

## MÓDULO 5: MI ENTORNO

### OBJETIVOS

Reflexionar sobre la influencia que ejerce sobre nosotros y nosotras el entorno donde vivimos: residencia, personas que nos rodean, valores, éxito social...

Valorar la importancia que tiene para nosotros y nosotras pertenecer a determinados grupos sociales.

Reflexionar sobre la actitud de la sociedad ante comportamientos de riesgo.

Conocer y entender el término de “anomía social” como la distancia que hay entre las metas impuestas por la sociedad (metas de prestigio-éxito, que en nuestro espacio cultural se convierten cada vez más en metas de éxito económico y fama) y nuestros medios-oportunidades para alcanzar dichas metas.

Conocer que el grado de permisividad o tolerancia que la sociedad manifiesta con respecto a determinados comportamientos (el consumo de drogas, la utilización de la violencia para resolver los problemas, el sexismo, el consumismo en general...), facilita que dichos comportamientos se puedan reproducir en jóvenes y adolescentes.

### GRUPOS DE PERTENENCIA

#### ACTIVIDAD 1: Pertenezco al grupo...

Objetivo: Identificar grupos de pertenencia. Entender que es importante tener grupos de pertenencia y estos aportan identidad. Duración: 30 minutos.

#### ACTIVIDAD 2: Donde yo vivo

Objetivo: Reflexionar sobre la influencia que ejerce sobre nosotros/as el entorno donde vivimos y que nos rodea. Duración: 20 minutos.

#### ACTIVIDAD 3: Es importante para mí...

Objetivo: Entender la importancia de la aceptación social para el desarrollo personal. Reflexionar sobre el nivel de aceptación que necesitamos de los y las demás. Duración: 40 minutos.

#### ACTIVIDAD 4: A la búsqueda de la aceptación

Objetivo: Entender que las decisiones que tomamos siempre tienen consecuencias, aunque nos interese ver sólo las positivas. Valorar lo que quieres sopesando las consecuencias positivas y negativas. Duración: 50 minutos.

### LOS ADULTOS

#### ACTIVIDAD 5: Roles y género

Objetivo: Reflexionar sobre los mitos que existen y se asocian a la condición sexual. Duración: 50 minutos.

#### ACTIVIDAD 6: ¿Cómo son?

Objetivo: Entender que los adultos son referentes importantes en nuestras vidas y por tanto influyen directamente en el desarrollo personal y social de jóvenes y adolescentes. Duración: 30 minutos.

### INFLUENCIA Y PERCEPCIONES SOCIALES

#### ACTIVIDAD 7: Botellón

Objetivo: Reflexionar sobre el fenómeno del botellón: Conocer la influencia social ante la extensión de esta práctica. Conocer las consecuencias de este estilo de socialización. Duración: 60 minutos.

#### ACTIVIDAD 8: ¿Qué me influye?

Objetivo: Entender que las percepciones sociales pueden variar en función de múltiples factores, pero que un factor condicionante son los medios de comunicación. Duración: 30 minutos.

#### ACTIVIDAD 9: Campañas publicitarias

Objetivo: Identificar qué valores predominan en los medios de comunicación y cómo nos influyen. Hacer una crítica al consumismo desde los medios de comunicación. Duración: 60 minutos.

#### ACTIVIDAD 10: Chat vs. SMS

Objetivo: Identificar situaciones en las que una conversación directa nunca puede ser sustituida por otros medios. Duración: 50 minutos.

### CONSUMISMO PRESENTISMO

#### ACTIVIDAD 11: Ahora mismo

Objetivo: Aprender a diferenciar entre: Lo que se no puede tener ahora y no se podrá tener nunca. Lo que no se puede tener ahora pero se podrá tener en un corto periodo de tiempo. Lo que no se puede tener ahora pero se podrá tener en un futuro. Duración: 30 minutos.

#### ACTIVIDAD 10: Lo quiero

Objetivo: Identificar niveles de ambición y competitividad ante la presión social. Duración: 60 minutos.

### LOS VALORES SOCIALES

#### ACTIVIDAD 13: Lo que me rodea

Objetivo: Identificar qué valores sociales hay hoy en día y de que manera nos influyen. Duración: 60 minutos.

#### ACTIVIDAD 14: Comprar el éxito

Objetivo: Identificar los modelos de éxito que imperan en nuestra sociedad. Duración: 50 minutos.

## ACTIVIDAD 1

**OBJETIVO:** Identificar grupos de pertenencia.

Entender que es importante tener grupos de pertenencia y que éstos aportan identidad.

**DURACIÓN:** 30 minutos.

**DESARROLLO:** Se van diciendo grupos a los que pertenecemos, sobre la ficha que tiene el/la educador/a.

Después, individualmente piensa en los grupos a los que perteneces, pudiendo añadir alguno más.

Responde al resto de preguntas que aparecen en la ficha.

Por último, poner en común señalando las diferencias, a qué da importancia cada uno/a y sobre todo si somos conscientes de pertenecer a esos grupos.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Pertenecemos a diferentes grupos por el hecho de vivir en un lugar determinado, estudiar en un centro determinado, trabajar en un sitio determinado...

Pertenecer a un grupo determinado da identidad de pertenecer a ese grupo, pudiendo aportar beneficios y también inconvenientes.

