



# Spot the difference

Autoria:

**M<sup>a</sup> ESTHER GUTIÉRREZ EXPÓSITO**  
**mestherge@telefonica.net**

Centro educativo en donde se desarrolla la práctica:  
**Colegio Gamo Diana • Curso 2014-2015**

## BREVE DESCRIPCIÓN

Se trata de un trabajo por proyectos e interdisciplinar que tiene de fondo los Objetivos de Desarrollo del Milenio y la educación para el desarrollo, desde una visión del aprendizaje global y de una ciudadanía global.

“Spot the difference”, en inglés, da lugar a un juego de palabras. Significa, por una parte, “buscar, localizar las diferencias”, y encuadra, por tanto, la investigación sobre las diferencias entre los hábitos de consumo de los jóvenes de diferentes ciudades del mundo, y nos permite analizar en qué medida son respuesta a necesidades o a deseos. Pero “spot” es el nombre que se da también a un anuncio publicitario. Y por ahí va la orientación del producto final: estudiamos el lenguaje publicitario y generamos un anuncio transformador, en favor de un consumo responsable y sostenible.

El proyecto va destinado a los alumnos de 3º de ESO (que participan también en la edición de Conectando mundos) y se trabaja desde las materias de: Matemáticas, Biología, Ciencias Sociales, Música, Educación Plástica y Visual, Lengua e Inglés.



Esta es la pregunta clave con la que se inicia la actividad: ¿pueden las ciudades generar un crecimiento inclusivo? Porque vivimos en un barrio de una ciudad concreta, y entonces nos preguntamos también cómo serán los barrios de otras ciudades y cómo se desenvolverán en ellas los chicos y chicas de nuestra misma edad. ¿Son estas ciudades inclusivas? ¿Crecen, crecemos? ¿Qué oportunidades nos ofrecen? ¿Todos tenemos en ellas las mismas oportunidades?

Queremos trabajar con nuestros alumnos consumo, diferenciando necesidades y deseos, constatando el influjo que en nuestro patrón de consumo tiene la publicidad.

Se trata de contenidos curriculares en varias de las materias que cursan en 3º de ESO. Iniciamos la secuencia didáctica partiendo de su experiencia personal.

En el primer trimestre, les proponemos una investigación en Ciencias Sociales. La realizan por equipos cooperativos: ¿cuánto tiempo y presupuesto destinan a su ocio? Les pedimos que hagan también un listado de sus compras, y en una primera puesta en común vamos discriminando lo que va destinado a cubrir nuestras necesidades básicas y lo que es accesorio y tiene más que ver con nuestros deseos.

Mientras tanto, en Música están viendo el papel que juega la música en la publicidad. Además de estudiar los elementos teóricos, ven algunos ejemplos prácticos. Su profesora les pide que guarden todas las notas que han tomado para un trabajo que realizarán a final de curso.

La investigación se complica en Ciencias Sociales. Ahora se trata de hacer un análisis comparativo de dos ciudades. Preparamos una presentación con los requisitos que deberá reunir la presentación. El trabajo se desarrolla también en equipos cooperativos durante el segundo trimestre. Finalizada la investigación, dispondrán de quince minutos para presentarla a la clase.

En Matemáticas están viendo el análisis de gráficas y datos estadísticos. La temática está relacionada con los hábitos de consumo entre los jóvenes. Las conclusiones se incorporan a la investigación de Ciencias Sociales.

En este segundo trimestre viene la visita al Museo Reina Sofía, y la participación en la actividad de “Autobiografías”. A partir de ella, y siguiendo la técnica del *stop motion*, les pedimos que cuenten una historia de dos jóvenes que viven en dos ciudades distintas, con las realidades de consumo que han investigado. Trabajan en Educación Plástica y Visual: crean el guion, idean los escenarios, personajes, fotografían y construyen el corto.

En Biología trabajan los daños colaterales del consumo: gasto diario de energía, desechos diarios. Las gráficas y estadísticas de Matemáticas cambian de temática, y se suman a la investigación.

Al final del segundo trimestre, en Lengua analizan y trabajan los elementos del lenguaje publicitario. Estudian anuncios para diferenciarlos entre ellos. Relacionan publicidad y hábitos de consumo.

¿Y ahora qué? Volvemos a la pregunta del principio: ¿pueden las ciudades generar un crecimiento inclusivo? Ahora hay más preguntas: ¿consumir es crecer? ¿Podemos no consumir? ¿Podemos hacerlo de otra manera?

¿Podemos con otra publicidad lograr un consumo sostenible?

