

	<b>GIMNASIO SABIO CALDAS (IED)</b> <b>Nuestra escuela: una opción para la vida</b> <b>PLAN ESCOLAR NO PRESENCIAL</b>	Código	PENP - 01
		Versión	001
		Fecha	18/03/2020
		Proceso	Gestión Académica

<b>DOCENTE</b>	JENNY LUCÍA GÓMEZ GARCÍA	<b>GRADO</b>	DÉCIMO
<b>ASIGNATURA</b>	ESPAÑOL		
<b>Correo electrónico de contacto</b>	jenny.gomez@sabiocaldas.edu.co*		
<b>Fecha de envío</b>	SEMANA 16	<b>Fecha de entrega</b>	18 AL 21 DE MAYO DE 2021
<b>Tiempo de ejecución de la actividad</b>	4 HORAS		
<b>TEMA</b>	LA NARRATIVA VISUAL		

### Contextualización

#### ¿POR QUÉ LOS JÓVENES DEBEN CONOCER CÓMO FUNCIONA LA PUBLICIDAD Y QUÉ EFECTOS TIENE SOBRE ELLOS?



La publicidad ejerce una enorme influencia sobre los jóvenes, no sólo porque condiciona sus hábitos de consumo y sus decisiones de compra, sino porque condiciona sus estilos de vida, sus actitudes y su sistema de creencias y valores sociales. Por ello muchos expertos señalan que, junto con la familia, la escuela y los medios de comunicación la publicidad es actualmente una de las instancias o agentes claves para la socialización de los jóvenes, proceso a través del cual se interiorizan las creencias, ideas, valores y pautas de comportamiento dominantes en el entorno social y cultural en el que vivimos. Por ello se dice que la publicidad comercial tiene dos dimensiones básicas, una de carácter económico (facilitar la venta de productos y servicios) y otra de tipo

social o cultural, relacionada con la instauración de modas y estilos de vida y la potenciación de valores sociales. Es precisamente esta segunda dimensión social o cultural la que es más relevante para los jóvenes, puesto que con el fin de vender e incentivar el consumo, la publicidad fomenta entre ellos comportamientos poco saludables o abiertamente nocivos (como, por ejemplo, el consumo de alimentos poco saludables o de bebidas alcohólicas, las apuestas y el juego, etc.), que serán analizados más adelante. Desde que nacemos estamos sometidos a la influencia de la publicidad. Aunque quizás no seas plenamente consciente de ello, la publicidad está presente en nuestras vidas. Todos los días recibimos decenas de mensajes publicitarios a través de la televisión, las redes sociales, canales de Internet, mensajes de móvil, correos electrónicos, revistas, periódicos, vallas publicitarias, cuñas en radio y otros muchos medios o soportes publicitarios. Te proponemos un sencillo ejercicio: Mañana, desde que te levantes hasta que te acuestes procura contabilizar todos los mensajes publicitarios presentes en el entorno que te rodea. Seguro que te sorprenderá el resultado.

**Motivos por los que los jóvenes son los principales destinatarios de la publicidad** ➤ Tienen una capacidad creciente de gasto (compran muchos bienes y servicios). ➤ Influyen mucho en las decisiones de compra que se realizan en los hogares (el móvil de la madre o el padre, las galletas del desayuno y un sinfín de productos que adquieren las familias están condicionadas por la opinión de los hijos). ➤ Tienen una gran cultura publicitaria y están familiarizados con la comunicación publicitaria (conocen los anuncios, los comparten y valoran la buena publicidad). ➤ Su fidelización a una marca determinada es estratégica, puesto que el anunciante se asegurará la venta del producto durante mucho tiempo (si desde jóvenes nos acostumbramos a comprar una determinada marca de vaqueros o de cereales, es probable que mantengamos esta elección a lo largo de nuestra vida). ➤ Ser joven se ha convertido en un valor universal (ser o parecer joven vende), por ello los jóvenes están muy presentes como "actores" de la publicidad.

<http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Gu%C3%ADa%20J%C3%B3venes%20publicidad%20y%20valores.pdf>

### Descripción de la actividad sugerida

1. Observa los siguientes anuncios publicitarios y responde en chat de qué manera te has dejado influenciar en algún momento de tu vida por ellos.

<https://youtu.be/GZuVQRGyeB8>

<https://youtu.be/QN9EIqM43TI>

<https://youtu.be/iKZir-wCjH0>

2. Atendiendo la situación actual de nuestro país, selecciona una imagen o anuncio que haya influenciado en ti y en lo que piensas a raíz de los sucesos ocurridos. Dibújala o imprímela y luego argumenta tus razones ante tus compañeros encendiendo cámara. En caso de no tener una relación con la situación actual, selecciona un objeto publicitario para realizar el ejercicio.

### **Webgrafía/material fotocopiado (Anexo)**

<https://youtu.be/nkR9HVTzpXM>

<https://www.cyberclick.es/publicidad>

### **Criterios de Evaluación**

- Sustenta de manera coherente diversas temáticas relacionadas con el contexto cotidiano.
- Entregar en la fecha oportuna.
- Enviar el documento a las tareas de classroom.