

SECUNDARIA 4º / BACHILLERATO

BLACK FRIDAY,
BLACK SATURDAY,
BLACK SUNDAY...

Unidad Didáctica
Ciencias Sociales

PARA MILLONES DE PERSONAS EN EL MUNDO
TODOS LOS DÍAS SON NEGROS



Nuestra forma de consumir afecta a las personas más vulnerables

CONSUMIR LO JUSTO DEPENDE DE TI



FICHA DEL PROFESORADO

Objetivos específicos

- Fomentar el consumo responsable y justo por parte de los alumnos/as.
- Desarrollar el análisis crítico ante la realidad de consumo internacional.
- Generar un compromiso con la sociedad como consumidores responsables.
- Ser conscientes y producir alternativas de consumo.
- Promover un cambio de actitud con respecto al consumo personal.
- Favorecer el pensamiento crítico y el cuestionamiento constructivo.

Contenidos

- Consumo responsable.
- Análisis de infografías y documentos gráficos.
- Comercio justo.
- Análisis de causas y consecuencias de nuestro consumo.
- Sensibilización de los alumnos/as en la elección de los productos a consumir.
- Toma de conciencia sobre las distintas estrategias usadas en el marketing.

Competencias básicas

- **Comp. Comunicación lingüística**
 - Adquirir un vocabulario básico relacionado con el lema (solidaridad, marketing, consumo responsable...)
 - Comp. Matemática
 - Usar herramientas matemáticas para analizar situaciones de consumo responsable (ej. Porcentajes).
- **Comp. Conocimiento e interacción con el mundo físico**
 - Analizar la acción del hombre y la utilización de recursos y personas identificando los problemas generados y valorando los ejemplos de uso responsable que aseguran su protección y cuidado.
- **Tratamiento de la información y competencia digital**
 - Tratar información de fuentes escritas, gráficas y audiovisuales procedentes de soporte en papel o de las tecnologías de la información y comunicación.
- **Comp. Social y ciudadana**
 - Acercarse a diferentes realidades sociales locales e internacionales.
- **Comp. Cultural y artística**
 - Apreciar el valor de la creación artística del alumnado.
 - Elaborar y difundir publicidad crítica (cartel, corto, poster...)

- **Comp. Para aprender a aprender**

- Construir una visión personal de los problemas derivados de la sociedad de consumo del primer mundo.
- Adoptar una forma de proceder ante dicha problemática.
- Aplicar razonamientos de distinto tipo ante las iniciativas comerciales y predecir sus efectos.

- **Comp. Autonomía e iniciativa personal.**

- Desarrollar iniciativas de toma de decisiones a la hora de realizar aportaciones en el grupo.
- Extraer conclusiones tras el análisis de la documentación aportada.

- **Comp. Espiritual**

- Sensibilizar al alumnado sobre las desigualdades, injusticias y problemas derivados del consumo.
- Reflexión personal y grupal sobre nuestros hábitos de consumo como causantes de las desigualdades sociales y económicas.

Temporalización

- Cuatro sesiones de 50 minutos. (ver desarrollo de la unidad).

Criterios de evaluación

- Identificar las consecuencias de la sociedad de consumo.
- Analizar las desigualdades económicas y sociales derivadas de nuestro sistema económico actual.
- Participar activamente en las distintas reflexiones.
- Exponer el resultado final (producto elaborado: cartel, cortos...)
- Valorar y apreciar la calidad, el sentido artístico y crítico de los trabajos realizados (concurso).

Desarrollo de la unidad

Sesión 1

Actividad 1 (aprox. 30 min-35 min.)