El producto final del proyecto, ya en el tercer trimestre, consiste en la elaboración de un anuncio alternativo. En él vuelcan todo el aprendizaje realizado. Hay que elegir los destinatarios, el mensaje y, por supuesto, la música.

En la exposición de final de curso (en las fiestas del colegio), los alumnos presentan el trabajo realizado a lo largo del curso. También lo hacen en el encuentro que organiza Escuelas Católicas de Madrid en la sede del Parlamento Europeo en Madrid, para los centros participantes en el proyecto “Global Cities”.

---

## **CONTEXTO**

Situado en el barrio madrileño de Aluche, tiene 1.200 alumnos de todas las etapas educativas, desde Educación Infantil a Bachillerato.

Es un centro concertado y los Redentoristas son sus titulares.

El perfil del alumnado es el del barrio: multinacional y multicultural, y con una posición socioeconómica medio-baja.

---

## **PARTICIPANTES**

La “coartada” y la oportunidad nos las ha brindado Escuelas Católicas de Madrid, a través de su proyecto “Global Cities”, que lleva por título “Young people on the global stage: their education and their influences. Global Cities”.

De fondo, los Objetivos de Desarrollo del Milenio: ¡Ya estamos en 2015!, y especialmente tres de ellos: nº 1 erradicar el hambre y la pobreza extrema; nº 2: garantizar la sostenibilidad del medioambiente; nº 8: fomentar una alianza mundial para el desarrollo. De horizonte, construir ciudadanía global con los más jóvenes: ¿tienen los jóvenes una palabra que decir sobre el mundo en el que viven? ¿Es su educación algo más que una mera transmisión de conocimientos? ¿Realmente, una educación para el desarrollo tendrá una repercusión y una influencia positiva en la transformación de nuestro mundo, y en el logro de los Objetivos del Milenio?

A los colegios que participamos en este proyecto de tres años, se nos invita a preparar una unidad didáctica en la que, desde un enfoque de aprendizaje global, trabajemos al menos uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En nuestro centro elegimos el relacionado con la sostenibilidad medioambiental y el de alcanzar una alianza global para el desarrollo. Asimismo, Escuelas Católicas de Madrid nos va dando la formación en nuevas metodologías que el proyecto requiere, y prepara encuentros de profesores y de alumnos en los que podemos ir intercambiando experiencias y compartiendo pequeños y grandes logros. A través de la plataforma Moodle, podemos compartir también nuestra experiencia y los materiales generados con los socios ingleses y alemanes.

Ponerlo en marcha nos ha regalado: un equipo de profesoras que pensamos y trabajamos interdisciplinariamente; una formación en nuevas metodologías, sobre todo para generar una nueva mirada en el aprendizaje, buscando más preguntas que respuestas, deteniéndonos más en lo positivo que ya

tenemos que en lo que falta, y dejando que sean los alumnos los que lideren su aprendizaje y la experiencia de cambio; y un trabajo colaborativo con otros centros de Madrid, una ONG inglesa (TIDE) y profesores de la Universidad de Berlín, pero también de Gambia y Kenia.

## RECURSOS

- Materiales para un Enfoque de Aprendizaje Global (Escuelas Católicas de Madrid).
- Para trabajar por proyectos: ver las cápsulas en Vimeo de Juanjo Vergara (son siete cápsulas).
- Metodología Oasis (apoyar el cambio desde una mirada apreciativa sobre lo que ya tenemos).
- Para trabajar el consumo y la publicidad, ver los textos de Lengua de 3º de ESO. En Música trabajan la relación entre música y publicidad. En Matemáticas analizan gráficas (les propusimos hacerlo sobre los hábitos de consumo). En Educación Plástica y Visual montan el corto (ponen en práctica los conocimientos teóricos adquiridos en las otras materias).
- Basado en hechos reales: Autobiografías (ver materiales del proyecto de educación del Museo de Arte Reina Sofía del curso 2014-2015)
- Para cuidar el lenguaje publicitario, ver el código de conducta de las ONGD.
- Los seis sombreros para pensar, de Bono, explicados de forma gráfica y sencilla.
- Para conocer los Objetivos de Desarrollo del Milenio, ahora de Desarrollo Sostenible (antes ocho, para 2015, y ahora diecisiete, para 2030):
  - Enlace 1
  - Enlace 2
  - Enlace 3
  - Enlace 4
- Para conocer alternativas publicísticas:
  - [www.sirolopez.com](http://www.sirolopez.com)
  - El apartado de contraarte, de la revista [www.antenamisionera.org](http://www.antenamisionera.org)
- Un ejemplo crítico original en [africafornorway.no](http://africafornorway.no)  
Abajo a la derecha, hay tres menús con material: una presentación: "About Raid-Aid", genial para ver los estereotipos; material en inglés "Interesting stuff" y vídeos "Other videos".  
De esta página están sacados los cuatro cortos siguientes, aunque os pongo el enlace en YouTube:
  - Africa for Norway, La canción es lindísima y va subtitulada.
  - Warm this Christmas
  - Let's Save Africa
  - Heal the World, de Michael Jackson

