

# Consumidores comprometidos

El texto no literario al servicio del ciudadano del s.xxi



FUNDACIÓN  
BOTÍN

## Guía de lectura

Este recurso forma parte de *Educación Responsable*, un programa educativo de la Fundación Botín que favorece el desarrollo emocional, social y creativo, promueve la comunicación y mejora la convivencia en los centros escolares a partir del trabajo con docentes, alumnado y familias.

Los recursos de *Educación Responsable* permiten trabajar las siguientes variables: identificación y expresión emocional, empatía y autoestima (desarrollo afectivo); autocontrol, toma de decisiones y actitudes positivas hacia la salud (desarrollo cognitivo); habilidades de interacción, autoafirmación y oposición asertiva (desarrollo social) y la creatividad.

---

### CRÉDITOS

**Produce** · Fundación Botín  
**Contenidos** · Araceli Calzado Roldán  
**Diseño y maquetación** · Baixa Studio

**Edición**  
Fundación Botín 2021  
Pedrueca 1, 39003 Santander  
© Fundación Botín, 2021  
© de los textos: sus autores  
© de las ilustraciones: sus autores


<b>Presentación</b>	5
<b>Introducción</b>	6

## 01 La sociedad de consumo

11

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Objetivo número 12

<b>Antes de la lectura</b>	12
1. Todos somos consumidores	12
2. Encuestas sobre hábitos de consumo	12
3. De lo necesario a lo superfluo	13
<b>Durante la lectura</b>	14
4. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	14
5. El consumo responsable	14
6. Glosario	15
<b>Después de la lectura</b>	15
7. Moda ¿sí, no o moderadamente?	15
8. Investigación	16
9. <i>Influencers</i> por un día	17



## 02 La publicidad

18

Anuncios publicitarios

<b>Antes de la lectura</b>	19
1. Rodeados de publicidad	19
2. Clases de anuncios	19
3. En busca del mejor eslogan	21
<b>Durante la lectura</b>	22
4. ¿Eres observador?	22
5. En un mundo digital	23
6. Una mirada crítica	23
<b>Después de la lectura</b>	24
7. Anuncios turísticos	24
8. Tu propio folleto	24
9. Tres, dos, uno... ¡Acción!	25



## 03

### Derechos y deberes del consumidor

26

Infografía sobre el Día Mundial de los Derechos del Consumidor

#### Antes de la lectura

26

1. De compras
2. Comprar sin salir de casa
3. Productos de km 0
4. Día Mundial de...

26

27

27

28

#### Durante la lectura

5. Derechos que nos protegen
6. Bien informados
7. Derechos... y también deberes

29

29

29

30

#### Después de la lectura

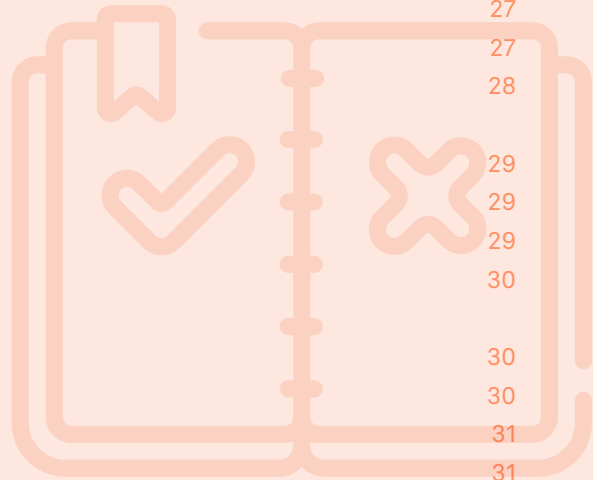
30

8. Consumidores unidos...
9. Hoja de reclamaciones
10. Crea tu propia infografía

30

31

31



## 04

### El consumo de información

32

Cómo detectar una noticia falsa

#### Antes de la lectura

1. La era de la desinformación
2. Puntos de vista
3. ¿Información u opinión?

34

34

34

35

#### Durante la lectura

4. Romper las cadenas
5. Compruébalo tú mismo
6. La hora de la verdad

36

36

36

37

#### Después de la lectura

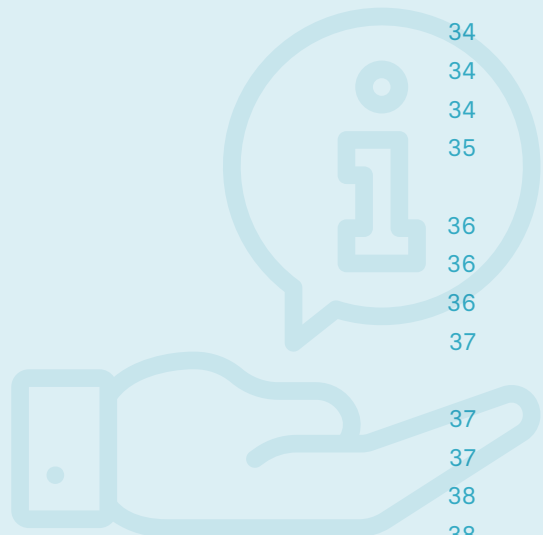
7. El lenguaje inclusivo
8. La libertad de expresión
9. Auténticos periodistas

37

37

38

38



### Para leer y saber más

40

# Presentación

**Esta guía es un instrumento que pretende facilitar al educador<sup>1</sup> su labor en relación con el proceso de lectoescritura y el fomento de la competencia comunicativa con sus cuatro ejes: comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral y expresión oral. En ella se ofrecen diversas propuestas de actividades que además colaboran al desarrollo emocional, cognitivo, social y creativo del alumnado al mismo tiempo que facilitan el avance en otras competencias clave.**

Sabemos que la lectura puede movilizar sentimientos, recuerdos, emociones y nuevas ideas que hacen que el lector incremente su desarrollo personal y, en este sentido, resulta imprescindible la figura de un educador que lleve a cabo diferentes estrategias dirigidas a reconocer y analizar el contenido de los textos. Las actividades propuestas aportan material de reflexión y valoración sobre los textos seleccionados, que en este caso son no literarios y están relacionados con el consumo responsable.

El objetivo es favorecer el diálogo entre el lector y el texto, razonando sobre las diferentes ideas que transmiten y los sentimientos que movilizan y relacionando todo ello con el mundo emocional del lector. El papel del educador conlleva entusiasmo y responsabilidad, al ser el primer interesado en mejorar y potenciar las relaciones entre el lector y los textos y en poder ayudar a la creación de ciudadanos comprometidos.

La estructura de esta guía de lectura señala tres momentos esenciales en la labor del docente. El primero facilita, por una parte, la motivación previa al contacto con el texto propuesto y, por otra, pretende promover unas competencias personales y sociales (identificación y expresión emocional, empatía, autoestima, toma de decisiones responsable y habilidades sociales, en-

tre otras), a través de las propuestas para «Antes de la lectura». A continuación, en la sección «Durante la lectura», se proponen actividades para desarrollar de forma paralela a la lectura de los diferentes textos de cada sección, incluyendo también la expresión oral y escrita. Las propuestas de esta fase están relacionadas con los textos y responden tanto al desarrollo emocional, cognitivo, social y creativo de los lectores como al refuerzo del hábito lector. Además, se ha de fomentar el intercambio de opiniones y la participación en las actividades, algunas de las cuales deben utilizarse, si el profesor lo cree conveniente, en función de las reacciones y los intereses del alumnado. Finalmente, en «Después de la lectura» se realizan propuestas para resumir los principales aspectos desarrollados en las actividades anteriores, siendo el objetivo primordial reforzar los aprendizajes emocionales y las competencias personales y sociales que se han trabajado en fases anteriores, para intentar facilitar su transferencia a la vida cotidiana. Todo ello avanzando al mismo tiempo en los contenidos curriculares propuestos.

La guía de lectura solo es un instrumento en las manos del educador para reforzar el hábito lector y la competencia comunicativa de su alumnado y ayudar a su desarrollo emocional, cognitivo, social y creativo. Este es el fin de las actividades que se proponen y que esperamos se pueda conseguir.

<sup>1</sup> A fin de agilizar la lectura usaremos a lo largo del documento algunas figuras en masculino, pero naturalmente, se alude con ellas a ambos géneros.

## Los alumnos como consumidores comprometidos

El programa *Educación Responsable* ha seleccionado una serie de textos no literarios de carácter variado, que tienen como hilo conductor el consumo responsable, como vía para facilitar el desarrollo emocional, social y creativo del alumnado de Educación Secundaria Obligatoria por distintas razones:

- No entendemos una *Educación Responsable* sin una educación en el consumo responsable, la sostenibilidad y la exigencia ciudadana. Inmersos en la sociedad de consumo y en la era de la información, rodeados de publicidad y expuestos a las redes sociales desde muy pequeños, los adolescentes y los jóvenes necesitan formarse para interactuar de manera crítica con todos los medios que tienen a su alcance.
- Dada la amplia oferta de textos literarios que ofrece el programa *Educación Responsable*, hemos optado en esta ocasión por introducir otro tipo de textos, no literarios, en diferentes formatos, relacionados con la vida cotidiana (social, académica, administrativa, digital...) del alumnado para complementar la propuesta y dar respuesta al variado tipo de lectores de la *Red de Centros ER*.
- Los textos propuestos y las actividades sugeridas servirán para potenciar la competencia en comunicación lingüística y la plurilingüe. Se trabajarán los cuatro ejes de la comunicación: comprensión lectora, expresión escrita, comprensión oral y expresión oral.
- La competencia digital es clave en este material, con la introducción de formatos y elementos cercanos al mundo digital cotidiano del alumnado (webs, realidad aumentada, redes sociales...). Se trabajará de manera especial la desinformación, la búsqueda y selección de información

de forma crítica y la responsabilidad en el uso de Internet.

- La explotación de textos de la vida cotidiana, académica, administrativa, etc. (tanto el texto principal de cada sección como los que se creen o interpreten en las actividades), así como el tipo de ejercicios planteados, potenciarán también la competencia personal, social y de aprender a aprender; la competencia emprendedora; la ciudadana y la competencia en conciencia y expresión cultural.

En definitiva, tenemos en nuestras manos una herramienta que, de forma lúdica, nos va a ayudar al desarrollo emocional, cognitivo y social de nuestro alumnado potenciando al mismo tiempo su creatividad y avanzando en el proceso de lectoescritura.

En estas páginas, el docente encontrará una serie de actividades que le servirán de guía y apoyo para su trabajo como mediador entre los textos propuestos relacionados con el consumo comprometido y los lectores de Educación Secundaria Obligatoria. Las actividades planteadas servirán para trabajar habilidades como la identificación y expresión emocional, la autoestima y la empatía, entre otras.

Se contemplan los distintos soportes de lectura que utiliza el alumnado en su vida diaria con el fin de poder llegar a aquellos lectores más remisos.

La guía debe entenderse como una propuesta lúdica y flexible, que se presenta organizada en seis apartados: tras esta introducción, se ofrecen cuatro secciones o bloques temáticos (*La sociedad de consumo*, *La publicidad*, *Derechos y deberes del consumidor*, *El consumo de información*), en los que se describen las actividades, estructuradas en tres momentos: *antes*, *durante* y *después de la lectura*. Por último, en el sexto apartado se sugiere webgrafía, para leer y saber más.

