

# EGIAZKO ZORIONA EZ DA DIRUZ EROSTEN



2017/2018

Tutoretzak

**ERABILI ZURE DENBORA LIBREA MEREZI DUENERAKO**  
Zuk zeuk irabaziko duzu, eta planetak eta guztiok irabaziko dugu.



**HEZKUNTZA EZ-FORMALA (NERABEAK)**

# IRAKASLEGOA

### Gaiari buruzko sarrera

Azken urteotan gure ikastetxeetan gauzatutako garapenerako hezkuntzako kanpainek izendatzailerikomuna dute: kontsumo arduratsua, hainbat ikuspegitatik begiratuta (elikadura, ingurumena, moda, etab.). Gure kontsumo-ereduen erritmo azkarraren ondorioz, zehazki, herrialde aberatsetako gizarteetako kontsumoaren ondorioz, milioika pertsonaren eskubideak urratzen direla ikusi dugu.

Ikasturte honetan, **propositiboak izan nahi dugu**, eta **bizimodu apala** egiteko gonbita egin nahi diegu gure ikastetxeetako ikasleei, kontsumoaren inguruan mugatzen ez diren balioez eta esperientziez gozatzeko; horrela, ingurumena ez dugu kaltetuko eta munduko beste pertsonen bizibaldintzei ez diegu eraso egingo.

Gure denbora adrenalinaz betetako entretenimendu sofistikatuekin betetzeko ohitura hartu dugu, eta estresa eta hondakinak sortzen dituzte horrelakoek; eta haurrei helarazten diegu bizitzeko eredu hori. Badirudi gure aisialdiaz eta gure bizitzako plazer arruntez gozatzeko modua ahazten ari garela.

Ikasturte honetan, gure ikasleei ikusarazi nahi diegu badirela beste modu batzuk gure denbora librea bizitzeko eta hartaz gozatzeko, **errespetutik, solidaritatetik, elkarbizitzatik, soiltasunetik** eta **naturaren zaintzatik** datozenak.



### Tutoretzen helburu nagusia

Gure denbora libreaz egiten dugun erabilerari buruz gogoeta egitea, eta kontsumoan oinarritzen ez diren eta giza eta ingurumen-eskubideak urratzen ez dituzten aisialdi-aukeren alde egiteko gure gaitasunak garatzea.

## JARDUERAK

### 0. jarduera (kanpainaren bideo nagusia - GAZTEAK): **Non dago zoriona?**

**Zer gai lantzen dituen:** materialismoa, kontsumoa, soiltasuna eta apaltasuna

**Aurreikusitako denbora:** 50'

**Jarduera mota:** rol-jokoa, bideoari buruzko gogoeta egiteko

**Laburpena:** bideoa ikusi ondoren, taldeek iragarki bat aukeratuko dute aldizkari batetik; publizitate-agentearen rola hartuz, marketin-ekintza bat prestatuko du talde bakoitzak, gainerako kideak produktu hori erostera bultzatzeko. Salmenten esparruko gehiegikeriak kontuan hartuta, egunero gure arreta eskatzen duten publizitate-mezu ugari buruzko gogoeta egingo da, sarritan, behar ez ditugun produktuak erosarazten baitizkigute. Bideoaren eta publizitate-agenteei konbentzitzeko egiten duten lanaren arteko kontrasteak argi eta garbi erakutsiko du zeintzuk diren bizitzan benetan garrantzitsuak diren gauzak.

#### Helburuak:

- Publizitateak manipulatzeko izan ohi duen asmoari buruz gogoeta egitea.
- Gure bizitzan garrantzitsua dena eta ez dena zehaztea.

**Materiala:** 20-30 aldizkari, artaziak ikasle bakoitzarentzat, papera, kola eta arkatz markatzaileak.

**Jarraibideak:** bideoa ikusi ondoren...

- Lehenengo, hiruzpalau laguneko taldeak osatuko dira, eta aldizkariak banatuko zaizkie ausaz (2 edo 3 aldizkari talde bakoitzari).
- Gehien interesatzen zaion iragarkia bilatuko du talde bakoitzak. Iragarki hori moztu, eta orrian itsatsiko du, jendartean aurkezteko.
- Produktua saltzen laguntzeko, datu gehiago biltzen dituzten beste orri batzuk ere erabil ditzake taldeak (adibidez, grafikoak, datuak edo aldizkariko beste irudi batzuk).
- 15 minutu izango dituzte iragarkia prestatzeko, eta minutu bat, berriz, aurkezteko. Beraz, ongi aukeratu behar dira produktua saltzeko erabiliko diren mezu erakargarriak, telebistako iragarki batek irauten duen denbora berean saldu behar dutela produktua kontuan hartuta.
- Tutoretzako azken unea ikasleek honako gai hauen inguruan hitz egin dezaten erabiliko da:
  - Zer iruditu zaigu bideoa?
  - Bideoa ikusi ondoren, nola sentitu gara iragarkia aurkeztean?
  - Tutoretzako saio honen ondoren, desberdin pentsatzen eta sentitzen dugu?



