



E- Propuesta parte 2

Comenzamos con la preparación de la campaña

Luego del período de investigación llevado adelante por la clase se propone realizar una campaña de concientización para promover el consumo de frutas y verduras en la comunidad.

La última actividad de la primera parte incluyó una producción textual de una argumentación a favor o en contra de “evitar excesos” en la alimentación. Esa actividad será el ancla a esta segunda parte. El docente deberá evaluar si llega a ser necesario profundizar el trabajo en la argumentación o no, e incluso valorar si es necesario trabajar específicamente con el rotulado de los octógonos o profundizar en conceptos como nutriente o alimento. En esos casos se sugiere utilizar los recursos enlazados en el desarrollo de esta segunda parte.

Se sugiere ver estos documentos para orientar el trabajo en la campaña:
https://www.conabip.gob.ar/sites/default/files/guia_para_realizar_una_campana_de_concientizacion.pdf

[Los textos publicitarios \(google.com\)](https://www.google.com)

Hay tres decisiones que se tienen que tomar antes de comenzar la campaña propiamente dicha. La toma de estas decisiones guiarán las primeras etapas de trabajo:

- a- Definir el sentido de la campaña y cómo evaluarla.**
- b- Definir el contenido de la campaña.**
- c- Definir una forma de comunicar.**

Etapa 1

- a) Definir el sentido de la campaña y cómo evaluarla es lo mismo que buscar responder dos preguntas:**

¿Qué buscamos con la campaña?

¿Cómo nos podremos dar cuenta si lo logramos o no?

Es el momento de acordar si se buscará mejorar la conciencia de la necesidad de consumir frutas y verduras, aumentar el consumo de frutas, aumentar el consumo de verduras o aumentar el consumo de ambas. Con lo que ya han trabajado sobre la temática y la encuesta realizada, van a poder tomar esta decisión de forma fundamentada. Si se llega a considerar, se puede retomar la temática con los dos recursos mencionados anteriormente ([Alimentos y nutrientes](#) y [Etiquetado frontal de alimentos](#)).

Esta decisión se puede tomar en un intercambio en videoconferencia o en un foro. Si el grupo de clase es numeroso, se puede implementar el trabajo en subgrupos como dinámica. Cada uno, trabajando de forma interna elabora su planteo. Luego un delegado socializa el intercambio y su fundamentación al resto del grupo, para iniciar un nuevo intercambio general para tomar una decisión a nivel grupal. Si se trata de un trabajo en foro de discusión se pueden utilizar videos o audios. Ver material adjunto para trabajo en subgrupos.

Esta se trata de una instancia interesante para que la maestra o maestro, pueda sondear cómo defienden las ideas que plantean, cómo estructuran sus argumentos, si surgen naturalmente o son a demanda, si tienen la capacidad de escuchar a los compañeros e intervenir en el intercambio en función de ello, etc.

A partir de la meta concreta de esta campaña, definida luego del foro o videoconferencia, se debe definir una forma de evaluarla, para conocer si la campaña tuvo impacto o no. Por lo tanto se propone a los niños de qué forma o formas se puede “medir” si los cambios fueron logrados o no (a corto plazo). Por ejemplo: repetir alguna de las preguntas de la encuesta inicial y comparar las respuestas, de esa forma se puede comparar “antes y después” de la campaña.

Es necesario tener en cuenta de que como se trata de una campaña de concientización, el impacto en el comportamiento no es directo, ya que hay muchos factores que influyen en él. Por lo tanto, por ejemplo, si la meta es aumentar el consumo, medir solamente la cantidad de frutas que se consumen en una casa semanalmente no alcanzaría. Sería necesario agregar los motivos por los que se consumió esa cantidad, son muchas las variables las que intervienen en ese consumo.

Por otro lado, medir el impacto en las familias de los niños puede ser delicado, en algunos casos puede sentirse como una agresión hacia ellas, cuestionando los hábitos alimenticios del hogar. Por ello se propuso realizar las mediciones o encuestas con familias amigas de la escuela, no las de los propios niños involucrados.

