

Lección 2: ¿cómo planificar una campaña de difusión?

Lección sin conexión

Propósito

Esta Lección comenzará con una breve introducción acerca de la importancia de que los estudiantes sean promotores de una ciudadanía digital, identificando problemas, diseñando soluciones utilizando tecnologías y cómo el diseño de una campaña de difusión efectiva y saber a quién irá dirigida, puede promover una participación activa en su comunidad e internet. A continuación, se explicará el significado y relevancia de algunos nuevos conceptos (promotores, campaña, difusión y promoción). Luego, los estudiantes, conformarán grupos de trabajo y elaborarán un listado de recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña. Para terminar, crearán una encuesta.

Los objetivos de esta Lección son desarrollar habilidades de trabajo en equipo, comunicación, reflexión crítica y responsable y aprendizaje de contenidos como: qué es una campaña de difusión, cómo podemos lograr una campaña efectiva y por qué antes de diseñar la campaña es importante saber a quién irá dirigida. En esta Lección, los estudiantes crearán una encuesta para determinar cuál será el público-objetivo de su campaña.

Secuencia para el aprendizaje

- Conocimiento inicial (10 min)
- Ampliación del conocimiento (15 min)
- Transferencia del conocimiento (15 min)
- Evaluación (5 min)

Objetivo

Los estudiantes serán capaces de:

- Pensar en maneras de mejorar la accesibilidad y la usabilidad de productos tecnológicos al servicio de las diversas necesidades y deseos de los usuarios.

Preparación

- Entregue a cada grupo hojas y lápices.
- Asegúrese que cada estudiante registre en su cuaderno de Tecnología el listado de recomendaciones y las preguntas de la encuesta para la campaña.

Vocabulario

- **Promotores:** son grupos de personas que a través de una campaña motivan a otros a generar acciones sociales para contribuir a la solución del problema.
- **Campaña:** recurso que utilizan los promotores de una causa social para difundir y promover la participación activa de las personas en su comunidad e internet.
- **Difusión:** proceso o parte de una campaña, por medio de la cual se presenta y transmite la información de cómo contribuir a la solución.
- **Promoción:** conjunto de acciones realizadas por quienes participan activamente en la campaña, con el propósito de difundir información y con ello promover una participación activa de las personas en su comunidad e internet.

Estrategia de aprendizaje

Conocimiento inicial (10 min)

Introducción ¿cómo planificar una campaña de difusión?

Al principio de la clase, se realizará una breve introducción sobre la importancia que tiene en la actualidad que los alumnos sean promotores de una ciudadanía digital positiva, identificando problemas o necesidades, diseñando soluciones utilizando tecnologías, aprender cómo el diseño de una campaña de difusión efectiva y saber a quién irá dirigida, puede promover una participación activa en su comunidad e internet. A continuación, se explicará el significado y relevancia de algunos nuevos conceptos (promotores, campaña, difusión y promoción).

Decir: Hoy vamos a aprender la importancia que adquiere en la actualidad que los estudiantes sean ciudadanos digitales, identificando problemas o necesidades, diseñando soluciones utilizando tecnologías y cómo mejorar el proceso de planificación de una campaña y conocer cuál será su público-objetivo puede promover una participación activa en su comunidad e internet. Primero vamos a comenzar con una introducción acerca del tema de la clase y aprenderemos vocabulario nuevo.

Análisis: ¿qué es una campaña de difusión? ¿cómo podemos lograr una campaña efectiva? ¿por qué antes de diseñar la campaña es importante saber a quién irá dirigida?

Guíe el análisis hacia una conversación sobre la importancia de comprender qué es una campaña de difusión, cómo mejorar el proceso de planificación de una campaña y por qué antes de diseñar la campaña es importante saber cuál será su público-objetivo.

