



ECO-MEDIA

Sesión 3

Activismo en las redes sociales

Número del proyecto

2021-1-ES01-KA220-ADU-000026310



**Co-funded by
the European Union**

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

Contenidos

- Introducción
- Definición y características de las redes sociales
- Sitios web populares de redes sociales
- El papel de las redes sociales en la lucha contra el cambio climático
- Conclusiones
- Referencias

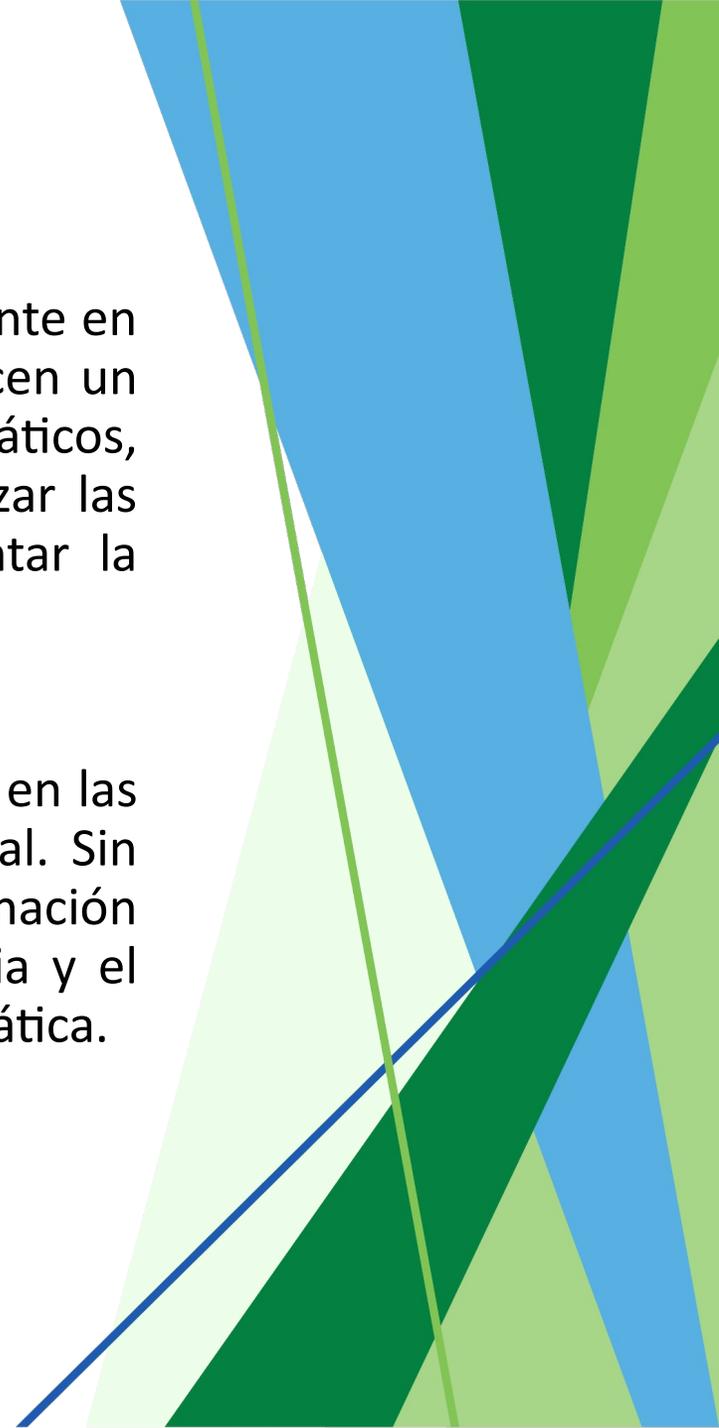


Introducción



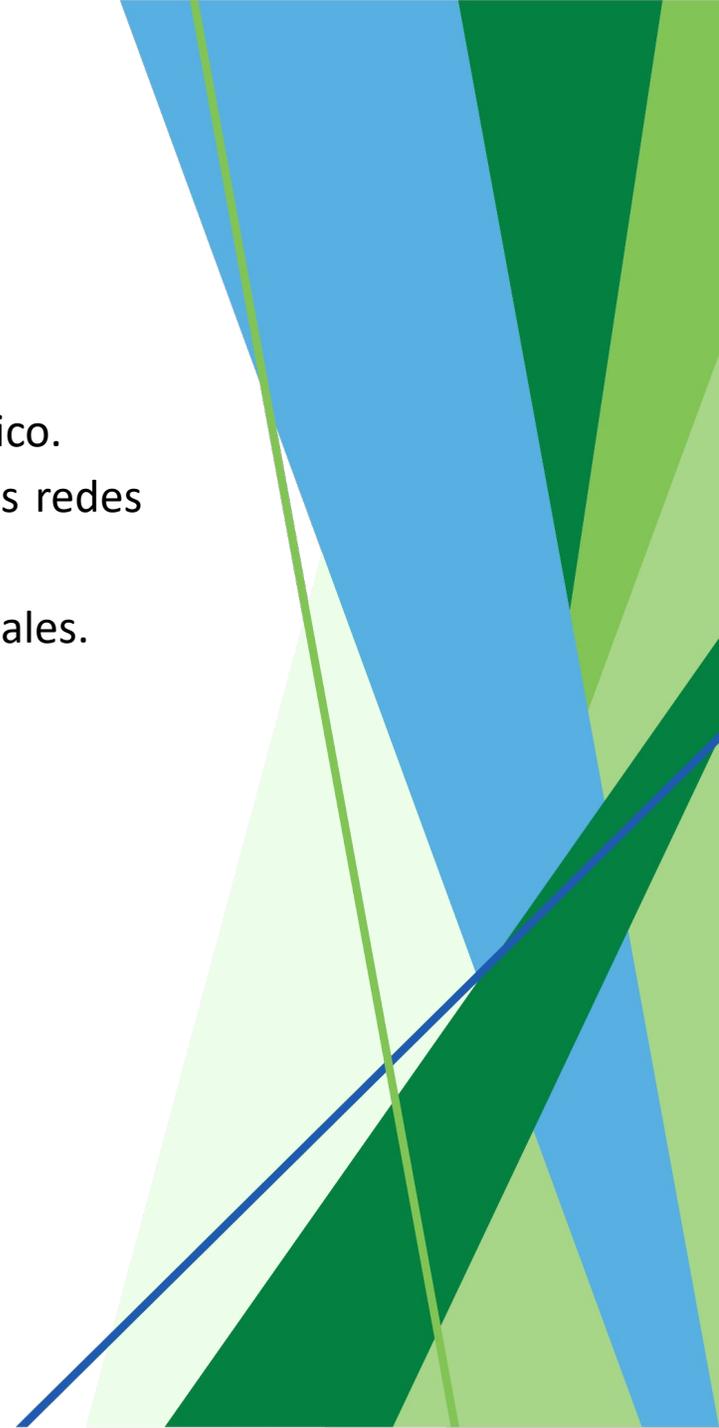
Hoy en día, la actividad de las redes sociales desempeña un papel importante en la lucha contra la crisis climática. Las plataformas de redes sociales ofrecen un entorno de comunicación rápido, accesible e interactivo. Los activistas climáticos, los grupos de la sociedad civil y los jóvenes tienen el potencial de utilizar las redes sociales para hacer oír su voz, compartir información y aumentar la concienciación mundial.

Las redes sociales brindan la oportunidad de influir rápida y directamente en las cuestiones climáticas, fomentar la interacción e impulsar el cambio social. Sin embargo, también es necesario tener en cuenta los riesgos de la contaminación informativa y los debates acalorados. Este módulo explora la importancia y el impacto del activismo en las redes sociales para hacer frente a la crisis climática.



Objetivos de la sesión

- Comprender y destacar el potencial de las redes sociales para el activismo climático.
- Desarrollar habilidades de interacción, cooperación y solidaridad a través de las redes sociales.
- Desarrollar habilidades para utilizar eficazmente las plataformas de las redes sociales.
- Dirigir a los estudiantes a fuentes fiables y científicas sobre el cambio climático.



Objetivos didácticos

- Comprender el potencial de las redes sociales para concienciar sobre el cambio climático y la demanda.
- Comprender el poder de las redes sociales para llegar a grandes audiencias y conseguir su participación.
- Capacidad para comunicarse eficazmente y participar en debates en las redes sociales.
- Capacidad para colaborar con otros activistas climáticos y partes interesadas pertinentes.



