## 1. ¿Qué es eso de crecer como persona?

|  |
| --- |
| ¿Qué entendemos por crecimiento personal?  |
|  |

## 2. El mercado del crecimiento personal

|  |
| --- |
| ¿Qué actividades de crecimiento personal se promueven en los medios de comunicación?  |
|  |

|  |
| --- |
| ¿Qué pensamos de lo que nos dice el youtubero? |
| En el top 5, las duchas frías: suena a sacrificarte mucho, a hacer 50 *burpees* y todas estas vainas, pero la verdad es que yo también era bastante escéptico hasta que lo probé. Lo recomiendo muchísimo. |  |
| Los libros me han enseñado muchísimas más cosas de lo que me ha enseñado la escuela. |  |
| La rutina facial: el tema del *skincare* me ha quitado una inseguridad brutal. |  |
| Y el número 1 y ya sabéis por qué, el gimnasio. Si queréis más vídeos de desarrollo personal, aquí tienes mi canal. |  |
| Otro: |  |

## 3. Percepciones de la idea de crecer como persona

|  |
| --- |
| ¿Por qué los medios de comunicación insisten constantemente en la necesidad de que crezcamos como personas?  |
|  |

|  |
| --- |
| Preguntas para la entrevista |

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
| Conclusiones de la investigación |

|  |
| --- |
| Perspectivas de la idea de crecimiento personal intergeneracional |
|  |
| Aspectos relevantes, interesantes o curiosos de las entrevistas |
|  |

## 4. El crecimiento personal desde diferentes perspectivas

|  |
| --- |
| Conclusiones sobre las lecturas |

|  |
| --- |
| **Resumen**  |
| Texto 1  | Texto 2 |
|  |  |

|  |
| --- |
| Conclusiones sobre las lecturas |

|  |
| --- |
| **Aspectos novedosos** |
| Texto 1 | Texto 2 |
|  |  |

## 5. La idea de crecimiento personal: ¿la dejamos o la quitamos?

|  |
| --- |
| Plan del antidecálogo |

|  |
| --- |
|  |

La creación de estos recursos ha sido financiada (parcialmente) por el programa de subvenciones ERASMUS+ de la Unión Europea con el nº de subvención 2022-1-DE01-KA220-HED-000085767. Ni la Comisión Europea ni la agencia nacional de financiación del proyecto, el DAAD, son responsables de su contenido ni de las pérdidas o daños derivados del uso de estos recursos.