## EXPERIENCIAS

### Spot the difference

- Una noticia sobre esta campaña: “Africa for Norway” en español, para trabajar los estereotipos.
- Otra campaña para valorar la solidaridad en noruega es de Aldeas Infantiles.
- Una campaña en Tailandia sobre la bondad humana.



**¿QUÉ ME PROPONÍA?**

**¿Qué objetivos te habías planteado alcanzar con esta experiencia?**

¿Por qué elegimos trabajar el consumo?

- Queríamos que nuestros alumnos respondieran a la siguiente pregunta: ¿pueden generar las ciudades un crecimiento inclusivo?
- Y resulta que el tema del consumo, en 3º de ESO, está en bastantes de las materias que nuestros alumnos cursan de forma parcelada (o estaba, habrá que revisar los cambios que introduce la LOMCE). Así es que podíamos aprovechar mejor la jornada lectiva y acabar el temario. (Hay materias que tienen una sesión, o dos por semana, pero, ¿si las juntamos todas? ¿Quién llamó “alienante” a la división del trabajo?). Se trata de un proyecto curricular.

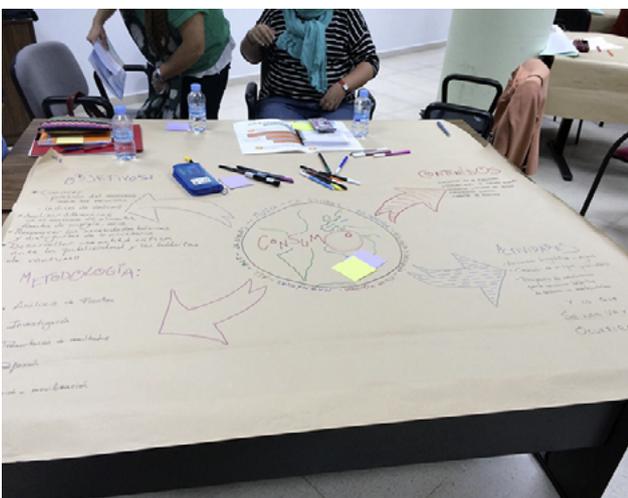
**¿Cuáles eran los aspectos que querías trabajar a nivel de conocimientos, habilidades y actitudes?**

**Conocimientos:**

- Diferenciar necesidades básicas y deseos. ¿Qué es fundamental y es para todos? ¿Qué es accesorio? ¿Todos tienen lo que es fundamental? ¿Son unas mismas las necesidades para los jóvenes de todo el mundo?
- Conocer y comparar los hábitos de consumo (ocio, fuentes de energía, alimentos) y expectativas de jóvenes de tres escenarios (tres ciudades: Madrid, Bonn y Nairobi) y valorar su impacto en ellas.
- Analizar y comparar indicadores de consumo.
- Conocer la presión del consumo sobre los recursos a nivel local y mundial.
- Descubrir el funcionamiento de la publicidad y relacionarlo con la generación de deseos y expectativas: ¿son para todos los jóvenes los mismos?
- Conocer de qué manera se relacionan nuestros hábitos de consumo con la publicidad. Publicidad y consumo ¿insostenibles? ¿irresponsables?

**Habilidades:**

- Presentar públicamente, las conclusiones de un trabajo de investigación.
- Elaborar una propuesta creativa (anuncio transformador) utilizando el lenguaje audiovisual.



## EXPERIENCIAS

### Spot the difference

#### Actitudes:

Generar deseos de cambio:

- Crecimiento sostenible, decrecimiento... ¿qué tiene que ver con nuestra forma de consumo todo esto?
- ¿Quiénes, y por qué, son los olvidados por la publicidad?
- Desarrollar una conciencia crítica ante la publicidad y los hábitos de consumo.
- Sólo podemos cambiar lo que está en nuestras manos: ¿influyen los cambios que podamos hacer en nuestro entorno, en estos hábitos de consumo, a nivel mundial?