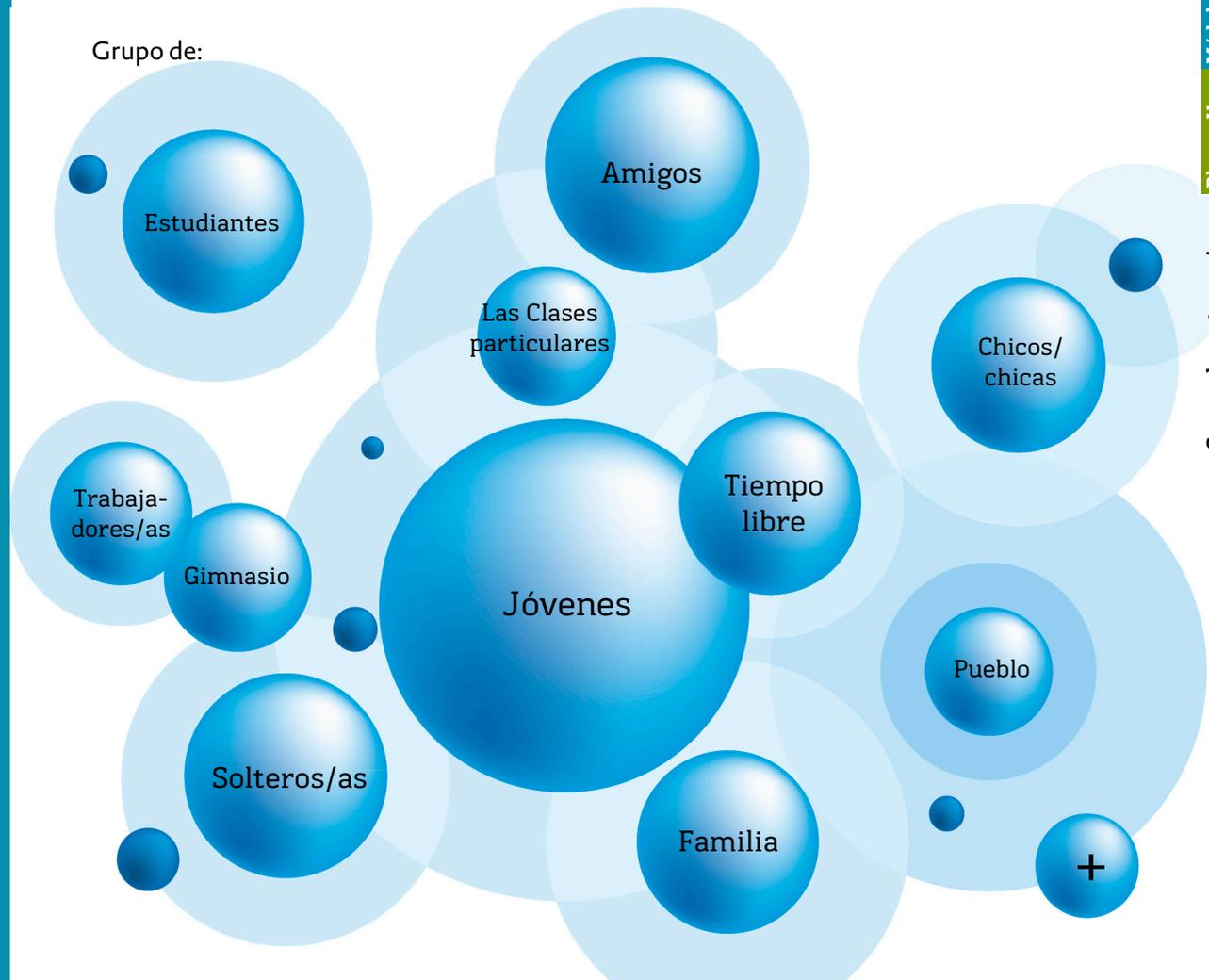
Los grupos de pertenencia ejercen gran influencia sobre nosotros y nosotras: valores, éxito social...

Existen diferencias entre unos grupos y otros (razas, religión, tendencia sexual, lenguaje, imagen...)

Hay que respetar a todos los grupos que conozcamos, pertenezcamos o no a ellos.

## FICHA 1: PERTENEZCO AL GRUPO...

Grupo de:



Preguntas:

- ¿Qué grupos de pertenencia tengo?
- ¿Qué conseguimos perteneciendo a diferentes grupos?
- ¿Has elegido pertenecer a estos grupos?
- Elige 2 grupos que para ti sean los más importantes y 2 que sean los menos importantes. ¿Por qué son unos más importantes que otros?

## ACTIVIDAD 2

**OBJETIVO:** Reflexionar sobre la influencia que ejerce sobre nosotros/as el entorno donde vivimos y donde nos relacionamos.

**DURACIÓN:** 30 minutos.

**DESARROLLO:** Individualmente ubicar en el círculo que aparece en la ficha, por orden de relación, todos los grupos a los que se pertenece. Después responder también individualmente a las cuestiones planteadas.

A continuación el educador o la educadora plantea que se reúnan en equipos de 3-4 personas y compartan las respuestas que ha dado cada uno/a.

Posteriormente un/a portavoz por equipo expone en el grupo grande:

Los diferentes barrios con sus correspondientes características.

Las diferencias y semejanzas entre las diferentes personas y grupos.

Las influencias del entorno.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Pertenece a muchos y diferentes grupos sociales por el mero hecho de vivir en un sitio u otro.

Nuestro entorno nos influye.