Habilidades que se pretenden adquirir

- Acceso a recursos digitales
- Colaboración y creación de redes
- Comunicación e interacción
- Creación de contenidos
- Evaluación de fuentes en línea



Definición y características de las redes sociales



¿Qué son las redes sociales?

Las redes sociales incluyen varias plataformas a través de las cuales los usuarios pueden compartir e interactuar con diversos contenidos como texto, fotos, vídeos y audio. Redes sociales tan populares como Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube y TikTok son solo algunas de las plataformas que millones de personas utilizan a diario.

Las redes sociales pueden definirse como una plataforma de comunicación en la que las personas se conectan, comparten contenidos e interactúan entre sí. Con la difusión de Internet y el desarrollo de las tecnologías móviles, las redes sociales se han convertido en un campo en rápido crecimiento y cambio....



¿Qué son las redes sociales?

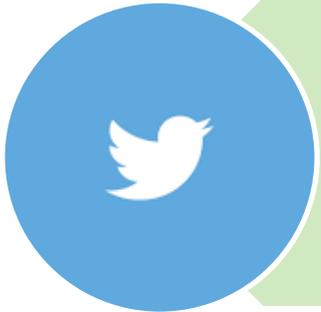
Las redes sociales se caracterizan por permitir una comunicación rápida y sencilla, facilitar el acceso a un gran número de personas y permitir a los usuarios compartir contenidos de forma interactiva. Estas plataformas permiten a la gente expresar sus opiniones, descubrir contenidos interesantes e interactuar con otros usuarios. Los me gusta, los comentarios, las comparticiones y otras interacciones aumentan la popularidad de los contenidos en las redes sociales.

Las características de las redes sociales son que facilitan una comunicación rápida y sencilla, ofrecen acceso a grandes masas y los usuarios pueden compartir contenidos de forma interactiva. Estas plataformas permiten a la gente expresar sus opiniones, descubrir contenidos de interés e interactuar con otros usuarios. Interacciones como "me gusta", "comentarios" y "compartir" permiten que los contenidos de las redes sociales ganen popularidad.

Redes sociales populares



Facebook es una de las mayores plataformas de redes sociales del mundo. Fundada por Mark Zuckerberg, esta plataforma permite a los usuarios crear perfiles, añadir amigos, compartir contenidos e interactuar. También se pueden crear páginas, unirse a grupos y seguir eventos en Facebook.



Twitter es una plataforma de redes sociales para compartir mensajes cortos (tweets). Los usuarios pueden compartir ideas, noticias y otros contenidos a través de tuits de 280 caracteres. Se puede seguir a otros usuarios, hacer "me gusta" y "retweet", buscar tendencias e interactuar.



Instagram es una plataforma de redes sociales que se centra en compartir fotos y vídeos. Los usuarios pueden compartir contenidos, editar fotos, añadir filtros y crear historias en sus cuentas. Instagram también ofrece funciones de participación, como dar me gusta y comentar las publicaciones y enviar mensajes.

Redes sociales populares



LinkedIn es una plataforma de redes sociales para establecer contactos profesionales y conectarse con la comunidad empresarial. Los usuarios pueden compartir su experiencia laboral, habilidades y conexiones en sus perfiles. LinkedIn ofrece la posibilidad de consultar anuncios de empleo, buscar trabajo, colaborar y seguir la actualidad empresarial.



TikTok es una plataforma de redes sociales en la que se comparten vídeos cortos. Los usuarios pueden bailar al ritmo de la música, preparar sketches divertidos o mostrar su talento. TikTok ofrece un entorno en el que rotan los vídeos que marcan tendencia y se descubren contenidos populares.



YouTube es una plataforma para compartir y ver contenidos de vídeo. Los usuarios pueden subir vídeos, hacer "me gusta" en otros vídeos, comentar y suscribirse a canales. YouTube tiene una amplia gama de contenidos y cuenta con vídeos de diferentes categorías, como música, entretenimiento, educación y documentales.

El papel de las redes sociales en la lucha contra el cambio climático

Las redes sociales están desempeñando un papel activo en la lucha contra la crisis climática al concienciar, impulsar la acción, crear movimientos y educar a las voces para que cambien las políticas.

