

[illegible]

Tutorials

Guanyes tu, guanya el planeta i guanya tothom.



NO FORMAL / Adolescents

PROFESSORAT

Introducció de la temàtica

Des de fa uns anys les campanyes d'educació per al desenvolupament dutes a terme en els nostres centres escolars tenen un denominador comú: el consum responsable, enfocat des de diferents punts de vista (l'alimentació, el medi ambient, la moda, etc.). Hem vist com els drets de milions de persones es vulneren com a conseqüència dels nostres patrons de consum, principalment els de les societats que vivim en països enriquits.

En aquest curs **volem ser propositius**, convidant a l'alumnat de les nostres escoles a dur a terme una **vida senzilla** amb la qual gaudir de valors i experiències que no girin en exclusiva al voltant del consum, per no danyar el medi ambient ni perjudicar les condicions de vida d'altres persones al món.

Ens hem acostumat a saturar el nostre temps amb entreteniments sofisticats o carregats d'adrenalina que causen estrès i generen residus, traslladant aquest model de vida a la infància. Sembla que estem oblidant com gaudir del nostre temps d'oci, dels plaers senzills de la vida.

Durant aquest curs volem traslladar al nostre alumnat que hi ha una altra forma de viure i gaudir del nostre temps lliure, que aprofundeix en valors com el **respecte**, la **solidaritat**, la **convivència**, la **senzillesa** o el **contacte amb la natura**.



Objectiu general de les tutories

Reflexionar sobre a què dediquem el nostre temps lliure i desenvolupar la capacitat d'optar per alternatives de lleure no consumistes i que no vulneren els drets humans i ambientals.

ACTIVITATS

Activitat 0. [vídeo central de campanya - JOVES]: On és la felicitat?

Temes que tracta: Materialisme, consum, senzillesa i austeritat

Tiempo estimado: 50'

Tipus d'activitat: Role-playing de reflexió sobre el vídeo

Resum: Després de visionar el vídeo, es tracta que una sèrie de grups esculli un anunci publicitari d'una revista, assumeixi un paper d'agents publicitaris i es prepari una acció de màrqueting per seduir amb aquell producte a la resta de la classe. De l'exageració de la venda en sortirà la reflexió de l'allau de missatges publicitaris que reclamen a diari la nostra atenció, sovint per a quelcom trivial que no necessitem. El contrast entre el vídeo i l'exercici de convenciment que volen aconseguir els agents publicitaris, posen en relleu on rauen veritablement les coses importants de la vida.

Objetius:

- Reflexionar sobre la voluntat manipuladora de la publicitat
- Determinar què resulta important i què no a la nostra vida

Material: Unes 20-30 revistes, tisores per a cada alumne, paper, cola i retoladors

Instrucciones: Després de veure el vídeo...

- Primer dividirem el grup en 3 o 4 persones i es repartiran les revistes a l'atzar (2 o 3 revistes per grup).
- Cada grup buscarà l'anunci que els interessi més. Retallará aquell anunci i l'enganxará sobre paper per tal de fer una presentació en públic.
- Altres papers podran servir als grups per aportar altres dades que ajudin a vendre el producte (per exemple gràfics, dades, o altres imatges de les revistes)
- Dedicarem 15 minuts a preparar el nostre anunci, que haurà de ser presentat en només 1 minut. Per tant, cal escollir molt bé els missatges seductors perquè es vendrà un producte en el temps que dura un teleanunci.
- El darrer espai de la Tutoria ha de servir perquè l'aula s'expressi sobre el següent:
 - Què ens ha semblat el vídeo?
 - Com ens hem sentit representant l'anunci després de veure el vídeo?
 - Pensem i sentim ara diferent després d'aquesta Tutoria?



Activitat 1. NECESSITATS CREADES VS. NECESSITATS REALS

Temes que traca: Consumisme

Temps estimat: 10'

Tipo de actividad: Lectura, visualización video y debate

Resum: En aquesta activitat es comença llegint un text, a continuació es visualitza un vídeo d'uns grans magatzems i s'acaba amb un debat reflexiu al voltant del consum.

Objectius:

- Reflexionar sobre a què dediquem el nostre temps lliure i desenvolupar la capacitat d'optar per alternatives d'oci no consumistes i que no vulnerin els drets humans.
- Adquirir una consciència crítica davant els missatges publicitaris que inciten al consumisme.

Material:

- Ordinador
- projector
- vídeo

Instruccions:

Comença la sessió amb el següent text i vídeo:

"Necessites vestir roba de marca per saber qui ets. Necessites una casa en propietat per sentir-te segur. Necessites un tot terreny per pensar que pots anar on vulguis. Necessites tenir un cos "perfecte" per sentir-te visible davant dels altres. Necessites tenir diverses targetes de crèdit per fer-les servir a manera de teràpia quan et sents deprimit. Necessites demostrar el què sents comprant alguna cosa i regalant. Necessites anar-te'n lluny en els teus 30 dies de vacances per pensar que va merèixer la pena treballar a preu fet els 11 mesos restants de l'any. Necessitem que segueixis necessitant!"

www.youtube.com/watch?v=UnQ3NVBqsuE (es tracta d'un spot publicitari d'uns grans magatzems nord-americans)

S'obre el debat amb les següents preguntes:

- Quin és el principal motiu de compra que es presenta en l'espot publicitari?
- Consideres que les persones de l'anunci realment necessiten els objectes adquiriran? Els servirà per ser més feliços en el seu temps lliure?
- Segons el text... qui necessita que es mantingui un elevat nivell de consum? Quines eines s'utilitzen per tal que pensem que necessitem consumir per ser feliços?



