

Crear una campaña en las redes sociales para la conservación del glotón

Otro aspecto clave para el éxito de cualquier iniciativa a favor de la conservación es contar la historia del animal por medio de campañas, especialmente en las redes sociales. Las historias llegan al corazón de las personas y motivan a actuar. Los seres humanos somos aficionados a contar historias y no hay mejor manera de crear conciencia, empatía e interés respecto al punto de vista de otra persona, e iniciar acciones. Además de llevar a cabo investigaciones científicas y colaborar con las partes interesadas, el equipo de WCS Rockies preparó una campaña como parte de un plan organizado para lograr el objetivo de aumentar la conciencia pública y el apoyo a la conservación del glotón. Su trabajo de mayor alcance realza las experiencias, los conocimientos y la sabiduría cultural de diversos públicos (por ejemplo, deportistas, hacendados, líderes indígenas, jóvenes y científicos) y pone de relieve sus profundas relaciones con la naturaleza agreste para inspirar mayor compromiso. Gracias a su convincente campaña, que utiliza un lenguaje conciso e informal y emplea un tono atrayente, están consiguiendo apoyo social y político al vincular a deportistas importantes (*influencers*) que comparten rasgos y paisajes con los glotones. La incorporación de elementos visuales e infográficos atractivos ha suscitado empatía y ha aumentado la concienciación de las personas y el apoyo generalizado al programa de reincorporación al hábitat de los glotones en la región de las Rocosas. Las redes sociales son uno de los factores que más han contribuido al éxito de la campaña. Las redes sociales son una plataforma eficaz para llegar de forma rápida y directa al público en general y llamar inmediatamente la atención sobre el problema o el tema en cuestión.

En esta actividad, los alumnos crearán una campaña en las redes sociales para contar la historia de la conservación del glotón mediante la creación de un cortometraje o vídeo digital. El cortometraje digital debe tener presente al público objetivo durante toda la producción.

Objetivos:

Los alumnos podrán:

- Crear un cortometraje o vídeo digital para contar la historia de la conservación de los glotones, con el fin de publicarlo en las redes sociales.
- Aplicar sus conocimientos e incorporar su trabajo, desde el diseño de una trampa para capturar glotones vivos y los mensajes de la campaña para las distintas partes interesadas, con el fin de crear un cortometraje digital que informe al público sobre el tema de la conservación y los anime a apoyar los esfuerzos a favor de la conservación.

Materiales:

- [Cortometraje digital sobre el glotón M56](#) - como parte de la campaña de reincorporación al hábitat de los glotones por el equipo de WCS Rockies (tiempo de ejecución: 3 minutos)
- Otros cortometrajes digitales (duración: <1 minuto)
 - [Clip 1 de redes sociales](#)
 - [Clip 2 de redes sociales](#)
 - [Clip 3 de redes sociales](#)

 WCS presents

FIELD SIGHT

Para informarse sobre WCS
Education y nuestros
programas de parques, visite
wcs.org/education



- [Clip 4 de redes sociales](#)
- [Clip 5 de redes sociales](#)
- [Post 1 de Instagram](#)
- [Post 2 de Instagram](#)

Elementos clave de una campaña persuasiva en las redes sociales

- [Versión en PDF](#)
- [Versión para editar](#)
- [Banco de planos recurso \(B-roll\)](#)
 - Fotografías, gráficos y videoclips de glotones que podrían incorporarse al cortometraje digital.

