



Consumismo y consumo responsable

por RENATA MAJEWSKA

STRESZCZENIE: Celem lekcji jest wzbudzenie refleksji w języku hiszpańskim dotyczącej konsumpcyjnego stylu życia współczesnego społeczeństwa zachodniego i alternatywnego stylu życia.

ETIQUETAS: B1, B2, C1. **VOCABULARIO:** compras, adicciones, consumismo, ecología, **GRAMÁTICA:** indicativo/subjuntivo

NIVEL: B1, B2, C1 del Marco Común Europeo de Referencia

TIPO DE ESCUELA: ESCUELA SECUNDARIA

OBJETIVOS LINGÜÍSTICOS: LEXICALES: compras, adicciones, el consumismo y la ecología
GRAMATICALES: uso de indicativo y subjuntivo (los tiempos del subjuntivo dependerán del nivel de los alumnos),

OBJETIVOS COMUNICATIVOS: intercambiar opiniones e ideas relacionadas con el tema del consumismo

OBJETIVOS SOCIOCULTURALES: el consumismo en España y en Europa

DESTREZAS: comprensión lectora, expresión escrita, expresión oral, interacción entre alumnos,

DURACIÓN: 2 clases de 45 minutos (seguidas si es posible)

MATERIALES: fotos (ejemplos de fotos: ANEXO 1, 2, 3), encuesta (ANEXO 4).

OBSERVACIONES GENERALES: sería aconsejable realizar este proyecto de clase después del que trata el tema de los valores fundamentales en las sociedades occidentales (se encuentra en la plataforma de las Olimpiadas).

PROCEDIMIENTO:

1. El profesor enseña a los alumnos en la pantalla del ordenador una serie de fotos relacionadas con la locura de las compras navideñas (como ejemplo pueden servir las fotos de los anexos 1-3; se pueden encontrar muchas poniendo la etiqueta “consumo y consumismo” en *google gráfica*). Les pide que las comenten en parejas haciéndoles las preguntas de la actividad 1. Después se recogen las respuestas de los alumnos.





Ojo, si el profesor observa que los alumnos tienen dificultades para entender el concepto del consumismo, puede empezar con la actividad 5 (test sobre los hábitos personales).

Tiempo aproximado: unos 10 minutos

2. Los alumnos leen el pequeño texto y responden a las preguntas hablando en parejas (actividad 2). Después dos alumnos presentan sus respuestas al resto del grupo.
Duración aproximada: 5 minutos
3. Los alumnos primero leen las frases del recuadro (actividad 3) y marcan las respuestas según les parece. Después leen el texto y comprueban sus respuestas marcándolas en la columna *Después de leer*, además subrayan las frases en las que aparece la respuesta. Luego en parejas enumeran las causas del consumismo excesivo que han encontrado en el texto. Puesta en común. Duración: 20 min.
4. El profesor divide a los alumnos en grupos o lo hacen los alumnos, ya que tendrán que terminar la tarea en grupos en casa (la distancia que separa sus viviendas puede tener importancia). Se explica toda la tarea (actividad 4 y 6A). El profesor dice a cada grupo a qué público se van a dirigir (sería bueno sortearlo). Es importante que los alumnos hablen en español y que escriban solo las ideas en lugar p. ej. de discutir la forma de los deberes. Por eso es fundamental darles el límite de tiempo (10 minutos) y no darles más de 1 minuto adicional. Luego los grupos presentan sus ideas. No se permite que las ideas las presente un portavoz, sino que cada alumno presente una parte. Es importante que los estudiantes lo sepan antes.
Tiempo aproximado: 10 minutos la preparación + 15 minutos la presentación.
5. Los alumnos hacen el test en parejas. Si queda tiempo, el profesor puede animar a los alumnos a que añadan preguntas al test antes de realizarlo. Al responder a las preguntas pueden añadir cualquier tipo de comentario. Luego presentan las soluciones.
Duración aproximada: 15 minutos
6. Se explican los deberes obligatorios y adicionales a los alumnos. Se explican todas las dudas.
Duración: 5 minutos.





HOJA DE TRABAJO

ACTIVIDAD 1 *Las Navidades*

Mira las fotos que te va a presentar el profesor en la pantalla. Coméntalas con tu compañero. ¿Te vuelves loco/a antes de las Navidades en las tiendas? ¿Qué te parece la idea del DÍA SIN COMPRAS? ¿Por qué crees que se le ha ocurrido a alguien proclamar ese día?

ACTIVIDAD 2 *Día sin compras*

Ahora lee el siguiente fragmento de un artículo en el que se explica la idea del día sin compras. ¿Coincide con lo que pensabais? ¿Por qué se celebra a finales de noviembre? Consulta el diccionario que se encuentra a continuación si no entiendes alguna palabra.

Día sin compras

“Un día sin compras, 364 de consumo responsable” es el lema de la campaña que este año se celebra el 25 de noviembre. La propuesta no va contra un producto o una multinacional concreta, sino contra **la sociedad de consumo**, que promueve un modelo social y ambientalmente insostenible. Una **huelga de consumidor**, aunque sólo sea por un día.