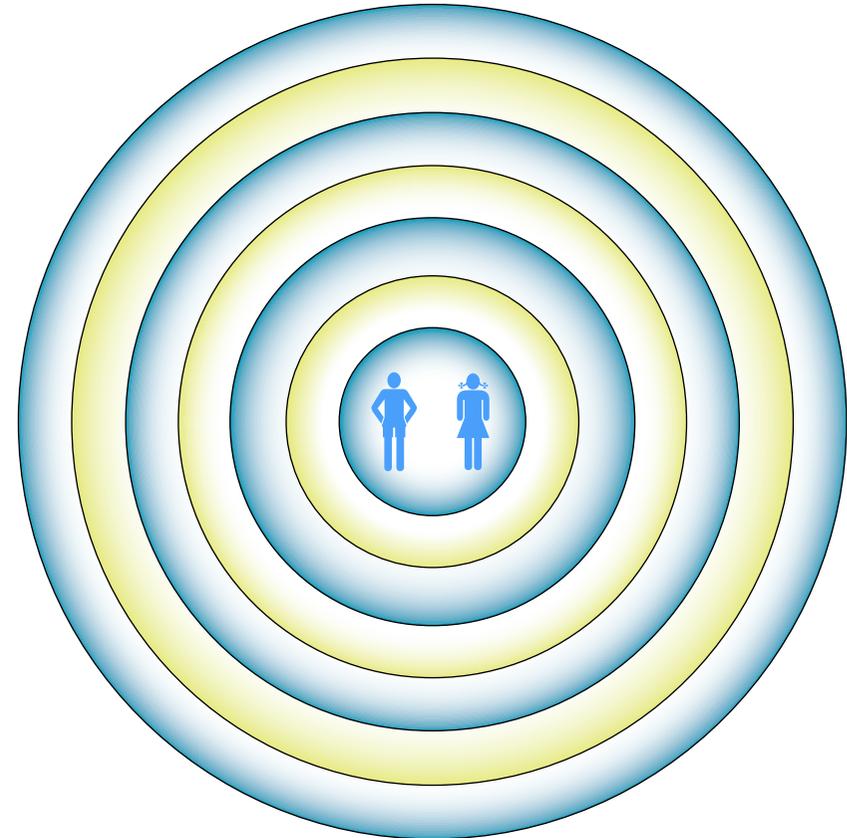
Existen diferencias entre unos grupos y otros (razas, religión, tendencia sexual, lenguaje, imagen...)

Hay que respetar a cada uno de los grupos sociales, pertenezcamos o no a ellos.

## FICHA 2: **DONDE YO VIVO**

Escribe todos los grupos a los que tú perteneces o con los que te relacionas. Ubícalos en un círculo por orden según tu mayor relación.

El centro será tu prioridad, así que rellénalo del centro hacia fuera.



Y contesta:

¿Te relacionas con todos? ¿En qué se parecen y se diferencian de ti?

Describe brevemente el barrio donde vives. (Estado en el que está, personas que lo componen...)

¿Cómo crees que influye todo este entorno que has descrito sobre ti?

### ACTIVIDAD 3

**OBJETIVO:** Entender la importancia de la aceptación social para el desarrollo personal. Reflexionar sobre el nivel de aceptación que necesitamos de los y las demás.

**DURACIÓN:** 40 minutos.

**DESARROLLO:** El/la educador/a propone realizar un juego, para ello elije al azar a una persona del grupo, cuya misión será tomar anotaciones en un cuaderno. El resto formarán un círculo. Uno/a de ellos empezará diciendo: "Para mí es importante....". El siguiente repetirá lo que es importante para la persona anterior: "Para.... es importante.... y para mí es importante....", y así sucesivamente hasta que alguien falle y se vuelva a empezar. Una vez terminado el juego, la persona encargada de tomar notas apuntará en la pizarra todas las cosas que son importantes para los miembros del grupo e incluirá una o dos cosas importantes para él o ella.

Después, se formarán grupos de unas cinco personas que deberán ordenar de mayor a menor importancia los aspectos señalados debiendo justificar el porqué. Además se anotarán los desacuerdos también para posteriormente hacer una puesta en común y dar respuesta a la pregunta que aparece en la ficha.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Es importante sentirme aceptado por los grupos en los que me muevo.

Es imposible ser aceptado/a por todos/as (gustar a todo el mundo)

El grado de aceptación social influye en el nivel de autoestima.

La aceptación social influye en la aceptación personal y viceversa.

### FICHA 3: **ES IMPORTANTE PARA MÍ**

Es importante ser aceptado/a por:	¿Por qué?
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	

¿De qué o quiénes depende que alguien esté más integrado/a o aceptado/a en esta sociedad? ¿Por qué?

## ACTIVIDAD 4

**OBJETIVO:** Entender que las decisiones que tomamos siempre tienen consecuencias, aunque nos interese ver sólo las positivas. Valorar lo que quieres conseguir sopesando las consecuencias positivas y negativas.

**DURACIÓN:** 50 minutos.

**DESARROLLO:** Leer el texto en grupos de 3-4 personas. Cada grupo responderá a las 3 cuestiones que se plantean en la ficha y posteriormente las expondrá en una puesta en común, moderada por el educador o educadora.

En la puesta en común, el educador o educadora resaltarán la idea siguiente:

"Nuestras actitudes y comportamientos influyen directamente en la aceptación social. Habría que reflexionar continuamente sobre las acciones que van en contra de nuestra integridad, pero que realizamos en nuestra vida diaria para ser aceptados y aceptadas".

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** La aceptación social es muy importante y todos/as queremos ser aceptados/as.

Buscamos la aceptación social teniendo una serie de actitudes y manifestando una serie de comportamientos.

Hay acciones que se realizan para ser aceptados/as que van en contra de nuestra integridad como personas. Por ejemplo:

Buscarse un hueco social por:

Ser "el/la mejor robando"

Ser "el/la más valiente para probar nuevas sustancias"

Ser "el chico o chica que más liga"

Ser "el/la que va a todo gas con el coche o la moto..."

