

Brief premio joven talento EducaFestival 2017

¿Recreos felices?

El público Objetivo

- Target Primario: Docentes y cuidadores de patio de alumnos con edades entre 3 y 16 años.
- Centros centros privados, públicos y concertados.
- Target secundario: Director de los centros educativos y jefes de estudios.

Situación actual

- Aparentemente los recreos son momentos deseados por los alumnos al ser espacios de juego, esparcimiento y ocio para ellos. Sin embargo, esta descripción no siempre es así en la actualidad.
- Actualmente la integración de cada uno de los alumnos en los colegios en España es más compleja por las distintas realidades y circunstancias de cada uno de ellos.
- Dentro de la jornada escolar, los momentos en los que no hay una estructura clara que establezca “qué debo hacer” o “cómo debo relacionarme con los demás” son los momentos en los que los alumnos con menor integración suelen tener mayores dificultades.
- Es por ello, que una realidad donde se vive esto es en los recreos... algunos alumnos no quieren salir al patio o desean que el tiempo del recreo pase rápido porque están solos y no tienen con quien jugar.
- Cada vez es más complicado que no haya ningún alumno con la sensación de no querer ir al patio por sentirse rechazado o en problema con otros alumnos.
- Esta situación se agrava en los recreos de larga duración como por ejemplo en las horas de comida de los profesores y suelen ser encargados externos que se encargan de vigilar pero no de fomentar la integración lo suficiente en estos periodos.

Objetivo

- Realizar una campaña de sensibilización en la comunidad docente que ayude tener más presente la realidad de la integración de los alumnos en los recreos.
- Sensibilizar sobre la necesidad de lograr “más sonrisas en el centro” y conseguir “Recreos Felices.”
- El objetivo de fondo de la campaña es contribuir a una mayor integración de todos los niños.. alumnos que asisten a los colegios... y que genere iniciativas que cambien esto.

ASPECTOS A TENER EN CUENTA

- Deberá llegar a toda la comunidad educativa: Dirección del centro, jefes de estudios, profesorado, y personal de patio.
- Campaña integral que reúna distintos medios y soportes
- No sólo sensibilizar sobre esta necesidad sino también cambiar un hábito y lograr que la propia comunidad docente genere soluciones para fomentar “Recreos Felices” en su centro.
- La campaña deberá contribuir a que el público objetivo busque ideas creativas que ayuden a que todos los niños disfruten del patio... del juego... evitar las discriminaciones y la violencia de cualquier tipo.
 - + De fondo lo que se busca es que la campaña genere respuestas a:
 - ¿Cómo los profesores y personal de patio pueden fomentar eso desde clase y entre clases?
 - ¿Cómo lograr “Recreos Felices” en los que se pueda contribuir a la convivencia, reforzar habilidades sociales y afectivas, y disminuir los casos de bullying y exclusión de alumnos?

TONO DE COMUNICACIÓN

- Se tendrá en cuenta el ámbito de referencia en el que se desarrolla la campaña: la educación, siendo importante en éste los valores positivos, educativos y respetuosos en el tono utilizado en la campaña.

Timing:

- Campaña a realizar en el curso 2017 - 2018. Preferiblemente al inicio del curso pero no es estrictamente necesario.

Presupuesto:

- No hay restricción presupuestaria para una gran idea.
- Como término medio podemos indicar un presupuesto para toda la acción entre : 27.000 - 40.000 euros.
- Y por término medio:
 - + **Gráfica:** 5.000 euros
 - + **Acción online:** 10.000 - 15.000 euros
 - + **Piezas para comunicar en el centro:** 7.000 - 10.000 euros
 - + **Otras acciones:** 5.000 euros

ASPECTOS VALORABLES POR EL JURADO

- Grado de creatividad e innovación de la idea planteada.
- La estrategia desarrollada detrás de la idea.
- Una buena argumentación de la estrategia planteada y una correcta justificación de por qué se esperará una respuesta por parte del target.
- Forma de medir la respuesta de la campaña y de optimizarla.
- Grado de ejecución en cada centro educativo.
- ¿Es noticable la idea? Grado de viralidad de la misma.
- Buena ejecución y diseño de la misma.
- ¿Existe congruencia entre el copy y el visual de la misma? ¿Juntos elevan el concepto de la campaña?
- Mensaje transmitido y la forma de comunicarlo y hacerlo percibir.

EN DEFINITIVA, ¿QUÉ QUEREMOS QUE HAGAS?

- Queremos que crees una campaña que llegue a la comunidad docente y que integre tanto acciones online como offline. Puede ser ejecutable dentro o fuera del centro pero que genere un impacto en el mismo y un cambio de hábito en el público para que éste ayude a crear soluciones para lograr "Recreos Felices" en sus centros educativos de toda España.
- Como mínimo deberá incluir:
 - + Gráfica de campaña
 - + Acciones Online
 - + Piezas para comunicar en el centro.
 - + Presentación en formato pdf explicando y argumentando la estrategia creada. (Máximo 50 slides)

Fuentes de información complementarias

- <http://www.educacionresponsable.org/web/newsletters/enero-de-2017.html>
- http://www.lavozdegalicia.es/noticia/barbanza/2016/10/08/amenaza-recreo-bullying/0003_201610B8C2992.htm
- <http://www.abc.es/familia-padres-hijos/20140225/abci-conflictos-infantiles-colegio-201402211240.html>
- <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/761/371621P438lp.pdf;jsessionid=697953737B7C07196E4EE0C3EC516347?sequence=1>
- <http://www.lavanguardia.com/vida/20120312/54267238505/escuelas-limitan-balon-recreo-juegos.html>
- http://iesvalledelebro.educacion.navarra.es/web/index.php?option=com_content&view=article&id=1458:aprendi-endo-a-convivir-en-los-recreos&catid=1:latest-news
- http://www.lainformacion.com/educacion/instituto-Lleida-prohibe-alumnos-recreos_0_991102388.html
- <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/15259/14625>
- <http://www.educaweb.com/profesion/maestro-educacion-primaria-617/>

PREMIOS EDUCAFESTIVAL 2017
Calle Alcalá 265, oficina 10
28027 Madrid

Tel. 91 217 10 69
Participantes@educafestival.com
Info@educafestival.com