La fecha no es arbitraria: se celebra cada año la jornada posterior a la conmemoración del Día de Acción de Gracias, a finales del mes de noviembre. Ese día se da el pistoletazo de salida a la oleada de las compras navideñas, principalmente en EE.UU”.

Adaptado de: <http://www.vidasencilla.es/dia-sin-compras/> última consulta: 25.11.2011

Diccionario:

La multinacional:	una empresa que opera en varios países
Promover:	hacer promoción a algo
Insostenible:	que no se puede sostener (sustentar, defender o mantener firme)
La huelga:	cuando los trabajadores dejan de trabajar por protesta
Arbitrario:	aquí: establecido por casualidad o capricho
Pistoletazo:	disparo hecho con una pistola
Oleada:	aquí: una ola de personas, muchas personas a la vez

ACTIVIDAD 3

Ahora lee otro texto que habla del fenómeno del consumismo y de sus posibles causas. Antes de leerlo completa el siguiente recuadro según tu opinión (marca si las frases son verdaderas o falsas en la parte *Antes de leer* del recuadro). Después lee el texto y verifica tus hipótesis (marca las respuestas en *Después de leer* y subraya el fragmento correspondiente en el texto). Consulta el diccionario que se encuentra a continuación. Después apunta las posibles causas del consumismo excesivo que aparecen en el texto.





Antes de leer			Después de leer	
verdadero	falso		verdadero	falso
		1. Consumir puede tener aspectos positivos y negativos.		
		2. Podemos comprar para cubrir las necesidades básicas o por la ambición y el deseo de que nos admiren.		
		3. Hay muchas más mujeres que hombres adictas a la compra.		
		4. Hay más adultos que jóvenes adictos al consumo.		
		5. La única manera de no caer en el consumismo excesivo es controlarse.		

Consumidos por el consumo

La ciudad se ha convertido en un gran hipermercado. Estamos inmersos en el consumismo que se alimenta de la influencia de la publicidad y ésta se basa en ideas tan falsas como que la felicidad depende de la adquisición de productos. Consumir quiere decir tanto utilizar como destruir. En la sociedad de consumo no sólo sentimos cada vez mayor dependencia de nuevos bienes materiales y derrochamos los recursos, sino que el consumo se ha convertido en un elemento de significación social. Se compra para mejorar la autoestima, para ser admirado, envidiado y/o deseado.

El peligro es que las necesidades básicas pueden cubrirse pero las ambiciones o el deseo de ser admirados son insaciables, según alertan los expertos. En la sociedad de consumo encontramos tres fenómenos que le son propios y que juntos producen lo que se ha denominado adicción al consumo:

- la adicción a ir de compras,
- el deseo intenso de adquirir algo que no necesitamos y que, una vez adquirido, pierde todo nuestro interés (inclinación relacionada con situaciones de insatisfacción vital)
- la adicción al crédito (sobreendudamiento).

Un estudio europeo¹ indica que un 33% de la población adulta (32% de los hombres y 34% de las mujeres) tiene problemas de adicción a la compra, de compra impulsiva y de falta de control del gasto. En cuanto a la población joven, el porcentaje de adictos (en grado diferente) sube hasta el 46% (53% de las mujeres y 39% de los varones).

Para los jóvenes europeos y españoles (16 años) sometidos a la encuesta, comprar es una de las actividades más divertidas que ofrece una ciudad. Su grado de impulsividad en la compra y de falta de autocontrol y responsabilidad económica es muy alto, ya que la adolescencia es una etapa en la que se tienen mayores dificultades para controlar los impulsos. Son también los que más se dejan llevar por los mensajes publicitarios.

La clave frente al ambiente consumista es el autocontrol.

Adaptado de: <http://www.elmundo.es/magazine/m17/textos/conocer1.html> 25.11.2011

¹ El estudio ha sido impulsado desde España por la Dirección General de Consumo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, coordinadora de un estudio realizado en ésta y otras áreas de la Unión Europea (Escocia, Lombardía y Toscana).





Diccionario:

Inmerso:	metido en el agua
Adquisición:	compra
Dependencia:	efecto de depender de algo
Derrochar:	gastar de manera excesiva
Recursos:	materias, como p. ej. petróleo, gas, carbón, electricidad
Autoestima:	opinión que tenemos de nosotros mismos
Insasiable:	que no se puede saciar, satisfacer
Dejarse llevar por:	dejarse influir fácilmente

ACTIVIDAD 4 Soluciones

Vais a trabajar en grupos. Vais a preparar ideas para una campaña publicitaria dirigida a distintos grupos de la sociedad (padres, adolescentes, mujeres, hombres). De momento no os preocupéis por la forma de presentar vuestra campaña (lo vais a hacer en casa), lo que importa son las ideas. En clase las vais a presentar de manera oral en forma de opiniones, por ejemplo:

A nosotros/as nos parece que los padres deberían dar a los adolescentes una cantidad fija de dinero para que estos aprendan a no gastar más de lo que tienen.