El docente también encontrará que cada una de las actividades propuestas trabaja alguna de las variables del programa *Educación Responsable* de la Fundación Botín, como puede verse de manera resumida en la siguiente tabla.

## 01. La sociedad de consumo

ACTIVIDAD	VARIABLES
<b>Antes de la lectura</b>	
<b>1. Todos somos consumidores</b>	<i>Habilidades de autoafirmación Actitudes positivas hacia la salud Habilidades de interacción</i>
<b>2. Encuestas sobre hábitos de consumo</b>	<i>Autocontrol Habilidades de interacción Empatía Creatividad</i>
<b>3. De lo necesario a lo superfluo</b>	<i>Toma de decisiones responsable Actitudes positivas hacia la salud Autoestima</i>
<b>Durante la lectura</b>	
<b>4. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)</b>	<i>Empatía Habilidades de autoafirmación</i>
<b>5. El consumo responsable</b>	<i>Empatía Toma de decisiones responsable Actitudes positivas hacia la salud</i>
<b>6. Glosario</b>	<i>Creatividad</i>
<b>Después la lectura</b>	
<b>7. Moda ¿sí, no o moderadamente?</b>	<i>Autoestima Habilidades de oposición asertiva Identificación y expresión emocional Toma de decisiones responsable</i>
<b>8. Investigación</b>	<i>Creatividad Habilidades de interacción Habilidades de autoafirmación</i>
<b>9. Influencers por un día</b>	<i>Creatividad Autocontrol Habilidades de interacción Tomo de decisiones responsable</i>

## 02. La Publicidad

ACTIVIDAD	VARIABLES
<b>Antes de la lectura</b>	
<b>1. Rodeados de publicidad</b>	<i>Habilidades de autoafirmación Habilidades de interacción</i>
<b>2. Clases de anuncios</b>	<i>Toma de decisiones responsable Actitudes positivas hacia la salud</i>
<b>3. En busca del mejor eslogan</b>	<i>Actitudes positivas hacia la salud Habilidades de interacción Habilidades de autoafirmación Creatividad</i>
<b>Durante la lectura</b>	
<b>4. ¿Eres observador?</b>	<i>Empatía Habilidades de autoafirmación Autoestima</i>
<b>5. En un mundo digital</b>	<i>Creatividad Toma de decisiones responsable Habilidades de interacción</i>
<b>6. Una mirada crítica</b>	<i>Creatividad Toma de decisiones responsable Actitudes positivas hacia la salud</i>
<b>Después de la lectura</b>	
<b>7. Anuncios turísticos</b>	<i>Creatividad Empatía</i>
<b>8. Tu propio folleto</b>	<i>Autoestima Empatía Identificación y expresión emocional Creatividad</i>
<b>9. Tres, dos, uno... ¡Acción!</b>	<i>Identificación y expresión emocional Autocontrol Habilidades de interacción Habilidades de autoafirmación Creatividad</i>



## 03. Derechos y deberes del consumidor

ACTIVIDAD	VARIABLES
<b>Antes de la lectura</b>	
<b>1. De compras</b>	<i>Identificación y expresión emocional</i> <i>Habilidades de autoafirmación</i> <i>Habilidades de interacción</i> <i>Toma de decisiones responsable</i>
<b>2. Comprar sin salir de casa</b>	<i>Toma de decisiones responsable</i> <i>Habilidades de autoafirmación</i> <i>Habilidades de interacción</i> <i>Identificación y expresión emocional</i>
<b>3. Productos de km 0</b>	<i>Toma de decisiones responsable</i>
<b>4. Día Mundial de...</b>	<i>Empatía</i> <i>Habilidades de autoafirmación</i>
<b>Durante la lectura</b>	
<b>5. Derechos que nos protegen</b>	<i>Empatía</i> <i>Creatividad</i> <i>Autocontrol</i>
<b>6. Bien informados</b>	<i>Actitudes positivas hacia la salud</i> <i>Toma de decisiones responsable</i> <i>Habilidades de oposición asertiva</i>
<b>7. Derechos... y también deberes</b>	<i>Toma de decisiones responsable</i>
<b>Después de la lectura</b>	
<b>8. Consumidores unidos...</b>	<i>Toma de decisiones responsable</i> <i>Habilidades de oposición asertiva</i> <i>Autoestima</i>
<b>9. Hoja de reclamaciones</b>	<i>Toma de decisiones responsable</i> <i>Autoestima</i> <i>Autocontrol</i> <i>Habilidades de autoafirmación</i>
<b>10. Crea tu propia infografía</b>	<i>Creatividad</i> <i>Habilidades de interacción</i>

## 04. El consumo de información

ACTIVIDAD	VARIABLES
<b>Antes de la lectura</b>	
<b>1. La era de la desinformación</b>	<i>Autocontrol Toma de decisiones responsable Habilidades de interacción</i>
<b>2. Puntos de vista</b>	<i>Empatía Creatividad</i>
<b>3. ¿Información u opinión?</b>	<i>Empatía Creatividad Habilidades de autoafirmación</i>
<b>Durante la lectura</b>	
<b>4. Romper las cadenas</b>	<i>Toma de decisiones responsable Autocontrol Empatía</i>
<b>6. La hora de la verdad</b>	<i>Empatía Habilidades de interacción Identificación y expresión emocional</i>
<b>5. Compruébalo tú mismo</b>	<i>Creatividad Habilidades de interacción Identificación y expresión emocional</i>
<b>Después de la lectura</b>	
<b>7. El lenguaje inclusivo</b>	<i>Toma de decisiones responsable Empatía Creatividad</i>
<b>8. La libertad de expresión</b>	<i>Habilidades de oposición asertiva Autocontrol</i>
<b>9. Auténticos periodistas</b>	<i>Creatividad Toma de decisiones responsable Habilidades de interacción Habilidades de autoafirmación</i>

# 01. La sociedad de consumo



[www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible](http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible)



El consumo y la producción mundiales (fuerzas impulsoras de la economía mundial) dependen del uso del medio ambiente natural y de los recursos de una manera que continúa teniendo efectos destructivos sobre el planeta.

El progreso económico y social conseguido durante el último siglo ha estado acompañado de una degradación medioambiental que está poniendo en peligro los mismos sistemas de los que depende nuestro desarrollo futuro (y ciertamente, nuestra supervivencia).

Estos son algunos hechos y cifras:

- Cada año, se estima que un tercio de toda la comida producida (el equivalente a 1300 millones de toneladas con un valor cercano al billón de dólares) acaba pudriéndose en los cubos de basura de los consumidores y minoristas, o estro-

peándose debido a un transporte y unas prácticas de recolección deficientes.

- Si todo el mundo cambiase sus bombillas por unas energéticamente eficientes, se ahorrarían 120000 millones de dólares estadounidenses al año.
- En caso de que la población mundial alcance los 9600 millones de personas en 2050, se podría necesitar el equivalente a casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los estilos de vida actuales.
- El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. También se trata de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, aumentar la eficiencia de recursos y promover estilos de vida sostenibles.

El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la mitigación de la pobreza y a la transición hacia economías verdes y con bajas emisiones de carbono.



## Antes de la lectura

### 1. TODOS SOMOS CONSUMIDORES

- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*
- ✓ *Habilidades de interacción*

Antes de leer el texto de la **sección La sociedad de consumo**, el alumnado buscará en el diccionario las palabras *consumo*, *consumidor* y *consumista*. A continuación, se plantearán estas cuestiones para activar los conocimientos previos: *¿Es lo mismo ser consumidor que ser consumista? ¿Te consideras una persona consumista? ¿Por qué? ¿Cómo diferenciarías a una persona consumista? ¿Sabes lo que es la sociedad de consumo?*

Durante los días previos a la lectura del texto, los alumnos observarán sus propios hábitos de consumo en la vida cotidiana, por ejemplo, en un día completo, o en una semana. Para ello, pueden utilizar una tabla como la siguiente, en la que anotarán todo aquello que les parezca relevante.

	Productos	Servicios
Agua		
Luz y/o gas		
Transportes		
Higiene personal		
Alimentación		
Ocio y tiempo libre		
Otros		

Se pondrán en común las informaciones reflejadas en la tabla, primero en pequeños equipos y después en gran grupo, de manera que los alumnos saquen conclusiones generales sobre los hábitos de consumo de los jóvenes de su edad en el entorno en el que viven.

### 2. ENCUESTAS SOBRE HÁBITOS DE CONSUMO

- ✓ *Autocontrol*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Empatía*
- ✓ *Creatividad*

Después de haber comentado sus propios hábitos de consumo y los de sus compañeros, los alumnos confeccionarán encuestas para conocer los hábitos de personas de distintas edades tanto dentro como fuera del centro.

Por equipos (pueden ser los mismos grupos que en la actividad 1), diseñarán el cuestionario que quieren utilizar. Para ello pueden seguir estas recomendaciones:

- Podéis hacer preguntas abiertas o cerradas. Tened en cuenta que las preguntas cerradas son más fáciles de contabilizar.
- Numerad las preguntas para facilitar el proceso posterior de recogida de información y análisis de los datos.
- Si os dirigís a personas mayores, utilizad el *usted* como fórmula de tratamiento.
- No escribáis un cuestionario muy largo, para que la persona encuestada no se aburra ni pierda demasiado tiempo.
- Revisad la ortografía y la redacción antes de imprimir la encuesta.

Cuando el cuestionario esté preparado, se harán solo las copias necesarias. Las encuestas pueden realizarse en persona, por teléfono, por correo electrónico... Se pedirá que hagan una lista de las personas a las que creamos que se lo pueden pasar, teniendo en cuenta la economía de recursos.



El profesor recomendará a sus alumnos que se dirijan a los encuestados con amabilidad y les den las gracias por su participación. También deberán cuidar su entonación, hablar de manera tranquila y clara y dejar el tiempo suficiente a los encuestados para pensar su respuesta.

Las encuestas resultarán útiles solo si se completa la actividad con un trabajo posterior de recogida de información para poder analizar los datos. Con todos los cuestionarios rellenos o grabados, los alumnos de cada equipo tendrán que plasmar las respuestas utilizando el método que prefieran, por ejemplo, gráficos circulares, barras... Es un buen momento para poder colaborar con el profesor que imparta **Estadística** y repasar cuestiones de este campo (muestra, desviación típica, media, moda...)

Por último, se analizarán los datos y se extraerán conclusiones primero dentro del equipo y a continuación entre toda la clase.

### 3. DE LO NECESARIO A LO SUPERFLUO

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*
- ✓ *Autoestima*

Después de haber reflexionado sobre sus propios hábitos de consumo (actividad 1) y los de otras personas de su entorno (actividad 2), los alumnos, de manera individual, completarán una tabla como la siguiente diferenciando el consumo que ellos consideran necesario del que creen que es superfluo.

También pueden hacerlo en forma de mural en una cartulina grande o bien en una presentación digital.