Procedimiento:

1. Para empezar la actividad, los alumnos verán el vídeo introductorio de las campañas de conservación de WCS: [Creating a Social Media Campaign for Wolverine Conservation](#).
2. Después de ver el vídeo, explique a los alumnos que forman parte del equipo de la campaña de WCS sobre los glotones y que se les asignó la tarea de crear un cortometraje digital que se dirija tanto al público en general como a todas las partes interesadas.
 - Nota para el profesor: Si es pertinente, considere la posibilidad de que los alumnos creen un vídeo para un cuarto segmento de público, más relevante, que forme parte del público general (por ejemplo, los residentes de la ciudad de Nueva York, la comunidad escolar, los entusiastas de las actividades al aire libre, etc.). Si los alumnos no están familiarizados con las plataformas de edición de vídeos, sugiera iMovie, Windows Video Editor, Flipgrid, o investigue por su cuenta la que usted considere más apropiada y accesible para sus alumnos.
3. A modo de ejemplo, muestre el [Cortometraje digital sobre el glotón M56](#) del equipo de WCS Rockies. También muestre a los alumnos los otros cortometrajes digitales que aparecen en la sección de materiales para que vean ejemplos de diversos mensajes y estilos de edición de vídeos. Compare y contraponga los cortometrajes digitales con los alumnos y analicen las similitudes y las diferencias en su enfoque y tono.
4. Recuerde a los alumnos que deben tener presente a su público mientras trabajan en sus cortometrajes digitales y que se planteen las siguientes preguntas:
 - a) ¿Cuál crees que es el elemento más importante para cada público en relación con la conservación de los glotones?
 - b) ¿Cuál crees que es el elemento común más importante para todos los públicos en relación con la conservación de los glotones?
 - c) ¿Cuál es el mensaje principal que se intenta transmitir?
 - Especie animal que se intenta proteger
 - Datos sobre la especie (fundamentados en investigaciones científicas)
 - d) ¿Qué característica(s) puedes incorporar para que tu cortometraje digital sea más atractivo visualmente, emocionalmente, cognitivamente (el contenido)?
5. Repase el folleto [Elementos clave de una campaña persuasiva en las redes sociales](#) y responda las preguntas que tengan los alumnos para aclararlas. Recuerde a los alumnos que deben consultar este folleto para orientar su proceso de reflexión sobre sus cortometrajes digitales.
 - Nota para el profesor: Si es pertinente, considere la posibilidad de que los alumnos creen un vídeo para un cuarto segmento de público, más relevante, que forme parte del público

general (por ejemplo, los residentes de la ciudad de Nueva York, la comunidad escolar, los entusiastas de las actividades al aire libre, etc.). Si los alumnos no están familiarizados con las plataformas de edición de videos, sugiera iMovie, Windows Video Editor, o investigue por su cuenta hasta encontrar la que considere más adecuada y accesible para sus alumnos.

6. Por último, los alumnos crearán su propia frase pegadiza, eslogan, lema o etiqueta (*hashtag*) para usar en las redes sociales. Como opción, los alumnos pueden publicar realmente su cortometraje digital en las redes sociales.

Actividades de extensión:

1. Festival de cine sobre la conservación de los glotones
 - Para fortalecer la comunidad escolar y aumentar la competencia y la confianza de los alumnos, organice un festival de cine sobre los glotones en el que se exhiban los cortometrajes digitales de los alumnos. Podría tratarse de un evento en el aula o del centro escolar en el que participaran alumnos, profesores, administradores y familias.
2. Publicar en las redes sociales
 - Pida a los alumnos que publiquen sus cortometrajes digitales en las redes sociales para evaluar el tipo de respuestas que reciben (por ejemplo, espectadores, seguidores, me gusta, retuiteos, comentarios).
 - Otra opción es considerar que los espectadores se limiten a compartir sus comentarios positivos.
 - En el caso del aprendizaje presencial: complete fichas de salida que incluyan indicaciones y preguntas; coloque notas adhesivas en una tabla.
 - En el caso del aprendizaje a distancia: considere la posibilidad de utilizar plataformas en línea como Jamboard para que los espectadores compartan sus comentarios positivos; cree un formulario de Google que los espectadores puedan rellenar.
3. Hacerlo local
 - Si desea establecer una conexión local, pida a los alumnos que investiguen sobre especies locales en peligro y creen una campaña en las redes sociales para la especie elegida.