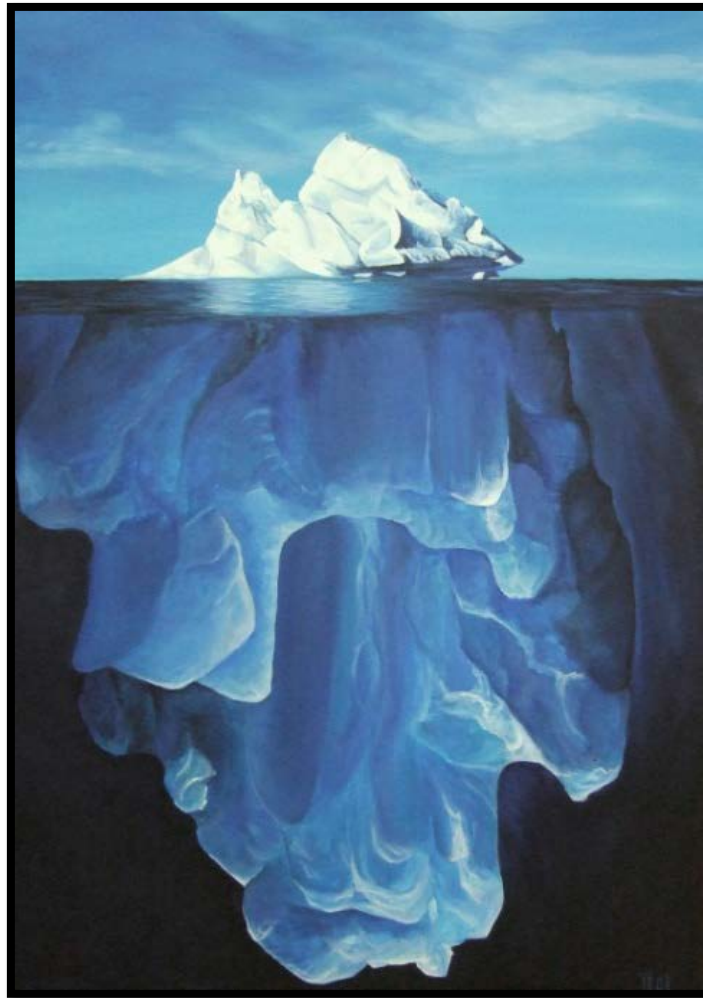


# Programa Iceberg



Analizando un  
anuncio de alcohol

## OBJETIVOS

- ➔ Llegar a comprender que la publicidad potencia un consumo no crítico.
- ➔ Descubrir la relación entre los anuncios y el aumento del consumo en general y del alcohol en particular.
- ➔ Aprender a ser críticos con los mensajes publicitarios, en especial los relativos a los que potencian el consumo de alcohol.

## METODOLOGIA

Los/las alumnos/as, en grupos pequeños, pensarán los diferentes medios publicitarios que conocen y rellenarán la ficha correspondiente, después analizarán los anuncios de la ficha u otros traídos por ellos.

## MEDIOS PUBLICITARIOS

- ✓ **LA CALLE (paredes, vallas, cabinas, tiendas,...)**
- ✓ **EN CASA (buzoneo, prensa, radio, televisión,...)**
- ✓ **EN LAS TIENDAS (productos, promociones, carteles, paredes, megafonía,...)**
- ✓ **EN LOS UTENSILIOS-OBJETOS (camisetas, bolígrafos, mecheros, vasos y posavasos, pegatinas,...)**

Al final se pondrán los resultados en común y se discutirán las siguientes cuestiones:

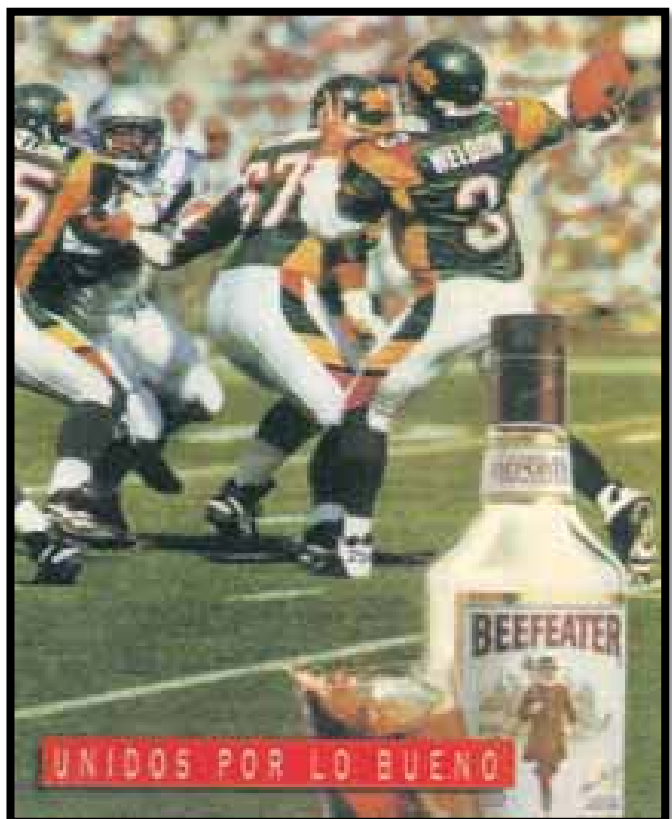
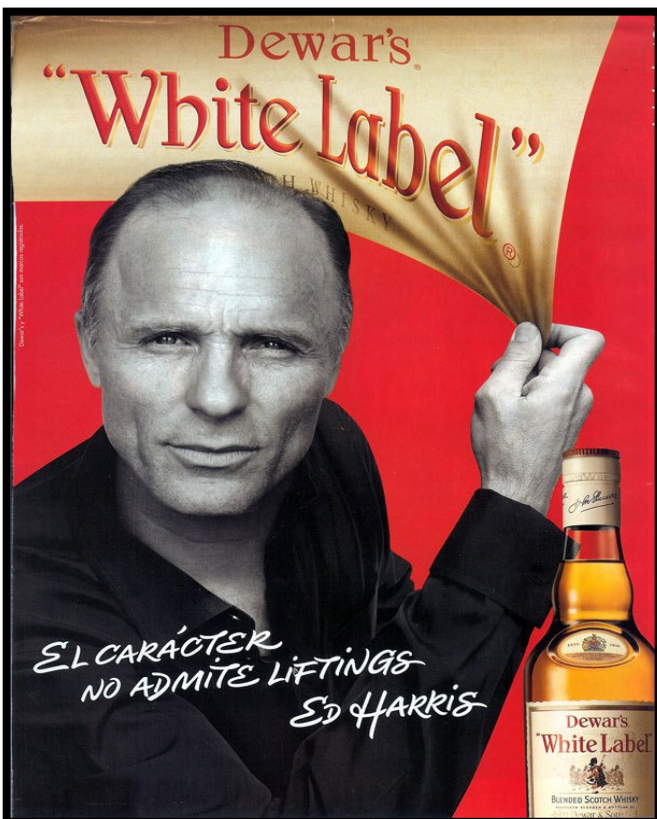
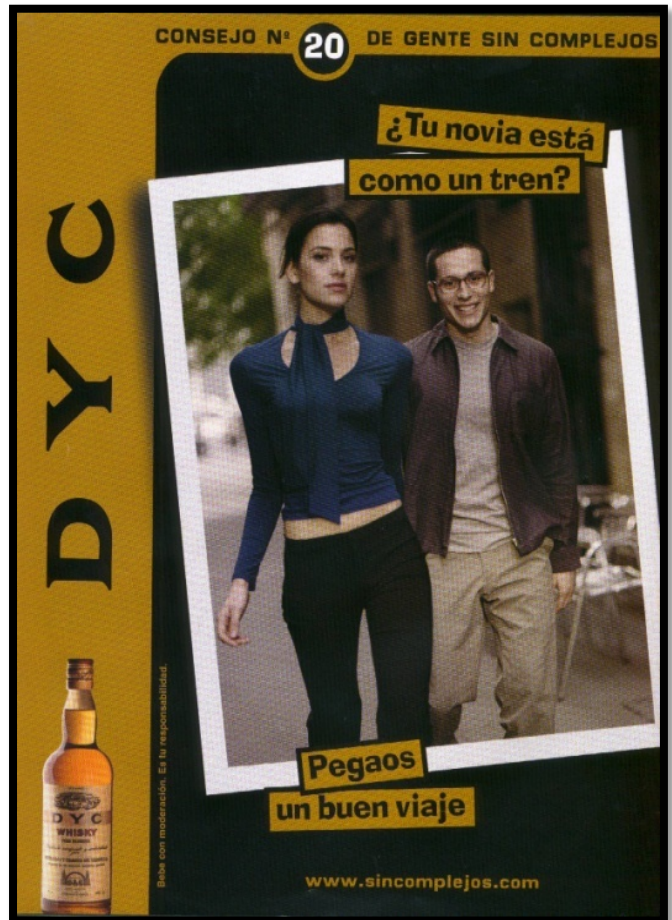
- ❖ ¿Cuál es el tipo de publicidad que ellos/as más utilizan (ven)?
- ❖ ¿Hacen caso a los anuncios?
- ❖ ¿Creen que la publicidad les influye?
- ❖ ¿Creen que nos bombardean con publicidad?

