

Autores:

Verónica Piloñeta Moreno

Isabel Pérez Yáñez

Mónica Toro Toro

Yaiza Churruca Gutiérrez

Cassia Jiménez Gomes Ribeiro

MATERIAL PARA EL PROFESOR

FICHA TÉCNICA

GRUPO META

- **Nacionalidad:** estudiantes angloparlantes de distintas nacionalidades.
- **Edad:** jóvenes universitarios con edades comprendidas entre los 20 y los 25 años.
- **Otras lenguas:** estudian español como segunda lengua pero no dominan ninguna otra lengua, además del inglés como lengua materna.

Intereses:

- **Intereses de carácter social y cultural:** el arte en general, el ocio, la música, la moda, el cine propio de los países de habla hispana y la gastronomía.
- **Intereses laborales:** conocer la situación laboral de España en ese momento, así como las relaciones comerciales de su país con España, en pro de futuras oportunidades laborales que les ayuden a mejorar el conocimiento del idioma.

Dado el contexto de inmersión en que se encuentran, nuestros alumnos requieren el uso de la lengua en situaciones de comunicación auténtica, atendiendo a la dimensión social del lenguaje. Además, también requieren profundizar en la información cultural y las circunstancias actuales del país en el que se encuentran.

Necesidades:

- **Ámbito público:** el alumno como miembro de una sociedad en los diferentes trámites o transacciones que esto requiera en su contexto de inmersión, mediante todas las actividades comunicativas de la lengua.
- **Ámbito privado:** el alumno igualmente deberán poner en práctica todas las actividades comunicativas en su contexto de relaciones personales, con sus compañeros de clase, si se hospeda con nativos durante su estancia, acceder a redes sociales de los

	<p>nativos con los que llegue a entablar relación o poder conocer la realidad de España a través de los medios de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ámbito educativo: el alumno como parte de un proceso organizado de aprendizaje, tanto de manera formal como informal. Será, una vez más, necesario el desarrollo de todas las actividades comunicativas de la lengua; haciendo especial mención a las actividades de mediación oral y escrita que puedan ser necesarias en situaciones de intercambios comunicativos en clase, ya sea entre compañeros, o entre un compañero y el profesor. <ul style="list-style-type: none"> ● Número de estudiantes: 16. Para esta propuesta didáctica los alumnos trabajarán en 4 grupos de 4 componentes cada uno. ● Tipo de curso: curso de español general en contexto de inmersión. ● Modalidad del curso y duración: curso de verano, presencial de 60 horas. ● Lugar: academia de idiomas en Madrid (España).
NIVEL	B2
TEMPORIZACIÓN	<p>Un total de 7 sesiones de una hora de duración cada una, en las que las actividades quedan distribuidas de la siguiente manera:</p> <p>Sesión 1: actividad 1. <i>Reflexiona: una campaña social</i> Sesión 2: actividad 2. <i>Otros problemas medioambientales</i> Sesión 3: actividad 3. <i>¡Inspírate y aprende!</i> Sesión 4: actividad 3. <i>¡Inspírate y aprende!</i> Sesión 5: actividad 4. <i>Crea tu campaña</i> Sesión 6: actividad 4. <i>Crea tu campaña</i> Sesión 7: Tarea final. <i>¡Pienso, Aprendo, Actúo!</i></p> <p>Estas sesiones se distribuirán durante 4 días de clase (lunes, miércoles, viernes, lunes), ya que cada día estará compuesto por 2 sesiones de una hora con un descanso de 20 minutos entre ellas.</p>

<p>OBJETIVOS DIDÁCTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar el aprendizaje y la interacción con el español a través de actividades de contenido social y cultural. ● Conocer y poner en práctica el uso de distintas herramientas digitales en el desarrollo de las actividades de la secuencia didáctica. ● Investigar y comprender con total certeza el objetivo o causa de algunas de las campañas medioambientales y sociales más importantes en el mundo. ● Desarrollar argumentos a favor y en contra de los aspectos más importantes de estas campañas con el fin de dar su opinión y ser capaces de elegir la causa que más les identifique. ● Analizar ideas y posibles soluciones a los problemas que se presentan en las campañas. ● Sintetizar y analizar argumentos de forma que puedan reflejarse en la exposición de una campaña propia. ● Crear, desarrollar y presentar su propia campaña a través de distintas herramientas y entornos digitales.
<p>CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS</p>	<p><u>Contenidos léxicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Referentes al medio ambiente (causas, cuidado, problemáticas y soluciones, etc.). - Referentes a las campañas sociales en general (pobreza, desigualdades de género, discriminación, injusticia, pobreza, salud, igualdad, etc.). - Léxico de publicidad en medios de comunicación y redes sociales (causa, mensaje, etc.). <p><u>Contenidos gramaticales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Uso y formas del pretérito indefinido (causas del problema). - Imperativo: afirmativo, negativo (órdenes e instrucciones) y lexicalizado (¡basta ya!). - Verbos para formular normas y prohibiciones: debemos, es obligatorio, hay que, etc. - Presente del subjuntivo: dar recomendaciones, opiniones y valoraciones (me parece mal que tires la basura. etc.).