Etapa 2

b) Definir el contenido de la campaña: Teniendo en cuenta el sentido de la campaña se deberán acordar las ideas centrales a desarrollar.

Para poder hacerlo es necesario que los niños elaboren sus metas de aprendizaje. El propio grupo propondrá (en un encuentro sincrónico virtual, o presencial) qué es necesario aprender para promover el cambio deseado en la comunidad (ya definido en la etapa anterior). Aquí compartimos algunos ejemplos de metas de aprendizaje, en forma de preguntas para el caso de habernos planteado como objetivo “aumentar el consumo de frutas en las familias del barrio”:

- *¿Qué aportes nutricionales ofrecen las diferentes frutas?*
- *¿Es lo mismo comer la fruta entera a un jugo de frutas? ¿Y a un puré de frutas?*
- *¿Puedo comer cualquier cantidad de fruta durante el día?*
- *¿Cuál es la forma más saludable para su consumo? ¿Con cáscara, sin cáscara?*

Acordadas estas metas, la clase se dispone, trabajando en subgrupos, a responder las preguntas (es una buena opción seleccionar una o dos preguntas por equipo para favorecer la profundidad de la respuesta) para luego acordar una o dos ideas centrales de la campaña.

Terminado el trabajo en equipos, es necesario hacer una instancia de intercambio de las ideas centrales propuestas por cada grupo y definir algunas entre todos. Registrarlo en un formato digital o papelógrafo, en un lugar de acceso sencillo para los niños.

Etapa 3 -

c) Elegir la forma de comunicar y dónde con videos, pósters digitales, charlas por videoconferencia, podcast, etc. (en el documento adjunto se ofrece

Mtras Contendistas: Durán, Claudia; Etchartea, Andrea; Pacheco, Patricia.

información sobre las características de cada una); en redes sociales, en CREA, de forma analógica en el barrio con carteles o folletería en los comercios, etc.

En el [documento adjunto](#) “**características de los medios para comunicar una campaña**” se ofrece una síntesis de cada formato.

La elección de esta forma de comunicar puede hacerse mediante un intercambio entre todos, o por sorteo, para animarnos a utilizar algunas de las herramientas propuestas para esta etapa de difusión. El paso siguiente sería definir metas de aprendizaje para la creación de ese producto (video, podcast, póster, etc.). Por ejemplo, si se decide realizar un podcast, se pueden proyectar qué aprendizajes debemos lograr para poder hacerlo exitosamente:

- *¿Cuál es la estructura general de un podcast?*
- *¿Qué características tiene un buen podcast?*
- *¿Qué ejercicios vocales debemos realizar para asegurar la claridad de la voz?*
- *¿Qué herramientas se necesitan para grabar, editar y publicar?*

Al definir estas metas de aprendizaje, o preguntas a responder antes de ponernos a producir, es importante elegir dónde investigar sobre ello. Si se puede realizar una entrevista a una persona que se dedique a producir ese formato elegido, consideramos que es mejor, dado que probablemente esa persona pueda compartir algunos “tips” para nuestro trabajo, o simplemente darnos algunos consejos para realizarlo. Si no se consigue el contacto para la realización de la entrevista, la web será quien brinde las respuestas. En este caso será el docente quien defina los sitios útiles a visitar, porque sobre estos contenidos en la web se puede encontrar gran variedad de aportes, con muy diversas calidades, contenidos y niveles de profundidad.

Luego de conocer el producto que realizaremos se definirá en qué medios se realizará la difusión: página web escuela, whatsapp, blog escolar, CREA2, etc.

Etapa 4

“Manos a la obra”

Con todas las decisiones tomadas es el momento de la acción.

Como se trata de desarrollar un producto para comunicarnos es importante recordar las ideas centrales a transmitir y lo que esperamos lograr con esta campaña.

Mtras Contendistas: Durán, Claudia; Etchartea, Andrea; Pacheco, Patricia.

