



ECO-MEDIA

Módulo 5. El papel de las redes sociales en la lucha contra el cambio y climático y la responsabilidad social

“¡Héroes al rescate!”

Sesión 3. Tenemos el poder: luchar contra el cambio climático usando las redes sociales

Número de proyecto

2021-1-ES01-KA220-ADU-000026310



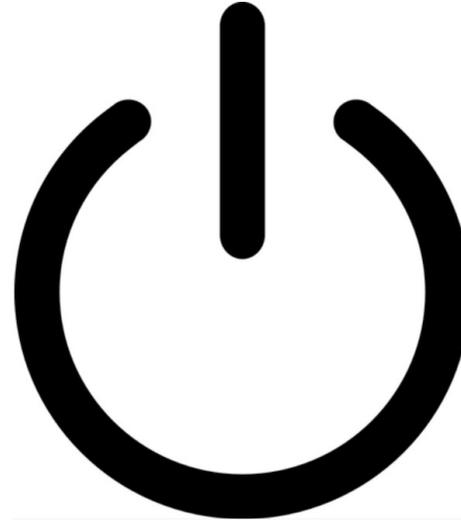
Co-funded by
the European Union

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.

Índice

- ¡Es tu momento!
- El problema del cambio climático ...
- ... y la solución
- Crea tu acción climática
- Referencias