- Visualización del vídeo de documentos tv de radio televisión española “Consumo: el imperio de los sentidos”
<http://www.rtve.es/television/20131003/documentos-tv-consumo-imperio-sentidos/755040.shtml>
- El profesor seleccionará los contenidos que considere más apropiados para su grupo-clase.
- En el vídeo se hace un recorrido sobre los cinco sentidos:
- “Cada día recibimos miles de estímulos publicitarios y tomamos decisiones de compra pero... ¿Somos libres al tomar esa decisión? ¿Nos guían la razón y la consciencia al inclinarnos por un determinado producto? ¿Qué hacen marcas y tiendas para atraernos? ¿Cómo se activa lo que se conoce como el botón de compra?
- Marcas y empresas están cada día más interesadas en saber lo que ocurre en nuestro cerebro, ya que quien mejor lo conozca tendrá más ventajas frente a sus competidores en un mercado con una oferta torrencial.
- Las estrategias de venta de los últimos años apuestan por estimular los cinco sentidos de los consumidores, emocionarles con las marcas y convertir el acto de compra en una experiencia; algo que se conoce como marketing sensorial.
- Marcas, tiendas, expertos en marketing y neuromarketing, neurólogos, expertos en neurotecnología, psicólogos, consumidores, empresas de asesoramiento sensorial intervienen en este documental, que refleja cómo los sentidos y las emociones influyen, y mucho, en la decisión de compra.

Actividad 2 (20-15 min.)

- **Rutina de pensamiento**
 - Veo
 - ¿Qué hemos visto en el vídeo?
 - Pienso
 - ¿Qué piensas que significa lo que has visto?
 - Me pregunto
 - ¿Qué te preguntas en relación a lo que has visto?
- **Sugerencia: esta rutina se puede realizar entregando a los alumnos tres post-it de distintos colores asignando a cada color una parte de la rutina veo/pienso/me pregunto. Para realizar la puesta en común y visualizar el resultado final de todos los compañeros, los alumnos podrían leer en alto a la vez que pegan cada uno de los post-it en un mural.**

Sesión 2

Actividad 1 (aprox. 20-25 mins.)

- Partiendo del PowerPoint “Photo shoot” se llevará a cabo una reflexión colectiva sobre los siguientes temas: consumismo, consumo responsable, comercio justo, explotación laboral y explotación infantil. Con todas las ideas que surjan se elaborará un mapa mental en la pizarra.
- Estos son los enlaces de donde se han tomado las imágenes para el PowerPoint.

<http://www.expoknews.com/wp-content/uploads/2014/06/Consumo-responsable-Ropa.jpg>

<http://www.hipopotamo.com/blog2/wp-content/uploads/clueless-026-full.jpg>

<http://slowmotiv.com/wp-content/uploads/2014/01/a-womans-work.jpg>

<http://www.mediamarkt.es/static/Specials/campaigns/plan-renovator/img/header-post.jpg>

http://ichef.bbci.co.uk/news/ws/660/amz/worldservice/live/assets/images/2015/01/22/150122162846_workers_desmantling_e_waste_guiyu_china_624x351_johanneseiseleafpgettyimages.jpg

<http://holaxd.com/wp-content/uploads/2014/06/no-tengo-nada-que-ponerme-590x507.jpg>

<https://albertsales.files.wordpress.com/2012/11/sumangali.jpg?w=547>

http://www.muycanal.com/wp-content/uploads/2015/10/plan_renovar_smartphone_worten.jpg

<http://image.slidesharecdn.com/thebrazilianeconomyoctober2011-140216103859-phpapp01/95/the-brazilian-economy-recycling-who-pays-for-it-october-2011-12-638.jpg?cb=1392547166>

<http://media.treehugger.com/assets/images/2011/10/recyclebank-recycling-program-heading-europe.jpg>

<http://www.nustreamgraphic.com/wp-content/uploads/2015/10/recycling-ink-cartridges-pays.jpg>

http://www.matchfitsports.co.uk/uploads/IMG_2629small.jpg

<https://fragmentsdevida.files.wordpress.com/2013/11/zapatillas-rotas.jpg>

<http://1.bp.blogspot.com/-MmKJ-NZ-rX0/TwSYOApeFbI/AAAAAAAAAD4/sksquHooiDE/s1600/TEMA%2B8.jpg>

<https://generacionbasura.files.wordpress.com/2015/03/basura-playa-guibia-9.jpg>

http://www.ico-spirit.com/uploads/images/news/recycling_pays.jpg

<http://blogs.lavozdegallicia.es/nomepidancalma/files/2014/07/Camiseta-desglose-gastos.jpg>

http://m1.paperblog.com/i/186/1867669/vineta-homenaje-victimas-del-desastre-banglad-L-bm3_xH.jpeg