A medida que los efectos del cambio climático se hacen más y más evidentes, la concienciación y la adopción de medidas al respecto se han convertido en un importante imperativo social. Las plataformas de redes sociales desempeñan un papel importante en esta situación.

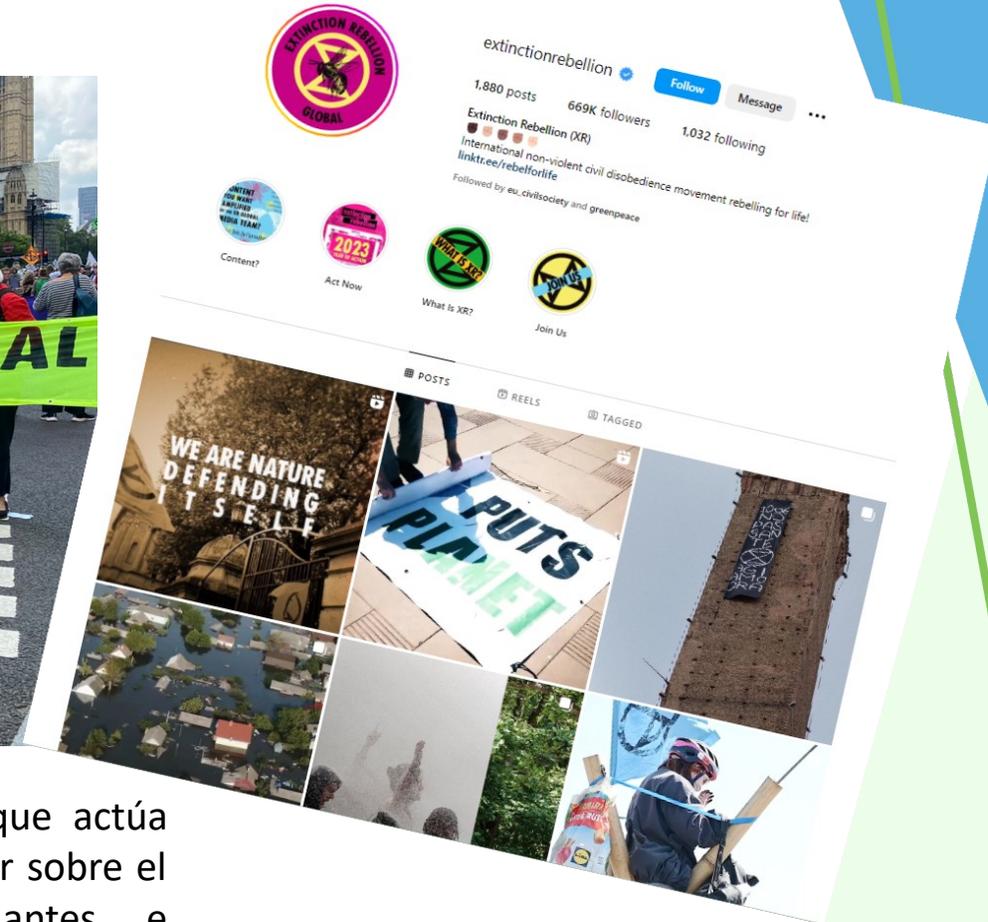
Los grupos activistas y ecologistas pueden utilizar las redes sociales para anunciar acciones por el clima, fomentar la participación pública y organizar campañas de concienciación. Convocatorias, concentraciones, protestas y actos en línea organizados a través de las redes sociales están creando voces poderosas para luchar contra la crisis climática.

A través de las redes sociales, la gente puede establecer contactos, formar grupos y trabajar en proyectos conjuntos con personas de ideas y objetivos similares. Estas plataformas permiten que la gente se reúna, comparta información sobre el cambio climático, comparta experiencias y construya comunidades fuertes.

