

5^a EDICIÓN | SECUNDARIA

CONCURSO ESCOLAR

HAZLO VERDE

MISIÓN #SALVEMOSLOSBOSES

CAMBIAR TU MUNDO ESTÁ EN TUS MANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4

**CREEM LA NOSTRA
CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ**

ÍNDEX

1 CREEM LA NOSTRA CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ

1.1 EL GUIÓ I L'STORY BOARD COM A RECURSOS DIDÀCTICS

2 1^R: PENSEM EL MISSATGE

3 2^N: SELECCIONEM LA IMATGE

4 3^R: CREEM LA NOSTRA PROPOSTA

1 CREEM LA NOSTRA CAMPANYA DE SENSIBILITZACIÓ

En tota campanya de sensibilització, és necessari **contextualitzar la temàtica** perquè ajudi l'alumnat a **comprendre la transcendència del projecte i l'objectiu que persegueix**.

Ara toca, després de fer les activitats suggerides, **difondre el que s'ha après** entre els passadissos de l'escola o institut i **donar a conèixer l'ODS 15**, posant en valor **la sostenibilitat dels recursos de les masses forestals**.

Segur que a l'aula haureu arribat a diverses conclusions i reflexions. Per grups de treball, l'alumnat podrà aplicar la seva imaginació i creativitat a la realització d'un **vídeo de sensibilització** amb la finalitat de fomentar entre la comunitat una **identitat sostenible i ambiental**, al voltant del respecte pels boscos i el **consum responsable**.

1.1 EL GUIÓ I L'STORY BOARD COM A RECURSOS CREATIUS

Un cop obtingudes les dades, debatut a classe i reflexionat sobre la importància de donar a conèixer l'ODS 15, passarem a desenvolupar la nostra campanya de sensibilització.

En un vídeo, és important **definir prèviament la història** que es filmarà, la seva finalitat i, a partir d'aquí, la **narració** de la història.

El primer pas és la **planificació de la història** visual: el **guió literari** descriu les unitats narratives en seqüències, els diàlegs, l'escenari, etc.

El segon pas, és la **traducció en imatge** de la història: l'**story board** és el pas a pas de la història on queden dibuixats els plànols de càmera, les escenes i seqüències de la narració.

La combinació de **guió literari i story board** permetrà una **planificació del rodatge** i assegurarà que la història o la trama del vídeo funcioni com un **sinònim audiovisual** que ajudi a fer que el missatge sigui efectiu i eficaç.

Recordeu que **el vídeo no pot superar el minut de durada**; per això és important ser breus, concisos i impactants.

QUÈ ÉS EL GUIÓ?

Per poder relatar la història amb imatges, és necessari ordenar-les en un temps i un espai. La selecció d'aquesta informació es fa mitjançant la realització del guió. Les escenes són una secció del relat en què succeeixen certs esdeveniments i les seqüències són grups d'escenes sota una mateixa idea comuna. El guió inclou els decorats, els diàlegs i les accions dels personatges que hi intervenen.



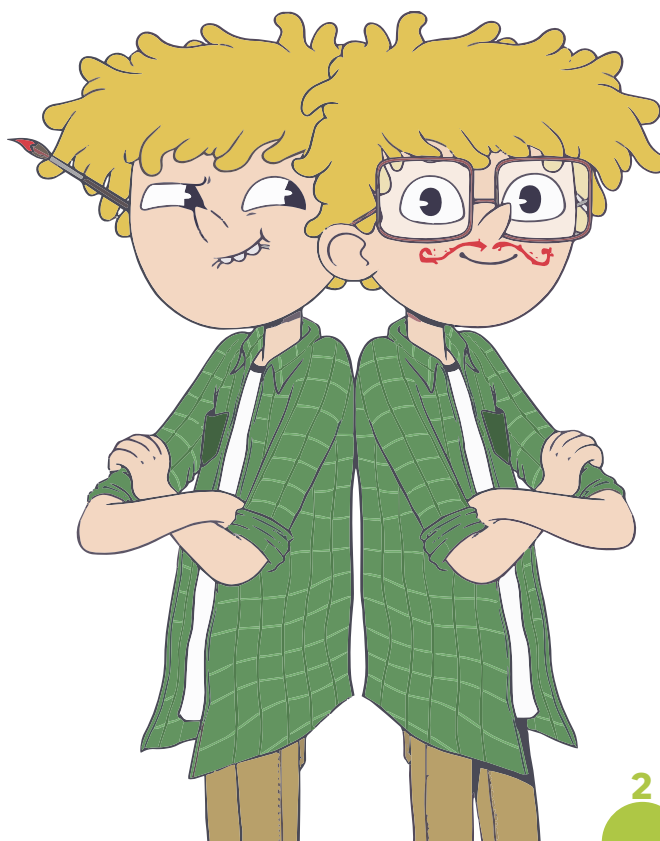
QUÈ ÉS L'STORY BOARD?

L'*story board* es la planificació total de la pel·lícula, mitjançant imatges dels plànols que es rodaran i totes les indicacions de so, llum, plànol de càmera... Aquest element recull la relació de l'espai i el temps amb els personatges i la seva forma d'expressar-ho coherentment.



COM ELS PODEM APLICAR A CLASSE?

Un cop hagueu definit la història, organitzeu diferents grups de treball, de manera que un s'ocupi del guió; un altre, dels diàlegs; un altre, del vestuari, les localitzacions i el decorat de les escenes, etc.