Vocabulario

Esta lección tiene cuatro nuevas e importantes palabras:

- **Promotores:** Los promotores en ciudadanía digital, son grupos de personas que a través de una campaña motivan a otros a generar acciones sociales para contribuir a la solución del problema o mejora detectada en la comunidad.
- **Campaña:** Una campaña es un recurso o estrategia que utilizan los promotores de una causa social para difundir y promover la participación activa de las personas en su comunidad e internet, de modo de contribuir a la solución del problema.
- **Difusión:** Es el proceso o parte de una campaña, por medio de la cual se presenta y transmite la información de cómo contribuir a la solución o mejora del problema detectado en la comunidad.
- **Promoción:** La promoción es el conjunto de acciones realizadas por quienes participan activamente en la campaña, con el propósito de difundir información (ideas o acciones) y con ello promover una participación activa de las personas en su comunidad e internet para contribuir a solucionar el problema o necesidad detectada en la comunidad.

Ampliación del conocimiento (15 min)

Elaboración de un listado de recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña

En esta Lección, los estudiantes a partir de lo aprendido y considerando el análisis y reflexión acerca la importancia que adquiere que los estudiantes sean promotores de una ciudadanía digital positiva, identificando problemas o necesidades, diseñando soluciones utilizando tecnologías y comprender cómo el diseño de una campaña de difusión efectiva y saber a quién irá dirigida, puede promover una participación activa en su comunidad e Internet. Conformarán grupos de trabajo y elaborarán un listado de recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña.

Decir: Ahora que ya hemos aprendido qué es una campaña de difusión, cómo podemos lograr una campaña efectiva y por qué antes de diseñar la campaña es importante saber a quién irá dirigida. Vamos a trabajar en grupos para elaborar un listado con algunas recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña.

Interacción: Pida a los estudiantes que trabajen en grupos para elaborar un listado con algunas recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña.

Distribuir: Los estudiantes usarán hojas y lápices para realizar la Lección, registrarán sus ideas acerca de algunas recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña.

Tómese un momento para reiterar la importancia que tiene comprender cómo planificar una campaña para que sea más efectiva.

Algunos ejemplos de cómo lograr una campaña más efectiva son:

- Poner atención en a quién va dirigido el mensaje.
- Poner atención en el mensaje y las imágenes que utilizarán.
- Poner atención en las fuentes de la información.
- Poner atención en cuándo y dónde es mejor difundir el mensaje de la campaña.

Continúe esta Lección hasta que los estudiantes hayan terminado de realizar el listado de recomendaciones para mejorar el proceso de planificación de la campaña, pídale que registren su listado de consejos en su cuaderno de Tecnología.

Recomendaciones para el docente de algunas ideas para mejorar el proceso de planificación de la campaña:

- **Primera recomendación:** Pon atención en a quién va dirigido el mensaje en la campaña (por ejemplo: no es lo mismo hacer una campaña dirigida a la familia que a los compañeros del colegio. De acuerdo a quién va dirigido el mensaje, escojan las palabras y la manera adecuada de presentar la información).
- **Segunda recomendación:** Pon atención en el mensaje que utilizarán para la campaña (por ejemplo: pueden difundir los consejos o acciones de una forma clara y precisa. También, pueden usar mensajes que sean positivos).
- **Tercera recomendación:** Pon atención en la imagen que utilizarán para la campaña (por ejemplo: pueden usar imágenes y letras con muchos colores, con colores atractivos que llamen la atención del público y que puedan verse desde lejos).
- **Cuarta recomendación:** Pon atención en las fuentes del mensaje de la campaña (por ejemplo: pueden ayudar a que la campaña sea más creíble citando la(s) fuente(s) de la información. También, pueden considerar nombrar en la campaña a personas que sean consideradas como un modelo o referente en esa problemática o necesidad).
- **Quinta recomendación:** Pon atención en cuándo y dónde sería mejor difundir los mensajes de la campaña (por ejemplo: si es una campaña de alimentación saludable, sería ideal poner los afiches en lugares estratégicos como el kiosco y el comedor del colegio).