<http://www.audistico.es/archivos/Consumistas.gif>

<http://cdn3.upsocl.com/wp-content/uploads/2015/05/fash-rev2.jpg>

<https://letiroirdubonton.files.wordpress.com/2012/04/unicef29my.jpg>

<http://www.risasinmas.com/wp-content/uploads/2014/04/Consumismo-600x480.jpg>

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/comercio-justo.jpg>

<http://i0.wp.com/www.radioactividadgranada.com/wp-content/uploads/2015/01/Felicidad->

[Marchas-Dignidad.jpg](#)

<http://territoriomarketing.es/wp-content/uploads/2014/06/consumo-responsable-1.jpg>

<http://blogs.gestion.pe/e/anunciasluegoexistes/023-consumismo2.jpg>

http://necesitodetodos.org/wp-content/uploads/2012/04/381335_321597791197995_284966948194413_1118601_791366667_n.jpg

<http://sd.keepcalm-o-matic.co.uk/i/keep-calm-and-unete-al-cambio.png>

- Música del PowerPoint: Laurent Wolf “No stress”.

Actividad 2 (20-25 mins.)

CUESTIONARIO MATERIALES SED.

1. Te consideras un consumidor responsable.
2. alguna vez has sido consciente de la manipulación a la que nos someten las grandes marcas para fomentar nuestro consumo.
3. En muchas ocasiones, compramos cosas que no necesitamos, simplemente por moda, tendencia,... ¿Cuál es la última cosa que has comprado?
4. Crees que somos conscientes de lo manipulados que estamos a la hora de comprar.
5. Conoces el comercio justo.
6. Sabes que existen productos de comercio justo en todas las ciudades y no son mucho más caros.
7. Estás de acuerdo con esta afirmación: “Para que nosotros podamos comprar a un precio determinado, debe existir una persona que produzca la materia prima y la transforme a un precio mucho más bajo y eso genera diferencias sociales cada vez mayores entre el llamado primer mundo y tercer mundo”.
8. Creo que ya que no quedan fábricas textiles que utilicen mano de obra infantil.
9. La única diferencia entre una camiseta Adidas y una sin marca es la calidad de la prenda.
10. Sabes que detrás de muchas de las grandes marcas hay trabajo en un régimen cercano a la esclavitud.
11. Las mujeres son las más perjudicadas en la producción textil porque gran parte de la mano de obra es femenina.
12. Sabrías decir (sin mirarlo) donde fue fabricada la ropa que llevas puesta.
13. Imagina la fábrica donde fue producida una prenda de ropa que llevas puesta, ahora... di la primera palabra que surja de tu mente.
14. Cuantas veces al año compras ropa.
15. Te consideras un chico/a que viste a la moda y que le gusta vestir a la última.
16. Que haces con tu ropa usada que no está rota ni desgastada.
17. Sabes que hay organizaciones que reciclan esa ropa.
18. Nombra alguna de esas organizaciones que reciclan o reutilizan esa ropa.

Creemos que dentro de la nueva metodología del cambio en la forma de dar clase y de llegar a nuestros alumnos y alumnas podríamos utilizar una aplicación muy sencilla, intuitiva y practica

como es <https://www.mentimeter.com/> ya que nos permite crear cuestionarios online con varios tipos de preguntas (respuesta múltiple, nube de palabras, graficas, escalas,...) y que los alumnos y alumnas pueden resolver fácilmente a través de sus móviles entrando en el cuestionario habilitado para tal fin. Puedes darte de alta a través de facebook, con una cuenta de google o incluso en la misma página.

Una vez creado el cuestionario, la página te dirige a una dirección y te da un código para introducir y empezar a responder las preguntas de tal manera que puedes ver los resultados al instante.

