

PUBLICIDAD Y CONSUMO

Talleres:

- Publicidad en los medios
- Publicidad verde
- Nuestros sentidos y el consumo
- La publicidad de los alimentos

Descripción talleres:

PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

Edad recomendada:

Alumnado de Ed. Primaria (tercer ciclo), ESO, Bachillerato, Ciclos Formativos y EE

Objetivos:

- Analizar la evolución de la publicidad en los medios, despertando en el alumnado un sentido crítico de cara a los estereotipos que se utilizan en los anuncios.
- Conocer analizar los distintos tipos de publicidades y la legislación que la regula.
- Aprender a generar un espíritu crítico con respecto a la publicidad que nos parece poco ética o irreal.
- Potenciar una actitud positiva hacia análisis crítico de cualquier tipo de publicidad en los diferentes medios.

Descripción y actividades:

En esta actividad analizamos los mecanismos empleados por los publicistas para incitar al consumo y los medios en los que se muestran. Hacemos una comparativa de diferentes publicidades. Ponemos ejemplos reales y es el alumnado, de manera práctica, quien descubrirá y analizará estos mecanismos de venta.

PUBLICIDAD VERDE

Edad recomendada:

Alumnado de ESO, Bachillerato y Ciclos Formativos

Objetivos:

- Conocer qué es una empresa “verde” en sus prácticas o en la elaboración de sus productos.
- Explicar y entender la diferencia entre un producto verde y un “lavado de imagen” que simplemente manipula la información.

Descripción y actividades:

A través de ejemplos prácticos mostramos el fenómeno de "greenwashing" y la publicidad verde. Hacemos distintas actividades en equipo para ayudarnos a identificarlo y prevenirlo.

NUESTROS SENTIDOS Y EL CONSUMO

Edad recomendada:

Alumnado de Ed. Infantil (3-6) y Primaria y EE

Objetivos:

- Reconocer nuestros sentidos mediante juegos.
- Conocer las diferentes técnicas que emplean la estimulación de nuestros sentidos para inducirnos al consumo.

Descripción y actividades:

Hacemos diferentes juegos para descubrir que no solo la vista interviene a la hora de decidirnos a comprar algo. Tapamos los ojos del alumnado y vamos "activando" el resto de los sentidos: oído, olfato, gusto y tacto, descubriendo nuevas sensaciones. Para acabar explicamos cómo muchas veces, por medio del marketing, las grandes superficies utilizan técnicas basadas en provocar diferentes "sensaciones" para motivar la compra de determinados artículos.

Material y recursos educativos:

Proyector, ordenador, bandas para cubrir los ojos, distintos tipos de alimentos y objetos para el taller sensorial dependiendo de la edad.

LA PUBLICIDAD DE LOS ALIMENTOS

Edad recomendada:

Alumnado de Ed. Primaria, ESO y EE

Objetivos:

- Conocer cómo se regula la publicidad que vemos, oímos o leemos sobre los distintos productos alimenticios.
- Aprender a diferenciar y valorar de manera objetiva los distintos productos que están en el mercado.

Descripción y actividades:

Ayudamos a diferenciar lo que es publicidad de alimentos y lo que debe ser una etiqueta legal con toda la información necesaria. A continuación, y con diferentes casos prácticos y juegos de rol, descubrimos cuales son los principales "trucos" y "trampas" de la publicidad de los alimentos e intentamos detectar cuando esa publicidad es engañosa o incluso fraudulenta.