Ejemplos de activismo en las redes sociales

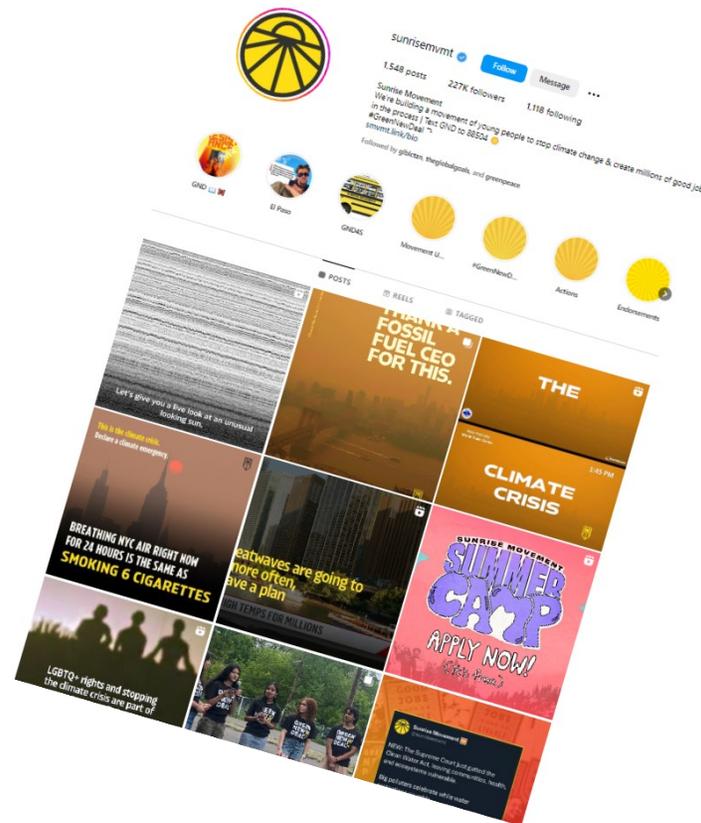


Extinction Rebellion (XR): es un grupo activista británico que actúa globalmente contra la crisis climática. XR pretende concienciar sobre el cambio climático compartiendo contenidos impresionantes e impactantes a través de las redes sociales.





Sunrise Movement: Es un movimiento estadounidense que consiste en utilizar eficazmente las redes sociales para hacer crecer el movimiento por la justicia climática entre los jóvenes. También organiza campañas para cambiar las políticas y hace oír la voz de los jóvenes a través de las redes sociales.





Fridays for Future: es un movimiento que comenzó bajo la dirección de Greta Thunberg en el que los estudiantes participan en acciones relacionadas con el cambio climático. Este movimiento fomenta la participación de los jóvenes en acciones relacionadas con el clima mediante el uso eficaz de las redes sociales y pretende hacer oír su voz.



WWF (World Wide Fund for Nature): es una organización internacional que trabaja para proteger la vida salvaje y para combatir el cambio climático. Además, anima a la gente a actuar contra la crisis climática compartiendo contenidos de sensibilización en las redes sociales.

