

DIRECCIÓN BACHILLERATO

EJE 4 – Unidad 4

COMPRENSIÓN LECTORA

El papel de las redes sociales en la conservación del medio ambiente

Las redes sociales se han convertido en la principal herramienta de todo tipo de organizaciones para trasladar¹ sus mensajes y atraer a adeptos a su causa. Así, son el canal perfecto para la difusión de políticas ambientales y la concienciación en esta materia. La compañía Adglow ha analizado el rol de estas plataformas como herramienta de movilización en todo el mundo.

A nivel mundial, el 68,3% de los usuarios de Internet también lo eran de redes sociales en 2016 y las cifras siguen aumentando. Ese mismo año, más de tres cuartas partes² de la población de Estados Unidos tenía un perfil en alguna red social y en España, el 86% de los internautas españoles de 16 a 65 años utilizan estas plataformas, lo que representa más de 19 millones de usuarios³ en nuestro país, según muestran los datos del último Estudio Anual de Redes Sociales de IAB Spain.

Frente a estas cifras, asociaciones y colectivos buscan la concienciación ambiental activamente en las redes sociales para difundir sus programas y movilizar a los usuarios. Entre las redes sociales que más utilizan estos colectivos se encuentran Facebook, Instagram y Twitter, dado el gran número de usuarios activos que las utilizan diariamente y el gran alcance que tienen las campañas publicitarias en estas plataformas. Según datos de Adglow, en los últimos años se ha experimentado un aumento de un 48% en las campañas publicitarias en redes sociales que buscan la concienciación ambiental de los usuarios.

Grandes organizaciones como Greenpeace han hecho de las redes sociales su canal para difundir sus campañas sociales. Esta ONG, fundada en 1971 en Vancouver, Canadá, ha sabido sacar provecho⁴ a las redes sociales para llevar a cabo⁵ multitud de campañas de concienciación medioambiental. Actualmente, Greenpeace cuenta con más de cinco millones de seguidores en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, que siguen a la organización para estar informados de las acciones que está llevando a cabo y mostrar así su apoyo a la misma. El éxito de las campañas de esta organización reside en que se centra en invitar a sus seguidores a que sean parte de la causa.

Los hashtags, es decir, el símbolo “#” que sirve para clasificar temáticamente nuestro contenido, también son un elemento importante para las organizaciones de este tipo en las redes sociales. En general, las plataformas sociales han sido de gran ayuda en la difusión de causas y proyectos ambientales, y es, a día de hoy, el mejor canal de movilización social.

1. transmettre ; 2. les trois quarts ; 3. Utilisateurs ; 4. tirer profit ; 5. mener à bien.

Fuente: corresponsables.com y Sirse, 08/08/2017

PREGUNTAS

Répondre en français aux questions suivantes :

1. Quel est le thème principal du texte ? **2 pts**
2. Quel rôle jouent les réseaux sociaux aujourd'hui ? **2 pts**
3. Que fait la compagnie Adglow ? **2 pts**
4. Vrai ou Faux? **2 pts**
 - 75% des américains possédaient un profil sur les réseaux sociaux.
 - Les Espagnols utilisent moins les réseaux sociaux que les Américains.
5. Quel type de campagne publicitaire est en augmentation ?
6. Que nous apprend le texte sur Greenpeace ? **4 pts**
7. Pourquoi les campagnes publicitaires de Greenpeace fonctionnent-elles bien ? **2 pts**
8. À quoi sert le symbole hashtag? **2 pts**
9. Quelles sont les principales plateformes de diffusion ? **2 pts**

EXPRESIÓN ESCRITA

Escribes un diálogo: estás mirando con un(a) amigo(a) el blog de un famoso influencer. Cada uno da su punto de vista en cuanto al contenido, las fotos etc.
(200 palabras)

*Écris un dialogue: tu regardes avec un(e) ami(e) le blog d'un influenceur connu. Vous donnez chacun votre avis sur le contenu, les images... que vous voyez.
(200 mots)*

EXPRESIÓN ORAL EN CONTINUO Y EN INTERACCIÓN

