


INSTITUCIÓN EDUCATIVA REPÚBLICA DE HONDURAS

Aprobada mediante Resolución No 033 del 21 de abril de 2003

SECUENCIA DIDÁCTICA No 3 2021

Generado por la contingencia del COVID 19

Título de la secuencia didáctica:

- Huella Digital
- Consumismo y Tecnología y medio ambiente

Elaborado por: Marcela Zapata Gaviria

Nombre del Estudiante: _____ **Grado: 11°**
Área/Asignatura: Tecnología e Informática **Duración:** 8 horas

MOMENTOS Y ACTIVIDADES
EXPLORACIÓN

Antes de comenzar esta guía, es importante tener presente la necesidad de hacer lectura de todos los textos que aparecen en ella para poder comprender de manera clara cada una de las actividades propuestas, ya que muchas de ellas tienen que ver con lo que aquí aparece escrito y explicado, los ejemplos y las imágenes también dan claridad sobre el contenido de la secuencia didáctica, además de ser importante comprender los temas para realizar un excelente trabajo en las siguientes guías y sus secuencias didácticas.

Vamos a realizar una actividad que da cuenta de lo trabajado en las secuencias anteriores y que seguirá siendo importante tener presente todo el tiempo. También abordar la presente guía.

RETRATO EN LÍNEA

“Todos los días, lo queramos o no, la mayoría de nosotros contribuye a la elaboración de un retrato de lo que somos en línea; un retrato que es probablemente más público de lo que nosotros suponemos. Por lo tanto, no importa lo que tú hagas en línea, lo que importa es que sepas qué tipo de huella digital estás dejando, y cuáles pueden ser los posibles efectos”.

ACTIVIDAD 1

Encuentra en la siguiente sopa de letras valores y antivalores cuando hacemos uso de los distintos recursos digitales y de la información.

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--------------|
| F | R | E | I | Z | Z | L | Z | P | L | M | N | K | A | T | P | |
| P | K | X | H | A | Y | V | Q | J | Y | L | P | I | F | B | X | |
| E | T | C | I | A | Q | Q | C | F | D | L | J | N | X | C | I | |
| R | R | L | N | S | C | A | R | E | S | P | E | T | O | O | O | INFORMACIÓN |
| E | A | U | F | N | O | F | Z | X | M | C | T | O | C | M | Q | ÉTICA |
| Z | N | S | O | O | R | A | Y | C | K | G | C | L | O | U | H | PLAGIO |
| A | S | I | R | X | R | L | R | O | V | E | R | E | N | N | O | FALSEDAD |
| A | P | O | M | I | U | S | I | O | B | L | E | R | S | I | N | CREATIVIDAD |
| Z | A | N | A | Y | P | E | R | P | Z | Z | A | A | T | C | E | HONESTIDAD |
| U | R | U | C | P | C | D | R | E | X | U | T | N | A | A | S | IRRESPECTO |
| R | E | U | I | L | I | A | E | R | E | L | I | C | N | C | T | RESPECTO |
| C | N | G | O | A | O | D | S | A | V | T | V | I | C | I | I | COOPERACIÓN |
| C | C | I | N | G | N | E | P | C | C | K | I | A | I | O | D | COMUNICACIÓN |
| H | I | B | U | I | T | K | E | I | R | K | D | C | A | N | A | INTOLERANCIA |
| F | A | Q | O | O | A | N | T | O | M | F | A | P | A | H | D | EXCLUSIÓN |
| C | D | K | U | A | N | S | O | N | W | Z | D | E | A | P | X | CORRUPCIÓN |

- En el siguiente cuadro escribo los valores y antivalores hallados en la sopa de letras anterior y que me llevan a reflexionar sobre el uso que hago de la información y uso ético que hago de ella.

| HUELLA DIGITAL+VALORES | HUELLA DIGITAL – ANTIVALORES |
|------------------------|------------------------------|
| | |

- ¿Cuáles son los valores que están siempre presentes en mi mundo digital? _____

- Escribo una lista de 5 acciones que desde mi hogar puedo aplicar para favorecer la Economía circular.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

¿QUÉ ES CONSUMISMO?

