

■ Características

Nivel/Edad: Desde los 14 años. Segundo ciclo de ESO.

Duración: Aproximadamente 35 minutos (si todos los alumnos intervienen, el tiempo total puede ser bastante mayor).

Materiales: Papel y lápiz para cada alumno.

■ Objetivos de la dinámica

- Reflexionar sobre los temas que más nos importan, y establecer una jerarquía clara de valores personales.
- Estructurar de forma breve y sintética nuestras valoraciones personales sobre lo que de verdad nos preocupa en la vida.
- Comunicar de forma clara y comprensible nuestra jerarquía de valores a los demás.
- Respetar las diferentes sensibilidades y jerarquías de valores, asumiendo la diferencia como algo positivo y enriquecedor.

■ Desarrollo de la dinámica

El profesor propone al grupo la siguiente situación:

“Como alguien dijo una vez, todos acabaremos por tener nuestro medio minuto de fama en la televisión. En esta dinámica vamos a hacer uso de nuestros 30 segundos para comunicar a toda la clase qué es lo que más nos preocupa e importa. Debéis imaginar que vuestro “anuncio” se va a retransmitir en hora de máxima audiencia a todo el mundo: los presidentes, reyes, gobernantes, artistas, militares, científicos... de todas partes os van a poder escuchar. ¿Qué les diríais? ¿Les pediríais que lucharan por la paz, que se acuerden de los más pobres, que acaben con el hambre y las enfermedades...?”

Para que vuestro anuncio tenga un fundamento que podamos debatir, dedicaremos primero 15 minutos a reflexionar sobre lo que más nos importa, aquello que querríais contar para que los más poderosos os escuchasen. Debéis elaborar una lista de valores que os importan, poniendo primero los más fundamentales, y después los secundarios. Luego, dedicaremos 5 minutos a pensar el modo en que podemos hacer el anuncio. Como los de la televisión, debería tener una frase corta y fácil de recordar, un eslogan impactante que nos deje pensando... para poder influir en los demás.”

Después de los 20 minutos de trabajo individual, algunos alumnos (o todos si se considera conveniente) intervienen exponiendo su anuncio a los demás. Conviene dedicar algo de tiempo al final para debatir en grupo los valores que hemos escogido y la forma en que los hemos presentado a los demás.

■ Preguntas para el debate

1. ¿Qué valores han sido escogidos por la mayoría como fundamentales?
¿Estábamos todos de acuerdo en los valores básicos?
2. ¿Qué frase o frases os han parecido más impactantes? ¿Hay alguna que os haya hecho pensar, o que se os haya quedado grabada en la mente? ¿Qué cualidades debe tener una frase publicitaria para que la gente se fije en ella?
3. ¿Creéis que, si pudieran ver vuestro anuncio, los poderosos se pararían a reflexionar sobre vuestra propuesta? ¿Por qué?
4. ¿Cómo crees que podemos influir nosotros en las personas que nos rodean para que nuestra escala de valores les haga reflexionar y cuestionarse cosas?