- Uso y formas del futuro simple y el compuesto.

Contenidos pragmáticos:

- Influir en el destinatario, dar una orden o instrucciones como parte de una campaña social, de forma directa o atenuada (no olvides usar bolsas de tela para ir al supermercado).

Contenidos funcionales:

- Proponer y sugerir soluciones ante una problemática social o medioambiental (te propongo que, te parece una buena idea que).
- Describir una campaña de concienciación social.

Contenidos culturales:

- Fomento de la interculturalidad a través de la exposición de los alumnos a campañas de concienciación social de diferentes países.

Enlace del Webquest:

<https://lacausanuestromundo.weebly.com/>

GUÍA DIDÁCTICA	
SESIÓN 1	
ACTIVIDAD 1. REFLEXIONA: UNA CAMPAÑA SOCIAL	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>-Entender el concepto de campaña social (qué es y para qué se utiliza).</p> <p>-Deducir el mensaje y objetivo de una campaña medioambiental después de revisar ciertos recursos como vídeos, imágenes y artículos.</p> <p>-Interpretar la urgencia en la realización de campañas sociales que impliquen acción de la población mundial en el cuidado del medio ambiente.</p>
CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS	<p>-<u>Contenidos léxicos</u>: referentes al medio ambiente (causas, cuidado, problemáticas y soluciones), campaña social, medios de comunicación masivos (televisión, redes sociales, etc.).</p> <p>-<u>Contenidos gramaticales</u>: presente (situación actual), pretérito indefinido (causas del problema), imperativo: afirmativo, negativo (órdenes e instrucciones) y lexicalizado (¡basta ya!).</p> <p>-<u>Contenidos pragmáticos</u>: influir en el destinatario, dar una orden o instrucciones como parte de una campaña social para el cuidado del medio ambiente ya sea de forma directa (¡basta ya!).</p>
DESTREZAS TRABAJADAS	Comprensión auditiva y lectora (visualización de vídeos subtítulos), expresión escrita (problemáticas ambientales, redacción y formulación breve de una campaña social: título y objetivo).
AGRUPAMIENTO	Cuatro equipos de cuatro alumnos.
MATERIALES	-Cuatro ordenadores con acceso a internet (uno para cada equipo).

	<p>-Recursos digitales: -Educaplay -YouTube</p>
DURACIÓN	60 minutos.
PROCEDIMIENTOS	<p>a. Campaña Social: los alumnos deducirán el significado de una campaña social mediante una pregunta de opción múltiple (seleccionarán el significado que consideren correcto).</p> <p>b. Una imagen vale más que mil palabras</p> <p>Los alumnos comentarán oralmente el mensaje de concientización del cuidado del medio ambiente que se quiere transmitir a partir de una imagen.</p> <p>Realizarán una actividad en <i>Educaplay</i> (relacionar columnas) en la que reflexionarán acerca del tiempo que tardan distintos materiales en desintegrarse en el medio ambiente. Se pretende sensibilizar al alumno respecto a una problemática del medio ambiente (la contaminación por basura en distintos hábitats) y de la urgencia de realizar campañas sociales que impliquen la acción de la población mundial.</p> <p>Enlace para acceder a Educaplay: https://es.educaplay.com/recursos-educativos/9627688-cua nto_tarda_en_degradarse.html</p> <p>c. ¿Cómo difundir una campaña social?</p> <p>Los alumnos visualizarán tres vídeos sobre la contaminación por basura en distintos hábitats. Posteriormente, identificarán el mensaje de concientización que pretenden difundir y utilizarán la creatividad para definir un título y un objetivo para esa campaña medioambiental. A partir de este punto, sabrán el poder que tienen las imágenes y vídeos en la difusión de una campaña social.</p> <p>Las respuestas de los alumnos podrían ser similares a esta:</p> <p>-Tema de la campaña: “Libera a la naturaleza de la basura”.</p>