El consumismo se refiere a la tendencia de adquirir, consumir o acumular bienes y servicios que, en muchas ocasiones, no son necesarias para las personas. El consumismo es un fenómeno económico, social y político que se ha desarrollado a lo largo del siglo XX como consecuencia de los diversos modelos de producción y consumo implementado tras el capitalismo y reforzados por la publicidad.



Por su parte, la publicidad es un tipo de comunicación que busca provocar en el consumidor nuevas necesidades de consumo que suponen el alcance de la felicidad o un mejor estatus, más allá de ser cierto o no. De esta manera, las personas son influenciadas para que adquieran infinidad de productos que, seguramente, no necesitan o no precisan ni para su bienestar mental o físico.



Asimismo, el consumismo impacta la economía de las familias o de los individuos porque implica un gasto extra que no resulta necesario pero, que igual se lleva a cabo porque las técnicas de publicidad las ofrecen como algo indispensable y que produce satisfacción. Es decir, el consumismo incita a la adquisición de objetos o servicios a fin

de encontrar la identidad personal, la felicidad o la satisfacción que las personas no pueden obtener de otra manera. Esta situación conlleva a una serie de estudios más especializados.

De allí que, la tendencia del consumismo desmedido está generando graves problemas ambientales, económicos, culturales, políticos y sociales, es una actividad de impacto negativo que compromete el bienestar de las personas. No obstante, existen alternativas para disminuir el consumismo, como el propiciar y fomentar el desarrollo sostenible y el consumo responsable.



Sin embargo, el impacto más grave del consumismo se evidencia en el consumo, agotamiento de los recursos naturales y en el desequilibrio ecológico. Esto se debe a que, para poder producir de manera masiva un número incontable de productos es imprescindible explotar y agotar diversos recursos naturales que, en algunos casos, no son renovables.

Además, el consumismo ha implementado un modelo de derroche en el cual se desechan los productos muy rápidamente, bien sea porque no cumplen con su función, no se consumen a tiempo y se vencen o son de baja calidad.

ACTIVIDAD 2

De acuerdo al texto anterior resolver:

- Escribo la idea principal del texto anterior _____

- Escribo 5 **palabras** que aparecen en el texto anterior y son claves o relevantes sobre el tema.

_____, _____, _____ y
 _____, _____ y
 _____.

- Con mis propias palabras explico ¿qué es consumismo? _____

ESTRUCTURACIÓN

IMPORTANCIA DEL CONSUMO RESPONSABLE

El concepto de consumo responsable es relativamente novedoso y ha comenzado a utilizarse en los últimos años para marcar la necesidad de las poblaciones humanas respecto de cambiar sus hábitos de consumo y la forma en la que las mismas afectan al medio ambiente. El consumo responsable podría ser descrito como un conjunto de prácticas y estrategias de gran importancia que están pensadas para permitir al ser humano llevar a cabo sus actividades normales y cotidianas con una diferente perspectiva sobre el uso que se hace de los recursos naturales y de los desechos que se generan.

El consumo responsable supone justamente un elevado nivel de conciencia sobre las acciones que nosotros como seres humanos llevamos a cabo cada vez que consumimos algún tipo de producto o bien. Si tenemos en cuenta que estamos en la actualidad en el momento de la historia con mayor cantidad de población mundial (que incluso supera a toda la población humana histórica) y que actualmente gran parte de las comunidades urbanas son capitalistas y consumistas, es fácil entender la necesidad y la importancia del consumo responsable como modo de revertir y detener el creciente abuso que se hace de los recursos naturales, la contaminación en aumento y el desecho de bienes permanentes.



**REDUCIR
 REUTILIZAR
 RECICLAR
 REPENSAR
 REESTRUCTURAR
 REDISTRIBUIR**

Para los que proponen el consumo responsable, es esencial que el ser humano comience a llevar a cabo estrategias de consumo pensadas, conscientes y amigables con el entorno natural. Así, algunas de las actitudes que se proponen es limitar el consumo exagerado y abusivo respecto de bienes de menor necesidad como muchos de los implementos tecnológicos que se fabrican para durar tan solo un par de años y ser así constantemente renovados. Al mismo tiempo se aconseja la utilización de materiales que puedan ser fácilmente reciclados y que no supongan un desgaste irreparable de recursos no renovables como el petróleo (además contaminantes muchos de ellos). En este aspecto, el uso adecuado de la energía en sus diferentes formas es importante, así como también la utilización cada vez mayor de tipos de energía ecológicas y no contaminantes.