Gastos necesarios	Gastos superfluos

Como reflexión final en Antes de la lectura, se pueden plantear cuestiones de este tipo en el aula:

- *¿Qué productos (ropa, calzado, alimentos, accesorios, aparatos electrónicos...) consumes porque realmente te gusten mucho o los necesites? ¿Cuáles adquieres por moda o por influencia de otras personas, de la publicidad, de las redes sociales?*
- *¿Qué estrategias utilizan los supermercados y otros comercios para que compremos más de lo necesario?*
- *¿Hay algún servicio o producto que para ti sea necesario y para alguno de tus compañeros resulte superfluo, o al revés?*
- *¿Piensas que el nivel de consumo es parecido en todos los lugares del planeta? ¿Cómo te lo imaginas en los países menos desarrollados?*
- *¿De qué manera se puede dar una segunda vida a los objetos?*
- *¿Eres de los que arreglan las cosas o las tiras a la basura cuando no funcionan?*
- *De todos los datos y reflexiones de estas tres actividades de "Antes de la lectura, ¿qué es lo que más te ha llamado la atención? ¿Por qué?*

### Actividades relacionadas

#### **La tierra se cura**

(Actitudes positivas hacia la salud)

Banco de Herramientas de 14 a 16 años

#### **Una verdad incómoda**

(Actitudes positivas hacia la salud)

Banco de Herramientas de 12 a 14 años



## Durante la lectura

### 4. LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

Los alumnos leerán la primera parte del texto, en la que se presentan los 17 Objetivos de [Desarrollo Sostenible de la ONU para 2030](#).

Para asegurarse de que el alumnado sabe qué son las Naciones Unidas (ONU), el profesor pedirá que busquen información sobre esta organización: cuándo nació, cuáles son sus estados miembros, a qué se dedica, cómo es su logo...

A continuación, navegarán por la página web de Naciones Unidas para informarse sobre los [17 Objetivos de Desarrollo Sostenible](#)<sup>2</sup>.

Además de conocer los ODS y reflexionar sobre su repercusión en la vida de todos los seres humanos, los alumnos podrán navegar por otros apartados de la página web de Naciones Unidas como las noticias, las campañas, los recursos para los estudiantes, etc.

### 5. EL CONSUMO RESPONSABLE

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*

El profesor pedirá a los alumnos que lean, de manera individual y con detenimiento, la segunda parte del texto: la explicación del objetivo 12.

A partir de la lectura, se pueden plantear estas actividades, o bien la selección que el profesor considere oportuna:

1. *¿Qué significa la palabra sostenible? ¿Qué es una vivienda sostenible, un edificio sostenible, una ciudad sostenible, un estilo de vida sostenible?*
2. *Según el objetivo número 12, no solo el consumo tiene que ser sostenible, sino también la producción. ¿Qué significa esto?*
3. *¿Qué es la huella hídrica de un producto?*
4. *¿Crees que se desperdicia comida en las casas? ¿Y en los supermercados y tiendas? ¿Cómo se podría evitar esto? Busca en Internet alguna iniciativa que se haya puesto en marcha para no tirar alimentos en buen estado.*
5. *¿Qué tipos de bombillas conoces? ¿Cuáles son más eficientes energéticamente? ¿De qué otras formas se puede conseguir una mayor eficiencia energética?*
6. *¿Qué ocurriría si todos los habitantes del planeta llevaran el mismo estilo de vida que nosotros y generasen los mismos residuos?*
7. *¿Qué es una economía verde? Investiga sobre la transición ecológica que se está tratando de llevar a cabo en los países de la Unión Europea.*

<sup>2</sup> Dado que la página web de Naciones Unidas puede leerse, entre otras lenguas, en español, inglés y francés, esta actividad se puede llevar a cabo de manera interdisciplinar con las materias de **Primera Lengua Extranjera** y **Segunda Lengua Extranjera**.



## 6. GLOSARIO

### ✓ *Creatividad*

A medida que avancen en la comprensión lectora del texto, en la realización de actividades, en la reflexión y en la investigación sobre el consumo, los alumnos elaborarán un glosario<sup>3</sup> de términos que vayan apareciendo relacionados con el tema. Palabras y expresiones como *sostenible, consumista, sociedad de consumo, ecológico, reciclaje, transgénico, obsolescencia programada, productor, mayorista, minorista, intermediario, desechable, compostable, reutilizar, recuperar...* son términos que se escuchan a diario en los medios de comunicación y con los que los alumnos pueden estar más o menos familiarizados.

La elaboración del glosario puede relacionarse con los conocimientos que vayan adquiriendo en otras materias, principalmente **Física y Química, Biología y Geología y Tecnología**.

El glosario, que se confeccionará por orden alfabético, se puede realizar con fichas, en un cuaderno o de manera digital. Los alumnos pueden representar gráficamente algunas palabras y aportar fotografías o dibujos, así como elaborar de manera creativa la portada y el diseño general del glosario.

Otra posibilidad es añadir términos puntuales que los alumnos utilicen en su conversación habitual y cambiarlos de registro.

<sup>3</sup> Esta actividad está pensada para ser realizada a lo largo de toda la sección *La sociedad de consumo*, pero puede ampliarse al resto de secciones para que el glosario sea mayor y haga referencia a toda la guía.

## Después de la lectura

### 7. MODA ¿SÍ, NO O MODERADAMENTE?

- ✓ *Autoestima*
- ✓ *Habilidades de oposición asertiva*
- ✓ *Identificación y expresión emocional*

A la hora de trabajar el autoconcepto y la autoestima del alumnado, el profesor puede tener en cuenta que el conocimiento y valoración de uno mismo nos ayuda a situarnos respecto a los demás, de manera más especial en la adolescencia. El autoconocimiento se ve continuamente precisado, matizado y revisado por la imagen que el colectivo nos devuelve de nosotros mismos. En este proceso y en la sociedad de consumo actual está muy presente la moda, que lleva a los jóvenes a consumir a veces en exceso para ser como los demás. Esto puede afectar notablemente a su au-

toestima cuando su aspecto no se ajusta a los cánones establecidos por las modas.

Para trabajar la importancia de las modas en los hábitos de consumo del alumnado, el profesor organizará un debate en clase en el que cada equipo defenderá una de estas ideas:

- Para tener amigos y vida social es necesario seguir las modas, incluso aunque no nos gusten.
- Es posible tener amigos y llevar una vida plena sin necesidad de estar pendientes de las modas.

Los debates requieren una preparación previa. Los equipos contarán con un tiempo para documentarse y buscar informa-



ción sobre el tema. Después, prepararán el debate pensando en los puntos de vista y cómo exponerlos de manera razonada. Una forma de hacerlo es anticipar qué les pueden plantear los miembros del otro equipo para tener preparadas sus respuestas argumentadas.

Aunque muchos de los alumnos se situarán en una posición intermedia, cada equipo debe defender razonadamente su idea.

El moderador puede ser algún alumno y el profesor fomentará habilidades positivas para resolver los conflictos que puedan surgir y para llevar un debate ordenado.

Por último, el docente decidirá qué equipo ha debatido con más consistencia y convicción tanto en grupo como en la intervención individual de sus componentes, considerando entonación, lenguaje no verbal, capacidad de convicción, expresión emocional, etc.

### Actividades relacionadas

#### **Diferente ¿y qué?**

(Habilidades de autoafirmación)  
Banco de Herramientas. De 12 a 14 años

#### **Quiero ser tú**

(Habilidades de autoafirmación)  
Banco de Herramientas. De 12 a 14 años

#### **No lo necesitas**

(Autoestima)  
Banco de Herramientas. De 12 a 14 años

## 8. INVESTIGACIÓN

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

El docente dividirá la clase en cinco equipos para investigar sobre los siguientes temas:

Obsolescencia programada

Alimentos transgénicos

Comercio justo

Huella hídrica

Huella de carbono

Cada equipo expondrá su trabajo al resto oralmente, apoyándose en alguna presentación digital o cualquier otro medio que haya elegido como si de un organismo mundial se tratara con la consiguiente adaptación del lenguaje y formalismos a utilizar en ese foro.

Se fomentará la **escucha activa** entre los alumnos cuando pongan en común sus conclusiones. Deben relacionarlas con sus propias experiencias y hábitos de consumo, con sus compromisos por un planeta más sostenible y con todos los temas tratados hasta ahora en la **sección La sociedad de consumo**.

Otra opción más tecnológica que puede fomentar el docente es una exposición de realidad aumentada, en la que los alumnos utilicen aplicaciones como **Aurasma** para crear contenidos.

En esta dirección hay algunas ideas, así como en otras webs recomendadas en la webgrafía final:

<https://lavozeeducativa.com/2018/03/01/que-es-la-realidad-aumentada-y-como-usarla-en-el-aula>





## 9. INFLUENCERS POR UN DÍA

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Autocontrol*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*

La actividad puede comenzar con una reflexión grupal acerca de la exposición continua de los jóvenes a las redes: *¿Cuánto tiempo al día pasas en Internet? ¿Qué redes sociales utilizas? ¿Tienes muchos seguidores? ¿Te condiciona el hecho de conseguir seguidores? ¿Sigues los consejos de algún influencer? ¿Qué aspectos de tu propia vida te gusta compartir en las redes? ¿Cuáles son los beneficios? ¿Y los riesgos? ¿Crees que las redes sociales y los influencers fomentan el consumismo? ¿Para qué aspectos positivos se te ocurre que se pueden utilizar estos canales?*

Con el objetivo de trabajar la expresión oral y la competencia digital, el profesor propondrá al alumnado que, individualmente o por equipos, elijan algún tema relacionado

con la **sección *La sociedad de consumo*** y hagan recomendaciones a sus seguidores sobre un aspecto o producto concreto, o bien den consejos más generales para lograr un consumo responsable y comprometido. Pueden fijarse en otros vídeos que haya en la red, por ejemplo, el siguiente:

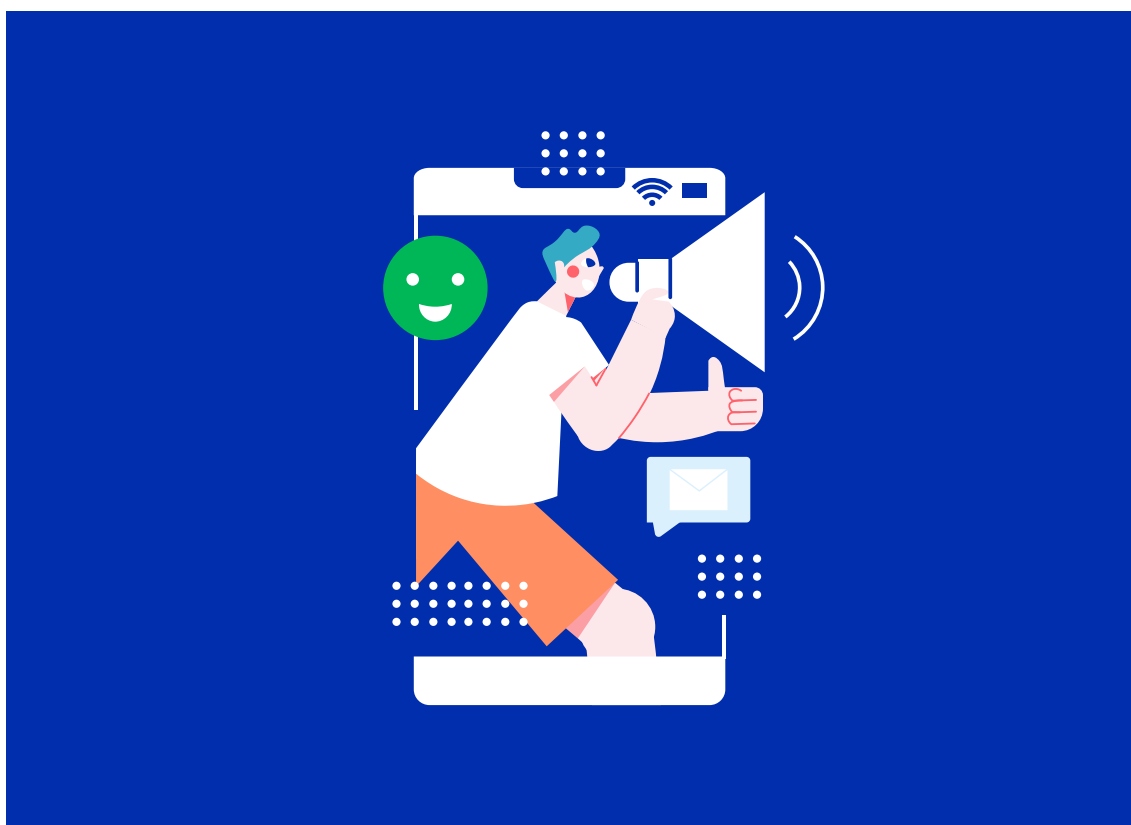
<https://www.youtube.com/watch?v=d2WVp7HsP70>

Por último, si el docente lo considera oportuno, el alumnado podrá abrir su propio canal de YouTube (siempre bajo la supervisión de algún adulto) para colgar todos los trabajos de la clase y lograr seguidores reales.

### Actividad relacionada

#### Posturea

(Habilidades de interacción)  
Banco de Herramientas de 14 a 16 años



# 02. La publicidad

## La publicidad<sup>4</sup>



<sup>4</sup> Los textos utilizados en esta página y en las actividades de la sección **La publicidad** pueden estar sujetos a derechos de autor ajenos a la Fundación Botín, no haciéndose esta responsable de cualquier uso con diferentes fines al de educación e investigación sin ánimo de lucro por terceros.



## Antes de la lectura

### 1. RODEADOS DE PUBLICIDAD

- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Habilidades de interacción*

La sesión comenzará con una toma de contacto sobre la publicidad que nos rodea. *¿Qué opinas de la publicidad? ¿Qué aspectos positivos tiene? ¿Y negativos? ¿Alguna vez has comprado o consumido algo porque te ha convencido un anuncio? ¿Cuál es tu anuncio favorito? ¿Por qué te gusta tanto? ¿Crees que estás manipulado por la publicidad o controlas su impacto en tu persona? ¿Cómo afecta la publicidad al consumo y al consumismo?*

En esta reflexión previa, los alumnos tomarán conciencia, entre todos, de la cantidad de publicidad que recibimos a diario en distintos soportes: vallas publicitarias, luminosos de las grandes ciudades, publicidad en el buzón, anuncios en la televisión, radio e Internet, repartidores de folletos publicitarios en las calles, carteles en los muros... En esta primera actividad, se pedirá a los alumnos, con tiempo, que se fijen en la publicidad que reciben en uno o varios días y la analicen brevemente. Pueden utilizar una tabla como esta:

Producto que se anuncia	Soporte publicitario	Público a quien va dirigido

La actividad concluirá con una puesta en común por equipos y/o en gran grupo para una toma de conciencia de lo presente que está la publicidad en la sociedad, incluso a veces sin que nos demos cuenta de ello, por ejemplo, los productos que aparecen en las series de televisión. En este último caso, podemos hablar de *publicidad subliminal*.

### Actividad relacionada

#### **Mereces saber la verdad**

(Actitudes positivas hacia la salud)

Banco de Herramientas de 12 a 14 años

### 2. CLASES DE ANUNCIOS

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*

Después de realizar la actividad 1, el profesor pedirá al alumnado que recuerde todos los anuncios que se han comentado en ella, y otros que conozcan, y digan si todos son comerciales o si por el contrario hay alguno institucional.

En gran grupo, se analizarán las diferencias entre campañas comerciales e institucionales:

- *¿Quién diseña y financia cada uno de los tipos? ¿Qué logos aparecen en uno y otro caso?*
- *¿Cuál es el objetivo de la publicidad institucional? ¿En qué se diferencia de la publicidad comercial?*

Se comentará a los alumnos que muchos anuncios comerciales han incorporado algún consejo o recomendación que antes era solo propio de la publicidad institucional. Por ejemplo, en un anuncio de galletas, puede aparecer un mensaje, en letra pequeña, aconsejando la alimentación sana y equilibrada. *¿Qué te parece este tipo de anuncios? ¿Por qué crees que lo hacen? ¿Qué ejemplos conoces?*

A continuación, buscarán más ejemplos de anuncios comerciales frente a institucionales y los comentarán en el aula. El profesor puede mostrar al alumnado los siguientes:





Para terminar, se llevará a cabo, en gran grupo, una lluvia de ideas<sup>5</sup> sobre los motivos de las distintas campañas institucionales: ahorro de agua, reciclaje, prevención de incendios, conducción responsable, alimentación sana, práctica deportiva, prevención de enfermedades, de acoso y violencia, igualdad de género, no a las drogas y al alcohol, aseo de manos, respeto a la naturaleza y a la fauna... *¿Cuáles están*

*especialmente destinadas a los jóvenes? ¿Cuáles añadirías tú? ¿Modificarías alguna de las ya existentes? ¿Cómo?*

### Actividad relacionada

**Una barra de pan para todo el planeta**  
(Empatía)  
Banco de Herramientas de 12 a 14 años

<sup>5</sup> Conviene recordar que en la técnica de la lluvia de ideas no hay pensamiento crítico ni autocensura ni se interrumpe a los demás.



### 3. EN BUSCA DEL MEJOR ESLOGAN

- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Creatividad*

Para trabajar los eslóganes publicitarios en el aula, el profesor seguirá los siguientes pasos:

1. Se asegurará de que todos sepan qué es un eslogan publicitario.
2. Reflexionará con los alumnos para que lleguen a la conclusión de cómo debe ser un buen eslogan: claro, breve, original, pegadizo (incluso con rima), sorprendente, atemporal... Un eslogan debe resaltar los beneficios del producto que se anuncia, lo que tiene de especial y crearnos la necesidad de probarlo, comprarlo...
3. Les pedirá que pregunten a sus familiares mayores los eslóganes de hace años. Algunos se recuerdan toda la vida. También pueden buscarlos en Internet, por ejemplo, en esta dirección: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/slogan-esloganes-creativos-y-miticos-para-inspirar>

Los alumnos anotarán tanto los que ellos mismos conozcan como los más antiguos que les hayan dicho.

4. Se realizará una reflexión grupal sobre cómo han cambiado los eslóganes (y la publicidad en general) a lo largo de los años. Se tratarán los roles de hombres y mujeres (y de niñas y niños) en los anuncios, que se han ido modificando según ha evolucionado la sociedad. También el tipo de productos que se anuncian —por ejemplo, ahora está prohibida la publicidad de tabaco— y cómo en los anuncios de algunas bebidas y comidas, aparece siempre alguna recomendación de consumo moderado, alimentación sana y variada, etc.
5. Se puede añadir una actividad final de creación de eslóganes, si bien en las actividades 8 y 9 los alumnos crearán un folleto y grabarán un anuncio, respectivamente, lo que incluirá la invención de eslóganes. Quizá se pueda ir avanzando el trabajo ahora que las ideas están frescas.

#### Actividad relacionada

##### *Historia de un letrero (Fase I)*

(Empatía)

Banco de Herramientas de 12 a 14 años



## Durante la lectura

### 4. ¿ERES OBSERVADOR?

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Autoestima*

Los alumnos, de manera individual, se detendrán en los anuncios publicitarios que se muestran en el montaje inicial de la **sección Publicidad**. Deben fijarse en todos los detalles, tanto del texto como de la imagen.

Para desarrollar su capacidad de observación<sup>6</sup>, y analizar los anuncios se utilizarán las siguientes preguntas:

- *¿Por qué en el anuncio de Ikea aparece una palabra en otro color?*
- *Fíjate en los tiempos verbales de los anuncios de Ikea, Coca Cola y Fanta. ¿Con qué finalidad crees que se utilizan?*
- *¿Por qué piensas que se ha añadido texto al tapón de Coca Cola? ¿Qué te sugiere?*
- *¿Qué tienen en común las palabras destacadas en negrita en los tres anuncios de Adidas?*
- *En el anuncio de Whopper se han empleado los recursos de paralelismo y repetición. ¿Qué efecto logran?*
- *¿Qué indica el símbolo ® que aparece junto a la palabra Whopper?*
- *¿Qué relación existe entre el color del fondo y el producto publicitado en el anuncio de Whopper?*
- *¿Qué situación recrea la imagen del anuncio de Fanta? ¿Cuál crees que puede ser su atractivo para los posibles consumidores?*
- *¿Qué anuncio te gusta más? ¿Por qué? ¿Con cuál te identificas más? ¿A qué tipo de público crees que va dirigido cada uno de ellos? ¿Echas en falta algo en el anuncio? ¿Eliminarías algo?*
- *Recuerda tus conclusiones de la **sección La sociedad de consumo** acerca de la moda y el consumismo. ¿Cómo crees que afecta la publicidad a la autoestima?*

A la hora de trabajar con las imágenes de los anuncios se puede emplear la técnica de pensamiento visual (*Visual Thinking*), por medio de la cual el profesor formula preguntas que invitan al alumnado a la exploración de la imagen, relacionándola por un lado con la experiencia emocional, cognitiva y social y aprovechando al mismo tiempo para trabajar la disciplina que el docente considere oportuna: literatura, ciencias, historia, arte... al estilo de las técnicas que se realizan en el recurso de **ReflejArte**.

Después de la observación, se introducirán otro tipo de preguntas para que el alumno relacione la publicidad con su propia experiencia:

Tras la observación y el análisis individual de los anuncios, se pondrán en común las respuestas. El docente aprovechará la ocasión para resaltar cómo el formato papel (como en este caso) permite un tratamiento de la lectura profunda, frente a la lectura superficial y rápida que hacemos en las pantallas. Cuando los anuncios aparecen fugazmente en Internet, los cerramos enseguida y nos quedamos solo con los detalles que destacan de manera rápida, y los publicistas tienen muy en cuenta esta inmediatez de la vida actual a la hora de diseñar sus campañas.

<sup>6</sup> La observación es clave para desarrollar la inteligencia emocional y la creatividad, factores imprescindibles en la generación de ideas.



