

## 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.