

Título: Aprendiendo a hacer campañas de sensibilización

Temática: Sensibilización.

Objetivo:

- Ubicar a las campañas de sensibilización como una actividad de Educación para el Desarrollo.
- Determinar el modelo de campaña a realizar.
- Establecer los pro y contra de una campaña de sensibilización.
- Establecer conclusiones sobre la importancia de las campañas de sensibilización en la participación ciudadana.

Destinatarios: Al alumnado del Tercer Ciclo de Educación Primaria y de Educación Secundaria.

Recursos humanos: Una persona.

Materiales necesarios: Power point explicando qué es Educación para el Desarrollo; Fichas; Material de las campañas: Pobreza Cero, Stop Sida, Comunidades originarias y pueblos indígenas de Bolivia...; Papelógrafo, Rotuladores y post it

Tiempo estimado: 60 minutos

Desarrollo del taller:

1. Introducción del tema (15´)

- Presentamos un marco resumido de la Educación para el Desarrollo.
- Ubicamos las actividades de Educación para el Desarrollo
- Determinamos las campañas de sensibilización.
- Presentamos la experiencia de trabajo de Madre Coraje en Educación para el Desarrollo.

2. Trabajo en grupos (15´)

- Dividimos a los participantes en grupos y se les asigna material sobre una campaña conocida.
- Cada grupo tiene que desarrollar una ficha de identificación de la campaña y lo presenta en un papelógrafo.

3. Plenario (20´)

El portavoz de cada grupo presenta la campaña que le ha tocado y se va analizando cada una de ellas, de acuerdo al marco de la Educación para el Desarrollo y del Código de conducta de las ONGD.

4. Dinámica lluvia de ideas: Pro y contra de una campaña de sensibilización (10´)

Escriben los participantes los pro y contras que encuentran en las campañas de sensibilización y los pegamos en un papelógrafo.

5. Conclusiones y cierre

Campañas de sensibilización

TÍTULO DE LA CAMPAÑA					
OBJETIVO GENERAL DE LA CAMPAÑA					
DESTINATARIOS	CÓMO	ESTRATEGIAS	LINEAS DE ACCION	TIEMPO	MATERIALES
CODIGO DE CONDUCTA					

Campañas de sensibilización

TÍTULO DE LA CAMPAÑA					
OBJETIVO GENERAL DE LA CAMPAÑA	Llamar la atención sobre un tema concreto				
DESTINATARIOS	CÓMO	ESTRATEGIAS	LINEAS DE ACCION	TIEMPO	MATERIALES
<ul style="list-style-type: none"> • Muy definido: Personas que toman decisiones políticas • Poco definidos Ciudadanía en gral 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofreciendo información • Ejerciendo presión política • Dando a conocer una zona concreta de un país afectado 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de comunicación: Difusión en periódicos, tv y radio • Producción de carteles, pegatinas • Slogan o mensaje que sintetiza la campaña • Educación • Formación voluntariado, otros) 	<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas • Mesas redondas • Ruedas de prensa • Redacción de un manifiesto • Recogida de firmas • Vinculación con personajes prestigio • Concentraciones • Manifestaciones • Acciones de presión política y Lobby 	Muy variable <ul style="list-style-type: none"> • Corta duración • Larga duración 	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos • Libros • Revistas • Unidades didácticas • Exposiciones
Las campañas pueden formar parte de de un programa de acción más amplio de la ONGD que incluya un programa formativo dirigido a diferentes sectores					

Madre Coraje
Área de Educación para el Desarrollo
C/ Méndez Núñez, 2. 11401 Jerez de la Frontera (Cádiz)
Tel. 902 51 07 51 Fax. 956 35 03 41
educacion@madrecoraje.org
www.madrecoraje.org

Campañas de sensibilización

Las campañas de sensibilización tienen por objetivo llamar la atención sobre un tema concreto ofreciendo información, ejerciendo presión política ante una determinada cuestión o dando a conocer una zona concreta de un país afectado por un conflicto.