## 1. jarduera: SORTZEN DITUGUN BEHARRAK VS. BENETAKO BEHARRAK

**Zer gai lantzen dituen:** Kontsumismoa

**Aurreikusitako denbora:** 10´

**Jarduera mota:** Irakurketa, bideo bat ikustea, eta debatea

**Laburpena:** Jarduera honetan, testu bat irakurriko da hasteko; gero, saltoki handi batzuetako bideo bat ikusiko da, eta, azkenik, kontsumoaren inguruko debatea egingo da, gogoeta egiteko.

### Helburuak:

- Gure denbora libreaz egiten dugun erabilerari buruz gogoeta egitea, eta kontsumoan oinarritzen ez diren eta giza eskubideak urratzen ez dituzten aisialdi-aukeren alde egiteko gure gaitasuna garatzea.
- Kontzientzia kritikoa barneratzea, kontsumitzera bultzatzen gaituzten iragarkien aurrean.

### Materiala:

- Ordenagailua
- Proiektorea
- Bideoa

### Jarraibideak:

Honako testu eta bideo hauekin hasiko da saioa:

“Nor zaren jakiteko, markako arropa jantzi behar duzu. Ezinbestekoa duzu etxe baten jabe izatea, seguru sentitzeko. Noranahi joan zaitezkeela pentsatzeko, lur orotarako ibilgailu bat behar duzu. Besteen aurrean zure burua ikusarazteko, nahitaezkoa duzu gorputz “perfektua” izatea. Kreditu-txartel bat baino gehiago behar dituzu, deprimituta zaudenean terapia gisa erabiltzeko. Zer sentitzen duzun erakusteko, zerbait erosi behar duzu, eta norbaiti oparitan eman. Zure hogeita hamar eguneko oporraldian, urrutira joan behar duzu, urteko gainerako 11 hilabeteetan jo eta ke lanean aritzea merezi zuela pentsatzeko.

Zuk beti zerbaiten beharra izatea behar dugu guk!”

[www.youtube.com/watch?v=UnQ3NVBqsuE](http://www.youtube.com/watch?v=UnQ3NVBqsuE)

(Ipar Amerikako saltoki handi batzuen iragarkia da)

Debataari ekingo zaio, honako galdera hauekin:

- Zer arrazoi nagusi ematen du iragarkiak erosketak egiteko?
- Uste duzu iragarkiko pertsona horiek benetan behar dituztela erosiko dituzten objektu horiek guztiak? Beren denbora librean zoriotsuago izateko balio izango die horrenbeste gauza erosteak?
- Testuan ageri denez... nork du kontsumo maila altu horri eusteko beharra? Zer baliabide erabiltzen dituzte, zoriotsu izateko kontsumitu beharra dugula pentsa dezagun?



### 2. jarduera: DENA KONTATZEN DUTE IRAGARKIEK?

---

**Zer gai lantzen dituen:** Kontsumo-ohiturak

**Aurreikusitako denbora:** 10´

**Jarduera mota:** Irudi batetik abiatutako gogoeta

**Laburpena:** Irudi bat abiapuntutzat hartuta, gogoeta egingo dugu gure industria eta gure kontsumo-ohiturak norantz doazen aztertzeko. Gero, hainbat tweet biltzen dituen berri bat irakurriko dugu, eta eslogan bat osatzeko proposamena egingo diegu nerabeei.