## Actividad relacionada

### Nuestro lado infantil (Fase I)

(Actitudes positivas hacia la salud)  
Banco de Herramientas de 12 a 14 años

#### 5. EN UN MUNDO DIGITAL

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de interacción*

Se divide la clase en equipos y se propone que los alumnos vuelvan a observar los anuncios publicitarios de la primera página de la **sección La publicidad** y analicen los siguientes elementos que aparecen en algunos de ellos:

Dirección web

Hashtag

Código QR

El profesor sugerirá que reflexionen sobre la manera de interactuar entre el emisor y los receptores de los anuncios por medio de estos canales, qué son y para qué se utiliza cada uno de ellos, qué uso les dan los propios alumnos en su vida diaria y si se trata de un uso responsable.

Se redactarán las conclusiones en conjunto y un portavoz las expondrá al resto de la clase.

Sobre la generación de códigos QR y sus posibles usos en el aula, se puede consultar el siguiente enlace:

<https://www.unir.net/educacion/revista/codigos-qr-en-el-aula-diversion-garantizada-a-un-solo-click>

#### 6. UNA MIRADA CRÍTICA

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*

Con el fin de trabajar la creatividad de los alumnos para que estos sean capaces de reorganizar la realidad que contemplan, de interpretarla y de transformarla, el profesor les pedirá que elijan uno de los anuncios del texto principal y lo rehagan. Tendrán que dar su particular punto de vista sobre el objeto anunciado y crear un producto publicitario original<sup>7</sup>. Los alumnos pueden cambiar el eslogan, añadir o quitar cosas, proponer otra imagen o incluso dar una vuelta completa a los anuncios y crear algo totalmente distinto.

Puede haber una puesta en común final y una exposición de anuncios en el aula, en la que se comentarán todas las posibilidades creativas que se han explorado para publicar un mismo producto.

<sup>7</sup> El objetivo es que el alumnado mire las cosas de un modo diferente, imagine nuevas posibilidades, y cree nuevas formas de hacer las cosas para evolucionar y progresar.



## Después de la lectura



### 7. ANUNCIOS TURÍSTICOS

- ✓ Creatividad
- ✓ Empatía

Los alumnos observarán estos anuncios y escribirán, de forma individual, un texto expositivo analizándolos y siguiendo las indicaciones que aparecen debajo. Si el profesor opta por una actividad cooperativa, puede dividir la clase en grupos para asignarles un anuncio a cada uno.

- Piensa quién es el emisor, quiénes son los receptores y cuál es el objetivo de estos anuncios. ¿Crees que el emisor ha sido capaz de ponerse en el lugar de los receptores para que el anuncio cale más entre ellos?
- Comenta los logos que aparecen.
- Decide y razona si se trata de publicidad comercial, institucional o una mezcla de ambas.
- Analiza los elementos lingüísticos que se utilizan: uso de las personas verbales, personificaciones, prefijos, metáforas, comillas...
- Comenta las marcas digitales que aparecen (páginas webs, hashtags).
- Fíjate en los tipos de letra y los colores utilizados en los textos.

- Describe las imágenes y relaciónalas con los textos.
- ¿Cambiarías algún elemento en la imagen o en el mensaje? ¿Cuál y por qué?
- Añade tu opinión personal y una conclusión final.

### 8. TU PROPIO FOLLETO

- ✓ Autoestima
- ✓ Empatía
- ✓ Identificación y expresión emocional
- ✓ Creatividad

Pediremos al alumno que imagine que tiene una agencia de viajes y que debe elegir una zona del mundo o del país. Deberá elaborar, en papel o cartulina, un folleto turístico del lugar donde vive o bien de un lugar donde veranee o un sitio que conozca muy bien o que quiera publicitar para su venta.

Para que el alumnado se familiarice con este tipo de textos, tanto ellos como el profesor llevarán a clase los folletos turísticos que tengan en casa, buscarán en Internet o visitarán una oficina de turismo en el caso de que vivan cerca de alguna.

El primer paso es una reflexión sobre los aspectos más destacables del lugar desde el punto de vista cultural, medioambiental, gastronómico, etc., ya que muchas veces





se valoran más los lugares que visitamos que nuestra propia localidad, a la que ya estamos acostumbrados. Puede ayudar bastante una visita a la página web oficial del pueblo, ciudad, comarca...

Cada uno decidirá las secciones de su folleto: cómo llegar, historia, cultura, tradiciones, gastronomía, naturaleza, fiestas, alojamientos..., así como los elementos que incluirá junto al texto (fotografías, dibujos, mapas, planos, códigos QR, etc.). Deben idear un eslogan claro y atractivo para captar visitantes.

Por último, los alumnos confeccionarán sus folletos utilizando distintos tipos de letra y colores para resaltar la información que les parezca más relevante o cualquier otro elemento gráfico que puedan crear.

Se puede organizar una exposición abierta al público en los pasillos del centro con los folletos turísticos creados por los alumnos, al estilo de **Somos Creativos**.

### 9. TRES, DOS, UNO... ¡ACCIÓN!

- ✓ *Identificación y expresión emocional*
- ✓ *Autocontrol*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Creatividad*

El profesor dividirá la clase en equipos de al menos cuatro personas. Cada uno de los equipos elegirá un producto (puede ser una prenda de vestir, un alimento, un refresco, unas zapatillas, un aparato electrónico, una colonia... o bien una mezcla de ellos) y se inventará el nombre de la marca, un eslogan y un logo. Se apreciará mucho su originalidad.

A continuación, crearán el guion de un anuncio publicitario, repartirán los papeles, lo ensayarán, dramatizarán y grabarán. En esta parte es muy importante la entona-

ción, la expresión facial, los gestos y movimientos de los actores y su puesta en escena.

Con el fin de trabajar las artes en esta sección, los alumnos tendrán que adaptar o crear una música para el anuncio, elegirán los disfraces, decorados (por ejemplo, un dibujo del logo), las luces y los objetos necesarios para su realización. Además de la música, se pueden añadir sonidos como: ruido de pasos, timbre de un teléfono o de la puerta... Se recomienda que los alumnos busquen recursos propios para tratar de asombrar al espectador y potencial consumidor.

Cuando el vídeo esté grabado, habrá que editarlo. Para ello, los alumnos pueden utilizar cualquiera de las aplicaciones y programas gratuitos que existen para edición de vídeos. En estos sitios web aparecen recogidos algunos de ellos:

- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/programas-gratuitos-editar-videos>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/aplicaciones-gratuitas-para-editar-videos>

Finalmente, se proyectarán las grabaciones ante el resto de la clase y se comentarán, fomentando la escucha activa, el respeto y el aplauso como señal de reconocimiento al trabajo de los demás. Se les dará la oportunidad de expresar cómo se han sentido a lo largo de la actividad y cómo ha resultado el trabajo en equipo, los retos afrontados y logros obtenidos. Se puede votar, entre todos, el mejor anuncio.



# 03. Derechos y deberes del consumidor

## DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR

15 de marzo

### Derecho a la protección

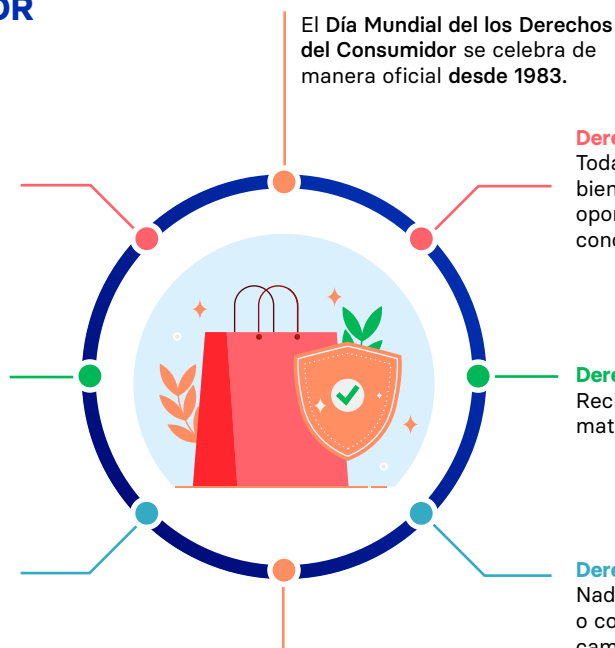
Puede ser defendido por las autoridades y exigir la aplicación de las leyes cuando se dé el caso.

### Derecho a la compensación

Si los proveedores no cumplen lo que prometen, se tiene derecho a la compensación del bien o servicio.

### Derecho a no ser discriminados

No pueden negarle el producto o servicio, o discriminarlo por género, raza, religión, etc.



### Derecho a la información

Toda la información de bienes y servicios debe ser oportuna para elegir con conocimiento.

### Derecho a la educación

Recibir educación en materia de consumo.

### Derecho a elegir

Nadie puede presionar o condicionar la venta a cambio de algo.

### Derecho a la seguridad y calidad

Los bienes y servicios deben cumplir con normas y disposiciones e incluir instrucciones de uso correcto.

## Antes de la lectura

### 1. DE COMPRAS

- ✓ *Identificación y expresión emocional*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*

Para activar conocimientos previos sobre los derechos del consumidor y ver la situación en este tema, los alumnos, por equipos, escribirán todas las palabras en las que puedan pensar relacionadas con las compras y con su experiencia como compradores y consumidores: *producto, etiqueta, cliente, precio, rebaja, oferta, descuento, recibo, ticket, ticket regalo, justificante, factura, garantía, devolución, compraventa, temporada, catálogo, reclamación, hoja*

*de reclamaciones, forma de pago, efectivo, tarjeta de crédito, tarjeta de débito...*

Dentro de cada equipo, los alumnos anotarán todas las palabras y expresiones, sin que se repita ninguna, y crearán con ellas una nube de palabras (también llamada nube de etiquetas o nube de tags). En la siguiente dirección aparecen varias herramientas que les permitirán crearlas de forma rápida:

<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/crear-una-nube-tags-las-palabras-mas-usadas-texto>

Las nubes de palabras se imprimirán y se colocarán juntas en un sitio visible. A partir



de ellas, se llevará a cabo una reflexión grupal acerca de las experiencias, sentimientos, emociones y toma de decisiones de los alumnos en su papel de compradores y consumidores en este comienzo de la **sección Derechos y deberes del consumidor**.

## 2. COMPRAR SIN SALIR DE CASA

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Identificación y expresión emocional*

En la actualidad, cada vez es más frecuente adquirir todo tipo de productos y servicios a través de Internet. ¿Qué ventajas y desventajas tiene este sistema para los consumidores?

El profesor pedirá a los alumnos que rellenen, de manera individual, la siguiente tabla:

LAS COMPRAS ONLINE	
Ventajas	Desventajas

En una puesta en común, los alumnos intercambiarán experiencias sobre sus compras (o las de su familia) por Internet; sobre las precauciones que deben tomar y sobre los derechos que creen que tienen como consumidores *online*, sacándose conclusiones consensuadas sobre el tema.