Creemos que es/sería conveniente/ aconsejable/peligroso que + subjuntivo

A continuación se os proponen algunas ideas o expresiones que podéis utilizar, añadiendo las propias:

(adaptado de: <http://www.elmundo.es/magazine/m17/textos/conocer1.html> 25.11.2011 y de: <http://www.elblogalternativo.com/2010/04/18/de-consumista-empedernido-a-consumidor-responsable/> 25.11.2011)

- el llamado dinero de plástico
- el oscurecimiento de gasto que provoca el pago con tarjeta
- consumo ético (relacionado con los valores), consumo ecológico, consumo solidario (comercio justo)
- programas educativos
- consecuencias ecológicas (agotamiento de los recursos energéticos, del agua, contaminación, exceso de basura, ...)
- no reforzar los comportamientos caprichosos o consumistas de sus hijos
- pedir prestado en lugar de comprar (p. ej. libros)
- no comprar para seguir la moda, ser original
- cuidado con las ofertas
- comer alimentos de temporada
- hacer una lista de la compra
- priorizar los productos locales
- reflexionar sobre los productos que compramos: ¿cómo se han fabricado? ¿se ha pagado un precio justo a los productores?
- reciclar, reutilizar, separar la basura
- promover las actividades que no requieren dinero (o lo requieren poco)





ACTIVIDAD 5 *¿Serás adicto/a al consumo?*

Para terminar, haz el siguiente test (anexo 4) a tu compañero y él te lo hará a ti. Puedes primero leer el test, añadir preguntas que consideres interesantes y luego hacerlo al compañero. ¿Cuáles son las conclusiones? En vuestra opinión, ¿sois adictos/as al consumo?

ACTIVIDAD 6 *Deberes*

- A. En casa en los mismos grupos en los que habéis trabajado en clase, preparad la campaña publicitaria de la que habéis hablado. Puede tener la forma de: cartel, presentación PPT, folleto publicitario, una grabación, una breve película u otra forma que se os ocurra. Tenéis 2 semanas para prepararla y entregársela al profesor.

Para voluntarios:

- B. Escribe un texto argumentativo de 200-250 palabras sobre uno de los siguientes temas:
1. En el mundo actual es posible ser feliz sin consumir mucho.
 2. Es responsabilidad de los padres enseñar a sus hijos a ser consumidores responsables.
 3. El consumidor responsable es, sobre todo, consumidor ecológico.





ANEXO 1

Foto 1. Fuente: : <http://sebastianvelezg.blogspot.com/> (25.11.2011)



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



OŚRODEK
ROZWOJU
EDUKACJI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





ANEXO 2

Foto 2. Fuente: <http://www.ecologistasenaccion.org/article21710.html> (25.11.2011)





ANEXO 3

Foto 3. Fuente: <http://sinserif.blogspot.com/2010/08/menos-consumo-mas-felicidad.html>
(25.11.2011)





ANEXO 4

Adaptado de: <http://www.elmundo.es/magazine/m17/textos/conocer1.html> 25.11.2011

Test: ¿eres consumidor/a con riesgo de adicción al consumo?

1. ¿Te disgustas a menudo por haber gastado dinero de manera tonta?
2. Cuando estás triste o deprimido/a, ¿vas de compras para animarte?
3. ¿Haces compras por impulso?
4. Cuando algo te gusta, ¿te lo quitas de la cabeza o no, hasta que lo compras?
5. ¿Compras cosas inútiles?
6. ¿Tiras mucha comida? ¿Qué significa para ti *mucha*?
7. ¿A menudo se te va dinero sin darte cuenta?
8. ¿Te arrepientes de haber comprado cosas inútiles? ¿Con qué frecuencia?
9. ¿Compras comida cuando tienes mucha hambre?
10. ¿Compras ropa o zapatos que luego no usas?





HOJA DE RESPUESTAS

Actividad 1 respuesta libre

Actividad 2 pregunta 2: se celebra cada año un día después de la conmemoración del Día de Acción de Gracias, a finales de noviembre, cuando empieza la locura de las compras navideñas, sobre todo en EE.UU.

Actividad 3

1. Verdadero: “Consumir quiere decir tanto utilizar como destruir”.
2. Verdadero: “las necesidades básicas pueden cubrirse pero las ambiciones o el deseo de ser admirador son insaciables”, “se compra (...) para ser admirado, envidiado y/o deseado”.
3. Falso: “32% de los hombres y 34% de las mujeres”.
4. Falso: “se indica que un 33% de la población adulta tiene problemas de la adicción a la compra (...). En cuanto a la población joven, el porcentaje de adictos (...) sube hasta el 46%.
5. Verdadero: “La clave frente al ambiente consumista es el autocontrol”.

Posibles causas del consumo excesivo:

la influencia de la publicidad, las convicciones falsas (p. ej. la de que la felicidad depende de la adquisición de productos), es un elemento de significación social, para mejorar la autoestima, para ser admirado, envidiado o deseado, por ambiciones, por insatisfacción vital, por la falta de autocontrol y responsabilidad económica.

Actividad 4 respuesta libre

Actividad 5 respuesta libre

Actividad 6 respuesta libre

