



Ficha Técnica

Curso al que está dirigida la actividad	III° medio
Asignatura	Lenguaje
Objetivo de aprendizaje transversal	Buscar y acceder a información
Objetivo de aprendizaje	Interpretar en los mensajes de los medios de comunicación las relaciones entre las conductas y valores que estos se proponen promover y los tipos de argumentos y procedimientos que se emplean para ello.
Documento curricular de referencia	Marco curricular Educación media, 2009.
Contenido de Educación para el consumo	Lectura crítica de medios
Aprendizaje de educación para un consumo responsable	Analizar críticamente los mensajes publicitarios desde la perspectiva del consumidor (qué es la publicidad, qué tipo de información entrega la publicidad y cuál necesita el consumidor, rol del consumidor en la publicidad, la publicidad engañosa, ajuste aspiracional versus realidad, consumo responsable).
Sugerencia de material de apoyo para la realización de la actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Capítulo “Consumo inteligente”, de la serie Planeta C

Inicio

Invitar a los estudiantes a ver el capítulo “Consumo informado” y reflexionar en conjunto en torno a las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuál fue la motivación de Gianina y su amiga para comprar?
- ✓ ¿Dónde buscaron información sobre lo que querían comprar?
- ✓ ¿En qué se fijaron cuando hicieron sus compras?
- ✓ ¿Qué aspectos les faltó investigar?
- ✓ ¿Cuál fue el resultado?
- ✓ ¿Qué errores cometieron como consumidoras?

Realizar una lluvia de ideas acerca de lo que los estudiantes piensan de los conceptos de publicidad, estereotipo, eslogan, persuasión, disuasión, imagen de mundo, consumidor, productos, marcas, imagen, estilo. Anotar en el pizarrón las definiciones que vayan construyendo en conjunto.

Luego, preguntarles sobre el último aviso publicitario que hayan visto en la televisión; ¿qué les llamó la atención de éste y por qué?

Desarrollo

Pedirles que se junten en grupos y que a través de una representación, recreen una situación del video que les parezca se puede modificar como ciudadanos responsables.

En base al recorrido de Gianina, las reflexiones de Felipe y las características que debe cumplir la publicidad, cada grupo hace una editorial o un volante de no más de una página acerca de la publicidad y el rol del consumidor.

Para ello, deben realizar un trabajo de investigación en diversas fuentes como Internet, libros de texto, revistas sobre la publicidad, en relación con las imágenes y los estereotipos.

Pedir a los estudiantes que escriban un listado de los avisos publicitarios que vieron durante una semana en la televisión. Analizan los comerciales por día y por hora, destacando los receptores. Leer los suplementos femenino y deportivo de un diario determinado y analizar los estereotipos sociales, étnicos y de género.

Reunidos en grupo escogen un aviso publicitario y realizan la siguiente actividad:

Analizar el texto y descubrir si los argumentos que se emplean para vender el producto se basan en los valores de uso del producto (calidad, cantidad, precio, garantía) o apelan a las emociones o deseos del consumidor (personificación del producto en emociones positivas o negativas).

- ✓ Hacer una descripción objetiva que considere los rasgos denotativos presentes en la imagen del aviso.
- ✓ Referirse a la disposición corporal de los personajes, gestos faciales, ropa, peinado, tipos de letras empleados y a su ubicación.
- ✓ Describir los valores connotativos asociados a las características de lo que se describió.
- ✓ Señalar a quién va dirigido el producto (edad, sexo, nivel cultural, nivel económico, etc.)
- ✓ Identificar los elementos de persuasión.
- ✓ Señalar la visión de mundo y los estereotipos presentes en el aviso publicitario escogido.

Los distintos grupos disertan el aviso publicitario escogido y analizado en la actividad anterior. Lo reproducen en papelógrafos y los pegan en las paredes de la sala acompañados por las definiciones de los conceptos de persuasión, de estereotipo y de publicidad.

Escriben un texto de opinión utilizando las técnicas de argumentación, sobre cómo consumir de manera inteligente.

Sobre la base de lo presentado en el programa, los alumnos analizan críticamente la siguiente idea: "A veces creo que la felicidad va acompañada de un eslogan". Terminan la actividad con una puesta en común.

Cierre

Las siguientes, son las ideas centrales o conceptos clave de esta actividad, las principales ideas trabajadas que debieran plasmarse en el aprendizaje de los y las estudiantes. Le servirán de apoyo para el cierre de la actividad:

- ✓ La publicidad forma parte de nuestro universo socio - cultural.
- ✓ Es importante que el/la consumidor/a sepa que la información que aparece en la publicidad de los bienes y servicios debe ser comprobable y no tener expresiones que induzcan a error o engaño.
- ✓ Con respecto a las promociones y ofertas, el proveedor debe informar las bases que las regulan y su tiempo de duración o, al menos, la cantidad de productos que estén en promoción u oferta.
- ✓ Tener claro por qué yo estoy eligiendo el producto o el servicio. Si es por una necesidad o bien por sentirme como mis pares, etc.