## 3. PRODUCTOS DE KM 0

- ✓ *Toma de decisiones responsable*

Para trabajar con los alumnos la importancia de conocer y fomentar el consumo de productos de km 0, se propone la siguiente actividad:

1. Durante esa semana, los alumnos acompañarán a sus familiares a la compra (o bien la harán ellos mismos, según la edad).
2. Antes de colocar los productos en la nevera o en la despensa, confeccionarán una lista de todo lo que hayan comprado.
3. Leerán el etiquetado de cada uno de los productos para ver dónde se han fabricado y anotarán en la lista el lugar.
4. Buscarán cada uno de esos lugares en Google Maps y añadirán en la lista a cuántos kilómetros está cada sitio con respecto a su propia casa.

Con esta información, se reflexionará en clase acerca de este tema y se explicará qué son los productos de km 0. Probablemente los alumnos se sorprendan de los miles de kilómetros que recorren algunos de los alimentos que consumen diariamente, lo que contribuye, entre otras cosas, al aumento de la contaminación del planeta. Durante la reflexión grupal, el profesor fomentará actitudes positivas hacia el comercio local, los productos de temporada y la producción cercana a su lugar de residencia. Se puede hacer una tabla de los productos más consumidos por el alumnado y sus alternativas locales y de calidad.



#### 4. DÍA MUNDIAL DE...

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

Antes de leer la infografía de la **sección Derechos y deberes del consumidor**, que trata sobre el Día Mundial de los Derechos del Consumidor, el profesor propondrá a los alumnos una reflexión sobre el significado y la utilidad de los «días de...». El calendario está prácticamente lleno: el Día Internacional del Libro Infantil y Juvenil, el Día Mundial de la Salud, el Día de Internet, el Día Mundial del Medio Ambiente, el Día Europeo de la Música, el Día Internacional de la Juventud, el Día Europeo sin Coches, el

Día Universal del Niño... son solo algunos ejemplos de estas efemérides.

Individualmente o en grupo, los alumnos investigarán los «días de...» que hay cada mes y anotarán en un calendario como este los que les parezcan más interesantes, explicando el motivo de su elección.

La sesión terminará con una reflexión partiendo de estas preguntas: *¿Qué son los «días de...»? ¿Para qué sirven? ¿Crees que resultan útiles? ¿Cuáles has celebrado alguna vez en el centro o en casa? ¿Qué piensas que se pretende visibilizar en el Día Mundial de los Derechos del Consumidor?*

<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>
		15 de marzo: Día Mundial de los Derechos del Consumidor	
<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>
<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>



## Durante la lectura

### 5. DERECHOS QUE NOS PROTEGEN

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Autocontrol*

Los alumnos leerán atenta e individualmente la infografía del Día Mundial de los Derechos del Consumidor.

El profesor dividirá la clase en siete equipos y asignará a cada grupo uno de los derechos del consumidor:

Derecho a la **protección**

Derecho a la **compensación**

Derecho a **no ser discriminados**

Derecho a la **seguridad y calidad**

Derecho a la **información**

Derecho a la **educación**

Derecho a **elegir**

Cada equipo se documentará y preparará una exposición oral sobre el derecho que le ha tocado, de manera que, después de la puesta en común, hayan profundizado entre todos acerca del contenido de la infografía. Se fomentará la participación del resto de equipos para que interpelen a los defensores del derecho que se está presentando.

### 6. BIEN INFORMADOS

- ✓ *Actitudes positivas hacia la salud*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de oposición asertiva*

Para trabajar uno de los derechos del consumidor, el derecho a la información, se le pedirá al alumnado, con varios días de antelación, que lleven al aula varias etiquetas de alimentos que tengan en casa (o bien les hagan una fotografía). Pueden ser los mismos con los que han trabajado en la actividad 3.

Por equipos las analizarán y establecerán qué información suele aparecer en ellas, por ejemplo:

- Lugar/empresa de fabricación y distribución
- Ingredientes
- Información nutricional (valor energético, grasas, hidratos, azúcares...)
- Información de alérgenos
- Modo de preparación
- Consejos de presentación
- Instrucciones de conservación
- Fecha de envasado
- Fecha de caducidad
- Peso neto
- Peso escurrido
- Atención al consumidor (teléfono, correo electrónico, página web, código QR...)

A continuación, investigarán sobre las normativas españolas y/o europeas para el etiquetado de alimentos.

En una puesta en común entre todos los equipos, deberán ponerse de acuerdo y elaborar un documento único de toda la clase en el que establezcan para qué sirven las etiquetas de los productos alimentarios, qué información debe aparecer por obligación y cuál es opcional o aconsejable, qué información para ellos relevante no aparece y cuál no encuentran útil, en qué se fijan más a la hora de comprar alimentos...



## 7. DERECHOS... Y TAMBIÉN DEBERES

- ✓ *Toma de decisiones responsable*

Los consumidores tenemos derechos, pero ¿tenemos también deberes? Los alumnos reflexionarán sobre este tema y escribirán un texto argumentativo en el que expresen su opinión razonada sobre el tema.



## Después de la lectura

### 8. CONSUMIDORES UNIDOS...

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de oposición asertiva*
- ✓ *Autoestima*

El objetivo de esta actividad es que los alumnos conozcan la labor de las asociaciones de consumidores y la importancia de la unión para conseguir resultados a la hora de reclamar.

En primer lugar, buscarán en Internet cuáles son las principales asociaciones de consumidores de España, entre las que destacan OCU y FACUA. Se animará a los alumnos a entrar en las webs de estos organismos y navegar por ellas.

Para ejemplificar la labor de estas asociaciones en un caso concreto, se seguirán los siguientes pasos:

1. Preguntar en gran grupo: *¿Qué es un recibo o ticket de compra? ¿Y una factura? ¿Y una garantía? ¿Por qué es conveniente conservar estos documentos? ¿Qué quiere decir que un producto está «en garantía»? ¿Con qué derecho o derechos del consumidor tiene relación?*
2. Entrar en la web de la OCU y leer la información que se proporciona sobre la garantía de compra: <https://www.ocu.org/dinero/cuenta-bancaria/informe/la-garantia-en-la-compra-de-productos>
3. Explicar los derechos que tienen cada uno de estos consumidores y cómo se puede resolver su situación:
  - María ha comprado una bicicleta nueva hace cuatro meses y los frenos no le funcionan bien.
  - Antonio adquirió un patinete eléctrico de segunda mano hace año y medio y ahora no rueda correctamente.
  - Los padres de Santi arreglaron la lavadora hace cuatro meses y se ha vuelto a estropear.
  - En el piso de la familia Pérez, construido y comprado hace ocho años, están apareciendo algunas grietas.
  - Silvia compró una tablet hace un año y de pronto la pantalla se ve negra.
  - El ordenador de Javier, que tiene cinco años, va demasiado lento.
4. Concluir con alguna experiencia propia, de la familia o de conocidos, relacionada con algún producto que hayan tenido que reparar o descambiar porque algo no iba bien después de haberlo adquirido.



## 9. HOJA DE RECLAMACIONES

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Autoestima*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

El profesor preguntará a los alumnos qué es una reclamación y qué tipo de establecimientos deben tener libro de reclamaciones a disposición de los clientes. Por ejemplo, los restaurantes y bares, los hoteles, las empresas de transportes, las agencias de viajes, los centros comerciales...

En España, cada comunidad autónoma dispone de un modelo oficial de formulario u hoja de quejas y reclamaciones. Los alumnos buscarán el modelo correspondiente a su comunidad autónoma en Internet y lo imprimirán.

Cada alumno imaginará una situación en la que, como cliente, tenga que poner una reclamación. Puede ser inventada o bien basada en alguna experiencia propia. Después, rellenará todos los datos de su hoja de reclamaciones.

Finalmente se intercambiarán las reclamaciones de manera que todos puedan revisar y aprender de los trabajos de los demás y se reforzará la importancia de salvaguardar los derechos del consumidor y cómo aportar a ello como ciudadano responsable y crítico.

## 10. CREA TU PROPIA INFOGRAFÍA

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Habilidades de interacción*

Se explicará a toda la clase que las infografías, como la del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, constituyen un recurso gráfico para ordenar y mostrar la información, cada vez más frecuente en prensa, revistas, libros de texto, webs... Se

pedirá a los alumnos que busquen ejemplos de infografías en sus propias revistas, en libros de texto o en Internet.

La clase se dividirá en equipos y cada uno elegirá un tema relacionado con la **sección *Derechos y deberes de los consumidores*** o, en general, sobre el consumo responsable. Los alumnos anotarán lo que han aprendido hasta ahora acerca de su tema, y ampliarán la información investigando en la biblioteca y/o en Internet. Los datos que les parezcan más interesantes deben dividirlos en secciones, grupos y apartados para montar su infografía. Podrán seleccionar fotografías y otras imágenes, o bien hacer sus propios dibujos.

En cartulinas grandes, los equipos realizarán sus infografías siguiendo un boceto o guion previo. Le pondrán un título al trabajo y distribuirán los textos y las imágenes. Cada sección puede llevar un número, un título, un icono... Muchas veces los apartados salen de una gran imagen central.

Otra posibilidad es realizar las infografías de manera digital. En esta dirección el profesor encontrará herramientas para recomendar a su alumnado:

<https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/crear-infografias>

Las infografías se comentarán y se colgarán en el aula. Se puede organizar una exposición e ir comentando sobre ellas.



## Cómo detectar una noticia falsa: estas son las 5 claves que debes tener en cuenta

Cinco pasos son suficientes para evitar caer en la trampa

26/02/ 2021 -11:23 CET

**Vivimos en la era de la información.** Una época en la que, a partir de tan solo unos clics, podemos saber qué es lo que pasa en la otra punta del mundo en cuestión de segundos. Sin embargo, y a pesar de que podemos nutrirnos de las noticias de cualquier medio de comunicación del mundo, también podemos acabar cayendo en trampas de desinformación, en las popularmente conocidas como *fake news*. Por esa misma razón, queremos compartir contigo algunas claves para hacer frente a las noticias falsas.

### 01.

**Presta atención al medio de comunicación en el que has leído la noticia**

A comienzos del siglo xx, **la información estaba en manos de unos pocos medios de comunicación.** Sin embargo, y tras la normalización de Internet en nuestros hogares, el número de medios *online* se ha disparado. A día de hoy cualquiera puede abrirse un blog o una cuenta de Twitter y compartir todo tipo de noticias sin pasar ningún filtro de verificación. Por esa misma razón, y cada vez que leas una noticia que te parezca demasiado llamativa como para ser cierta, comprueba dónde estás leyendo dicha publicación. Puede que estés leyendo un medio satírico o, directamente, una plataforma que quiere colar una noticia falsa.

### 02.

**Contrasta esa misma información con otros medios**

**Las noticias de gran envergadura no van a estar publicadas únicamente en un medio.** A pesar de que uno de ellos será el que adelante la noticia, la inmediatez que ofrece Internet permitirá al resto de medios publicar lo propio apenas unos minutos más tarde. Por todo ello, y en caso de que tengas dudas sobre la información que estás leyendo, te recomendamos que vayas a Google o cualquier otro buscador y consultes en otros medios si cuentan lo mismo.

