

Ciclo: 2º
Curso: 3º/4º

TEMA: SER PERSONA.
EL VALOR DEL CONSUMO RESPONSABLE
“**Silvia no quiere salir**”



OBJETIVOS

- Conocer los mecanismos básicos del lanzamiento de productos y ser crítico ante las presiones de los mensajes publicitarios.

ACTIVIDAD

Lectura del relato **Silvia no quiere salir** y debate donde se pueden tratar varias cuestiones reseñadas en la siguiente página.

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

El tutor/a procura animar a todos para responder a las preguntas.

MATERIALES

Ficha de la lectura **Silvia no quiere salir**

- Educación del consumidor. Colección flor viva. Editorial TEDISER.
- Las fábulas más bonitas de Esopo. Círculo de lectores.
- Cajas Rojas de la Educación Primaria. Educación del consumidor.
- La Publicidad. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La Compra. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La Alimentación. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La educación del consumidor en la escuela. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- ABC de la Ley de los Consumidores y Usuarios.
- Actividades de tutoría para la Educación Primaria. Editorial Escuela Española.

EVALUACIÓN / SUGERENCIAS

Indicador: Grado de mejora del sentido crítico hacia los mensajes publicitarios



SILVIA NO QUIERE SALIR

¡De ninguna manera!. ¡No le iban a convencer ni en mil años!

¡Mira que se lo había dicho clarito!. Ella quería los pantalones de la marca “Taxis”, etiqueta arco iris, y ningún otro.

Su madre le había traído un par, de una marca que no la conocían ni en China. Incluso el color era rarito.

Además, sus padres le habían echado un broncazo. Que si parecía mentira lo tonta que se estaba poniendo, que un pantalón tejano era lo más parecido a otro de la misma clase,... que si esto, que si lo otro.

Su padre, particularmente, estaba inaguantable con este tema. Hasta se había puesto a contar las batallas de cuando era joven, y hubiera sido feliz teniendo unos pantalones nuevos de cualquier tipo que fueran.

No entendían nada. A lo mejor era verdad que a ellos les daba igual ponerse una cosa u otra, porque sus amigos no iban a hacerles ningún comentario sobre el tema. Pero la gente de edad estaba muy pendiente de la ropa que llevaban los demás, y no se cortaban un pelo a la hora de hacer bromas.

Todavía se estaban riendo de Chema, desde que un día se trajo al colegio una cazadora, que tenía pinta de haber vivido más que él. También las deportivas verdes de Ana, habían servido como tema de conversación durante varios días.

Preferiría quedarse en casa hasta que se secan los tejanos viejos, porque el resto de su armario estaba lleno de reliquias. Además, si salía o no, era un problema suyo y de nadie más.

Encima del enfado que tenía, iba a tener que soportar mil reflexiones sobre las tonterías de las marcas, lo “comido que le tenía el coco” la publicidad, lo caprichosa que era, etc., etc.

Lo mejor era meterse en su habitación y poner la música bien alta.

También dedicaría un rato a sentirse muy desgraciada, porque realmente nadie le comprendía.

Una vez leído el relato, establecemos con los alumnos/as un debate, **en el que se pueden desarrollar entre otras, las siguientes cuestiones:**

1. ¿De quién habla el relato?
2. ¿Qué situación se había planteado en su casa?
3. ¿Por qué no quería salir con sus amigos?
4. ¿Realmente no tenía ropa que ponerse?
5. ¿Entiendes el disgusto de la niña o te parece que se ha “pasado” un poco en su enfado?
6. ¿Tu grupo de amigos, ¿concede tanta importancia a la ropa que se lleva?
7. ¿Quién decide que marcas son las adecuadas y cuales no?
8. Los enormes gastos de publicidad de un producto ¿los pagan los fabricantes o los consumidores?
9. ¿Un producto que no es conocido, es necesariamente peor que uno famoso?
10. ¿Crees que Silvia tenía motivos para sentirse desgraciada e incomprendida?
11. ¿Podrías decirle algo?
12. ¿Qué harías si estuvieras en el lugar de sus padres?
13. ¿Se te ha planteado alguna vez una situación semejante?
14. ¿Cómo has reaccionado?
15. ¿Te ha servido de algo el escuchar este relato?
16. ¿Habías pensado en otras ocasiones la influencia que tiene la publicidad en tu forma de vestir?
17. Cuando decimos: “Yo me visto como quiero”. ¿Qué estamos diciendo en realidad?