wondershare.com/es/editor-de-video/ad-filmora.html?gclid=CjwKCAjwqpP2BRBTEiwAfpID-8dIQyYgt029CrFhVQ1wNciWBie1CrUgeFKflyfHmpR3K40CZBmDFhoCqBkQAvD_BwE</p>
<p>Otros Recursos:</p> <p>Tutorial Inshot (aplicación de edición de video para hacer spots) https://www.youtube.com/watch?v=wkhafCWBRU4</p> <p>Tutorial Canva (aplicación para hacer Flyers) https://www.youtube.com/watch?v=JwZoiU7hqvE</p> <p>Ejemplos de Campañas Ambientales: https://www.youtube.com/watch?v=xLGNg-5Nw2c&feature=youtu.be https://ecocosas.com/ecologia/10campanasmedioambientales/ https://www.instagram.com/tv/B3dGDncFxTm/ https://www.instagram.com/tv/B8e_wESIVbh/ https://www.instagram.com/tv/B3A1CTuFocW/</p>	
<p>Estrategias de seguimiento</p> <p>Se sugiere que los estudiantes acompañen el buceo bibliográfico e investigaciones en la web con consultas a los docentes a través de la página de la institución. Consultas que posibilitaran un seguimiento que permita evidenciar los progresos del aprendizaje; y la difusión de las producciones a través de las redes sociales de Facebook e Instagram utilizando el hashtag #EducacionAmbiental y #Humedales.</p> <p>También el equipo de Educación Ambiental estará disponible para consultar a través de mail y la página oficial del CGE. http://cge.entrerios.gov.ar/programa-provincial-de-educacion-ambiental/</p>	
<p>Segundo momento de la actividad</p>	<p>¿Nos escucharon?</p>
<p>A partir del desarrollo de la actividad, que busca educar y concientizar sobre la importancia de los humedales, se plantea en un segundo momento, a partir de un trabajo desde otros espacios disciplinares como Matemática y Metodología de la Investigación, en el que los estudiantes puedan realizar un seguimiento de la difusión de la campaña, es decir, una evaluación a través de la recogida de datos acerca de cuantos integrantes de la comunidad educativa han visto la campaña, quienes la han compartido, quienes han interactuado, etc., y estos datos deberán estar plasmados en un informe. Algunas características a tener en cuenta para el seguimiento son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprobar si la campaña ha tenido llegada a quienes ha sido dirigida. - Verificar la cantidad de gente a la que se ha alcanzado. - Apuntar cuántas personas la han compartido y quiénes han interactuado con el contenido de la campaña. 	

Este informe será realizado una vez que hayan transcurrido dos meses del lanzamiento de la campaña. La recopilación de datos se dará dependiendo de las plataformas donde se ha difundido, por lo cual en no todos los casos podrán obtenerse todos los datos. Por ejemplo, si se difunde por WhatsApp no podremos obtener información sobre la cantidad de veces que el destinatario la ha compartido, pero en Facebook sí.

Recursos:

Sproutsocial - Cómo crear y hacer el seguimiento de excelentes campañas en redes sociales
<https://sproutsocial.com/es/social-media-campaigns/>

Evaluación

Para esta propuesta, los estudiantes son los actores esenciales y se comprometen con las principales problemáticas de la comunidad. Por lo que –a partir de registros docentes y de estudiantes– se evaluará no solo la adquisición de conocimientos sino la puesta en práctica de los mismos y su interés por transmitirlo a otras personas. Se tendrá en cuenta el compromiso desde el aporte de material y la producción final: la sistematización de la información y el proceso realizado, por el/los estudiantes, organizado en una campaña comunicacional dirigida a su comunidad educativa, por lo cual también se pondrá en consideración al momento de realizar la evaluación, la llegada a esta comunidad que se ve reflejada en el informe realizado por los estudiantes.

Algunos ejemplos de campañas