¿Y si las mismas herramientas que están favoreciendo este crecimiento desigual, desequilibrado, injusto, irresponsable e insostenible, pudieran servirnos para dar la vuelta a la situación y volverla más inclusiva y justa? Hagamos un anuncio transformador.

#### ¿QUÉ HICE Y CÓMO LO HICE?

#### ¿Qué temáticas de la ECG abordaste de forma directa o indirecta?

Relación local y global; modelos de desarrollo sostenibles e insostenibles; derechos humanos; participación ciudadana.

#### ¿Qué principios pedagógicos puse en marcha?

**Mirada de aprendizaje global:** así denominamos al enfoque de trabajo en el que se potencia el aprendizaje dialógico (con más preguntas que respuestas), haciendo visible la interdependencia, trabajando en red y con intención transformadora (movilización). Ejemplos:

- Los alumnos investigan sobre los hábitos de consumo. Están haciendo análisis de la realidad en su entorno y en el de las ciudades escogidas. Se plantean preguntas.
- En su investigación, descubren las conexiones e interdependencias entre acontecimientos aparentemente “aislados” (pobreza y conflictos; publicidad y consumo; consumo y agotamiento de recursos).
- Escriben guiones y construyen pequeños vídeos en los que narran historias de jóvenes de aquí y allá: diversidad.
- Se plantean las relaciones entre lo local y lo global en la medida en la que entienden que los pequeños cambios que están dispuestos a generar tienen un impacto más global de lo que esperaban. Por ejemplo, cuando cuentan a final de curso en la exposición del centro su trabajo a las familias, o se adhieren a proyectos sostenibles y medioambientales en marcha.
- Sin descuidar el enfoque valores-emociones (pensar, sentir, actuar).
- Es un trabajo por proyectos. El enfoque es dialógico, pero sin descuidar ni el enfoque socioafectivo, ni el abordaje ético de los contenidos.

**¿Qué actividades y metodologías utilizaste?**

- Investigación: análisis de fuentes, presentación de resultados
- Reflexión, acción
- Trabajo por proyectos
- Enfoque interdisciplinar
- Aprendizaje-servicio
- Aprendizaje cooperativo

**¿QUÉ LOGROS HE  
CONSEGUIDO?**

**¿Qué aspectos de ciudadanía global trabajados con tu alumnado crees que han mejorado?**

Desde luego la percepción de las relaciones entre lo local y lo global, y la participación ciudadana.

**¿Qué cambios se han podido generar en las dinámicas de la escuela, en otros docentes, en el equipo directivo, etc.?**

Me gustaría elegir dos momentos del proyecto del año para explicar los cambios que se han producido en la dinámica del colegio. Primero, el de su generación. Un grupo de profesoras con sólo un par de coincidencias: los mismos alumnos y la certeza de que nuestro trabajo es transformador. En una tarde, y frente a un papel en blanco, construimos el proyecto sobre el consumo (un asunto muy curricular en 3º de ESO). Tenemos que presentarlo en Escuelas Católicas porque nos hemos embarcado en el proyecto “Global Cities”. Se generan sinergias, complicidades y una estructura de trabajo muy científica (con objetivos, contenidos, metodologías y evaluación). El proyecto nos ilusiona (de ilusión también se vive). El segundo momento es el de la presentación de los resultados del trabajo que hicieron los alumnos en la exposición de final de curso. A ellos les sirvió de entrenamiento, porque tenían que contar su trabajo en el encuentro de estudiantes que organizaba Escuelas Católicas en junio, y a las familias para conocer la potencialidad de sus hijos. Enseñaron sus cortos y explicaron con gran sencillez las conclusiones de su trabajo. Se organizaron en turnos, para atender el “stand” durante todo el fin de semana (estamos hablando de alumnos de 3º de ESO). Sorprendieron también al equipo directivo, que hasta ese momento desconocía el impacto real que estaba teniendo el proyecto.

No es fácil generar equipos de trabajo en un centro de Secundaria, donde todo invita a la parcelación. Tampoco son muchas las oportunidades para desarrollar la autonomía del alumnado en la dinámica de aula tradicional, por más que lo tengamos como una competencia básica. Pues bien, sucedió, y por ello lo destaco.

**¿Se han podido generar cambios en el entorno cercano? ¿De qué manera?**

En el entorno más inmediato del colegio, desde luego. Los alumnos que participaron en este proyecto y que están este año en 4º de ESO están mucho más sensibilizados para trabajar en educación para el desarrollo. La pregunta que hicieron al comenzar el curso ha sido: “¿y este año qué vamos a hacer?” No era una pregunta, porque a continuación venía una larga lista de “podríamos...”.

