



4º ESO

ACTIVIDAD

VALORES DE OTRO MUNDO

COMPETENCIAS CLAVE

- Competencia lingüística.
- Competencia en el conocimiento e interacción con el mundo físico.

OBJETIVOS

- Que sepan detectar los diferentes matices que diversos conceptos tienen dependiendo del contexto en que se usan.
- Diferenciar entre lo que son valores deportivos y los relacionados con el mundo de las apuestas y sus propios intereses.
- No dar espacio a mitos o ideas distorsionadas sobre las apuestas que puedan ponerles en riesgo por apostar sin criterio.

RECURSOS MATERIALES

- Anuncio 1 "Apuesta por ti"
- Anuncio 2 "Apuesta por ti"
- Pizarra para jugar al ahorcado

TIEMPO APROXIMADO

50 minutos.

SENTIDO PREVENTIVO

El mundo de las apuestas deportivas se ha visto crecer exponencialmente a lo largo de los últimos años, y buena parte de sus usuarios habituales son gente cada vez más joven.

Alrededor de este submundo, asociado por ser el objeto de apuesta, pero sin demasiado tino al ámbito conceptual del deporte y los valores que representa, se



mueven muchos mitos e intereses como los que la propia publicidad proyecta hacia el usuario, tal y como se verá en la actividad.

En manos de éste queda saber distinguir y no dejarse llevar por todo lo que reluce, pero para eso han de tenerse herramientas como las que se pretenden proporcionar a través de la actividad.

ANTES DE INICIAR LA ACTIVIDAD

“Comenzamos hoy la actividad pensando en diferentes mundos y sus correspondientes lenguajes, porque cada cual tiene el suyo”.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Fase 1

“Por ejemplo, seamos un poco “frikis” por un momento...”

- *¿Os acordáis a quién pertenecía el lenguaje klingon? (Al universo de Star Trek).*
- *¿O sabéis, por ejemplo, a dónde pertenecía el lenguaje quenya, sindarin o el khuzdul (para esto hay que ser súper friki)? (Las dos primeras son lenguas élficas y la tercera, una lengua enana en el Señor de los Anillos).*
- *¿Podéis recordar otras lenguas o idiomas de ficción? (P.e. la forma de comunicación que usaban en Avatar).*

Mucho más cerca de nosotros, en nuestro propio mundo, hay diferentes submundos y hoy vamos a explorar cuatro de ellos, porque el lenguaje y lo que las cosas significan en unos y otros puede variar mucho.

“Vamos a dividirnos en 5 grupos. Cada uno de esos grupos tiene que definir uno de los siguientes conceptos, y lo hará, no tanto con una definición “tipo diccionario”, sino con una historia sencilla y corta que ejemplifique lo que significa el concepto”.

Éstas son las 5 ideas a desarrollar:

- *Valor*
- *Lucha*
- *Pasión*



- Futuro
- Líder

*“¿Qué significan estas ideas en nuestro mundo en general (primer mundo)?”
(Dejar unos minutos para que puedan trabajar en equipo y hacer luego una puesta en común).*

“Vamos a dirigirnos ahora a uno de los muchos submundos que tiene nuestro mundo: el del deporte (segundo mundo). Para ello vamos a visionar un trozo de un anuncio y ahí vais a poder contextualizar esas mismas 5 palabras en otro espacio diferente”.

(NOTA: El anuncio es “Apuesta por ti-1”, justo hasta el momento en que se dice “Soy futuro” y poco después se ve que alguien golpea el balón con la cabeza y está a punto de meter gol, no desvelando la imagen siguiente, en que se ve a un grupo de personas en un local de apuestas).

Preguntamos en este momento a los mismos equipos qué piensan que significa el concepto que se les asignó en la fase anterior, solo que en el nuevo contexto del deporte y pidiéndoles que aporten un ejemplo de ese mundo (p.e. Valor en el deporte es estar a punto de perder un partido de baloncesto y arriesgarse a lanzar un triple aunque te puedan criticar por fallar).

Al terminar de trabajar en grupos pequeños, hacer una puesta en común.

Fase 2

“Vamos a volver a ver el anuncio, pero esta vez completo, teniendo en cuenta que el anuncio está localizado en un mundo aún más pequeño que el del propio mundo deportivo. (Puede proponérseles que intenten adivinar de qué es el anuncio, lo cual probablemente hayan advertido desde el principio, siendo que la marca del anunciante, Sportium, aparece repetidamente en muchos de los planos). Estamos, efectivamente, en el territorio de las apuestas deportivas (tercer mundo de los cuatro que estamos visitando)”.

“Si el mundo de las apuestas es, en verdad, otro mundo, es muy posible que su lenguaje sea también diferente. ¿Qué pensáis que han querido decir desde el anuncio cuando asocian las apuestas con los conceptos que hemos mencionado?”



