

# PROYECTO: PROPAGANDA Y PUBLICIDAD DESDE LA ESCUELA

AÑO: 6° A

Docente: Verónica Richieri

## PROPOSITOS Y OBJETIVOS.

La observación diaria de la creciente influencia que ejercen los mensajes publicitarios en los/as niños/as y la cantidad de productos y programas en los medios con regalos y premios promocionales, muestran una sociedad donde economía, cultura y valores están en conflicto.

La realidad refleja que los/as alumnos/as desean fervientemente adquirir los diversos productos ofrecidos, tanto de aquellas publicidades dirigidas hacia ellos como hacia los mayores.

En consecuencia, son muy frecuentes los problemas de convivencia ocasionados por la existencia o no en el aula de estos objetos, o por tener determinado modelo físico y estético.

Dentro de los objetivos del P.I., se encuentra la importancia de la comunicación, por ello con el trabajo de publicidad y propaganda, se pretende desarrollar en los niños las capacidades amplias e integradas que conforman la experiencia y formación básica para promover un individuo crítico, reflexivo y autónomo. Con este fin, se plantea este proyecto, para brindarle a los/as alumnos/as la posibilidad de desarrollar su autonomía crítica a través de la observación, análisis y reflexión de los medios de comunicación social, adoptando una postura de sanidad personal.

Este proyecto plantea procedimientos que permitan desarrollar en los/as niños/as, la autonomía y la reflexión crítica de los mensajes publicitarios y propagandísticos que reciben a diario, promoviendo así la jerarquización de los valores éticos que los acompañarán de por vida.

Los contenidos que se desarrollan durante este proyecto son los siguientes conforme a las diferentes áreas:

## LENGUA.

- Medio de comunicación social; lectura, análisis, clasificación.
- Propaganda y publicidad; concepto, similitudes y diferencias.
- Argumentación; acuerdos y desacuerdos, debate, opinión.

## C. SOCIALES.

- Argentina actual; la sociedad argentina.
- Actividades económicas básicas de nuestra sociedad: producción, intercambio, consumo.

## FORMACION ETICA Y CIUDADANA.

- La sociedad en democracia.
- El trabajo; la tecnología y los recursos.
- La cooperación, el respeto y la discriminación.

## EDUCACION FISICA.

- El conocimiento y el cuidado del propio cuerpo.
- Cuerpo y movimiento: componentes esenciales para comunicarse, expresarse y relacionarse con el otro.
- Habilidades motoras básicas combinadas y específicas. La expresividad del cuerpo y su capacidad de comunicar intencionalmente.

## ACTIVIDADES.

\* Diagnóstico de expectativas de los alumnos para incluirlas en la planificación de futuras clases.

\* Se comienza trabajando los conceptos de publicidad y propaganda, similitudes, diferencias y los elementos de cada una de ellas en sus diversas presentaciones: gráficas, orales y audiovisuales, según los medios.

Los/as alumnos/as se dividen en grupos de no más de cinco, y se entrega a cada uno, un sobre de madera que contenga publicidades y propagandas, sacadas de diarios, revistas u otras publicaciones gráficas (seis o siete en total, con las que se trabajan durante varias clases).

La primera actividad es que observen con detenimiento el material entregado y conversen sobre las semejanzas y diferencias que encuentren. Luego clasifican los recortes en dos grupos, según la intención del mensaje.

La docente recorre los grupos para guiar a los/as chicos/as, en caso de ser necesario marca las clasificaciones hechas por los chicos con los números 1 y 2 a las publicidades y propagandas respectivamente, sin nombrarlas. Luego divide el pizarrón en dos con una línea divisoria, coloca el 1 de un lado y el 2 del otro.

Una vez que comprueba que los alumnos hayan finalizado la clasificación, propone una técnica denominada 'torbellino de ideas', donde los/as alumnos/as expresan espontáneamente las frases o palabras que les sugieren los recortes del grupo 1 (publicidades) y luego del grupo 2 (las propagandas).

En el 1 aparecen: deseo de tenerlo, quieren que la gente lo compre, etc.

En el 2: ayudan, hacen pensar, advierten, aconsejan.

Con las frases y palabras escritas se construyen los conceptos de publicidad y propaganda.

Publicidad: Intenta persuadir y convencer a la gente que adquiera un producto o servicio.

Propaganda: Intenta promover en las personas un cambio favorable en su conducta .

Entre todos/as, con los recortes y la guía de la docente se debate sobre los códigos utilizados (gráfico y lingüístico), personajes e intención de los mensajes.

Las conclusiones se colocan en un cuadro comparativo remarcando las semejanzas y diferencias entre ambos grupos.

Se conversa sobre la importancia que se le da a la imagen en la publicidad para lograr la venta del producto.

\* Elegir una de las publicidades del sobre por grupo y completar los siguientes datos solicitados:

- Producto
- Nombre
- Frase que se repite (eslogan)
- Mensaje

- Sector de la población a la que va dirigida (target) Ej.
- Producto: auto
- Nombre: (marca)
- Frase que se repite (eslogan): Pecado es no tenerlo
- Mensaje: Este auto es para vos
- Sector de la población a la que va dirigida (target): Hombres y mujeres en edad adulta.

Hasta acá trabajan con publicaciones gráficas, llega el momento de incluir las audiovisuales.

Se muestra al grupo un video con algunas publicidades y propagandas grabadas de la televisión, (cólera, coca cola, dengue, Coca Cola, pañales) con las que confirman que los/as niños/as identifican correctamente ambos conceptos.

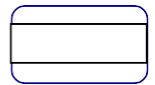
Luego se interroga a los/as chicos/as sobre la atracción que cada una ejerce en ellos, el movimiento y color de la imagen, la música, las voces, los personajes, etc. y establecen entre todos/as que las publicidades y propagandas audiovisuales atraen más que las gráficas ya trabajadas.

La docente pide a los/as niños/as que levante la mano el que ve televisión. Luego dice que la levante quien lee el diario. ¿Qué sucedió?

Presumen que el medio más visto por la gente es la televisión. Realización de una encuesta a padres, docentes y alumnos/as de toda la institución y se confirma o no la hipótesis?

Con la publicidad audiovisual de cola, identifican oralmente el producto, el mensaje, el eslogan y el target.

- Se entrega a cada grupo un logotipo inventado, de un producto inexistente o sacado de algún libro de P.D.L. con ejercicios para tal fin, y alguna foto de cualquier lugar o paisaje (sin escritura).



La consigna de trabajo es:

- a) Inventen un producto y un eslogan para el logotipo.
- b) Elaboren una publicidad para promocionar el turismo en el lugar que indica la foto.



- Se entrega al grupo una hoja lisa con algún producto dibujado o pegado: una botella, una computadora, un auto, un electrodoméstico, etc.

La consigna es:

-Inventen una publicidad para ese producto que contenga el nombre, eslogan y un logotipo.



\*Visita a Gesatel, el canal de Villa Gesell.

\*Visita a un programa de televisión.