

**DINÁMICAS PARA EL AULA.
GRUPO DE TRABAJO**

Nombre del taller

LO QUE EL ANUNCIO ESCONDE

Público objetivo

Alumnado de 4º ESO y 1º BACHILLERATO

Objetivos

- Comprender la importancia de la publicidad en la configuración de gustos y deseos.
- Desarrollar una mirada crítica al mundo del marketing y la publicidad.
- Mejorar la capacidad de observación sobre qué intenta contar y qué omite cada anuncio.
- Desarrollar la curiosidad por saber qué hay detrás de cada producto y sus consecuencias sociales y medioambientales.

Valores sociales trabajados en relación a la Economía

- SOSTENIBILIDAD ECOLÓGICA
- DIGNIDAD HUMANA
- JUSTICIA SOCIAL

Conocimientos previos necesarios

Alumnado

Reconocer los anuncios como uno de los elementos fundamentales del marketing, y a este como la principal técnica para tratar de incrementar las ventas por parte de las empresas.

Dinamizadores/as

**Conocer la realidad del mundo del marketing, siendo conscientes que nada es lo que parece y que se muestra tanto como se oculta.
Saber interpretar los anuncios y sus básicas técnicas de seducción y manipulación.**

Duración

- 2 sesiones de una hora más el trabajo en grupo fuera del aula grabando los anuncios.

Materiales

- Pizarra digital o proyector
- Cámara de video o móviles con cámara.
- Ordenadores

Desarrollo

1) SESION 1:

-FASE 1: Visionado conjunto de un anuncio y trabajamos en grupo su análisis:

- a) ¿Qué producto nos ofrece?¿A quién se dirige?
- b) ¿Qué elementos contiene el anuncio?
- c) ¿Qué asociaciones entre esos elementos y ese producto encontramos?
- d) ¿Con qué carencias o insatisfacciones conecta?
- e) ¿Qué no nos cuenta el anuncio?
- f) Valoración del anuncio como información
- g) Valoración del anuncio por su capacidad de persuasión

Debate de todo el grupo en torno a estas cuestiones.

-FASE 2: Se forman grupos de trabajo de 4 personas. Eligen un anuncio de un producto de una empresa. Lo analizan y descodifican.

2) FUERA DEL AULA

-FASE 3: Investigación sobre ese producto y esa empresa y sus posibles efectos sociales y medioambientales.(las “externalidades”).

-FASE 4: Elaboración de un CONTRAANUNCIO sobre ese producto con dos partes:

- a) Una réplica al anuncio original desmontando los elementos no reales, sus juegos de seducción etc
- b) Una continuación en la que de modo irónico se muestre la realidad de esa empresa (trabajo precario, contaminación, efectos nocivos para la salud..etc..)

3) SESION 2:

Visionado en clase del anuncio original y de los contraanuncios. Comentarios y debate de todo el grupo.

Evaluación

-Se podrá valorar el trabajo de investigación y de producción audiovisual realizado por el alumnado.

-Se podrá valorar la efectividad de esta dinámica respecto a la toma de conciencia del alumnado respecto al poder de la publicidad en las personas y su importante capacidad para configurar el mundo en que vivimos.

Conclusiones

Saber mirar la publicidad con ojos críticos es un primer paso fundamental para poder llegar a ser conscientes de que la mayoría de gustos y deseos no son propios sino contruidos socialmente a través de la persuasión publicitaria. Es fundamental para avanzar hacia un mayor desarrollo autónomo y alcanzar mayores niveles de libertad individual que los que se pueden experimentar atrapadas por la rueda del consumo y la permanente insatisfacción que las técnicas de marketing promueven para poder vender exitosamente sus productos.

Bibliografía / Webgrafía relacionada

- VIDEO "La publicidad al descubierto" https://www.youtube.com/watch?v=S_XfovJ76PM

- VIDEO "Dar a Conocer - Una visión crítica de la publicidad" <https://www.youtube.com/watch?v=zGi6xjaNobc>