Es imposible ser aceptado/a por todos/as (gustar a todo el mundo).

## FICHA 4: A LA BÚSQUEDA DE LA ACEPTACIÓN

Inma estudia un módulo de peluquería. Es su 2º año.

El pasado año lo pasó bastante mal, se sentía un bicho raro, se sentía ignorada por el resto de compañeros.

En su grupo tampoco se sentía a gusto, se metían con ella por su forma de vestir, no paraban de decirla que tenía que pintarse y arreglarse más si quería entrar en los garitos los fines de semana. Por otra parte no ligaba nada, salía poco y cuando salía eran sus amigas las que lo hacían y nunca ella.

Todo ha cambiado este año. Ha cambiado su forma de vestir totalmente. Parece mucho más mayor. Tiene un grupo de compañeras con las que sale, va de compras y además ha ganado prestigio social en todo el centro.

Todo el mundo sabe que a Inma se le da muy bien "mangar" cuando va a las tiendas y se atreve con todo, así que la hacen encargos sus amigos/as, colegas y otros/as a los que casi no conoce. La verdad es que se está montando su pequeño negocio con "sus trapis".

**Preguntas:**

¿Por qué crees que Inma cambia?

¿Qué ha ganado y ha perdido Inma este año?

¿Consideras que ha merecido la pena? ¿Por qué?

¿Qué habrías hecho tú en su lugar?

¿Qué opinas sobre el nuevo negocio de Inma?

¿Qué otra estrategia podría haber puesto en marcha Inma para sentirse aceptada?

## ACTIVIDAD 5

**OBJETIVO:** Reflexionar sobre los mitos que existen y se asocian a la condición sexual.

**DURACIÓN:** 50 minutos.

**DESARROLLO:** El educador o educadora reparte la ficha y se rellana individualmente.

Se hace una puesta en común, en la que cada joven explica lo que ha señalado en cada casilla (chico, chica o ambos). El educador o educadora resaltaré la importancia de los prejuicios a la hora de identificar los roles de género.

Para finalizar, se les pedirá a los y las jóvenes que inviertan los signos que han identificado con chicos y los imaginen en chicas y a la inversa y que describan a esa persona.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Los roles que se nos asignan no tienen que ser los que deseamos ni los mejores.

Culturalmente, hay roles que están asignados a un género u otro y que esto condiciona el comportamiento; las cosas que hacemos, que pensamos incluso a veces las que sentimos...y que es nuestra responsabilidad (de hombres y mujeres) que esto no tenga que ser así.

Los roles de género son un conjunto de papeles y expectativas que pueden marcar la forma de ser, de comportarse y de sentir de los hombre y de las mujeres.

Los roles son asignados por la sociedad.

Para hablar de igualdad de oportunidad, la sociedad y nosotros/as mismos/as debemos reformular los roles femeninos y masculinos.

## FICHA 5: ROLES Y GÉNERO

	Hombres	Mujeres
Ganar un premio de literatura		
Tener el mejor coche		
Ocuparse de los/as hijos/as		
Consumir drogas		
Fumar		
Pegar a las paredes cuando hay un mosqueo		
Evitar las relaciones sexuales		
Darse crema hidratante		
Cocinar		
Escupir en la calle		
Hacer tai-chi		
Ser infiel		
Dedicarse a la enseñanza		
Comprar preservativos		
Cuidar a mayores		
Comer sano		
Salir de fiesta todos los fines de semana		
Acudir siempre a la llamada de un/a amigo/a		
Conducir un autobús		
Trabajar		
Chatear		
Leer		
Escalar		
Evitar peleas		
Deseo de tener relaciones sexuales		
Decir tacos		
Dormir en casa de un/a amigo/a		

## ACTIVIDAD 6

**OBJETIVO:** Entender que los /las adultos/as son referentes importantes en nuestras vidas y por tanto, influyen directamente en el desarrollo personal y social de jóvenes y adolescentes.

**DURACIÓN:** 30 minutos.

**DESARROLLO:** El educador o educadora nombra el listado de personas adultas que aparecen en la ficha y los y las jóvenes individualmente realizan el siguiente ejercicio de reflexión:

En primer lugar tienen que percibir que sentimientos les inspira esa persona adulta.

Posteriormente tienen que pensar rasgos positivos y negativos que según ellos y ellas tienen cada una de esas personas.

Posteriormente se trabaja en una puesta en común en la que el educador o educadora recogerá las relaciones que los y las jóvenes establecen con los adultos mencionados y que se justifican con la percepción de rasgos positivos y negativos de dichas personas.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Los/las adultos/as son referentes en nuestras vidas.

El que sean referentes no quiere decir que tengan que ser “buenos en todo”, pudiendo tener tanto rasgos positivos como negativos.

Los/las referentes adultos/as permiten que nos desarrollemos tanto personalmente como socialmente.

## FICHA 6: ¿CÓMO SON?

Adulto	Rasgo positivo	Rasgo negativo
Mi padre		
Mi profesora		
El colega de mi hermano/a mayor		
La juez		
Jugadores del Athletic, Barca, ...		
Mi tía (la enrollada)		
El bedel del instituto		
El policía		
La orientadora		
Mi madre		
Che Guevara		
Bob Marley		
El/la médico		
Gandi		
Abuela		

## ACTIVIDAD 7

**OBJETIVO:** Reflexionar sobre el fenómeno del botellón:

Conocer la influencia social ante la extensión del fenómeno.  
Conocer las consecuencias de este fenómeno.