	-Objetivo: hacer conciencia en la gente para minimizar el consumo de materiales no biodegradables y dejar de tirar basura en playas, bosques, ríos, etc.
EVALUACIÓN	No se requiere ninguna evaluación en la actividad 1.
SESIÓN 2	
ACTIVIDAD 2: OTROS PROBLEMAS MEDIOAMBIENTALES	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>-Identificar otras problemáticas medioambientales mediante la visualización de vídeos de YouTube, previamente seleccionados, y que podrían ser utilizadas para una campaña social.</p> <p>-Deducir el mensaje y objetivo de una campaña medioambiental después de revisar ciertos recursos como vídeos, imágenes y artículos.</p> <p>-Determinar cómo se podría difundir una campaña social para llegar a una mayor audiencia.</p> <p>-Analizar objetivos y propuestas de soluciones para los problemas que se han ido presentando.</p> <p>-Identificarse y exponer una actitud o solución favorable a una problemática concreta.</p>
CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS	<p>-<u>Contenidos gramaticales:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Imperativo: afirmativo, negativo (órdenes e instrucciones). ● Verbos para formular normas y prohibiciones: <i>debemos, es obligatorio, hay que..</i> ● Presente del subjuntivo: dar recomendaciones, opiniones y valoraciones (me parece mal que tires la basura). <p>-<u>Contenidos léxicos:</u></p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Referentes al medio ambiente (causas, cuidado, problemáticas y soluciones), • Campaña sociales en general (pobreza, desigualdades de género). • Léxico de publicidad en medios de comunicación y redes sociales. <p>-<u>Contenidos funcionales</u>: proponer y sugerir soluciones ante una problemática social o medioambiental (te propongo que..., te parece una buena idea que...).</p> <p>-<u>Contenidos pragmáticos</u>: influir en el destinatario, dar una orden o instrucciones como parte de una campaña social, ya sea de forma directa (¡basta ya!) o atenuada (no olvides usar bolsas de tela para ir al supermercado).</p>
DESTREZAS TRABAJADAS	<p><u>Comprensión auditiva</u>: visualización de vídeos.</p> <p><u>Comprensión lectora</u>: entender las instrucciones de los ejercicios. Entender la información proporcionada en los enlaces web.</p> <p><u>Expresión escrita</u>:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problemáticas ambientales, redacción y formulación breve de una campaña social (título, objetivo y posibles soluciones). • Texto que acompaña a la imagen o al vídeo colgado en redes sociales. <p><u>Expresión oral</u>: breve discusión sobre el efecto de una imagen y el mensaje que transmite a los destinatarios.</p>
AGRUPAMIENTO	Cuatro equipos de cuatro alumnos.
MATERIALES	<p>-Cuatro ordenadores con acceso a internet (uno para cada equipo).</p> <p>-Recursos digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> -YouTube -Genially <p>-Redes sociales de clase (Instagram, Twitter, Facebook)</p>
DURACIÓN	60 minutos.
PROCEDIMIENTOS	a. ¿Qué pasa en el medio ambiente?

Los alumnos visualizarán una selección de vídeos (organizados en un tablero de Genially). En ellos se presentan otros problemas medioambientales que los alumnos tendrán que identificar y escribir.

Enlace para acceder al tablero de Genially:
<https://view.genial.ly/60c31c46efc8ff0fec536ac4/interactive-content-tablero-de-corcho>

b. ¡Practica!

Los alumnos utilizarán tres recursos (una imagen, un vídeo y un artículo) como parte de una campaña medioambiental. Dicha campaña está incompleta porque le falta el tema, el objetivo, las posibles soluciones y la forma en la que la difundirán para llegar a una mayor audiencia. Los alumnos tendrán que pensar en todo ello, de esta forma estarán adquiriendo más conocimientos respecto a la construcción de una campaña social.

Nota: los alumnos deberán enfocar su campaña en torno a la deforestación mundial y, para difundirla, podrían mencionar los medios masivos de comunicación en internet, por ejemplo, redes sociales, YouTube, etc.

c. Sé consciente y actúa. ¡Implicate!