Otro elemento muy significativo que plantea el concepto de consumo responsable es aquel que tiene que ver con el consumo de bienes locales, volviendo en algún modo a épocas anteriores en las que el ser humano debía adaptarse a las características del ambiente, produciendo y consumiendo lo que de él se podía obtener en lugar de consumir productos traídos de territorios lejanos, encarecidos y responsables del gasto energético en el transporte y empaquetamiento.

ACTIVIDAD 3

- ¿Soy un consumidor responsable? Explico ¿por qué? _____

• ¿Cuál es el papel de la publicidad en la sociedad de consumo? _____

• De cada una de las 6 erres ecológicas escribo 1 ejemplo que pueda aplicar en mi hogar:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____

TRANSFERENCIA

CÓMO AFECTARÁ EL CORONAVIRUS A LA FORMA DE CONSUMO ACTUAL

En el confinamiento, superado el momento de pánico consumista, nos ha hecho realizar compras planificadas y pensadas de alimentos y bienes de primera necesidad. Pero también nos ha privado del resto de compras. Y estamos siendo capaces de sobrevivir sin ellas.

La situación límite que estamos viviendo, nos lleva a plantearnos qué es lo importante en nuestras vidas y qué necesitamos realmente. La nueva sociedad que surgirá de la crisis, además, estará más comprometida con el planeta y preocupada en cómo sus compras afectan a los recursos disponibles.

Por eso, las marcas que tendrán más éxito en el mercado serán aquellas que sean capaces de mirar más allá del beneficio económico inmediato y apuesten por el planeta y sus habitantes.

CONSEJOS PARA SER UN CONSUMIDOR RESPONSABLE

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
|  | <p>1. Infórmate y escoge el producto más idóneo a tus necesidades.</p> |  | <p>2. Compra solo aquello que necesites y que se ajuste a tus posibilidades económicas.</p> |  | <p>3. Escoge productos de proximidad que potencien la economía local y reduzcan los costes y los impactos derivados del transporte.</p> |
|  | <p>4. Evita el uso de bolsas de plástico y de papel de aluminio. Sustitúyelas por bolsas reutilizables y recipientes para llevar los alimentos.</p> |  | <p>5. Ordena la lista de la compra según tus prioridades.</p> | | |

ACTIVIDAD 4

• ¿Qué diferencia encuentro entre consumo y consumismo? _____

• ¿Qué cosas podemos cambiar nosotros siendo los actores principales en la cadena de consumo? _____

Leo atentamente el significado de las siguientes palabras:

- ✓ **Necesario:** Que debe ocurrir, hacerse, existir o tenerse para la existencia, la actividad o el correcto estado o funcionamiento de alguien o algo.
- ✓ **Superfluo:** lo que sobra, lo innecesario o el exceso, lo que está de más.


Según lo anterior, completar el cuadro siguiente independiente de


| COMPRAS DE PRIMERA NECESIDAD | COMPRAS SUPERFLUAS |
|------------------------------|--------------------|
| | |


• ¿Cuándo compras un producto lo haces teniendo en cuenta “que lo quieres o que lo necesitas”? _____


Durante el mes de abril, celebramos de distintas formas nuestro compromiso con el medio ambiente, con nuestra casa “El Planeta Tierra” y el recurso vital para todos “El Agua”.


CINCO DATOS CURIOSOS SOBRE EL AGUA

1. El agua es la materia prima más importante de nuestro cuerpo y de nuestra alimentación. 

 2. El agua es el principal regulador de la temperatura terrestre

3. El 97% del agua de la tierra se encuentra en los océanos, el 2% congelada en los mantos de hielo y glaciares y el 1% está disponible para el consumo. 

