



2º ESO

## actividad 10

# Menudo invento

### COMPETENCIAS BÁSICAS

- Competencia en el conocimiento e interacción con el mundo físico
- Competencia social y ciudadana.

### OBJETIVOS:

- Analizar la relación de las personas con las nuevas tecnologías.
- Buscar la manera de que las nuevas tecnologías no sustituyan vivencias personales y sociales.

### RECURSOS MATERIALES

Anuncio *El Guardian del Social Media* – Coca-cola

### TIEMPO APROXIMADO:



Una sesión de 50 minutos.

### SENTIDO PREVENTIVO

Las nuevas tecnologías y las redes sociales son un invento fabuloso siempre que no te desconecten de la realidad. Todas las personas podemos dejarnos llevar fácilmente por la corriente tecnológica y perdernos, sin querer, lo mejor que tiene la vida: vivirla y experimentarla.

### PARA INICIAR LA ACTIVIDAD

“Hoy vamos a hacer una actividad a partir de un anuncio en el que, de manera divertida, se puede ver cómo, en ocasiones, estamos embebidos en nuestra tecnología y no nos damos cuenta de que la vida pasa por delante de nuestra cara sin que la veamos y vivamos realmente. La solución, sin embargo, no es tan difícil: consiste en poner alguna barrera más a las tecnologías y alguna menos al mundo real”

### DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD:

1ª

FASE

Se plantea al grupo el siguiente “problema”:

Una empresa, especialmente preocupada por lo que está sucediendo en algunos casos, personas que usan las nuevas tecnologías demasiado y se están



perdiendo la vida real, los momentos importantes de su vida, nos ha pedido ayuda.

Necesitan que intentemos comprender qué es lo que está pasando, por qué estas nuevas tecnologías están resultando tan atractivas para tanta gente y qué podemos hacer al respecto.

A continuación se les indica que el primer paso a dar para encontrar una posible solución es “la definición del problema”. En estos primeros minutos de la actividad, deben hacer una breve descripción de lo que constituye el problema del que se está hablando intentando pensar qué es lo que está impidiendo que la gente lo haga mejor de lo que lo hace a este respecto (para los anunciantes, por ejemplo, el problema es claramente que no hay nada que les impida dejar de mirar al móvil, hasta que inventan su artilugio. Pero seguramente hay otras cosas que también están influyendo: por ejemplo, que los dispositivos son pequeños y podemos llevarlos a cualquier lugar, que tenemos acceso a internet en prácticamente cualquier sitio, que los estímulos visuales son muy llamativos, entre otros...)

## 2ª FASE

Una vez descrito el problema o, mejor dicho, planteadas sus teorías al respecto, se pasa a la fase de crear soluciones (“búsqueda de alternativas”).

Se les puede dividir en pequeños grupos (como 3-4 grupos) para que intenten inventar un artilugio (todo lo “loco” que quieran) o un procedimiento, o algún tipo de estrategia que permita tener las tecnologías bajo control. Animar en lo posible a usar la imaginación (P.e cada persona podría recibir, al comprar su móvil, un guardia que le acompañara durante su uso y decidiera cuándo debe apagarlo. Otra opción sería conectar al móvil un dispositivo que le llevara a la autodestrucción después de un cierto número de minutos de uso al día).

Hacer una puesta en común con todos los inventos e introducir, como propuesta final, el invento que propone el anunciante del vídeo sugerido para la actividad (en este momento se procede al visionado del anuncio).

Al terminar el visionado, se lanzan las siguientes preguntas:

¿Qué os parece el tono irónico del anuncio? ¿Pensáis que se trata de una broma lo que están abordando? ¿Por qué, entonces, usan ese enfoque para tratarlo? (Quizá para hacernos reaccionar más claramente al ver lo ridículo de algunas situaciones).

¿Cuál es el problema real que plantea el anuncio? (Que la gente no vive la vida, sino que la mira a través del móvil). ¿Se parece al problema que planteasteis antes?

- *¿Qué pensáis de esa frase en la que se comenta que la vida real es eso que pasa cuando se acaba la batería? Para alguien que lo ve de esta manera, ¿qué crees que está considerando como más importante, la vida real o lo que le aportan las tecnologías?*
- *¿Qué es lo que se estaban perdiendo esas personas, en definitiva? (a otras personas, la riqueza de los sentidos, situaciones concretas..., entre otras cosas).*



3ª  
FASE

Por último, se propone realizar una votación entre los diferentes inventos propuestos, incluido el del anuncio, y nombrarlo “Mejor invento para el control de los medios tecnológicos”.