



## ENGRANAJE DE INTELIGENCIAS MÚLTIPLES PARA PADRES. NIVEL 3.

### EL CONSUMO

#### **JUSTIFICACIÓN:**

En el CEIP Santa María Magdalena estamos trabajando las Inteligencias múltiples tanto a nivel de profesorado como de Centro. A nivel teórico y en lo que se refiere a investigación-acción una parte del profesorado se integra en el grupo Bricolaje Digital. Además una vez al trimestre llevamos a cabo el proyecto Around the World que emana de la formación de Centro y que se plantea como un posible proyecto de innovación para el próximo curso. Por eso hemos considerado importante poner en juego a las familias y que conozcan el concepto de Inteligencias Múltiples. Y qué mejor manera que con una dinámica de grupo. Llevamos a cabo este engranaje de inteligencias múltiples una tarde del mes de abril. La tarde se dividió en tres fases.

Fase uno: Una fase de introducción donde se les presenta el concepto de Inteligencias múltiples y una fragmento de una entrevista de Punset a Gardner

Fase dos: La fase central, se asignan números a cada padre o madre y se van con el maestro asignado a realizar las actividades propuestas

Fase tres: De debate y análisis de los beneficios de ese método de trabajo.

La duración es de aproximadamente dos horas y media. La Paleta es válida para trabajar el consumo

**NIVEL DE ENGRANAJE:** UNO  DOS  TRES  CUATRO

**NIVEL DIGITAL:** CERO  BAJO  MEDIO  ALTO



## OBJETIVOS

1. Conocer el concepto de Inteligencias Múltiples en la Escuela. (No obstante detallamos los objetivos de la paleta)
2. Conocer el concepto consumo más allá de una simple definición
3. Valorar la incidencia de la publicidad en nuestras decisiones comerciales
4. Utilizar efectivamente los diferentes estilos de lenguaje
5. Valorar las acciones derivadas de un consumo responsable
6. Utilizar herramientas 2.0. de manera sencilla.
7. Fomentar la acción, participación y autoevaluación del alumnado y el profesorado.
8. Trabajar de forma activa y colaborativa.
9. Respetar los diferentes estilos y tiempos de aprendizaje

## ÁREAS IMPLICADAS - UD IMPLICADAS

TODAS LAS ÁREAS. UNIDADES DIDÁCTICAS VARIADAS

## TEMPORALIZACIÓN

2-3 sesiones abril. EN nuestro caso una reunión de “Escuela de Padres”

## EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD

Debate con las familias.

INTELIGENCIA	OBJETIVO	DESCRIPCIÓN	MATERIAL	HERRAMIENTA 2.0.
--------------	----------	-------------	----------	------------------



El Desarrollo de las inteligencias múltiples a través de una metodología digital

<p><b>LINGÜÍSTICO VERBAL</b></p>	<p><b>EL SLOGAN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Utilizar nuestra capacidad creativa para crear un slogan</li> <li>. Buscar modelos de comunicación a través de ejemplos publicitarios</li> <li>. Uso de estilos de lenguaje</li> </ul>	<p>Se les aporta una imagen de un refresco y deben crear el slogan.</p> <p>Opcional: difundirlo en redes sociales (mayores) y estudio de las reacciones</p>	<p>documento de trabajo</p>	
<p><b>LÓGICO - MATEMÁTICA</b></p>	<p><b>. EL DESCUENTO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Operar con porcentajes</li> <li>. Valorar que concepto de descuento es más beneficioso para la empresa</li> </ul>	<p>Se les plantean tres diferentes descuentos para un producto del que hay demasiado stock. Ver que opción es la mejor para el almacén y/o para el cliente</p> <p>Opcional: Estudiarlo en ejemplos publicitarios reales. Debate sobre el concepto marketing. Publicar conclusiones en blog</p>	<p>Porcentajes Regla de tres</p>	
<p><b>ESPACIAL</b></p>	<p><b>. EL SUPERMERCADO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Diseñar una tienda</li> <li>. Planificar las secciones del supermercado</li> <li>. Conocer la organización interna de una superficie comercial</li> <li>. Publicarlo en google drive.</li> </ul>	<p>Se les presentará un plano del Supermercado y una lista con las secciones. Deben organizar las diferentes entradas, salidas, secciones y razonar detalladamente porque colocan cada sección en un determinado sitio.</p> <p>Una vez finalizada la actividad se les comentarán los criterios habituales de los supermercados</p> <p>OPCIONAL: Crear maqueta en tecnología - plástica</p>	<p>Colores. Google draw para el dibujo. Plano inicial</p>	<p><b>GDRAWS</b></p> 