“Para ayudaros a responder esta pregunta, meteos en el “pellejo” de alguien que hace apuestas deportivas y pensad qué pueden significar estas cosas en su cabeza”.

Algunas propuestas que podrían surgir pueden tener esta forma:

- “Soy valor, porque me arriesgo”.
- “Soy lucha, porque no me rindo hasta que gano”.
- “Soy pasión, porque vivo intensamente”.
- “Soy futuro, porque la forma más moderna de vivir el deporte es ésta”.
- “Soy líder, porque gano dinero y eso está relacionado con el éxito y despuntar”.

“¿Qué riesgos encierra entender esos conceptos de esta manera en el mundo de las apuestas? (Enfatizar sobre todo la idea de los peligros del exceso, la imprudencia, la falta de autocontrol, la idea de ganar dinero fácil, lo que implica estar subido en una moda...)”.

“¿Pensáis que el anuncio muestra toda la verdad de lo que se vive en el mundo de las apuestas? Por ejemplo, se muestra la alegría del que gana, pero no la ruina o decepción del que pierde, e incluso, cuando en algunos anuncios se ve a gente triste por perder, no se les muestra perdiendo el dinero que apostaron, sino el que no llegaron a apostar por echarse atrás”.

Fase 3

“Llega el momento de ver el segundo anuncio, que quiere llevarnos a un sitio completamente diferente que donde los publicistas y el anunciante se lo quisieron llevar. Lo más importante: seamos críticos. Evidentemente, las casas de apuestas tienen todo su interés en conseguir que apostemos y lo hagamos con abundancia. En ese sentido, ellos están cumpliendo su función con el anuncio, que es convencer, y están procurando asociar su producto con elementos que sean reconocidos por nosotros como positivos, como rasgos que querríamos para nosotros. De alguna forma nos dicen “Si apuestas, esto es en lo que te conviertes”.

Sin embargo, sabemos que el mundo de las apuestas, como muchos otros, tiene sus claroscuros y son cada vez más las personas que tienen serias dificultades para poder salir de todo lo que significa embarcarse, más aún cuando se es adolescente y cuesta un poco más parar. Ahí es donde podemos hablar de mitos en cuanto a este mundo.



“¿Podéis pensar por qué puede ser un mito identificar las apuestas con valor, lucha, pasión, futuro o liderazgo, a pesar de lo que nos dice el anuncio?”

Vamos a usar esta nueva secuencia para darle un sentido diferente al asunto. Veámoslo y orientémoslo como os proponemos a continuación. (Ver anuncio).

“Posicionémonos en el subespacio, aún más pequeño y dentro del mundo de las apuestas, de aquellas personas que, aún apostando, hacen lo posible por no caer en la trampa de estos mitos. Hagámoslo, efectivamente, porque verdaderamente creemos en nosotros, en que podemos tomar buenas decisiones y hacer lo que es mejor para nosotros. De nuevo, vamos a redefinir el lenguaje, como lo hemos hecho hasta aquí, pero lo vamos a hacer de forma diferente”.

“En esta ocasión, proponemos jugar al juego del ahorcado, para sustituir las palabras protagonistas de nuestra actividad de hoy por otras ideas mucho más cercanas a lo que significaría este subespacio dentro del mundo de las apuestas en el que las personas pueden no dejarse llevar ingenuamente y decidir desde el criterio y el sentido común”.

A continuación, presentamos algunas alternativas para la reconceptualización, que convendría poder comentar brevemente en gran grupo cada vez que se desvele el concepto que estaba escondido tras el juego del ahorcado:

- VALOR lo sustituimos por M-E-A-T-R-E-V-O-A-P-A-R-A-R
- LUCHA lo sustituimos por E-S-F-U-E-R-Z-O
- PASIÓN lo sustituimos por P-I-E-N-S-O-C-O-N-L-A-C-A-B-E-Z-A
- FUTURO lo sustituimos por P-I-E-N-S-O-E-N-L-A-S-C-O-N-S-E-C-U-E-N-C-I-A-S
- LÍDERAZGO por P-O-N-G-O-F-R-E-N-O-A-U-N-Q-U-E-O-T-R-O-S-N-O-L-O-H-A-G-A-N

COMENTARIO FINAL

Al cambiar esos conceptos por otros que tienen que ver con el autocontrol y la prudencia, es donde verdaderamente estamos haciendo lo que el anuncio nos animó desde el principio a hacer, pero no desde su propio interés de que apostemos sin más, sino desde el cuidado de nosotros mismos, que es lo que no debemos perder de vista en ningún momento:

“Cuando nadie cree en ti, hazlo tú y apuesta por ti haciendo lo mejor”