Sesión 3

Actividad 1

- En esta sesión se realizarán los proyectos para el concurso que se detalla a continuación:

CONCURSO SED Y EL CONSUMO JUSTO

1. Tema

El tema central del concurso es **Nuestra forma de consumir afecta a los más vulnerables. Consumir lo justo depende de ti.** Durante toda la semana que se dedica a poner en práctica las unidades didácticas específicas para Sed, *(indicamos la fecha en que se elaborarán)* aprenderemos y conoceremos más sobre la necesidad de tener un consumo responsable. A través de las artes (cartel, video, canción), nuestra intención es incitar al alumno a plasmar la importancia que tiene para toda la sociedad tomar conciencia del tema. En esta ocasión, la modalidad de participación es grupal para fomentar el trabajo grupal.

2. Participantes

El concurso está enfocado hacia los alumnos de 4º de la ESO y Bachillerato.

3. Modalidad

Se plantean tres modalidades de concurso:

- “Sinfonía de una firma”: En esta modalidad los participantes formarán grupos de no más de cinco alumnos y realizarán una composición musical, (máximo 60 segundos) sobre el título propuesto. El planteamiento del concurso se realizará a nivel de cada clase y el profesor se encargará de la selección del jurado así como de la recogida de trabajos.

¿Por qué hemos elegido este título? Hemos asociado un término del lenguaje musical con lo que tratamos el miércoles pasado, las marcas y las firmas que trabajan en el tercer mundo. Otros posibles títulos para esta modalidad podrían ser “Silencio de una firma” teniendo en cuenta que el silencio también es un elemento del léxico musical; o “Sinfonía del silencio”, siguiendo el mismo criterio que los otros dos títulos, pero con el término silencio con una doble interpretación, por un lado, como perteneciente al léxico musical y por otro, haciendo referencia al silencio de la sociedad, aun sabiendo cómo es la manufactura de determinadas marcas.

- “Copia cero”: Hemos elegido el título, teniendo en cuenta que copia cero es la primera versión de una película ya montada y que se usa para corregir densidades de luz y otros aspectos fotográficos”. En este sentido, proponemos a los alumnos a realizar un video motivándoles a que sean ellos los que ayuden a corregir los aspectos de la sociedad de consumo.

En esta modalidad, los participantes formarán grupos de no más de cinco alumnos y realizarán un pequeño video casero de no más de un minuto sobre el título propuesto. El

planteamiento del concurso se realizará a nivel de cada clase y el profesor se encargará de la selección del jurado así como de la recogida de trabajos.

- c. "Luz y sombra de una marca": ¿En esta modalidad, los participantes formarán grupos de no más de cuatro personas y realizarán un cartel o poster dimensiones? Sobre el título propuesto. El planteamiento del concurso se realizará a nivel de cada clase y el profesor se encargará de la selección del jurado así como de la recogida de trabajos. Las luces y sombras son elementos de las composiciones de los cuadros y he seguido el mismo criterio que en las otras modalidades para buscar un título; como veis tenemos un doble significado en las luces y sombras.

4. Calendario:

Fecha de inicio del concurso: (...)

Admisión de obras:

Los trabajos deberán ser enviados a la siguiente dirección de correo:

comunicacion@sed-ongd.org

5. Derechos

Los participantes deben ser los únicos titulares de los derechos de autor de las obras enviadas.

Los participantes ceden los derechos de las obras presentadas a la entidad organizadora la cual podrá hacer uso de las mismas en cuantas publicaciones estime oportunas.

6. Premios

El fallo del jurado se comunicará a los premiados por correo electrónico y se hará público mediante la página Web de Club SED Junior y la página de SED.

1º Premio (...)

2º Premio (...)

3º Premio (...)

7. Jurado:

El profesor será el encargado de jurado y de la recogida de trabajos.

Las decisiones del jurado son inapelables.

8. Otros.

En todos los vídeos que se realicen por el alumnado o el profesorado se tendrá en cuenta la normativa reguladora del derecho a la imagen y la protección de la infancia en España.

SED se reserva el derecho a modificar en cualquier momento las bases del presente concurso, incluso su posible anulación antes de que se haga público qué participantes han resultado premiados, siempre que exista una causa justa.

La participación en este concurso implica la total aceptación de estas bases.

Sesión 4

Se llevarán a cabo la presentación de los trabajos hechos por los alumnos.