**DURACIÓN:** 60 minutos.

**DESARROLLO:** El/la educador/a expone el caso que aparece en la ficha, y apunta en la pizarra las diferentes personas que aparecen en el cuadro, para que los/las jóvenes se formen una opinión de cómo se verían afectadas estas personas a partir de la situación relatada. A continuación se realiza una lluvia de ideas sobre las ventajas e inconvenientes de encontrarse en medio de dicha situación.

Finalmente se dejan unos minutos para que cada uno individualmente reflexione sobre su situación personal, en caso de hacer botellón, o sobre la de algún amigo/a o conocido.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Los medios de difusión (televisión, Internet, móviles, prensa...) influyen enormemente en la extensión del fenómeno del botellón.

El objetivo de hacer botellón debería ser pasar un rato con los y las amigas y no, beber sin control hasta estar borracho o borracha.

Hay que respetar a las personas de tu entorno que no participan en el botellón, pero les puede afectar directamente como: Vecinos/as, barrenderos/as, hosteleros/as...

Consumir o no alcohol es una decisión que no puede tomarse a la ligera, y en la que tendremos que asumir las consecuencias asociadas.

Los efectos que produce el alcohol no se pueden controlar.

El alcohol nos puede llevar a una falta de autocontrol que puede traducirse en importantes consecuencias personales y sociales.

## FICHA 7: BOTELLÓN

Un grupo de amigos y amigas han decidido ir a un macro botellón, lo han anunciado en la radio y a todos y todas les ha llegado la noticia a través de Internet.

Se realiza en una plaza, alrededor de ella hay soportales con viviendas, un pequeño supermercado y unos bares.

Poneos en el lugar de cada una de las personas que aparecen a continuación a las que afecta directa o indirectamente ese botellón. Después, debatir en el grupo qué opinan estas personas acerca de él y que ventajas e inconvenientes les aporta a cada una de ellas.

	Ventajas	Inconvenientes
Una vecina. Vive en el primer piso. Trabaja al día siguiente.		
Un vecino. Está de exámenes.		
La dueña del supermercado.		
La propietaria de uno de los bares.		
Luis. Uno de los jóvenes que ha estado en el botellón.		
Susana. Otra de las jóvenes. Ha bebido abusivamente hasta llegar a un coma etílico. Se la ha llevado la ambulancia.		
Madre de Susana.		
Barrendero/a.		

## ACTIVIDAD 8

**OBJETIVO:** Entender que las percepciones sociales pueden variar en función de múltiples factores, pero que un factor condicionante son los medios de comunicación.

**DURACIÓN:** 30 minutos.

**DESARROLLO:** El/la educador/a forma cuatro grupos y reparte a cada uno una cartulina con el mismo dibujo que aparece en la ficha. Seguidamente, asigna a cada grupo una de estas palabras: anuncios, Internet, televisión y móvil, para que la escriban en el primer círculo blanco (empezando por el interior) de su cartulina.

A continuación, cada grupo pone en el segundo círculo blanco (empezando por el interior) lo que esa palabra les sugiera, para ello se tomarán un tiempo de reflexión grupal, en la que cada miembro dará su opinión y en la que se llegará a un acuerdo. Después, se rotan las cartulinas y el siguiente grupo escribirá en el siguiente círculo lo que le sugieran las palabras escritas por el grupo anterior y así sucesivamente hasta rellenar todos los círculos.

Al final se hace una puesta en común sobre lo que ha salido en las diferentes cartulinas, comparando la palabra central con lo que aparece en los últimos círculos.