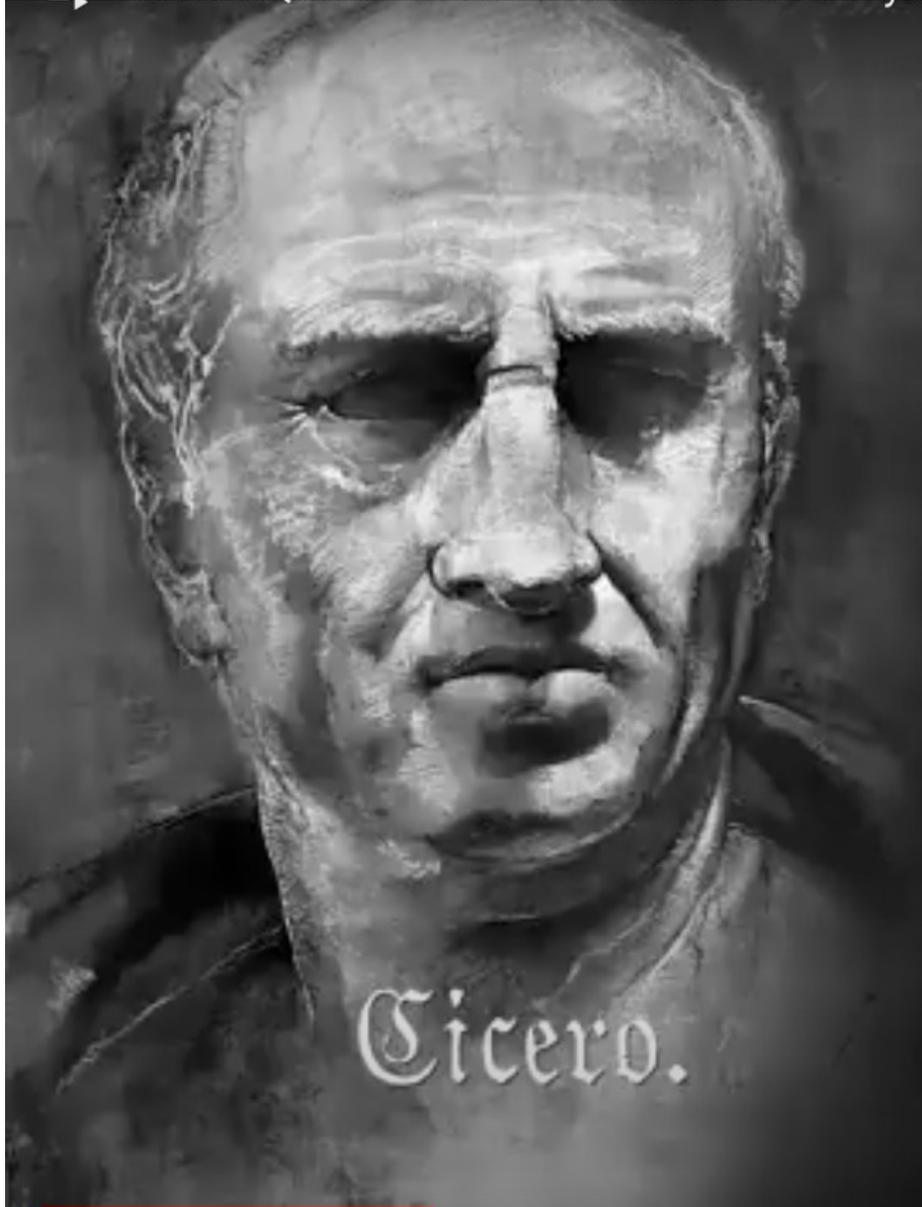


¡Es tu momento!

El famoso videoclip de la canción *I Was Here* de Beyoncé es una verdadera fuente de inspiración, que nos anima a actuar en favor del mundo.



Actividad 3.1 individual o grupal (10 min): Este vídeo este vídeo lleva nuestra misión a otro nivel. ¿Cómo te hace sentir? Comparte tu opinión.



*“The **causes** of events
are ever more interesting than
the events themselves.”*

Cicero.

CICERO

A Roman statesman, 106 BC – 43 BC

El problema del cambio climático... (1/2)

¿Qué sabemos REALMENTE del cambio climático? Bueno, la suposición que predomina en todo el mundo es que el calentamiento global es principalmente un fenómeno provocado por el hombre, y que es deber de la humanidad solucionarlo. La ciencia lo corrobora con creces; véase [Scientists Reach 100% Consensus on Anthropogenic Global Warming](#)

Estamos de acuerdo en que el clima de la Tierra ESTÁ cambiando, como todo lo demás, está en permanente estado de cambio. También estamos de acuerdo en que HAY contaminantes en el aire, y que hay que minimizarlos. Sin embargo, no hay certeza ni una interpretación única sobre las causas del cambio climático: véase un estudio más reciente, como:

[97% Consensus on Climate Change? Survey Shows Only 59% of Scientists Expect Significant Harm](#)

El problema del cambio climático... (2/2)

La ciencia no es infalible, y definitivamente no está más allá de la corrupción. De hecho, ahora es evidente que el cambio climático se ha convertido también en una cuestión política y económica. Así lo demuestran artículos como:

- *Top climate scientists are sceptical that nations will rein in global warming*
- *Researchers point to increased polarization around climate change on social media*

Basándonos en nuestra breve revisión de la información disponible, es probable que el cambio climático esté causado por actividades humanas "normales", ciclos naturales y/o el uso indebido de tecnologías de ingeniería climática. Ni siquiera podemos decir si el cambio climático es más problemático como fenómeno natural o político. La conclusión es que la verdad ha quedado demasiado oscurecida.

...y la solución

Independientemente de lo que sea el cambio climático, HAY algo que todos podemos hacer, y que te pedimos a TI que hagas como miembro responsable de la biosfera planetaria. Como mínimo, podemos ayudar a:

- Minimizar la contaminación
- Limpiar nuestro medioambiente
- Utilizar tecnología limpia
- Aprender sobre el cambio climático y sus posibles causas
- Evitar hacer daño y proteger la naturaleza 🌸
- Comunicarnos para restaurar la Tierra



Crea tu propia acción climática 1/11

Las redes sociales son una herramienta ideal para promocionar la tecnología y el estilo de vida ecológico. Las redes sociales también tienen un papel muy importante en las campañas para concienciar a los ciudadanos del cambio climático. Los mensajes que contienen imágenes son especialmente eficaces.

