

Estructura de una tarea.

MATERIA:	EPVA	CURSO:	4º ESO	NOMBRE DE LA TAREA:	LA TELEVISIÓN Y LA PUBLICIDAD
DESCRIPCIÓN DE LA TAREA:					
<p>La influencia de la publicidad sobre el individuo a través de la TV en una sociedad de consumo está fuera de toda duda, sobre todo cuando se trata de personas en edad de formación. La Televisión es una de las principales fuentes de conocimiento y de autoridad en las sociedades occidentales.</p> <p>Los niños/as y jóvenes no sólo consumen los programas que están pensados especialmente para ellos sino que también son asiduos televidentes de programas dirigidos a público adulto, y de publicidad que utiliza roles y estereotipos.</p> <p>A partir de estas constataciones se ha planteado el conflicto: ¿La televisión y sus efectos interfieren en los objetivos educativos declarados como deseables por la sociedad en general, y por las instituciones de enseñanza en particular?</p> <p>Vamos a analizar el contenido cultural y educativo de la TV.</p> <p>Consiste en hacer un estudio de las cadenas de TV más usuales del tiempo que le dedican a los distintos tipos de programas televisivos, así como del tipo de público al que va dirigido.</p>					
OBJETIVOS:			CRITERIOS DE EVALUACIÓN:		
<ul style="list-style-type: none"> . Interpretar adecuadamente los mensajes publicitarios. . Utilizar con progresiva autonomía y espíritu crítico los medios de comunicación social para obtener, interpretar y valorar informaciones de diversos tipos. . Comprender recursos orales y escritos en los diversos contextos de la actividad social y cultural. 			<ul style="list-style-type: none"> . Mostrar una actitud crítica ante las necesidades de consumo creadas por la publicidad, rechazando los elementos de ésta que suponen discriminación sexual, social o racial. . Identificar los distintos elementos que forman la estructura narrativa y expresiva básica del lenguaje audiovisual y multimedia, describiendo correctamente los pasos necesarios para la producción de un mensaje audiovisual y valorándola labor de equipo. 		
COMPETENCIAS CLAVE:			ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE:		
CCL, CMCT, CD, SIEP, CAA, CSC			<ul style="list-style-type: none"> . Analiza mensajes publicitarios con una actitud crítica desde el conocimiento de los elementos que los componen valorando su repercusión social. 		
Actividades		Ejercicios		Procesos cognitivos	Contextos
Actividad 1 Analizar varios spots televisivos		<ol style="list-style-type: none"> 1. Vamos a dividir la clase en grupos, cada grupo buscará la información una cadena; en total, vamos a estudiar: TV1, TV2, Antena 3, Telecinco, Cuatro, Canal Sur, La Sexta, Neox. 2. Primero observa la publicidad que ofrecen las cadenas de TV 		ANALÍTICO, REFLEXIVO	INDIVIDUAL, FAMILIAR

	más importantes y después rellena el cuestionario.		
Actividad 2 Seleccionaremos el tipo de anuncios de TV y el horario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escribe a qué tipo de público va dirigido cada anuncio: infantil, adultos, jóvenes. 2. Según tus resultados ¿qué cadena de TV incluye anuncios sexistas? 3. Anota los anuncios en los que se utilizan estereotipos y roles en ambos sexos. 	CRÍTICO, LÓGICO	SOCIAL, FAMILIAR
Actividad 3. Estudio estadístico de los tipos de anuncios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incluir los datos recogidos en una tabla de frecuencias. 2. Representar en un gráfico estadístico utilizando la hoja de cálculo 	LÓGICO, PRÁCTICO	INDIVIDUAL
Actividad 4 Estudio de la publicidad institucional	1. Analizar los elementos constituyentes (slogan, imágenes) identificando los mecanismos de persuasión que emplean, valorando la creatividad u originalidad de cada uno de ellos.	DELIBERATIVO, ANALÓGICO	SOCIAL
Actividad 5. Creación de un anuncio publicitario para TV., elaborando un guión literario y un guión técnico.	1. Explicar los valores, ideas, sentimientos, prejuicios o tópicos (significados connotativos) del spot creado	CREATIVO, PRÁCTICO	SOCIAL