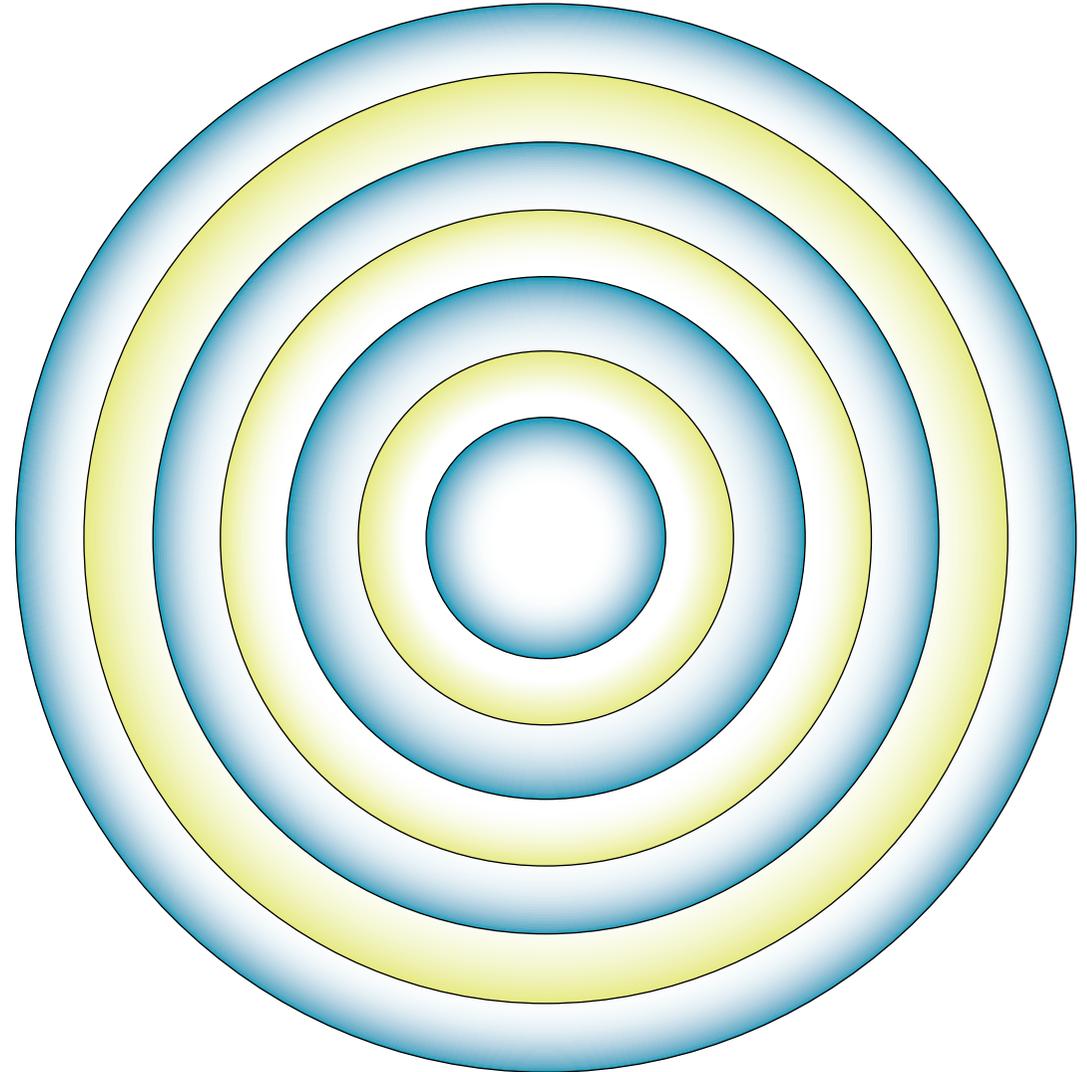
**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Las percepciones sociales pueden ser muy diferentes y dependen del contexto social (medios de comunicación, ...), el entorno próximo (momento y lugar en el que estamos) y factores personales (persona que percibe).

Si tienes falta de información puedes llegar a creerte falsos mitos.

Los medios de comunicación, Internet... puede condicionar nuestra forma de ver las cosas.

## FICHA 8: ¿QUÉ ME INFLUYE?

Palabras a poner en el centro: anuncio, internet, televisión, móvil,...



## ACTIVIDAD 9

**OBJETIVO:** Identificar qué valores predominan en los medios de comunicación y cómo nos influyen.

Hacer una crítica negativa al consumismo desde los medios de comunicación.

**DURACIÓN:** 60 minutos.

**DESARROLLO:** El/ la educador/as forma equipos de 3 personas y les asigna aleatoriamente uno de los carteles publicitarios que aparecen en la ficha. Cada equipo prepara la defensa del cartel que le haya tocado, para ello se les deja entre 10 y 15 minutos. Pasado este tiempo, cada grupo realizará una exposición (no será superior a 3 minutos) de las ventajas de su producto y los motivos para comprar ese y no otro. Después de cada discurso, se dejará un tiempo para resolver dudas y contestar preguntas, en caso de que las hubiera.

Finalmente, el grupo grande tiene que opinar qué le ha parecido, si les han convencido o no, y explicar por qué.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Los medios de comunicación ejercen una gran influencia sobre nosotros y nosotras.

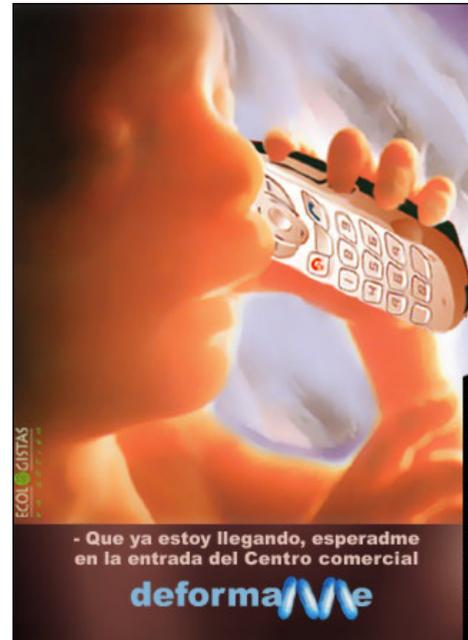
Vivimos en una sociedad donde se prioriza el consumo.

El consumismo llega a todas las franjas de población y los medios de comunicación se encargan de que la publicidad llegue a todas las edades, para ello diseñan diferentes campañas.

La presión social es muy fuerte y que nuestras decisiones muchas veces están sujetas a las modas, tendencias..., Es difícil decidir libremente.

Aunque vivimos en una sociedad donde impera el consumismo, tenemos que ser conscientes que hay objetos materiales o situaciones de vida inalcanzables en un presente.

## FICHA 9: CAMPAÑAS PUBLICITARIAS



A continuación aparecen diferentes carteles de publicidad. En grupos de 3 personas tenéis que defender el producto que os haya tocado ante el resto del grupo.

## ACTIVIDAD 10

**OBJETIVO:** Identificar situaciones en las que una conversación directa nunca puede ser sustituida por otros medios.

**DURACIÓN:** 50 minutos.

**DESARROLLO:** Se forman cuatro grupos y se sugieren varias situaciones. Un grupo escribe un mensaje en una hoja, en la pizarra, o en un móvil a otro grupo y éste contesta, repitiéndose el proceso varias veces. Se realiza lo mismo entre los otros dos grupos.

