

Publicidad prohibida



JUSTIFICACIÓN

No todo vale en el mundo de la publicidad. La publicidad premia la creatividad pero también tiene sus límites, para evitar que confunda a las personas, distorsione el mercado o promueva conductas nocivas en la sociedad. Aprender a identificar la publicidad prohibida y los mecanismos de control existentes ayuda a proteger los intereses comerciales a la vez que protege a las personas consumidoras.

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre los cauces por los que nos llega la publicidad
- Saber identificar los tipos de publicidad prohibida.
- Conocer las normas sectoriales que ponen límites a la publicidad de algunos productos.
- Dar a conocer los mecanismos de defensa de las personas consumidoras frente a la publicidad.
- Saber actuar en caso de la publicidad que atenta contra los intereses legítimos de las personas.

CONTENIDOS

- Canales publicitarios.
- Convencionales.
- No convencionales.
- Tipos de publicidad ilícita.
- Infringe derechos fundamentales.
- Dirigida a menores.
- Engañosa.
- Desleal.
- Agresiva.
- Encubierta.
- Subliminal.
- Contraria al medio ambiente.
- Mecanismos de defensa ante la publicidad.
- Lista Robinson.
- Autocontrol.
- Kontsumobide.
- Instituto de la Mujer.
- Código PAOS.
- AEPD.

ACTIVIDADES

FASE INICIAL (Actividad previa)

- Detectives.

FASE DESARROLLO (Sesión)

- Cambia de canal.
- Buscando publicidad ilícita.
- Quizz productos.
- Me definiendo.

FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Crea tu propio anuncio.

CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

DISCIPLINARES

- Competencia comunicativa, lingüística y literaria.
- Competencia social y cívica.

TRANSVERSALES

- Competencia para la comunicación verbal, no verbal y digital.
- Competencia para convivir
- Competencia para aprender a ser.
- Competencia para aprender a aprender y a pensar.

METODOLOGÍA

- Gamificación.
- Critical thinking.
- Trabajo cooperativo.
- Aprendizaje y servicio.

ORGANIZACIÓN

*Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Dispositivo con acceso a internet. Tablets o dispositivo móvil.	Una sala grande. 3 subgrupos.	1 sesión - 90 min

* Comunicar la disponibilidad o no de los recursos en el caso de que la experiencia se desarrolle fuera de los centros de Kontsumobide.

EVALUACIÓN

PROFESORADO

Encuesta de satisfacción

ALUMNADO

Encuesta de satisfacción