

DESNUDAR UN ANUNCIO

1.- Definición

Se trata de hacer un análisis crítico de los anuncios publicitarios que aparecen en la prensa.

2.- Objetivos

- Conocer cómo influye en nosotros/as la publicidad.
- Reconocer la importancia de analizar críticamente los anuncios.

3.- Participantes

Desde 10 personas.

Edad: A partir de 14 años.

4.- Material

Recortes de anuncios de publicidad en prensa, revistas, etc.

5.- Consignas de la Partida.

Grupo grande.

6.- Desarrollo

Cada persona presenta y expone al resto los anuncios publicitarios que ha seleccionado.

Después, se responde a las preguntas planteadas.

7.- Evaluación

¿Qué productos tratan de vendernos en estos anuncios? ¿Qué características tiene el anuncio? ¿Cuál es el lema? ¿Qué objeto o persona está asociada al producto que venden? ¿Qué características tiene el objeto o persona? ¿Qué ideas tratan de transmitirnos? ¿Qué lenguaje utilizan? ¿Es discriminatorio el anuncio? ¿Es sexista?

8.- Fuente

BAKEOLA. Servicio para la Mediación y Regulación de conflictos. Fundación EDE. Bilbao. 2004.