Después, trabajando con la misma situación se establece un diálogo entre los cuatro grupos como si participasen en un Chat (lo ideal sería disponer de a menos 2 ordenadores si bien se puede utilizar una hoja que se pase de un grupo a otro).

Finalmente, se leerán las diferentes conversaciones resultantes incidiendo en las diferencias observadas entre los dos tipos de comunicación en relación al mismo tema siguiendo el guión de preguntas pudiendo añadir otras o modificar las propuestas.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Los móviles e Internet han cambiado nuestra forma de comunicarnos.

Estos tipos de comunicación tienen sus ventajas y también sus inconvenientes.

Este tipo de comunicación no puede sustituir una conversación presencial ya que son más limitadas.

## FICHA 10: **CHAT VS SMS**

Posibles temas a plantear:

Ligar con un chico y/o una chica.

Hablar del fin de semana.

Quedar para hacer algo diferente el sábado.

Hablar de una movida que habéis tenido con vuestros padres.

Decirle a una amiga que no te parece bien que robe ropa y luego venda.



Preguntas:

¿En qué se diferencia hablar por medio de un chat o el Messenger y hablar por medio de SMS?

¿Qué ventajas e inconvenientes tiene cada medio de comunicación?

Y si lo comparamos con una conversación de tú a tú ¿qué tipo de conversaciones, o sobre qué temas es adecuado utilizar: SMS, chat o conversación de tú a tú?

¿En qué medida influyen estas formas de comunicación en nuestras vidas?

## ACTIVIDAD 11

**OBJETIVO:** Aprender a diferenciar entre:

Lo que no se puede tener ahora pero se podrá tener en un corto periodo de tiempo.

Lo que no se puede tener ahora pero se podrá tener en un futuro.

Lo que no se puede tener ahora y no se podrá tener nunca.

**DURACIÓN:** 30 minutos.

**DESARROLLO:** Se rellena la ficha individualmente. Posteriormente el educador o educadora recogerá en una puesta en común, que objetos o aspectos considera el grupo necesarios en el momento presente y cuales pueden esperar.

Varios voluntarios o voluntarias comentarán como se sentirían si tuvieran que esperar bastante tiempo para conseguir algo que ellos priorizaran tener en el momento presente.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Aunque vivimos en una sociedad donde impera el consumismo, tenemos que ser conscientes que hay objetos materiales o situaciones de vida inalcanzables en un presente.

No todo se puede tener en el momento en el que se desea.

El querer tener algo de forma inmediata provoca frustración al no poder conseguirlo.

Es importante tener paciencia, saber esperar ya que esto nos ayuda a valorar más lo que tenemos.

El deseo y el esfuerzo por conseguir algo compensan la inmediatez de tenerlo.

## FICHA 11: AHORA MISMO

De entre el listado que aparece a continuación, señala cuáles de las cosas apuntadas las quieres ahora o puedes esperar para tenerlas.

	Ahora mismo	Puedo esperar
Disco		
Video juego		
Película		
Ropa		
Comida		
Tabaco, porros, cocaína		
Bebida		
Mp3		
Coche		
Fiesta		
Móvil		
Trabajo		
Sexo		

¿De entre las cosas que has puesto ahora mismo, si tuvieses que esperar bastante ¿cómo te sentirías? ¿Qué harías?

## ACTIVIDAD 12

**OBJETIVO:** Identificar niveles de ambición y competitividad ante la presión social.

**DURACIÓN:** 60 minutos.

**DESARROLLO:** Se necesitan 9 personas para realizar esta actividad:

Hay un vendedor o vendedora que tiene que vender los siguientes artículos: un viaje alrededor del mundo valorado en 4.000 euros, un curso valorado en 6.000 euros con colocación laboral inmediata, un coche valorado en 29.000 euros, un yate valorado en 200.000 euros, un coche deportivo valorado en 82.000 euros, una bicicleta valorada en 500 euros, un viaje a Portugal de 1.000 euros, una Playstation 3 valorada en 600 euros, un ordenador de 1.800 euros, una televisión de plasma de 3.600 euros, un apartamento valorado en 240.000 euros y un adosado valorado en 600.000 euros.

Cuatro son quienes van a comprar y cada cual dispone de un dinero: 20.000, 14.000, 9.000 y 5.000 euros respectivamente pero todos cobran el mismo sueldo al año (17.000 euros).

Una persona hace de banco y podrá dar tres créditos y negociar el interés a cobrar. Por último tres personas hacen de observadores/as, tendrán que fijarse en quién negocia mejor, quién sale ganando y quién perdiendo, quién defiende mejor su papel...

El objetivo de esta actividad es ver cómo los y las jóvenes interactúan para conseguir lo que desean. Una vez terminado el juego, se hace una puesta en común, viendo por un lado, cómo se han sentido los participantes y por otro, qué han visto los observadores/as.

Para terminar, opcionalmente, se puede calcular si podrían pagar el crédito asumido, incidiendo en la cuestión de que no por tener más se es más feliz. Se propone también una breve reflexión en torno a las siguientes preguntas: ¿En esta sociedad se nos empuja a consumir? ¿En qué medida somos responsables?

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** Muchas veces la presión social, el querer ser como el vecino, como el de la tele..., hace que vivamos por encima de nuestras posibilidades y nos hagamos “esclavos de bancos”. No por tener más hace que te desarrolles más como persona ni que seas más feliz.

Cuando entramos en el juego “comprar,” cada vez queremos más, no sabemos parar y si no podemos comprar nos sentimos frustrados/as. Vivimos en una sociedad donde se prioriza el consumo.