Actividad 3.2 individual o grupal (un total de 90 min). Esta última sesión es una guía paso a paso para crear una pequeña campaña de acción ‘*snackable*’ por el clima. *Snackable* significa “(de contenido *online*) diseñados para ser leídos, vistos o utilizados de otro modo de forma breve y sencilla” (Oxford Languages). Puedes trabajar individualmente, por parejas o por grupos.

Crea tu propia acción climática 2/11

1. La elección (10 min)

La elección es un elemento esencial de este proceso. Cuando te prepares para emprender una acción climática en línea, tienes que decidir en qué te vas a centrar. Estarás más dispuesto a apoyar una causa si se centra en algo que te apasiona. Te sugerimos que en esta fase utilices un tema con el que estés familiarizado, para que no tengas que dedicar tiempo a explorar nuevos territorios. Algunos temas generales son:

- consecuencias del cambio climático
- causas del cambio climático
- la verdad sobre el cambio climático
- soluciones
- conexión local
- protestas.



Crea tu propia acción climática 3/11

Otra posibilidad es abordar una pregunta más específica, como, por ejemplo

- ¿Quién toma las decisiones sobre el cambio climático y quién queda al margen?
- ¿Quién se beneficia del cambio climático y quién lo sufre?
- ¿Por qué una determinada práctica de cambio climático es justa o injusta?
- ¿Qué se necesita para generar un cambio en relación con el calentamiento global?
- ¿Qué alternativas podemos imaginar para reconocer la injusticia climática existente a nivel micro y macro?

Crea tu propia acción climática 4/11

2. Haz preguntas y profundiza más (10 min)

Determina lo que sabes sobre el tema elegido, mediante una aplicación de mapas mentales o lluvia de ideas como popplet (<https://www.popplet.com>), coggle (<https://coggle.it>) o bubbl.us (<https://bubbl.us>). Estas herramientas facilitan el inicio de un debate escribiendo un tema central para comenzar un árbol. Puedes añadir más ideas en el mismo nivel o ramificarte en un subnivel.

Es importante que todos se sientan seguros al compartir sus opiniones y fomentar el compromiso. Esto puede hacerse en forma de preguntas. Las ideas pueden conducir a las razones sociales y económicas del problema. Posteriormente, se puede responder a esas preguntas o comentarios ofreciendo sugerencias sobre lo que se puede hacer al respecto.

Crea tu propia acción climática 5/11

3. Lee y reflexiona (10 min)

Si es necesario, podéis informaros un poco más sobre el tema elegido y los distintos puntos de vista implicados mediante una breve lectura adicional o un vídeo. Esto puede ser especialmente útil para definir y aplicar el problema a sus propias vidas.

4. Voz (10 min)

A continuación, elige un ángulo específico para explorar las conexiones entre la justicia, la verdad y las soluciones prácticas del tema que estás tratando. Esto le ayudará a familiarizarse con el tema y a sentirse cómodo al hablar de él. En esta fase, la pregunta clave es: **¿tu acción climática consiste en compartir información o en implicar a la gente para que cambie algo?**

Crea tu propia acción climática 6/11

De este modo hemos propiciado conversaciones sobre diversos temas, y usted ha podido expresar su preocupación y cuestionar circunstancias relacionadas con el clima en su vida o en la de quienes le rodean. Estos son algunos buenos enfoques concretos a tener en cuenta para sus mensajes en las redes sociales:

- Muestra a gente 'real'
- Cuenta una historia
- Muestra a las personas directamente afectadas
- una campaña visual basada en los principios más generales de significatividad y personificación puede ser eficaz para representar el cambio climático como un asunto relevante en la vida de los ciudadanos.

Crea tu propia acción climática 7/11

5. Selecciona el formato (5 min)

¿El principal medio de comunicación será el texto, las imágenes, el vídeo o el audio? ¿Por qué? Esta elección debe reflejar tu tema y tu punto de vista.