 4. Cuando una persona siente sed, es porque ha perdido más del 1% del total de agua de su cuerpo.

5. Una persona puede sobrevivir un mes sin alimentarse, pero sólo siete días sin beber agua. 

ACTIVIDAD 5

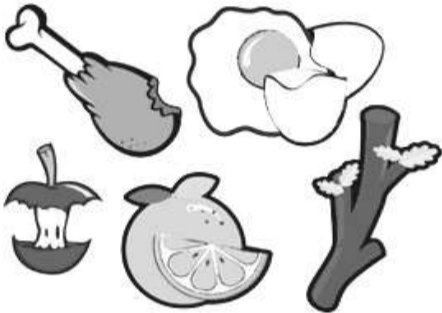
- Escribo 5 acciones que desde mi hogar me permiten ser consumidor responsable del AGUA.
 1. _____
 2. _____

3. _____
 4. _____

NUEVO CÓDIGO DE COLORES PARA LA SEPARACIÓN Y ENTREGA DE RESIDUOS SÓLIDOS AL VEHÍCULO RECOLECTOR.

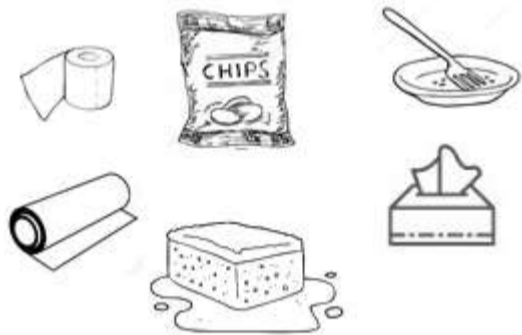
El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible expidió el 27 de diciembre de 2019 la resolución 2184, la cual empezó a regir a nivel nacional desde enero 01 de 2021. El nuevo código de colores BLANCO, VERDE y NEGRO se utilizará en las bolsas y en los recipientes plásticos que se utilizarán para la separación y la entrega de los residuos en las categorías de APROVECHABLES (reciclable), ORGÁNICOS APROVECHABLES y los NO APROVECHABLES (ordinarios e inertes), respectivamente, tal como se describe a continuación:

En una **BOLSA PLÁSTICA DE COLOR BLANCO** se deben depositar los **RESIDUOS APROVECHABLES** (reciclables), tales como: plásticos, cartones, vidrios, papeles, metales y chatarra, **LIMPIOS Y SECOS**.



En una **BOLSA PLÁSTICA DE COLOR VERDE** se deben depositar los **RESIDUOS ORGÁNICOS** de origen natural: restos o sobras de comida, pellejos de las carnes, ripo de café, flores y hojas marchitas, desperdicios y cascaras de huevos, frutas y verduras entre otros.

En una **BOLSA PLÁSTICA DE COLOR NEGRO** se deben arrojar los residuos **NO APROVECHABLES** (ordinarios e inertes): papel higiénico, toallas higiénicas, pañales, servilletas, papel de aluminio, papel secante, materiales contaminados con comidas, desechables, icopor, esponjas, envolturas de mecato o alimentos en paquetes metalizados, entre otros.



A LA HORA DE COMPRAR PIENSA EN EL PLANETA. Consumo responsable, dos palabras que cuando las ponemos en práctica nos ayudan a economizar, ser eficientes en los gastos y especialmente a asumir nuestra vida con una carga más liviana y una mirada de futuro, que nos lleva a reflexionar si cada vez que compramos algo es porque realmente lo necesitamos.

AUTOEVALUACIÓN

Teniendo en cuenta lo trabajado en la guía y su secuencia didáctica, relato brevemente mi proceso de aprendizaje. Tengo en cuenta el grado de interés, temas que más me gustaron, temas que menos me interesaron, lectura, comprensión, dificultades y la realización final del trabajo.

| | |
|-----------------------------------|--|
| RECURSOS | Estudiantes, familias, docente, Guía de aprendizaje en casa, inquietudes y recepción de trabajos en el WhatsApp 3207138119 y en el correo electrónico marcela.zapata@ierepublicadehonduras.edu.co |
| FECHA Y HORA DE DEVOLUCIÓN | De acuerdo a la programación institucional. |