## FICHA 12: LO QUIERO

**Vendedor;** Tienes que vender lo más posible, sea como sea tienes que convencer a los y las demás de que para ser felices necesitan comprar todo lo que tu tienes.

**Banco;** Puedes dar tres créditos; uno de 30.000 euros a un 15% de interés y con un plazo de 5 años, uno de 90.000 euros a un 25% de interés y un plazo de 15 años para pagarlo y uno de 500.000 euros a un 35% de interés y 60 años para pagarlo. Sólo puedes dar estos tres y puedes negociar un mayor interés si lo quieren varios.

**Comprador/a;** Dispones de un dinero inicial. Tienes diferentes cosas que comprar, pero para todas no te va a llegar, así que tienes que ver cuáles te interesan más para ayudarte a buscar la felicidad. También hay un banco con el que podrás negociar para conseguir más dinero.

**Observador/a;** Tienes que observar los siguientes aspectos:

Actitudes (se ponen nerviosos/as, discuten, negocian...) ¿Quién negocia mejor? ¿Quién sale ganando? ¿Qué te ha llamado la atención? ¿Quién ha actuado mejor y por qué?



Deportivo  
82.000 €



Coche  
29.000 €



Master  
6000 €



Yate  
200.000 €



Adosado  
600.000 €



Play Station  
600 €



Apartamento  
240.000 €



Televisión Plasma  
3.600 €



Ordenador  
1.800 €



Bici  
500 €



Vuelta Al Mundo  
4.000 €



Viaje A Portugal  
1.000 €

## ACTIVIDAD 13

**OBJETIVO:** Identificar qué valores sociales hay hoy en día y de qué manera nos influyen.

**DURACIÓN:** 60 minutos.

**DESARROLLO:** Se contesta de forma individual a las diferentes cuestiones que aparecen en la ficha. Después en gran grupo se hace una puesta en común sobre los diferentes valores sociales que existen. El/la educador/a incidirá en que es muy común ver todos estos valores asociados a productos de consumo, donde se nos ofrece una publicidad engañosa.

Finalmente, se realiza un mural en grupos de cuatro personas donde se recojan las influencias sociales que se reciben del medio.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** La sociedad a la que pertenecemos tiene ya determinados valores sociales. Todos/as formamos parte de la sociedad en que vivimos.

Los valores sociales que existen nos influyen y determinan gran parte de nuestra vida.

Nuestros valores son sentimientos e ideas de las que estamos convencidos y que dan sentido a nuestras vidas.

Es importante identificar cuales son los valores de nuestra familia, de nuestro entorno y de nosotros/as mismos/as para saber realmente lo que queremos.

Pertenecemos a una sociedad donde lo que prevalece es el consumismo, por lo tanto el dinero.

Lo que nos ofrecen desde los medios de comunicación es “publicidad engañosa”:

- Éxito.
- Belleza.
- Relaciones.
- Riqueza.
- Diversión.
- Felicidad.
- Perfección.

## FICHA 13: LO QUE ME RODEA

Contesta las cuestiones que aparecen en esta ficha.

Di seis valores que tú consideres importantes para tener éxito social.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

En tu grupo ¿a qué cosas se le da más importancia ?

Y a ti ¿cuales te gustaría conseguir? Di las razones.

En grupos de cuatro realizar un mural en el que se recoja todo aquello que nos venden desde la publicidad. (Buena imagen, drogas...)

## ACTIVIDAD 14

**OBJETIVO:** Identificar los modelos de éxito que se nos venden desde la sociedad.

**DURACIÓN:** 50 minutos.

**DESARROLLO:** El/la educador/a hace grupos de tres personas y comenta que cada grupo dispone de 300.00€ para participar en una subasta. Los objetos subastados aparecen en la ficha y tienen la peculiaridad de estar asociados al éxito social. Una vez realizada la puja, en grupo grande se discutirá en torno a las preguntas planteadas. Se reflexionará sobre el modelo de éxito que nos ofrece la sociedad hoy en día.

**TIENE QUE QUEDAR CLARO QUE:** La sociedad nos vende determinados modelos de éxito social.

En ocasiones, si no tenemos los mecanismos o habilidades necesarias, no conseguir ese modelo nos puede generar una gran frustración.

El modelo social de éxito imperante está basado en el tener, en el consumir, pero esto no significa que tenga que ser nuestro modelo de éxito sino que podemos elegir y tener nuestros propios valores.

Vivimos en una sociedad donde se prioriza el consumo.

## FICHA 14: **COMPRAR EL ÉXITO**

A continuación vais a participar en una puja para la que dispondréis de 300.000 €. El objetivo es conseguir los “objetos” que para vosotros reflejen mejor el éxito social. Una vez realizada la puja, responder a las preguntas:

**PUJA:**

Coche utilitario.  
Coche deportivo.  
Apartamento.  
Adosado.  
Alegría de vivir.  
Trabajo.  
Familia.  
Vacaciones en un hotel todo incluido.  
Dinero.  
Salud.  
Cuerpo 10.  
Pertener a una familia con dinero.  
Móvil de última generación.  
Amistad.  
Popularidad.  
TV plasma.  
MP3 última generación.

**Preguntas:**

¿Cuál es el modelo de éxito que se nos vende desde la sociedad?  
¿Todo el mundo puede conseguir todo lo que se nos vende como éxito social? ¿Qué es más difícil? ¿De qué depende?  
¿Qué pasa si no consigues tener éxito?  
Porque sea el modelo que ofrece la sociedad ¿es el mejor de los posibles? ¿Propondrías otro? ¿Cambiarías algo?  
¿Por qué?