### 03.

**Ten cuidado con las capturas que te lleguen por WhatsApp**

Las plataformas de mensajería de WhatsApp son **unos de los focos principales por los que te pueden llegar noticias falsas.** Si alguna vez te han mandado una captura de pantalla en la que tan solo se puede leer un titular y un subtítulo de un determinado medio, desconfía. A día de hoy es muy fácil modificar el titular de una página web. Tan solo tienes que acudir a la página web en cuestión, abrir su consola y cambiar los parámetros para poder cambiar el titular a tu gusto.





## 04.

### Revisa la ortografía, la estructura y la fecha de la noticia

Por norma general, las personas que deciden enviar este tipo de contenido a través de WhatsApp o redes sociales suelen dejar alguna pista que demuestre que se trata de una noticia falsa. Desde una tipografía que no concuerda con la del medio en la que ha publicado la noticia hasta errores como un punto al final tanto del titular como del subtítulo. **Si detectas varias faltas graves en apenas unas líneas, o una fecha cuando menos sospechosa desconfía**, puede tratarse de una noticia falsa. Una vez más, vuelve a Google y contrasta con el resto de medios para ver si es cierto.

## 05.

### Comprueba si esa noticia se nutre de terceras fuentes

Generalmente, **las noticias a las que te enfrentas en tu día a día tienen una fuente original**. Desde una rueda de prensa o un estudio hasta unas declaraciones en un programa que hayan determinado el rumbo de la noticia. Si la noticia que estás leyendo no demuestra de dónde ha sacado dicha información, desconfía. Si alguien ha dicho esas mismas declaraciones, probablemente aparecerá en otros medios. Por lo tanto, y si nadie lleva esas mismas declaraciones, desconfía de nuevo.

Desconfía y, por supuesto, **no compartas esta información con terceras personas para evitar que la bola de nieve continúe**. Cada vez que compartes noticias falsas con terceras personas, estas pueden acabar enviándoselas a sus amigos y amigas y que la cadena continúe. Por lo tanto, y si evitas que esta noticia llegue más lejos, ayudarás a hacer frente a la desinformación.



## Antes de la lectura

### 1. LA ERA DE LA DESINFORMACIÓN

- ✓ *Autocontrol*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de interacción*

Para comenzar la **sección El consumo de información**, se plantearán cuestiones como las siguientes: *Vivimos en la sociedad o la era de la información. ¿Qué significa eso? ¿Te consideras una persona informada? ¿Te interesas por la actualidad? ¿Crees que eres un consumidor pasivo que comparte información o por el contrario un sujeto crítico? Cuando quieres informarte sobre algún tema (música, deportes, cine...), ¿a qué fuentes acudes? Si tienes que realizar un trabajo académico, ¿qué medios y fuentes consultas? ¿Cómo sabes que los datos que extraes son fiables? ¿Qué es un fenómeno viral? ¿Qué puede ocurrir cuando se viraliza una información? ¿Qué es la alfabetización mediática e informativa? ¿Te parece necesaria?*

El profesor comentará la otra cara de la moneda: vivimos también en la sociedad o era de la desinformación y la información manipulada. Noticias falsas o *fake news*, bulos, información sesgada o no contrastada... todo a golpe de clic. Esto se relaciona directamente con el autocontrol, porque a veces sentimos el impulso de compartir todo lo que nos llega en lugar de dominarnos y actuar con responsabilidad. Se puede preguntar a los alumnos si esto les sucede y si hacen algo para evitar las cadenas, los bulos...

Para mostrar a los alumnos qué fácil es recibir y difundir noticias falsas o información sin contrastar, se jugará en el aula al clásico *teléfono escacharrado*. Seguro que los alumnos conocen este juego de cuando eran pequeños. La actividad se puede realizar de varias formas:

- Cada alumno dice una noticia breve al oído al siguiente alumno, que a su vez la repetirá al siguiente... La pronunciarán en voz baja y muy deprisa, de manera que la información irá sufriendo pequeñas modificaciones según pasa de una persona a otra. ¿Cuál es el resultado final? ¿Coincide con la noticia inicial?
- Cada alumno dice o escribe una noticia breve al siguiente alumno que, de manera deliberada, hará un pequeño cambio en ella, hasta llegar al último. ¿Qué modificaciones se han producido? Los alumnos reflexionarán sobre la vida real: *¿Qué ocurre cuando escribimos un mensaje en las redes sociales sobre algo que nos han contado, y lo difundimos, y así se va extendiendo algo que no es del todo cierto?*

En esta primera actividad, el profesor puede organizar la creación de un PADLET que se utilizará en toda la **sección El consumo de información**. Se trata de una especie de mural colaborativo digital en el que, tanto el profesor como los alumnos, colgarán los recursos y trabajos que vayan surgiendo en las distintas actividades de la sección. Adjuntamos algunas [indicaciones para utilizar esta herramienta](#).

### 2. PUNTOS DE VISTA

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Creatividad*

Todo lo que se cuenta, se hace desde un punto de vista. Con el fin de que los alumnos comprendan lo que es la pluralidad informativa, cada uno elegirá una noticia de actualidad que le parezca interesante y leerá esa misma noticia en distintos medios. Es preferible que sea un tema político o social, para que se noten más las diferencias del enfoque ideológico de los medios. El propio



titular de cada noticia es ya una muestra de cómo se tratan los acontecimientos.

Los alumnos escribirán sus conclusiones. Se les pueden plantear estas preguntas:

- *¿Qué diferencia hay entre noticias falsas y noticias contadas desde distintos puntos de vista?*
- *¿Se puede mantener la honestidad profesional aunque se escriba desde un determinado punto de vista ideológico?*
- *¿Qué es la línea editorial de un medio de comunicación? (periódico, revista, radio, TV, blog...)*
- *¿Sabes lo qué es una línea editorial en redes sociales?*
- *¿Crees que es posible contar algo de manera totalmente objetiva?*
- *De las distintas noticias que has leído sobre un mismo acontecimiento, ¿alguna te ha gustado más que otra?*
- *Imagina que tienes que escribir una crónica deportiva de tu equipo preferido y otra de tu equipo rival. ¿Piensas que emplearías el mismo tono? ¿Qué diferencias habría?*

### 3. ¿INFORMACIÓN U OPINIÓN?

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

Los alumnos de Secundaria ya conocen la diferencia entre objetividad y subjetividad, entre los textos expositivos y los argumentativos, entre informar y exponer una opinión o punto de vista, entre los géneros periodísticos informativos (la noticia, el reportaje...) y los de opinión (el artículo

periodístico, el editorial, la carta al director, la viñeta, la crítica...).

Sin embargo, no siempre resulta fácil diferenciar la opinión de la información. Además, hay géneros mixtos, como la crónica o la entrevista.

El profesor pedirá a los alumnos que vuelvan a la noticia que escogieron en la actividad 2 (también pueden usarse otras nuevas) y busquen algún artículo, editorial, carta al director, etc. relacionado con el mismo tema. Por equipos, compararán el texto informativo y el argumentativo de cada alumno y sacarán conclusiones generales sobre ambos tipos.

Después, cada alumno redactará una noticia y una carta al director sobre algo que haya sucedido recientemente en el centro o en el barrio y le haya emocionado o impactado.

En gran grupo, se extraerán conclusiones. El profesor se asegurará de que los alumnos tienen claro, después de esta actividad, cómo diferenciar la opinión de la información en una sociedad caracterizada por la sobreinformación y la desinformación.

#### Actividad relacionada

##### *Historia de un letrero (Fase III)*

(Empatía)

Banco de Herramientas de 12 a 14 años



## Durante la lectura

### 4. ROMPER LAS CADENAS

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Autocontrol*
- ✓ *Empatía*

En una lectura profunda del texto inicial de la **sección *El consumo de información***, el profesor pedirá al alumnado que se detengan en el punto 3 del texto, que se refiere a las noticias falsas que se difunden a través de herramientas y redes como WhatsApp. Es posible, como ya se ha comentado en la actividad 1, que muchos de ellos tengan la costumbre de difundir toda la información que reciben reenviándola a sus contactos y grupos de contactos. El docente pedirá una reflexión sobre esta cuestión y sobre la importancia de focalizar el destinatario de la información para que sea más efectivo y no genere ruido innecesario.

Se les puede pedir que, durante unos días, hagan pantallazos o capturas e impriman las noticias, chistes, memes, etc. que circulan a diario por las redes, en especial las llamadas «cadenas».

Los alumnos pondrán en común en el aula las noticias que han imprimido y comentarán si creen que son ciertas, o bien si son demasiado privadas para ser difundidas. Estudiarán los pros y los contras de las cadenas de WhatsApp, correo electrónico, etc. y contarán experiencias propias.

Por último, leerán de nuevo el último párrafo del texto inicial e iniciarán un debate sobre un tema tan crucial.

### 5. COMPRUÉBALO TÚ MISMO

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Identificación y expresión emocional*

Los alumnos, por equipos, elegirán varias noticias del día y las someterán a las 5 claves que proporciona el texto inicial para corroborar que no se trata de una noticia falsa.

Según el tipo de noticia que elijan, la actividad podrá realizarse de manera conjunta con otras materias como **Física y Química, Biología y Geología, Matemáticas, Educación Física, Geografía e Historia, Educación Artística...**, ya que los alumnos podrán elegir entre las variadas secciones de los periódicos, por ejemplo:

Nacional

Internacional

Sociedad

Cultura

Deportes

Economía

Ciencia

Tecnología

Medio ambiente

Se pondrán en común los resultados para llegar a unas conclusiones.



## 6. LA HORA DE LA VERDAD

- ✓ *Empatía*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Identificación y expresión emocional*

La clase se dividirá en varios equipos. Cada uno escribirá varias noticias breves relacionadas con la actualidad, algunas verdaderas y otras sutilmente falsas.

Los demás equipos tendrán que seguir los 5 consejos del texto y determinar si se trata o no de *fake news*.

Se llevará a cabo una autoevaluación emocional: los alumnos expresarán cómo se han sentido trabajando en grupo, qué ha sido lo más difícil, lo que más y menos les ha gustado, cómo lo cambiarían, sobre qué otro tema les gustaría trabajar juntos, etc. También pueden comentar si se han sentido vulnerables al no reconocer noticias falsas o por el contrario empoderados por haberlas descubierto.

Se creará un ambiente de apertura y confianza en el aula para que puedan ayudarse o aconsejarse unos a otros.

## Después de la lectura

### 7. EL LENGUAJE INCLUSIVO

- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Empatía*
- ✓ *Creatividad*

Los periodistas y otros profesionales, en su trabajo diario, están sujetos a algunas normas o reglas dictadas por la empresa en la que trabajan. Muchas veces estas indicaciones están recogidas en los manuales de estilo de los distintos medios de comunicación. Entre las cuestiones de estilo periodístico, destaca, en la actualidad, el llamado lenguaje inclusivo.