#### Helburuak:

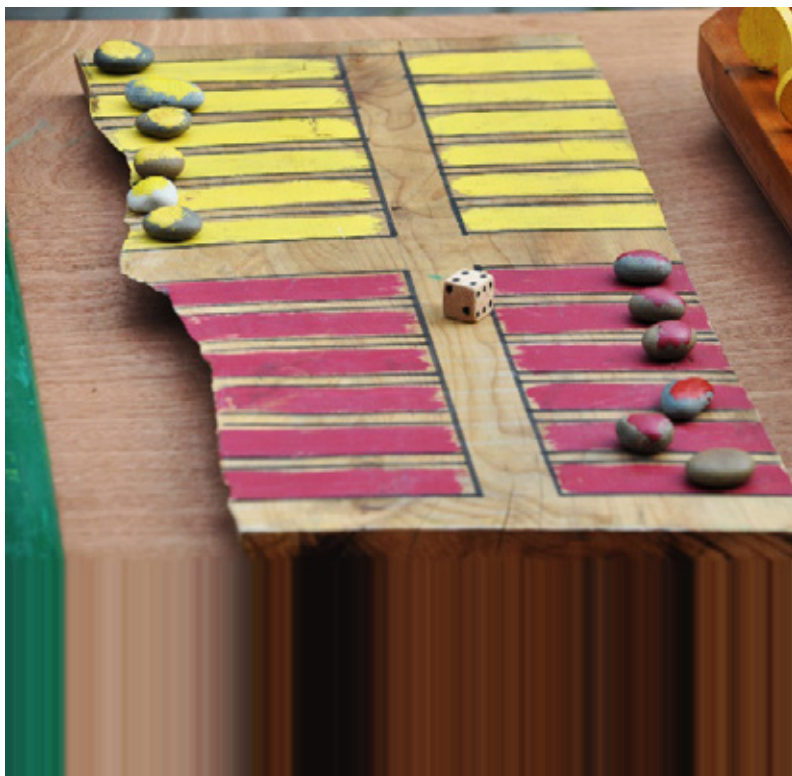
- Kontzientzia kritikoa barneratzea, kontsumitzera bultzatzen gaituzten iragarkien aurrean.
- Kontsumismoan oinarritzen ez diren aisialdiko aukerak proposa ditzaten motibatzea.
- Gure denbora libreaz egiten dugun erabilerari buruz gogoeta egitea, eta kontsumoan oinarritzen ez diren eta giza eskubideak urratzen ez dituzten aisialdi-aukeren alde egiteko gure gaitasuna garatzea.

#### Materiala:

- Irudia
- ABCko berria

#### Jarraibideak:

Honako irudi hau aurkeztuko zaie parte-hartzaileei, eta, banaka eta txandan-txandan, irudiari buruz beren iritzia emateko eskatuko zaie. Irudian, zuritutako eta ontziratutako mandarina batzuk ageri dira, Londresko supermerkatu batean saltzen zituztenak.



Bost minutuz horri buruz hitz egin ondoren, esaldi bat proposatuko du dinamizatzailleak, eslogan modura, produktu horren inguruan sare sozialetan zabaldu zena. "Natura gai balitz mandarina hauek estaltzeko modua aurkitzeko, ez genuke zertan horrenbeste plastiko gastatu". Zer sentimendu sorrarazten dizkigu esaldiak? Gure denbora librean eta aisialdian, kontuan hartzen dugu erabiltzen duten produktuek giza eskubideak eta ingurumena zaintzen duten, edo errazena auke-ratzen dugu?

Produktu horrekin eta gai horren inguruan sare sozialetan sortutako polemikarekin lotutako albiste hau irakurriko dugu:

Haserrea nagusi Twitterren, zuritutako mandarina batzuen inguruan (ABC.ES/Madril. 2016/03/05)

Alarma piztu zuen irudi hori joan den martxoaren 3an argitaratu zuen Nathalie Gordon erabiltzaileak; 90.000 lagunek izan zuten gustuko irudia, eta 100.000 pertsonak baino gehiago partekatu zuten Twitterren. Debate sutsua piztu zuen horrek guztiak, lehen mailako horrelako produktuak eraldatzea zenbateraino den onargarria zalantzan jarriz.

«Natura gai balitz mandarina hauek estaltzeko modua aurkitzeko, ez genuke zertan horrenbeste plastiko gastatu», zioen erabiltzaile batek ironia handiz bere txioan, eta elikadura-kate horren «asmakuntza» handi horri esker xahutuko zen plastikozko ontzi kopuru handiaz jardun zuen, txantxa moduan. [...].

Milaka lagunek zabaldu zuten berria, eta beren iritzia eman zuten. «Alfertu egin gara erabat, erotu, eta ezin dugu mandarina bat zuritu?», galdetzen zuen Twitterreko erabiltzaile batek Nathalieren irudiaren inguruan. «Haserretu egiten nau jendearen alferkeriak. Horrelako jendea ari da planeta izorratzen», zioen ondoren.

Zer-nolako zalaparta sortu zen ikusita, zerbait egin nahi izan zuen etxe hark polemikaren aurrean, eta «akats» larria egin zuela onartu zuen Twitter bidez. Hauxe erantsi zuen: «Akats larria egin dugu, zalantzarik gabe. Jada kendu ditugu mandarina horiek. Argi entzun dizuegu, eta beren esaldura naturalarekin utziko ditugu: azalarekin».

Berri horrek sortutako ikuspegia aintzat hartuta, mandarina horietarako anti-eslogan bat proposatzera bultzatu nahi ditugu parte-hartzaileak; banaka lan egingo dute, eta ontziratze modu horrek ingurumenean dituen eraginak nabarmendu behar dituzte.