Transferencia del conocimiento (15 min)

Creación de una encuesta para determinar cuál será el público-objetivo de su campaña

En esta Lección, los estudiantes desarrollarán una encuesta para determinar el público-objetivo de su campaña. Es de suma importancia señalar que esta Lección irá dirigida a todos los estudiantes del establecimiento. La idea consiste en que los alumnos encargados de crear la encuesta puedan recopilar información valiosa de los demás estudiantes acerca de la implementación de las TIC (por ejemplo: el tipo de lecciones en las que participan cuando están conectados a internet).

Decir: Ahora que ya hemos aprendido la relación que existe entre ser un ciudadano digital activo y la planificación de una campaña de difusión y cómo podemos lograr una campaña más efectiva, vamos a trabajar en grupos nuevamente y de acuerdo a todo lo que hemos aprendido y, considerando que nuestro público-objetivo son todos los estudiantes del colegio, elaborarán una encuesta para recopilar información valiosa de los demás estudiantes acerca del uso de las TIC.

Interacción: Pida a los estudiantes que trabajen en grupo para desarrollar una encuesta en la que recopilarán información valiosa de sus compañeros de establecimiento acerca de la implementación de las TIC.

Distribuir: Los estudiantes usarán hojas y lápices para realizar la Lección, para registrar ideas acerca de algunas preguntas que podrían incluir en la encuesta.

Tómese un momento para recordar que, a la hora de planificar una campaña de difusión, es importante tener en cuenta aspectos como el público-objetivo (por ejemplo: si el público a quién va dirigida la campaña son los padres, no es igual que si la campaña va dirigida a otros niños). De acuerdo a quién va dirigido el mensaje de la campaña, escojan las palabras y la manera adecuada de decir la información.

Continúe esta Lección hasta que los estudiantes hayan realizado al menos 6 preguntas que podrían incluir en su encuesta, pídale que registren sus preguntas en su cuaderno de Tecnología.

Recomendaciones para el docente de algunas preguntas que pueden ser consideradas en la realización de la encuesta:

- ¿Sabes qué son Internet y las redes sociales?
- ¿Cuánto tiempo estás al día usando dispositivos móviles?
- ¿A cuántas redes sociales estás suscrito?
- ¿Cuál es tu red social favorita?
- ¿Has usado internet para hacer alguna Lección o tarea del colegio?

- ¿Crees que Internet es una herramienta útil para aprender?
- ¿Qué cosa(s) te gustaría aprender por Internet?
- ¿Has sido cómplice de alguna situación de ciberbullying?
- ¿Conoces a alguna persona que haya sido víctima de ciberbullying?
- ¿Sabes qué situaciones pueden ser riesgosas cuándo usas Internet?

Evaluación (5 min)

Pida a la clase que abra su cuaderno de Tecnología y que escriban el título de la evaluación – ¿Cómo planificar una campaña de difusión? A continuación, indíqueles que escriban 2 ejemplos más de preguntas para la encuesta acerca del uso de las TIC. Luego de haber explicado claramente las instrucciones, permita que los estudiantes realicen la evaluación de forma individual. Esta Lección puede ser utilizada como una evaluación formativa.

Gracias a la Lección previa, esto no debería significar ningún problema para ellos.

Experiencias de aprendizaje de profundización

Use estos Contenidos para motivar a sus estudiantes a identificar problemas o necesidades presentes en su comunidad y proponer una solución, a través de una campaña.

Cada vez mejor

- Que su clase intente hacer un mapa conceptual de los mejores consejos para mejorar el proceso de planificación de la campaña.
- ¿Pueden comentar las razones de por qué definir el público-objetivo es uno de los pasos más importantes del proceso de planificación de la campaña?

Desafío de curso

- Realice una muestra de las mejores opciones de mensajes e imágenes para difundir la campaña en su comunidad y Internet.