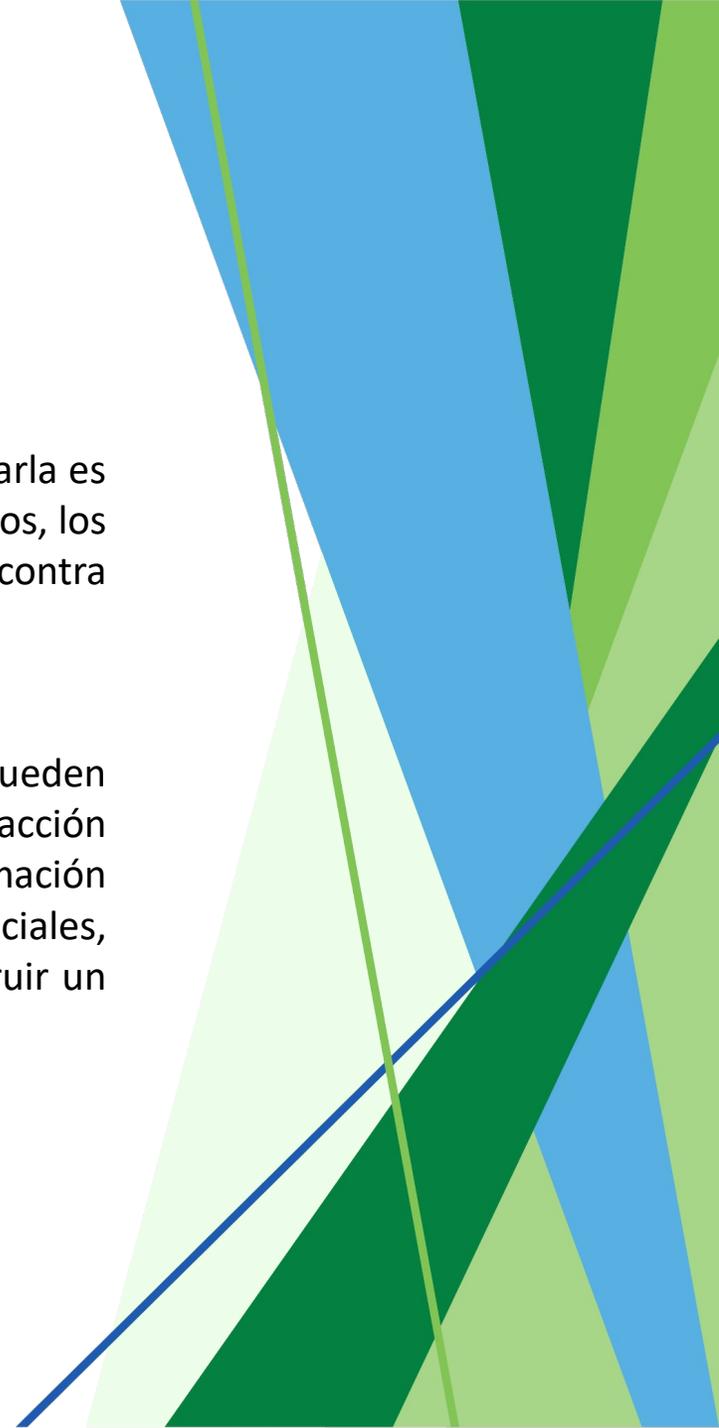


Greenpeace: Greenpeace es una organización famosa a nivel mundial por su activismo medioambiental. Gracias al uso efectivo de las redes sociales, Greenpeace sensibiliza sobre el cambio climático y anima a la Sociedad a tomar acción mediante vídeos, fotos y campañas.

Conclusiones

La crisis climática es una de las mayores amenazas a las que se enfrenta la humanidad y abordarla es una responsabilidad que compartimos todos los ciudadanos del mundo. Los avances tecnológicos, los descubrimientos científicos u los esfuerzos políticos son herramientas importantes en la lucha contra el cambio climático, pero las redes sociales también tienen un papel esencial en esta lucha.

Las redes sociales tienen un papel importante en la lucha contra la crisis climática. Así pues, pueden usarse como una herramienta poderosa para concienciar, movilizar a la gente y fomentar la acción sostenible. Sin embargo, maximizar el impacto de las redes sociales requiere compartir información precisa, verificación de los datos y colaboración. Aprovechando el poder de las redes sociales, Podemos trabajar juntos como una comunidad global para abordar la crisis climática y construir un futuro sostenible.



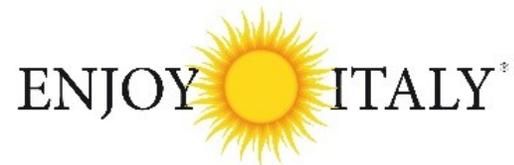
Referencias



Referencias

- Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change. *Climate*. 2019; 7(10):122. <https://doi.org/10.3390/cli7100122>
- Napawan, N., Simpson, S., & Snyder, B. (2017). Engaging Youth in Climate Resilience Planning with Social Media: Lessons from #OurChangingClimate. *Urban Planning*, 2(4), 51-63. doi:<https://doi.org/10.17645/up.v2i4.1010>
- Lewandowsky, S., Cook, J., Fay, N. *et al.* Science by social media: Attitudes towards climate change are mediated by perceived social consensus. *Mem Cogn* **47**, 1445–1456 (2019). <https://doi.org/10.3758/s13421-019-00948-y>
- Gerbaudo, P., & Treré, E. (2015). In search of the “we” of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. *Information, Communication & Society*, 18(8), 865–871. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2015.1043319>

CONOCE A NUESTROS SOCIOS





ECO-MEDIA

**¡SÍGUENOS
EN NUESTRAS REDES SOCIALES!**



**Co-funded by
the European Union**

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.