Crea tu propia acción climática 8/11

6. Escribe un guion (10 min)

Elabora un guion para la publicación que quieras hacer. En este punto, es importante que te asegures de que el guión aborda el tema y las opiniones que quieres transmitir a tu audiencia específica. Te sugerimos que tengas muy en cuenta a tu público objetivo; si quieres que la publicación en las redes sociales se convierta en viral, debe resonar en un público amplio.

El guion puede ser una simple lista o un diagrama de flujo de las cosas que quieres pasar en tu acción climática. Aquí puedes aprovechar los resultados del mapa mental que hiciste en el paso #2. Una consideración importante es que el guion debe revelar el orden de las cosas que vas a tratar.

Crea tu propia acción climática 9/11

7. Haz la publicación (15 min)

Cuando creas que el guion está listo, es el momento de preparar tu publicación en las redes sociales de acuerdo con el formato que hayas elegido: escribiendo el texto, haciendo fotos y/o grabando vídeo o audio. Aquí pondrás en práctica el guion. Esto añadirá autenticidad a la experiencia de aprendizaje, ya que estarás comunicando algo que has aprendido sobre tu tema específico a una audiencia potencialmente global.

Ten en cuenta que el *snackable content* es breve. Por tanto, debes limitar la(s) publicación(es) a un total de 1 minuto o menos (medido en tiempo de lectura, visionado o escucha). Una función latente de este requisito es que te anima a pensar de forma crítica y a conectar lógicamente las ideas de manera concisa.

Crea tu propia acción climática 10/11

8. Publícalo (10 min)

Publicar un producto auténtico para que el mundo lo vea mejora la experiencia general de aprendizaje. La posibilidad de compartir estas creaciones añade un propósito y un significado más profundos a lo que has aprendido.

Además, cada grupo puede crear un canal de YouTube, una página de Facebook, una cuenta de Twitter o una cuenta de Instagram para publicar las publicaciones de los participantes. Una recopilación centralizada de las publicaciones del grupo proporcionará documentación sobre lo aprendido en este curso concreto. Sugerimos debatir con el grupo dónde colgar las publicaciones para asegurarse de que todos se sienten cómodos con la idea.

Crea tu acción climática 11/11

9. Reflexiona (10 min)

Para terminar, después de publicar los mensajes en las plataformas de redes sociales, puedes tomarte el tiempo que necesites para reflexionar sobre el contenido. Reflexionar es esencial para completar el proceso de aprendizaje. Da una oportunidad de tener un sentido general del crecimiento experimentado a lo largo del proyecto. Además, puedes evaluar el éxito de tu misión.

Referencias

- City Press Office (2022). *Researchers point to increased polarization around climate change on social media*. City, University of London. Available at: <https://www.city.ac.uk/news-and-events/news/2022/11/researchers-point-to-increased-polarization-around-climate-change-on-social-media#>
- Kohnke, L. (2017). Social Responsibility in the Digital Age: a step-by-step guide to student-centered videos. *SRIS Newsletter*, December 2017. Available at: https://www.researchgate.net/publication/334223050_Kohnke_L_2017_Social_Responsibility_in_the_Digital_Age_a_step-by-step_guide_to_student-centered_videos_TESOL_Social_Responsibility
- Powell, J. (2019). Scientists Reach 100% Consensus on Anthropogenic Global Warming. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 37(4). Available at: <https://doi.org/10.1177/0270467619886266>
- Taylor, J. et al. (2022). *97% Consensus on Climate Change? Survey Shows Only 59% of Scientists Expect Significant Harm*. Heartland Institute. Available at: <https://heartland.org/opinion/97-consensus-on-climate-change-survey-shows-only-59-of-scientists-expect-significant-harm/>
- Tollefson, J. (2021). *Top climate scientists are sceptical that nations will rein in global warming*. Nature. Available at: <https://www.nature.com/articles/d41586-021-02990-w>

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.