Sugerimos que los niños y niñas trabajen en equipos pequeños, de no más de cuatro integrantes.

Algunas ideas de **herramientas digitales útiles para utilizar:**

Para mensajes cortos: Voki <https://l-www.voki.com/>

Elaborar videos: Powtoon <https://www.powtoon.com/account/login/>

Pósters digitales: Canva https://www.canva.com/es_es/crear/posters/

Glogster <https://edu.glogster.com/>

Podcast: SoundCloud <https://soundcloud.com/discover>

Durante el proceso de elaboración de los productos, se sugiere que se busquen espacios para intercambiar los avances de cada subgrupo para retroalimentarse del resto del grupo y compartir aprendizajes con los demás subgrupos y así todos se enriquecen.

Para la difusión en las redes se puede contar con las redes sociales de la escuela, si las tiene, con el blog, o simplemente utilizar los grupos de WhatsApp o Telegram.

Etapa 5 Pre lanzamiento

Para dar inicio al lanzamiento de la campaña es necesario implementar una pequeña prueba en el ámbito escolar, se puede tomar como público objetivo a las maestras de otros grados, al equipo director y auxiliares o a alguna clase que esté interesada en participar de esta etapa.

Sugerimos iniciar el pre lanzamiento con una presentación del tema, la cual tiene que ser elaborada por los niños, con asistencia de la maestra. A continuación proponemos realizar una serie de preguntas para abrir temas de discusión y moderar los debates que vayan surgiendo, el equipo que realice el testeo debe tener claro cuáles son los puntos que desea destacar y con qué argumentos va a discutir y defender dichos puntos.

Evaluación del pre lanzamiento

En esta etapa se pueden realizar formularios a los participantes para recibir una devolución del producto presentado y saber si las ideas centrales que se propusieron transmitir fueron recibidas.

Mtras Contendistas: Durán, Claudia; Etchartea, Andrea; Pacheco, Patricia.

Por ejemplo, si se definió como idea central se refería al aporte nutricional de las frutas y las verduras se podrían realizar estas preguntas:

¿Conocías el aporte nutricional que dan a tu cuerpo las frutas y verduras?	¿Estarías dispuesto a modificar tus hábitos alimenticios a partir de la información compartida?	¿Te parece importante que esta información circule en la comunidad?	¿Qué cambios deberías realizar en tu dieta?
--	---	---	---

En relación al formato de lo presentado. Si por ejemplo, se presentara un video, las preguntas pueden ser:

- *¿La duración fue adecuada?*
- *¿Las voces fueron claras?*
- *¿Los textos los pudiste leer? en el caso de respuesta negativa, por favor alcaza cuál fue el problema (color/fondo, tamaño, duración del texto, tipo de letra).*
- *¿Las imágenes fueron atractivas y representativas?*

En esta etapa se evalúa la herramienta y su contenido para abrir la posibilidad de modificación del mismo

Etapa 6) Lanzamiento de campaña

Se acuerda fecha de lanzamiento de campaña, horario y de acuerdo a los medios a utilizar la forma de hacerlo.

Se sugiere publicar el material digital elaborado por los niños también en plataforma CREA2 a modo de poder compartir esta información con la comunidad educativa y con las familias.

Puntos destacados de la presentación:

- Consumo de frutas y verduras en nuestro país
- Hábitos alimenticios de las familias uruguayas

Mtras Contendistas: Durán, Claudia; Etchartea, Andrea; Pacheco, Patricia.

- Algunas enfermedades relacionadas con la falta de consumo de frutas y verduras
- Valor real de la canasta básica de frutas y verduras de estación

Ejemplo de preguntas a realizar luego de la presentación:

- ¿Consumes frutas y verduras?
- ¿Con qué frecuencia?
- ¿Te parece importante su consumo? ¿Por qué?
- ¿Tiene algún valor nutricional para el cuerpo su ingesta?
- ¿El material presentado fue claro?

A partir de las devoluciones dadas comienza el trabajo en sí sobre la campaña.

¡Manos a la obra!