El missatge és la forma i el mitjà pels quals es materialitza la informació que l'emissor transmet al receptor. En el nostre cas, el missatge està format per la informació i el suport visual sobre el qual es recolza, és a dir, un vídeo format per **una o diverses escenes**, acompanyat d'uns **diàlegs**.

Perquè un missatge arribi al seu públic, ha de ser efectiu i ha de complir les cinc regles del llenguatge visual:

- **UN MISSATGE CODIFICAT:** el missatge es crea a través de paraules i imatges. Per tant, el missatge s'haurà d'adaptar al llenguatge del públic al qual va dirigida aquella comunicació, de forma que aquest el percebi i el rebi de manera correcta, que el compregui i l'assimili.
- **UN MISSATGE CLAR:** l'anunci haurà d'informar de forma clara i eficaç del missatge per aconseguir la màxima atenció possible per part del receptor. Els diàlegs hauran de ser fàcils de recordar, amb frases senzilles i curtes que permetin recordar el missatge que se'n deriva.
- **UN MISSATGE CONVINCENT:** l'anunci ha de mostrar els valors que engloba l'ODS 15, la diversitat dels boscos i la importància de la sostenibilitat i el consum responsable. Haureu de seleccionar almenys una característica singular que destaquï sobre la resta, per assegurar que el missatge arribi al públic. Aquests valors es reflectiran en la situació que es reflecteix a l'escena, en els diàlegs i en els personatges que intervenen en el vídeo.
- **UN MISSATGE QUE DESTAQUI SOBRE ELS ALTRES:** no només és indispensable que l'anunci capti l'atenció del públic pel que fa la percepció, sinó que també ha de superar la presència dels seus competidors. Per això, el vídeo ha de destacar sobre els altres i captar la curiositat del públic al qual va dirigit.
- **UN MISSATGE MEMORABLE:** en general, les persones rara vegada actuen per impuls. Per això és important que el missatge resti en la memòria del receptor, de forma que aquest missatge romanguï en la seva memòria fins aconseguir un canvi d'actitud.



El missatge en si té una **intencionalitat de comunicació**: l'elecció de la història que reflecteixi el vídeo és determinant per assegurar la bona lectura del missatge que emet.

En el cas del **vídeo**, cal centrar-se en assegurar-se que la situació reflecteixi el que es pretén transmetre, els personatges i els seus diàlegs. I com que l'objectiu és **cridar i retenir l'atenció de l'observador**, s'hauran d'**evitar els factors** següents per assegurar una bona comunicació visual:

- **MONOTONIA VISUAL**: la falta de canvi o de variació d'estímul fa que l'atenció decaigui. Aquesta monotonia pot provenir de la uniformitat de l'escena, de l'absència de contrast i de llum o, al contrari, de la saturació d'elements.
- **FALTA D'INTENSITAT**: la intensitat és un altre factor determinant per captar l'atenció. La imatge comunica, té un significat que pot completar o reforçar el missatge que s'emet. Per això, perquè un missatge desperti l'interès, s'ha de distingir dels altres, amb uns diàlegs memorables i a través d'una història potent que reflecteixi la qüestió que s'ha de tractar.
- **FALTA DE CONTRAST**: l'elecció dels elements del vídeo, l'escena o els personatges poden entorpir la comprensió del missatge i que aquest resulti avorrit si no destaca. Per això, escolliu una situació i una història que tinguin força i que transmetin el missatge que voleu difondre. L'anunci ha de ser clar, diferenciador i memorable.

Recorda que en el vídeo no pots fer servir imatges, cançons o altres tipus de continguts que tinguin drets d'autor.



En un anunci, les paraules, els conceptes i les imatges seleccionades desencadenen un procés mental basat en **imatges sensorials**, amb associacions i enllaços apropiats en connectar els diàlegs amb les escenes i els personatges, que funcionen com els seus sinònims gràfics i audiovisuals i que ajuden a completar el missatge perquè aquest sigui efectiu i eficaç.

Demaneu a l'alumnat que formi grups de treball, de forma que es puguin repartir les tasques següents a l'hora de desenvolupar la proposta de la campanya:

- **ANÀLISI I DESCRIPCIÓ DE L'OBJECTIU DE L'ODS 15 QUE ES VOL DESTACAR** Definició de les característiques singulars i els valors que volem posar en valor de l'ODS 15. Definir de forma clara el missatge que voleu transmetre, les dades que voleu que es coneguin, el paper que té el consumidor, etc.
- **REDACCIÓ DEL MISSATGE** Definició dels diàlegs tenint en compte les conclusions a les quals heu arribat gràcies a les activitats suggerides.
- **SELECCIÓ DE LA SEQÜÈNCIA DE RODATGE** Definició de les imatges gràfiques que componen el vídeo: ubicació de l'escena, decorat, personatges, etc. Una situació i una escena clares són el nucli d'interès, el centre d'atenció, i han de facilitar la comprensió del missatge.

D'entre tots els anuncis fets pels grups de classe, haureu de **seleccionar entre tots quin és el vídeo que voleu que representi l'aula** en aquest concurs. Sereu vosaltres, com a docents, qui pujareu el vídeo a l'àrea privada de la web.

Recordeu que haureu d'adjuntar un **títol i una petita descripció** del missatge en l'espai habilitat per a tal fi a l'àrea privada.