Para realizar la actividad sobre el lenguaje inclusivo, el profesor seguirá los siguientes pasos:

1. Formulará algunas preguntas de toma de contacto: *¿Sabes qué es el lenguaje inclusivo? ¿Lo utilizas al hablar o al escribir? ¿Qué es el masculino genérico del que habla la Real Academia de la Lengua? ¿Piensas que las mujeres están discriminadas cuando se usa el masculino genérico? ¿Cómo puede evolucionar la lengua según evoluciona la sociedad?*

*¿Crees que lo hace? ¿De qué maneras se puede utilizar un lenguaje más inclusivo sin cometer errores gramaticales ni hacer más farragosa la comunicación?*

2. Pedirá a los alumnos que lean estos textos de Naciones Unidas (ONU) y de la Fundación del Español Urgente (Fundéu), en los que se aborda de manera muy completa el lenguaje inclusivo en español:
  - <https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>
  - <http://www.fundeu.es/lenguaje-inclusivo>
3. Les propondrá que elijan cualquiera de las noticias que han trabajado en las actividades anteriores y la reescriban de la siguiente manera: si estaban en lenguaje inclusivo, la redactarán en lenguaje no inclusivo, y viceversa.
4. Leerá algunas de las noticias en voz alta.
5. Pondrá en común, en gran grupo, todo el trabajo y lanzará preguntas sobre si el lenguaje inclusivo les parece necesario, si es útil...



## 8. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

- ✓ *Habilidades de oposición asertiva*
- ✓ *Autocontrol*

Igual que se hizo en la **sección *La sociedad de consumo***, en la **sección *El consumo de información*** se propone la celebración de un debate para trabajar la expresión oral de los alumnos, así como su capacidad crítica y de argumentación.

El tema elegido en este caso es la libertad de expresión, algo muy actual también debido a los buenos y malos usos de las redes sociales, el bloqueo de cuentas por contenidos inadecuados, la desinhibición de la gente al opinar por redes, etc.

Los alumnos pueden leer, en el BOE, el [artículo 20 de la Constitución Española](#) referido a este tema.

Las dos ideas defendidas en el debate pueden ser las siguientes:

- La libertad de expresión es un derecho que prevalece siempre y sin ningún tipo de límites.
- La libertad de expresión puede estar limitada por otros derechos como el derecho al honor, el de delitos de injurias, calumnias, odio....

Para preparar el debate, los equipos se documentarán acerca del derecho a la libertad de expresión como parte de la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, sobre sus posibles limitaciones según el país, la cultura o la época histórica, sobre las censuras, sobre la libertad de expresión en la era de Internet y de la sociedad de la información o sobre la libertad de expresión a través de las artes.<sup>8</sup>

El profesor se asegurará de que el diálogo y la escucha del alumnado sea respetuosa, se sigan las indicaciones del moderador y expresen sus ideas de forma razonada y sin imposiciones.

## 9. AUTÉNTICOS PERIODISTAS

- ✓ *Creatividad*
- ✓ *Toma de decisiones responsable*
- ✓ *Habilidades de interacción*
- ✓ *Habilidades de autoafirmación*

Con todo lo que han aprendido en la **sección *El consumo de información***, los alumnos, por equipos, confeccionarán su propio periódico o revista.

No tienen que crear una publicación muy larga ni complicada. Puede constar de las secciones que los miembros del equipo deseen. Lo importante es que se trate de noticias de interés para ellos y para sus potenciales lectores.

En primer lugar, deben elegir las noticias que van a mostrar. Para ello, el profesor les indicará que tengan en cuenta estos cuatro factores:

Novedad

Proximidad

Trascendencia

Temática

Los jóvenes periodistas pueden seguir estas recomendaciones:

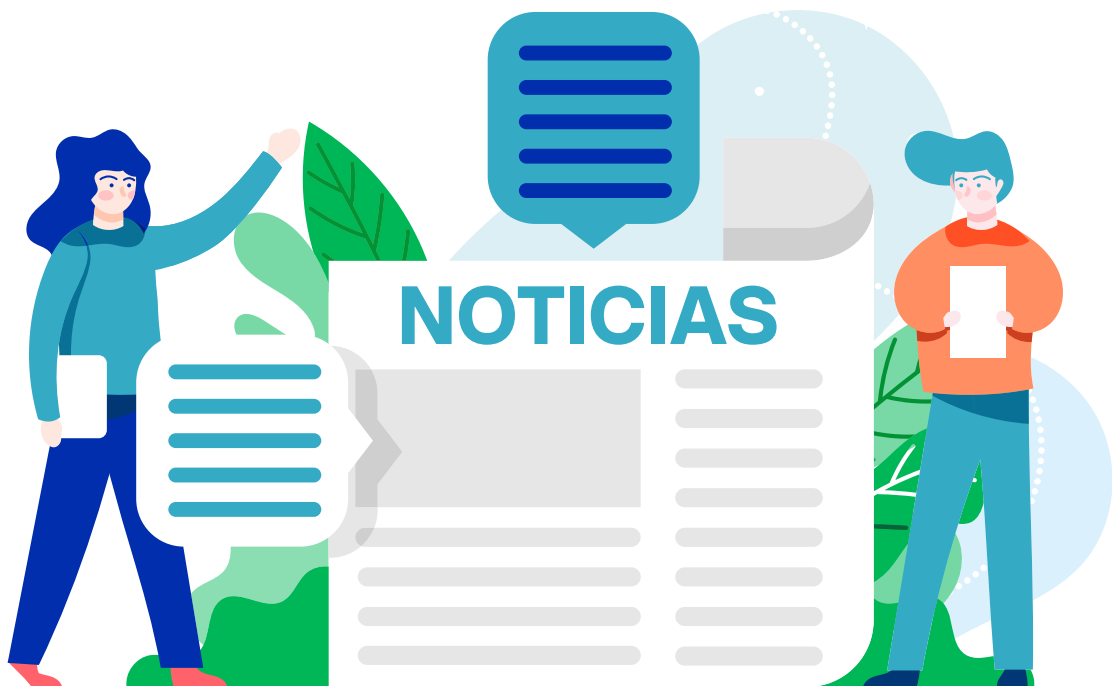
- Pensad en un nombre para vuestro periódico.

<sup>8</sup> En el tema concreto de las artes, se puede comentar en el aula que, en algunas ferias de arte, en especial de arte contemporáneo, se ha pedido la retirada de algunas obras por considerarse ofensivas de alguna manera o por tratar temas políticos... Esto ha sucedido a veces en España, concretamente en ARCO. Se les puede pedir a los alumnos que busquen en internet las noticias correspondientes (poniendo «ARCO libertad de expresión» en el buscador, por ejemplo) y después las comenten en gran grupo.



- Recordad que las noticias deben responder a estas preguntas: *¿Qué? ¿Quién? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué?*
- Dividid las noticias en titular, entradilla y cuerpo. Añadidles imágenes siempre que sea posible.
- Escribid las noticias de manera objetiva y los artículos de opinión de manera subjetiva y razonada.
- incluid en el periódico anuncios publicitarios. Pueden ser los que creasteis en la **sección La publicidad.**

Cuando los periódicos estén terminados e impresos, se organizará un sistema de préstamo, parecido al de las bibliotecas, para que puedan leerlos otros alumnos del centro, profesorado, familias...



### Sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030:

- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible>
- <http://www.exteriores.gob.es/portal/es/politicaexteriorcooperacion/naciones-unidas/paginas/objetivosdedesarrollodelmilenio.aspx>
- <https://www.agenda2030.gob.es/objetivos/home.htm>

### Sobre los jóvenes, el consumo y la publicidad:

- <http://www.injuve.es/sites/default/files/3%20-%20los%20adolescentes%20como%20consumidores.pdf>
- <https://www.educaweb.com/noticia/2007/11/19/jovenes-consumo-responsable-2638>
- <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/jovenes-y-publicidad-valores-en-la-comunicacion-publicitaria-para-jovenes-fad>

### Sobre el turismo sostenible:

- <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>
- <https://viajes.nationalgeographic.com.es/t/turismo-sostenible>

### Sobre los derechos del consumidor:

- <https://www.mscbs.gob.es/consumo/pec/derechos/home.htm>
- <https://cec.consumo.gob.es/CEC/web/home/index.htm>

### Sobre las noticias falsas o *fake news*:

- [https://cadenaser.com/ser/2021/02/26/sociedad/1614330130\\_299185.html](https://cadenaser.com/ser/2021/02/26/sociedad/1614330130_299185.html)
- <https://www.sabadellcampus.com/espaciocodigital/fake-news/index.html>
- <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45561204>

### Cómo confeccionar un glosario:

- <https://comosehacetodo.com/como-se-hace-un-glosario-para-que-sirve-y-como-empezar>
- <https://es.wikihow.com/hacer-un-glosario>

### Cómo generar códigos QR y utilizarlos en el aula:

- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/ideas-para-usar-codigos-qr-en-educacion>
- <https://www.unir.net/educacion/revista/codigos-qr-en-el-aula-diversion-garantizada-a-un-solo-click>

### Cómo editar vídeos de manera gratuita:

- <https://www.ayudaparamaestros.com/2020/09/5-apps-para-crear-y-editar-videos.html>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/programas-gratuitos-editar-videos>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/aplicaciones-gratuitas-para-editar-videos>
- <https://educacion2.com/programas-para-hacer-videos-didacticos>



**Cómo realizar una infografía:**

- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/crear-infografias>
- <https://www.aulaplana.com/2019/02/13/educacion-y-tic/introduce-las-infografias-en-tu-aula>
- <https://aprendoenlweb.blogspot.com/2013/01/infografia-en-el-aula.html>

**Cómo hacer una nube de palabras:**

- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/crear-una-nube-tags-las-palabras-mas-usadas-texto>
- <https://www.aulaplana.com/2015/01/15/recursos-tic/cinco-herramientas-tic-para-crear-nubes-de-palabras>

**Cómo crear un periódico escolar:**

- <https://educrea.cl/elaboracion-de-periodicos-escolares>
- <http://blog.tiching.com/20-sugerencias-crear-periodico-aula>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/herramientas-apps-crear-revista-escolar-periodico>

**Cómo confeccionar y realizar una encuesta:**

- [https://www.ine.es/explica/docs/pasos\\_primera\\_encuesta.pdf](https://www.ine.es/explica/docs/pasos_primera_encuesta.pdf)
- <https://inspiratics.org/es/recursos-educativos/encuestas-que-permiten-aprender>

**Cómo utilizar PADLET:**

- <https://intef.es/wp-content/uploads/2019/10/Padlet-2.pdf>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/recursos/padlet-aula>

**Cómo utilizar la realidad aumentada en el aula:**

- <https://lavozeeducativa.com/2018/03/01/que-es-la-realidad-aumentada-y-como-usarla-en-el-aula>
- <https://www.educaciontrespuntocero.com/noticias/usos-realidad-aumentada-aulas>
- <https://www.grupo-sm.com/es/post/6-ventajas-del-uso-de-la-realidad-aumentada-en-el-aula>

**Página web de la OCU:**

- <https://www.ocu.org>

**Página web de FACUA:**

- <https://www.facua.org>

**Ejemplos de anuncios publicitarios:**

- <http://www.tvanuncios.com>
- <https://www.marketingdirecto.com/creacion/spots>
- <https://www.mediasource.mx/blog/anuncios-publicitarios>
- <https://www.tusclicks.com/blog/20-mejores-anuncios-publicitarios-de-los-ultimos-tiempos>
- <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/slogan-esloganes-creativos-y-miticos-para-inspirar>