En este punto los alumnos se centrarán en analizar acciones o propuestas que aporten soluciones a los problemas sociales o medioambientales que hasta ahora se han ido presentando.

Un ejemplo de ello es la Agenda 2030 de Naciones Unidas; de la que se muestra una visión general a través de una presentación en Genially.

Enlace para la presentación:
<https://view.genial.ly/60c63b8385640d0dfac367d1/interactive-content-agenda-2030>

Después, en la segunda parte de este punto se les proporcionará un hashtag, con el que deberán subir una publicación a una de las redes sociales de clase, en el que se muestre una actitud a favor de uno de los puntos expuestos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas. Se aportarán 2 ejemplos.

	<p>Además se añade un enlace web con información sobre la Agenda 2030, en caso de que los alumnos quieran, de forma autónoma, ampliar sus conocimientos.</p> <p>https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-s</p>
EVALUACIÓN	No se requiere ninguna evaluación en la actividad 2.
SESIONES 3 Y 4	
ACTIVIDAD 3: ¡INSPIRATE Y APRENDE!	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar problemáticas sociales mediante la visualización de vídeos en internet. - Analizar y exponer problemas sociales a través de la realización de un podcast sobre una problemática social. - Familiarizar a los alumnos con la estructura de una campaña de concienciación social mediante la lectura de artículos diversos sobre el tema. - Resumir y plasmar los conceptos claves o ideas principales de la elaboración de una campaña de concienciación social en una infografía digital.
CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS	<p><u>Conocimientos previos:</u> conectores del discurso, vocabulario del ámbito de los problemas sociales (discriminación, injusticia, pobreza, salud, igualdad, etc.) y de las campañas publicitarias de carácter social (causa, mensaje, etc.).</p> <p><u>Contenidos funcionales:</u> describir una campaña de concienciación social</p> <p><u>Contenidos léxicos:</u> vocabulario del ámbito de los problemas sociales (discriminación, injusticia, pobreza, salud, igualdad, etc.) y de las campañas publicitarias de carácter social (causa, mensaje, etc.).</p> <p><u>Contenidos culturales:</u> fomento de la interculturalidad a través de la exposición de los alumnos a campañas de concienciación social de diferentes países.</p>

<p>DESTREZAS TRABAJADAS</p>	<p><u>Comprensión auditiva:</u> visualización de vídeos.</p> <p><u>Comprensión lectora:</u> búsqueda en internet de campañas del país del alumno y lectura y comprensión de artículos proporcionados en el apartado de recursos, para la realización de la infografía.</p> <p><u>Expresión escrita:</u> elaboración de una infografía sobre los elementos claves para la realización de una campaña de concienciación social.</p> <p><u>Expresión oral:</u> realización de un podcast sobre la campaña elegida.</p>
<p>AGRUPAMIENTO</p>	<p>Cuatro equipos de cuatro alumnos.</p>
<p>MATERIALES</p>	<p>-Cuatro ordenadores con acceso a internet. -Recursos proporcionados en la webquest (vídeos, artículos).</p>
<p>DURACIÓN</p>	<p>Dos sesiones de 60 minutos cada una.</p>
<p>PROCEDIMIENTOS</p>	<p>Con esta actividad se pretende ir más allá del tema del medio ambiente para abordar las problemáticas sociales en general. Para ello:</p> <p>a. Se pide a los alumnos que compartan sus experiencias, si las tienen, en campañas de concienciación social y se genera el debate sobre los diferentes temas posibles de campañas de concienciación social.</p> <p>b. Los alumnos deberán ver los vídeos de diferentes campañas sociales, disponibles en la sección de recursos y jugar a un quiz para identificar el tema que corresponde a cada campaña.</p>

