



RACCONTARE AL PUBBLICO!

In quest'attività gli studenti pianificano e organizzano una campagna o un evento di sensibilizzazione nel loro Comune, nella loro scuola, nella spiaggia del posto, ecc.

MATERIE

Studi Ambientali, Lingua, Arte

ETÀ DEGLI STUDENTI

10-15 anni

DURATA

1 mese

OBIETTIVI

- Analizzare gli elementi-chiave per trasmettere messaggi visivi e accattivanti.
 - Sensibilizzare e ispirare comportamenti a favore dell'ambiente negli altri.
- Comunicare efficacemente le sfide legate ai rifiuti marini e le possibili soluzioni.
 - Concepire, pianificare e organizzare una campagna di sensibilizzazione o un evento a livello di scuola, spiaggia o comunità locali.
 - Stimolare la creatività.

FONTI INTERNET

Campagne ambientali del mio Paese degne di nota:

<http://www.legambiente.it/contenuti/campagne/spiagge-e-fondali-puliti-2014>

<http://www.legambiente.it/contenuti/campagne/clean-med>

<http://www.legambiente.it/contenuti/giornate-di-mobilizzazione/puliamo-il-mondo-0>

<http://www.oceanconservancy.org/our-work/international-coastal-cleanup/>

<http://www.letsdoitworld.org/country/italy>

SEZIONE **D**

LAVORARE PER
DELLE SOLUZIONI



Vale la pena analizzare le immagini visive, dal significato sottile e diretto, utilizzate nelle campagne di sensibilizzazione. Sotto vengono riportate

tate delle immagini prese da diverse campagne a favore dell'ambiente. Discutete su cosa le rende accattivanti agli occhi del pubblico.

"Le specie più pericolose nel Mediterraneo"



La damigiana di plastica
Origine: strade della città, le spiagge e calanchi.
Comportamento: può essere ingerito da animali, causando gravi intossicazioni.
Durata della vita media: 400-600 anni.



La batteria
Origine: strade cittadine, calanchi e barche.
Comportamento: I liquidi che scaricano sono altamente velenosi.
Durata della vita media: migliaia di anni.



Il preservativo
Origine: servizi igienici e le strade della città.
Comportamento: possono essere ingeriti da altri animali e causare problemi digestivi.
Durata della vita media: 30 anni.



Il cartone
Origine: spiagge e strade cittadine.
Comportamento: ha un effetto abrasivo sugli organismi che crescono sul fondo del mare.
Durata della vita media: 25-50 anni.



Il sacchetto di carta
Origine: spiagge e barche.
Comportamento: ha un grave effetto sulla digestione di alcune creature del mare.
Durata della vita media: 4 settimane.



Il barattolo di latta
Origine: strade della città e spiagge.
Comportamento: provoca tagli e lesioni alla fauna marina e ai nuotatori.
Durata della vita media: 200-500 anni.



La bottiglia di plastica
Origine: spiagge, strade della città e barche.
Comportamento: provoca gravi danni alla flora e fauna marina.
Durata della vita media: da 300 a 500 anni.



Il mozzicone di sigaretta
Origine: bagni, spiagge, calanchi e strade cittadine.
Comportamento: impedisce la digestione di alcuni animali.
Durata della vita media: 10 anni.



L'anello di plastica
Origine: spiagge e strade cittadine.
Comportamento: intrappola gli organismi marini e provocano gravi lesioni o morte.
Durata della vita media: 450 anni.



Il tappo della bottiglia
Origine: strade cittadine spiagge e barche.
Comportamento: provoca problemi digestivi della fauna marina.
Durata della vita media: 300 anni.



Diesel e olio motore
Origine: barche.
Comportamento: la sua tossicità distrugge l'habitat marino.
Durata della vita media: dipende dalla quantità scaricata.



Il sacchetto di plastica
Origine: strade della città, spiagge e barche.
Comportamento: assomigliando alle meduse, viene mangiato da altri animali e li avvelena.
Durata della vita media: 35-60 anni.



Pezzi di plastica
Origine: fabbriche e strade cittadine.
Comportamento: può essere mangiato da altri animali e li avvelena.
Vita media: centinaia di anni a seconda della quantità.



L'involucro del cibo
Origine: spiagge e strade cittadine.
Comportamento: provoca gravi danni a flora e fauna marina.
Durata della vita media: 20-30 anni.



Il foglio di alluminio
Origine: spiagge, strade e calanchi.
Comportamento: può avvolgere alcuni organismi ed impedire la loro alimentazione.
Durata della vita media: 5 anni.



La bottiglia di vetro
Origine: strade della città, spiagge e barche.
Comportamento: provoca tagli e lesioni gravi ai nuotatori e alla fauna marina.
Durata della vita media: migliaia di anni.



Il coperchio foglio di alluminio
Origine: spiagge e barche.
Comportamento: ha un effetto abrasivo sugli organismi che crescono sul fondo del mare.
Durata della vita media: 10 anni.



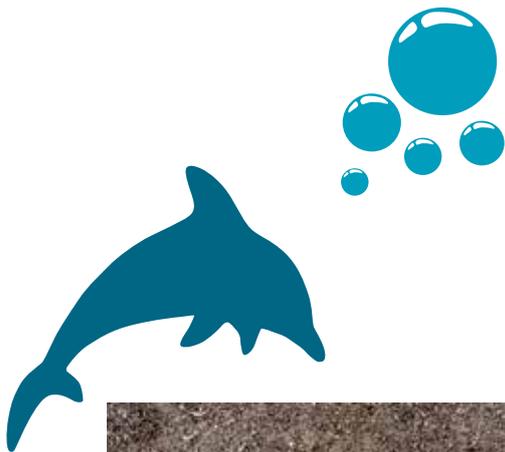
Gli assorbenti igienici
Origine: spiagge, bagni e barche.
Comportamento: impedisce la corretta digestione degli animali che li ingeriscono.
Durata della vita media: 25 anni.