Son más autónomos. Tienen iniciativas, porque saben que tendrán un espacio para volcarlas. Se preocupan (a su manera) por lo que sucede fuera del aula. Y están activados. Trabajar con este enfoque global da también la oportunidad a los alumnos que quizá no tienen su fuerte en los resultados académicos, pero que desbordan creatividad y habilidades sociales. Como tienen esta oportunidad de éxito, ganamos en “paz social”.

Es positivo también para ellos sentirse parte de algo más grande: conocer a otros jóvenes que como ellos quieren cambiar las cosas, otros colegios donde se trabaja de forma parecida aunque diversa.

Los proyectos solidarios que se asumen tienen más apoyo entre el alumnado, porque tienen un marco en el que enganchar. Por ejemplo, se han involucrado en las campañas de Navidad (el momento álgido del consumo) y en la operación que desde Cáritas parroquial se lleva para generar trabajo y respetar el medio ambiente (recogida selectiva de tapones y latas: “Da la lata y pon un tapón al paro”).

Desde luego, saben lo lejos que estamos de cumplir los Objetivos de Desarrollo del Milenio en 2015.

**¿Qué elementos de la estructura escolar y del contexto piensas que han sido un apoyo o un freno para conseguir tus logros?**

Los dos motores principales que han hecho posible el proyecto son, a la vez, la oportunidad y la fortaleza, pero, al mismo tiempo, la amenaza y la debilidad.

Como dije al principio, la coartada para trabajar en el proyecto nos vino de Escuelas Católicas de Madrid. El proyecto de “Global Cities” está en su tercer año. ¿Será el último? Y, si lo es, ¿será este nuestro último proyecto en educación para el desarrollo? Porque es cierto que el poner en relación a los colegios con colegios de otros países, y profesores de otros países (Gambia, Kenia) con la ONG TIDE y la Universidad de Berlín, pues es todo un reto. Sin olvidar la formación que hemos podido tener en estos años para impulsar el cambio en el enfoque de aprendizaje. Habrá que buscar nuevas coartadas.

Por otra parte, el equipo de profesoras “inasequibles al desaliento” es un verdadero regalo para cualquier centro educativo. Hasta ahora, vamos coincidiendo en docencia más por casualidad que por decisión estructural. De modo que al acabar el curso siempre pensamos: “donde estemos y coincidamos, algo haremos, lo que podamos”.

Los cambios vienen siempre de manos de las personas. De personas que quieren cambiar las cosas. Somos conscientes de las amenazas y debilidades, pero sabemos cuáles son nuestras fortalezas y oportunidades. Y, mira por dónde, que este año 2015-2016 tenemos proyecto por delante y hemos vuelto a coincidir.

**¿QUÉ APRENDIZAJES Y  
RETOS EXTRAIGO?**

**¿Qué piensas ahora de los aspectos que te propusiste en un inicio?  
¿Qué aspectos podrías mejorar? En un futuro, ¿cómo podrías aprovechar  
mejor las oportunidades/fortalezas de tu centro y tu entorno?**

El resultado ha sido mejor de lo proyectado. Nosotras sabíamos lo que íbamos a hacer y por qué. Y revisamos una y otra vez la temporalización (es la parte más delicada y sensible del trabajo en grupo, sobre todo cuando no se dispone de tiempos, estructuralmente hablando, para coordinarse, y hay que echar mano de las tecnologías y las meriendas), pero no teníamos ni idea de lo que iban a hacer nuestros alumnos, y seguramente en un principio mostramos bastante poca confianza en ellos. Pero ellos son la verdadera oportunidad que tenemos de transformar nuestro entorno. Nos proponemos dejarles serlo.

De la experiencia, guardamos dos aprendizajes que son propuestas de mejora para lo siguiente que hagamos: ¿por qué esperar a oportunidades y coartadas? Una vez conocida y experimentada esta nueva forma de trabajar, ¿por qué no extenderla en otros niveles, eso sí, dosificando tareas? Llegó la hora de tomar la iniciativa. La otra propuesta de mejora tiene que ver con la comunicación de lo que se va haciendo. Ir contando el proceso a los alumnos y a sus familias, ir dejando que se vaya notando en las paredes y en la web del centro. Un proyecto es un gran viaje del que no pueden verse todas las fotos en una misma tarde, genera empacho. Hay que disfrutar y saborear cada etapa, cada paso, contarnos dónde estamos y cómo hemos llegado, hacia dónde vamos y qué hemos logrado. Eso es: contar el camino andado.