		Diseñar logotipos y publicidad del centro comercial...		
<b>MUSICAL</b>	<p><b>. EL ANUNCIO</b></p> <p>. Adecuar imágenes a una composición musical Interpretar diferentes melodías . Conocer los enfoques musicales en publicidad</p>	<p>Se les muestra un anuncio sin sonido. Deben escoger alguna composición y adecuarla al anuncio. <a href="http://www.youtube.com/watch?v=r3eKx-S_e_kk">http://www.youtube.com/watch?v=r3eKx-S_e_kk</a> Opcional. Interpretar una sencilla melodía. Conocer el decálogo sobre la música publicitaria.</p>	Altavoces y Proyector	 
<b>CORPORAL - CINESTÉSICA</b>	<p><b>. LAS GAFAS DE BUCEO</b></p> <p>. Utilizar nuestra capacidad creativa para dramatizar un anuncio.</p>	<p>Se les presenta una imagen de unas gafas de buceo. Es el producto estrella de una compañía y quieren realizar un anuncio televisivo de cara al verano. ¿Cómo lo harían?. Representarlo y grabarlos en youtube para el concurso de anuncio</p> <p>OPCIONAL. Se puede diseñar una campaña para prensa y radio</p>	balones de rugby, boomerangs, balizadores picas	
<b>INTRAPERSONAL</b>	<p><b>. EL DESCANSO PUBLICITARIO</b></p> <p>. Analizar la publicidad en función de a quien se dirige . Lenguajes y estilos de lenguaje en publicidad</p>	<p>Se visionará una serie de anuncios y mensajes publicitarios. En ellos encontramos mensajes con lenguaje directo e indirecto. Con mensaje positivo y negativo. ¿Cómo una marca apuesta por un tipo u otro de mensaje?. ¿Qué nos hace elegir uno u otro producto?</p> <p>OPCIONAL: Mayores, escribir una</p>	Imágenes publicitarias.	



El Desarrollo de las inteligencias múltiples a través de una metodología digital

		redacción sobre como nos puede manipular la publicidad.		
<b>INTERPERSONAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>. <b>LA LECHE</b></li><li>. Valorar las razones objetivas por las que un producto es mejor</li><li>. Conocer mejor nuestros gustos y valoraciones ante un producto</li></ul>	<p>Se les muestran diferentes marcas de leche y ellos deben escoger la que les gusta más y menos. ¿por qué lo han hecho?. Se les muestra estudio de la OCU con los análisis que valorarán los resultados</p> <p>OPCIONAL: Escribir un texto en el que den sus razones para comprar una determinada marca de leche. Cartel</p>	<p>Hoja con imágenes de marcas de leche.</p> <p>Documento OCU</p>	
<b>NATURALISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>. <b>FALSO RECICLAJE</b></li><li>. Conocer donde se envían los desperdicios tecnológicos</li><li>. Valorar la incidencia del consumo de Occidente sobre el tercer mundo</li></ul>	<p>A partir de un vídeo que nos muestra hacia donde va la chatarra tecnológica, se propondrá que creamos una decálogo de normas sobre consumo responsable.</p> <p>PREZI <a href="https://vimeo.com/23524617">vimeo.com/23524617</a></p> <p>OPCIONAL: Análisis y debate sobre la industria textil y los países de fabricación</p>	<p>prezi, vídeo de viemo</p>	 

**Nota:** la evaluación del alumnado se incluirá habitualmente en la intrapersonal.