In tutto il mondo, 8 milioni di tonnellate di rifiuti raggiungono il mare ogni giorno. Tutti questi rifiuti sono generati dalle attività umane. Questa spazzatura non riciclabile è gettata nel water, sulle strade in canali, sulla sabbia e nel mare, trasformandola in un distruttore tangibile della vita marina. Ma si può evitare che questo succeda.

I rifiuti incontrollati sono una delizia per i mari.

Agència Catalana de l'Aigua

Generalitat de Catalunya
Departament de Medi Ambient i Habitatge



**CONOSCI
SENTI
AGISCI!**

per fermare i rifiuti marini



Endangered Wildlife Trust

(Fondo per le specie selvatiche minacciate):
Se non li raccogli tu, lo faranno loro. © Jared Osmond



"Stop the Invasion"

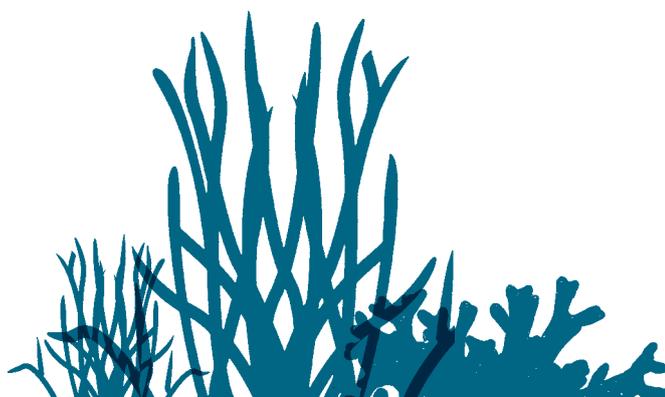
2013 Campagna / Surfrider Foundation Europe



La campagna "Bag It & Bin It" incoraggia gli abitanti del Regno Unito a non gettare nello scarico del bagno i prodotti personali appena utilizzati e soprattutto a non tirare lo sciacquone dopo.



Un volantino/poster personalizzato in una campagna di Keep America Beautiful contro la sporcizia causata dai mozziconi di sigaretta.





Istruzioni nel dettaglio

TASK A

Gli studenti cominciano a esprimere le proprie impressioni sui messaggi visivi usati nelle campagne di divulgazione presentate. Annoteranno poi quelli che considerano i "fattori di successo" e cercheranno di incorporarli nella propria campagna nei limiti del possibile.

TASK B

Se gli studenti scoprono un basso livello di consapevolezza tra i loro compagni, in famiglia o nella comunità, potrebbero decidere di creare una campagna di sensibilizzazione. Prima di cominciare ad organizzare il loro lavoro, potrebbe esser loro utile ragionare sulle seguenti questioni:

- Specificare l'obiettivo della campagna: nasce per presentare le scoperte fatte, suggerisce idee o protesta contro le attività che minacciano l'ambiente?
- Qual'è il target ('bersaglio')? Sono gli amici, le altre scuole, il vicinato o la comunità più ampia? Perché il messaggio principale della campagna dovrebbe interessarli?
- A seconda del vostro gruppo target, varieranno gli strumenti comunicativi. Per un pubblico specifico e immediato come gli amici, potrebbe essere un approccio adeguato creare un info-board, fare una recita, organizzare una mostra o una presentazione a scuola. Per una campagna che invece mira a raggiungere tutta la comunità sarà necessario coinvolgere le autorità locali, le ONG, i media, ecc. Fare campagne sul web è un'altra opzione molto in voga.
- Una campagna di sensibilizzazione è una prova piuttosto insidiosa. Lavorare in gruppi piccoli, ognuno concentrato su un aspetto diverso della campagna può essere un buon modo per aumentarne l'efficienza. Per esempio, alcuni dei compiti che i diversi gruppi potranno assumersi sono:
 - Relazioni Pubbliche: questo gruppo contatterà i media, le autorità, ecc. Tenete presente che alcune organizzazioni di media potrebbero offrire spazi pubblicitari gratis, trattandosi di una questione di interesse pubblico.
 - Documentazione: questo gruppo raccoglie tutto il materiale necessario a sostenere la campagna, come ad esempio risultati di ricerche scientifiche, materiale visivo, legislazioni e norme in atto, ecc. Questo materiale verrà usato per preparare un comunicato stampa, una brochure o altro materiale informativo della campagna. Questo gruppo può anche proporre delle idee riguardo allo slogan, anche se sarebbe preferibile che la ricerca dello slogan ufficiale della campagna sia frutto di un brainstorming di tutta la classe.
 - Economia: questo gruppo prepara un budget per la campagna, immettendovi i costi di stampa, materiale promozionale, distribuzione, ecc. Inoltre cercheranno delle possibili fonti di finanziamento dal comune o dalle aziende locali.
 - Come si costruisce una campagna pubblicitaria? Spesso la campagna comincia o finisce con un evento aperto al pubblico come una mostra, un festival, uno spettacolo, ecc. Invitare una celebrità locale aumenterebbe la visibilità dell'evento.