Activitat 2. UN ANUNCI HO EXPLICA TOT?

Temes que tracta: Hàbits de consum

Temps estimats: 10'

Tipus d'activitat: Reflexió a partir d'imatge

Resum: A partir d'una imatge, es reflexionarà sobre cap a on està avançant la nostra indústria i els nostres hàbits de consum. Llavors es llegirà una notícia que recull una sèrie de tuits i es proposarà als adolescents de treure un eslògan.

Objectius:

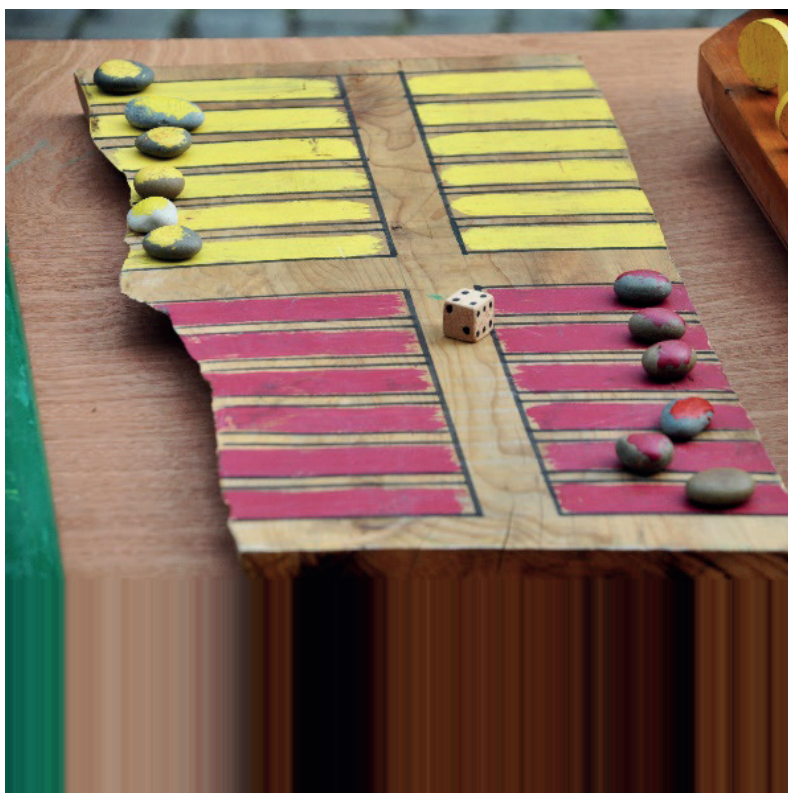
- Adquirir una consciència crítica davant dels missatges publicitaris que inciten al consumisme.
- Motivar la proposta d'alternatives d'oci que no impliquin consumisme.
- Reflexionar sobre a què dediquem el nostre temps lliure i desenvolupar la capacitat d'optar per alternatives d'oci no consumistes i que no vulnerin els drets humans.

Material:

- Imatge
- Notícia del diari ABC

Instruccions:

Es presenta als participants la següent imatge i se'ls demana que, de manera individual i per torns, expressin la seva opinió sobre la mateixa. A la imatge es mostren unes mandamines pelades i envasades que es venien en un supermercat de Londres.



Després de cinc minuts de diàleg, el dinamitzador proposarà, a manera d'eslògan, la frase amb la qual aquest producte va ser compartit en xarxes socials: "Si la naturalesa fos capaç de trobar una manera de cobrir aquestes mandarines, no hauríem de gastar tant de plàstic en això".

Quins sentiments ens susciten? En el nostre temps lliure i oci, ¿tenim en compte que siguin productes que respecten els drets humans i el medi ambient, o anem al que és fàcil?

A continuació es llegirà la següent notícia relacionada amb aquest producte i la polèmica que va sorgir a les xarxes socials al respecte:

Indignació a Twitter per unes mandarines pelades (ABC.ES / Madrid. 2016.03.05)

La imatge en qüestió que va generar aquesta alarma, va ser publicada el passat 3 de març per la usuària Nathalie Gordon. La foto ha rebut gairebé 90.000 'm'agrada' i va ser compartida per més de 100.000 persones a Twitter, provocant un agitat debat on-line on es qüestionava fins a quin punt s'ha de tolerar que s'alterin aliments tan primaris.