### 3. jarduera: GURE KANPAINA DISEINATZEN

---

**Zer gai lantzen dituen:** Publizitatea eta kontsumismoa

**Aurreikusitako denbora:** 30´

**Jarduera mota:** Kanpaina bat sortzea

**Laburpena:** Sarrera egiteko publizitatea zer den, zer bilatzen duen eta kontsumoa zer den pixka bat aztertu ondoren, hainbat talde osatuko dira, eta bakoitzak bere kanpaina egingo du. Amaieran, aurkeztu egingo dute.

#### Helburuak:

- Sormena garatzea eta talde-lana sustatzea, aisialdirako beste aukera batzuk diseinatz.
- Kontzientzia kritikoa barneratzea, kontsumitzera bultzatzen gaituzten iragarkien aurrean.
- Kontsumismoan oinarritzen ez diren aisialdiko aukerak proposa ditzaten motibatzea.

#### Materiala:

- Kartoi meheak
- Margoak eta arkatz markatzaileak

#### Jarraibideak:

Aurreko jarduerarekin lotzeko, publizitate komertzialaren xede nagusia ekoizleen mozkinak handitzeko produktu baten salmentak areagotzea dela esango du dinamizatzaileak. Kasu batzuetan, gainera, publizitate-estrategiek kontsumitzaile rolera mugatzen dituzte herritarrak, eta benetan behar ez dituzten produktuak kontsumitzera eta erostera bultzatzen dituzte.

Baina ez dira horrelakoak gure artean diren kanpaina guztiak. Badaude azken xedea salmentak handitzea ez duten beste kanpaina batzuk ere, pertsonen gizarte- eta ingurumen-arazoak helarazteko helburua dutenak, horretaz jabetuta parte har dezaten. Sentsibilizazio-kanpaina horiek publizitate-hizkuntzaren baliabide berberak erabiltzen dituzte, baina helburu desberdin batekin, eta asko lagundu dezakete kontsumistak ez diren balioak zabaltzeko orduan.



Beraz, produktu baten salmentak areagotzea xede ez duten kanpainak ere badaudela nabarmenduko diegu; pertsonen ditugun gizarte- eta ingurumen-arazoak ikusaraztea, horretaz jabe daitezkeen lortzea eta arazo horien konponbidean aurrera egiteko denbora libre nola erabil daitezkeen azaltzea dute xede kanpaina horiek (boluntariora, aisialdi osasungarria eta horrelako gaia aipa daitezke). Horrelako gaien berri zabaltzeko eta sentsibilizatzeko kanpaina horiek publizitate-hizkuntzaren baliabide berberak erabiltzen dituzte, baina helburu desberdin batekin. Eslogan eta esaldi erakargarriak nahiz hedabideak oso lagungarriak izan daitezke, kontsumistak ez diren baliok zabaltzeko.

Sentsibilizazio-kanpaina horien adibideak lantzeko, lau zapabost talde egingo ditugu ikastaldean, eta ostiral arratsaldeetarako beste modu bateko aisialdi-jarduera bat pentsatzeko eskatuko diegu talde bakoitzari; ez du jarrera kontsumistekin inolako loturarik izan behar. Talde bakoitzak publizitate-kanpaina bat diseinatu beharko du, honako alderdi hauek barnean hartuta:

- Proposatutako aisialdiko jarduera deskribatzen duen izenburu bat edo izen bat
- Beren proposamenaren erakusgarri den irudi erakargarri bat (marraztu egin dezakete, edo collage bat egin, aurrez horretarako materialak prestatu badira...).
- Kanpaina zabaltzeko eslogan bat.
- Aisialdiko proposamen horren abantaila nagusiak.
- Kanpaina hedatzeko plantxo bat (ikastetxean kartelak eskegitzea, Facebookeko profil bat egitea...).

Talde bakoitzak 20 minutu izango ditu bere kanpaina kartoi mehean egiteko. Gero, gainerako ikas-kideei azalduko zaie labur-labur. Nahi izanez gero, diseinatutako kanpainaren antzezpen bat egin dezake talde batek, telebistako iragarki modura. Irudimena nagusi!

Proposamenak azaldu ondoren, taldeek diseinatutako jarduerak astez aste txandaka gauzatzeko zer aukera dagoen balioets daiteke.



## ERANSKINAK

### 1. eranskina: JARDUERAREN EBALUAZIOA

Jarduera hau ebaluatu nahi bada, ikasleen parte-hartzeari eta inplikazioari behatzeko proposamena egiten dizuegu, honako hiru item hauek hartuta abiaburutzat:

ITEMAK	BI	OO	O	N	G
• Jokabide egokia izan du, bai banaka ari zenean eta bai lankidetzat-taldean?					
• Agertu du interesik jardueretan?					
• Gogoz esku hartu du jardueretan?					