

ANÁLISIS DE ANUNCIOS

Cursos: 10 años (5º grado) en adelante (adaptarla a las diferentes edades)

Tiempo: 45-60 minutos

Materiales: Cartulinas tamaño poster (en las tiendas para marcos hay recortes generalmente disponibles de forma gratuita) con eslóganes de anuncios escritos en una de las caras y la primera letra aumentada o logotipos de las empresas en la otra cara; variedad de publicidad adoptada a las edades de tus estudiantes (Como alternativa, anuncios de televisión)

Asignaturas Relacionadas: Ciencias Sociales, Lengua y Literatura

1. Para ilustrar la influencia que la publicidad tiene en la vida de tus estudiantes, “pon a prueba” sus conocimientos sobre marketing mientras sujetas un poster hecho por ti que contenga diversos eslóganes. Omite alguna palabra del slogan. Pregúntales por la palabra que falta (ej. “ Got ____?” Respuesta: milk). En la otra cara del poster pega letras, de gran tamaño, de algún producto, como por ejemplo la M de McDonald’s, la “G” de Gap, y la “C” de Crest, así como el logotipo de la empresa. Enséñales a tus estudiantes ésta parte del poster y déjales que adivinen, viendo esa sola letra, o logo, los nombres de las compañías.

2. Pídeles que reflexionen sobre qué anuncios han influido en ellos para hacerles querer determinados productos. Invítales a que sean honestos con ellos mismos mientras piensan sobre el impacto que la publicidad tiene sobre sus deseos. (Publicidad de la radio, Televisión, web o escrita).

3. Despliega, sobre el suelo de la clase, anuncios de revistas famosas y de adolescentes. Muéstrales cómo analizar los mensajes incorporados en ellos, usando las siguientes preguntas:

- a) ¿Qué producto o servicio está vendiendo el anuncio?
- b) ¿A qué necesidad o deseo profundo está apelando el anuncio? (En otras palabras, ¿está el anuncio apelando a tu deseo de tener amor, felicidad, salud, belleza, amistad, alegría, etc.?).
- c) ¿A qué audiencia va dirigida el anuncio y cuál crees que puede ser su reacción?
- d) ¿Quién está excluido en el anuncio? (ejemplo, qué clases sociales, razas, tipos de cuerpos, etc.)

e) ¿Qué sufrimiento, explotación o destrucción está oculto? (En otras palabras ¿qué sufrimiento humano o animal conlleva la producción del producto o la prestación del servicio y/o qué destrucción medioambiental causa?)

f) ¿Cómo afecta el anuncio a tus deseos e imagen personal, creencias y elecciones de consumo?

h) ¿Cómo sería la vida sin el producto o el servicio que el anuncio está vendiendo?

4. Organiza grupos de cuatro o cinco estudiantes y reparte unos pocos anuncios a cada grupo. Pídeles que analicen algunos de los anuncios siguiendo las preguntas anteriores.

5. Propón que cada grupo informe al resto de la clase sobre uno de los anuncios.

6. Fomenta un debate sobre cómo los estudiantes, ahora que ya han realizado el ejercicio, perciben la publicidad de forma diferente y cómo su capacidad para pensar críticamente les posibilitará resistir a sus mensajes.

Alternativas:

1. Esta actividad puede también llevarse a cabo usando anuncios televisivos. Para los estudiantes de primaria, graba anuncios emitidos durante los horarios de programación infantil (ejemplo, Dibujitos animados de los sábados por la mañana). Para los adolescentes, graba anuncios emitidos durante los programas dirigidos a su edad. Enseña los anuncios durante la clase y analízalos de la misma forma que los impresos. Resalta también las distintas velocidades de las imágenes y habla con ellos sobre los efectos de dicha técnica.

2. Propón a los estudiantes que se traigan de casa sus anuncios favoritos y analizad dichos anuncios en clase. En el debate sobre las diferentes formas en que la publicidad se dirige a un género específico, raza, grupo de edades o clases de personas, alude a sus propias preferencias.

3. Esta actividad puede también realizarse usando la publicidad existente en internet. Utiliza anuncios disponibles en sitios de web dirigidos a cada grupo de edad. (Ej. Disney, TeenPeople.com, MySpace, etc.)

Actividad de *The Power and Promise of Humane Education*