Las campañas pueden formar parte de un programa de acción más amplio de la ONGD que incluya un programa formativo dirigido a diferentes sectores: escuelas, asociaciones juveniles, etc..., y acciones de presión política y lobby.

Entre las estrategias que se utilizan pueden mencionarse: la difusión en periódicos, televisión y radio; la producción de carteles, pegatinas con un eslogan o mensaje que sintetiza la campaña, la elaboración de materiales: folletos, libros, revistas, unidades didácticas, la realización de jornadas, mesas redondas, ruedas de prensa; la redacción de un manifiesto, recogida de firmas; la vinculación a la campaña de personas de prestigio en el ámbito cultural, artístico deportivo, la realización de concentraciones o manifestaciones.

Los destinatarios pueden estar muy poco definidos, como la opinión pública en general, o ser muy específicos, como personas que toman decisiones políticas.

La duración de la campaña es muy variable. Pueden ser campañas puntuales ante un acontecimiento determinado (El huracán Mitch) o bien campañas de larga duración que integran un conjunto de acciones: producción de materiales, aparición en los medios de comunicación, realización de jornadas, ruedas de prensa etc.

Otra modalidad de campañas son las que se desarrollan puntualmente como las actividades de corta duración. Ejemplos de estas son el día de los derechos humanos, de solidaridad con el pueblo palestino, del medio ambiente..., etc. carreras populares, juegos y paneles de información en ferias temáticas, actividades orientadas a niños con juegos (el buzón solidario, mensaje en globos, pintada de murales,...) recogida de material escolar, campañas de Navidad, premios escolares, etc. Son actividades que conmemoran un hecho en particular.

Es importante destacar que estas actividades solamente pueden considerarse de Educación para el Desarrollo, si se realizan como un elemento motivador para el inicio o como cierre de un programa formativo de medio plazo.

Comparación entre distintas estrategias de acción.

EDUCACION PARA EL DESARROLLO	INVESTIGACIÓN	SENSIBILIZACIÓN	PRESIÓN POLÍTICA
Medio largo plazo	Largo plazo	Corto plazo	Corto y medio plazo
Análisis en profundidad: estudio y debates	Análisis en profundidad desde una dimensión Sur-Norte de las cuestiones relacionadas con el desarrollo.	Alerta sobre situaciones de injusticia Sur-Norte, sobre las causas de la pobreza y las estructuras que la perpetúan	Analizan y definen los puntos de la Agenda del Desarrollo
Cuestiona el modelo de desarrollo y promueve acciones para el cambio a nivel global y local.	Analiza, fundamenta las diferentes propuestas y modelos para promover el desarrollo humano sostenible	Difusión de acciones de cooperación. Recogida de fondos (diversos grados..." pornografía de la pobreza)	Influyen en las decisiones que se adoptan en el Norte y que afectan a los pueblos del Sur
Grupo objetivo bien definido		Grupos objetivos indefinidos. Va dirigido al gran público	Grupo objetivo bien definido, personas que toman decisiones políticas
			ONGD, instituciones, Movimientos sociales.
Metodologías concretas adaptadas a los grupos objetivos	Metodología de investigación acción	Se utilizan medios de comunicación masiva: TV, vallas publicitarias	Alianzas entre ONGD del Sur y del Norte
Mensaje complejo. Los conocimientos van ligados a valores y actitudes	Análisis del contexto histórico y de las estructuras que generan pobreza	El mensaje es breve como una consigna	Mensaje complejo, ligadas a propuestas políticas concretas
Concienciación, comprensión de los problemas y orientado a la acción		Es el primer paso para la concienciación. Rompe el círculo vicioso de ignorancia-indiferencia-ignorancia	Orientado a la incidencia política
Analiza las causas de la pobreza, desde una perspectiva histórica y cultural	Estudia y analiza diferentes propuestas a los problemas	Cuestiona las injusticias pero no profundiza en sus causas.	Propone alternativas