	<p>c. Los alumnos van a buscar en internet alguna campaña de su país que les parezca interesante (en su lengua y en cualquier tipo de formato) y grabar un podcast en el que se expongan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El tema de la campaña - En qué país se publicó la campaña - las causas y consecuencias del problema - las posibles soluciones <p>Para la grabación del podcast podrán utilizar Vocaroo, Ivoox o Soundcloud.</p> <p>d. Con la ayuda de los materiales a su disposición en la webquest, los alumnos deberán preparar una infografía digital que capture los elementos claves que deben tenerse en cuenta a la hora de preparar una campaña social y compartirla en el doodle de clase. Además, deberán revisar las infografías de sus compañeros y añadir, al menos, un elemento que no hayan tenido en cuenta a la hora de realizar su infografía.</p>
EVALUACIÓN	No se requiere ninguna evaluación en la actividad 3.
SESIONES 5 Y 6	
ACTIVIDAD 4: CREA TU CAMPAÑA	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	- Elaborar una campaña de concienciación social.
CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS	<p><u>Conocimientos previos:</u> futuro compuesto, conectores del discurso, vocabulario del ámbito de los problemas sociales (discriminación, injusticia, pobreza, salud, igualdad, etc.) y de las campañas publicitarias de carácter social (causa, mensaje, etc.).</p> <p><u>Contenidos funcionales:</u> influir en el interlocutor mediante la creación de una campaña publicitaria que advierte sobre un problema social y pide colaboración o ayuda en favor de la causa en cuestión.</p> <p><u>Contenidos léxicos:</u> vocabulario del ámbito de los problemas sociales (discriminación, injusticia, pobreza,</p>

	salud, igualdad, etc.) y de las campañas publicitarias de carácter social (causa, mensaje, etc.).
DESTREZAS TRABAJADAS	<p>Si los alumnos deciden realizar una página web, un blog o un cartel publicitario, se trabajará la <u>expresión escrita en la realización de la campaña</u>.</p> <p>Si los alumnos eligen la forma de vídeo o campaña emitida por radio, se trabajará la <u>expresión oral</u> en la realización de la campaña.</p>
AGRUPAMIENTO	Cuatro equipos de cuatro alumnos.
MATERIALES	<p>-Cuatro ordenadores con acceso a internet</p> <p>-Materiales (cartulinas, lápices de colores, tijeras, pegamento, etc).</p>
DURACIÓN	Dos sesiones de 60 minutos cada una.
PROCEDIMIENTOS	<p>En esta actividad los alumnos van a crear su propia campaña de concienciación social. Para ello:</p> <p>a. Los alumnos deben elegir el tema de la campaña y definir el nombre de la campaña, la causa que defiende, cómo lo hace y las imágenes, vídeos, etc. que pueden utilizar para publicar su campaña.</p> <p>b. Después, los alumnos decidirán qué tipo de campaña van a crear; una página web o un blog; un cartel publicitario; un vídeo o una campaña emitida por radio; y crearán su campaña de concienciación social.</p>
EVALUACIÓN	No se requiere ninguna evaluación en la actividad 4.
Tarea Final: ¡Pienso, Aprendo, Actúo!	

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Presentar de manera clara y coherente la campaña social desarrollada durante toda la unidad.
CONTENIDOS LINGÜÍSTICOS	<p><u>Contenidos funcionales</u>: describir una campaña de concienciación social.</p> <p><u>Contenidos léxicos</u>: vocabulario del ámbito de los problemas sociales (discriminación, injusticia, pobreza, salud, igualdad, etc.) y de las campañas publicitarias de carácter social (causa, mensaje, etc.).</p> <p><u>Contenidos culturales</u>: fomento de la interculturalidad a través de la exposición de los alumnos a campañas de concienciación social de diferentes países.</p> <p><u>Contenidos pragmáticos</u>: influir en el destinatario, dar una orden o instrucción como parte de una campaña social, ya sea de forma directa (¡basta ya!) o atenuada (no olvides usar bolsas de tela para ir al supermercado).</p>
DESTREZAS TRABAJADAS	<p><u>Expresión oral</u>: presentar la campaña a sus compañeros.</p> <p><u>Expresión escrita</u>: escribir una breve descripción sobre tu campaña.</p>
AGRUPAMIENTO	Cuatro equipos de cuatro personas.
MATERIALES	Celular, tablet o pc con acceso a internet, redes sociales, si es posible proyector para exponer, aunque hay otras alternativas como que cada estudiante siga las publicaciones desde su celular.
DURACIÓN	Para las exposiciones se sugiere que sean de mínimo 10 minutos, máximo 15 por equipo. Se estiman 50 minutos o 60 minutos en total.
PROCEDIMIENTOS	Los estudiantes integrarán los elementos desarrollados en las tareas previas; el eslogan, la causa, el póster o vídeo y podcast para generar una campaña como tal, publicarla en las redes sociales del curso (Facebook o Instagram según sea el caso) y presentarla con sus compañeros.

EVALUACIÓN	Se hará una co-evaluación por equipos. Ver anexo de criterios de evaluación.
-------------------	--