«Si la naturalesa fos capaç de trobar una manera de cobrir aquestes mandarines, no hauríem de gastar tant de plàstic en això», ironitzava la usuària en el seu tuit, on feia broma sobre la quantitat d'envasos de plàstic malgastats gràcies a aquest «gran invent» de la cadena d'aliments. [...].

Milers de persones es van fer ressò de la notícia i no van dubtar a deixar la seva opinió. «Hem arribat a ser tan mandrosos i bojos que ni tan sols podem pelar una mandarina?», Pregunta una de les usuàries de Twitter a la imatge de Nathalie. «Estic irritat per la mandra de la gent. Aquest tipus de persones estan arruinant el planeta», va continuar dient un altre.

Tal va ser l'enrenou generat, que aquell mateix dia la cadena va reaccionar a la polèmica reconeixent la seva enorme error per mitjà també de Twitter, i va dir: «Sens dubte reconeixem l'error. Aquestes mandarines ja han estat retirades. Els hem escoltat i deixarem les mandarines amb la seva presència natural: amb la pell».

Després de considerar la perspectiva introduïda per aquesta notícia, s'anima els participants a que, de forma individual, proposin un anti-eslògan per a aquestes mandarines en què es ressaltin les repercussions mediambientals d'aquest envasat.

Activitat 3. DISENYEM LA NOSTRA PRÒPIA CAMPANYA

Temes que tracta: Publicitat i consumisme

Temps estimat: 30'

Tipus d'activitat: Creació de campanya

Resum: Després d'una introducció sobre què és la publicitat i què busca, i sobre el consumisme, es faran diferents grups que hauran de crear la seva pròpia campanya, que finalment presentaran

Objectius:

- Desenvolupar la creativitat i fomentar el treball en grup a través del disseny de propostes d'oci alternatiu.
- Adquirir una consciència crítica davant els missatges publicitaris que inciten al consumisme.
- Motivar la proposta d'alternatives d'oci que no impliquin consumisme.

Material:

- Cartolines
- Colors i retoladors

Instruccions:

Per enllaçar amb l'activitat anterior, el dinamitzador explica que la principal finalitat de la publicitat comercial és incrementar la venda d'un producte per augmentar els beneficis dels productors. Cal destacar que en alguns casos, a més, les estratègies publicitàries redueixen al ciutadà al seu paper de consumidor, de manera que creen impulsos de consum i de compra de productes que realment no es necessiten.

Però no són les úniques campanyes que existeixen. Hi ha altres on la finalitat no és la venda d'un producte sinó fer partícip a les persones de problemes socials o mediambientals sobre els quals cal prendre consciència. Aquestes campanyes de sensibilització utilitzen les mateixes eines del llenguatge publicitari però amb una finalitat diferent. Per tant les imatges, els eslògans o frases atractives, així com els mitjans de difusió, poden ajudar a transmetre valors no consumistes.



A continuació, destacar que també hi ha algunes campanyes la finalitat de les quals no és la venda d'un producte, sinó fer partícips a les persones de problemes socials o mediambientals sobre els quals han de prendre consciència i de com poden utilitzar el seu temps lliure per millorar aquests problemes (aquí pot introduir el tema del voluntariat, l'oci sa ...) Aquestes campanyes, denominades de difusió i sensibilització, utilitzen les mateixes eines del llenguatge publicitari, però amb una finalitat diferent. Per tant, les imatges, els eslògans o frases atractives, així com els mitjans de difusió, poden ajudar a transmetre valors no consumistes

Com a exemple d'aquestes campanyes de sensibilització, es divideix la classe en 4 o 5 grups i es demana a cada grup que pensi en una activitat d'oci alternatiu, que no impliqui una actitud consumista, per als divendres a la tarda. Cada grup haurà de dissenyar una campanya publicitària que inclogui:

- Un nom o títol descriptiu de l'activitat d'oci proposta
- Una imatge atractiva que representi la seva proposta (podran dibuixar, fer un collage si prèviament s'han preparat materials per a això...)
- Un eslògan per difondre la seva campanya
- Un resum de les principals avantatges de la seva proposta d'oci alternativa
- Un breu pla de difusió (poden ser cartells enganxats al centre, un perfil de Facebook ...)

Cada grup disposarà de 20 minuts per elaborar la seva pròpia campanya en una cartolina. Posteriorment, s'exposarà breument a la resta de la classe. Si vol, algun grup pot teatralitzar, a manera d'anunci televisiu, la campanya dissenyada. Imaginació al poder!

Un cop exposades les diferents propostes, es pot valorar la viabilitat de posar en pràctica les activitats dissenyades per a cada un dels grups en successives setmanes.

ANNEXOS

Annex 1. AVALUACIÓ DE L'ACTIVITAT

En cas de voler avaluar aquesta activitat, proposem que s'observi la participació i implicació de l'alumne a partir d'aquests tres ítems:

ÍTEMS	EX	N	B	S	I
• El comportament ha estat adequat tant individualment com en grup cooperatiu?					
• Ha mostrat interès en les activitats?					
• S'ha implicat en les activitats?					