**(LUGARES DONDE ENCONTRAMOS PUBLICIDAD)**

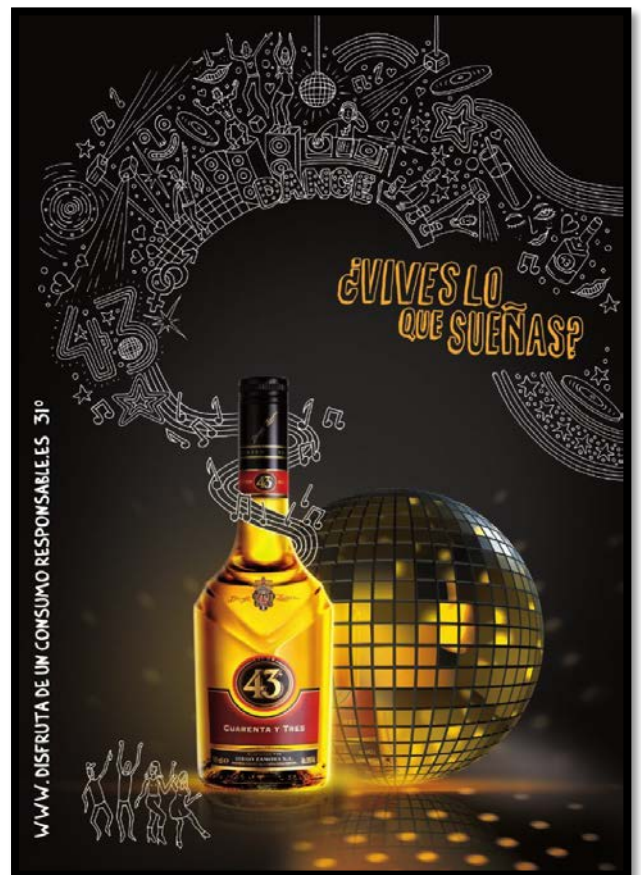
<p><b>EN LA CALLE:</b></p>	<p><b>EN LA TIENDA:</b></p>
<p><b>EN CASA:</b></p>	<p><b>EN OBJETOS-UTENSILIOS:</b></p>

**De los citados, ¿Cuál es el medio que llega a más público?**

ANÁLISIS PUBLICITARIO







En estas páginas se reproducen una serie de anuncios publicitarios, obsérvalos detenidamente y, con ayuda de un/a compañero/a, responde a las preguntas que te hacemos a continuación.

### 1. DESCRIBE LO QUE VES EN EL ANUNCIO:

- ❖ Tipo de imagen (dibujo, fotografía, montaje,...)
- ❖ Describe lo que se ve en la imagen y sus colores
- ❖ Texto explicativo o eslogan

### 2. QUÉ IDEAS TRANSMITE EL ANUNCIO:

- ❖ ¿A qué personas se dirige el anuncio?
- ❖ ¿Qué idea intenta transmitir?
- ❖ ¿Qué valores transmite el producto?

### 3. DIFERENCIAS ENTRE LO QUE VENDEN Y LO QUE ES EN REALIDAD

### 4. CONCLUSIONES

## DISEÑO DE UN ANUNCIO

Dividiendo la clase en grupos de 4 o 5 personas, tendrá que elaborar un anuncio para prevenir el consumo de tabaco, dirigiéndose a diferentes colectivos: compañeros de colegio, padres-madres y profesores/as. Los anuncios se colocarán posteriormente en lugares visibles del colegio.

### GRUPO 1:

Vuestro grupo tendrá que pensar en cómo realizar un anuncio dirigido a todos/as los/las **COMPAÑEROS/AS del colegio** para advertirles de los riesgos del consumo y abuso del alcohol. El anuncio se colocará en el pasillo principal del colegio para que todas las personas que pasen por allí puedan verlo.

### GRUPO 2:

Vuestro grupo pensará cómo realizar un anuncio dirigido **ALOS/LAS PADRES-MADRES** de todos los/las alumnos/as del colegio, para que sean conscientes del riesgo para la salud que conlleva el alcohol. El anuncio se colocará en las puertas de entrada y/o salida del colegio, para que cuando acudan allí puedan verlo perfectamente.

### GRUPO 3:

Vuestro grupo pensará como realizar un anuncio dirigido **ALOS/AS VECINOS/AS** del colegio para concienciarles sobre el riesgo social del abuso del alcohol. El anuncio se colocará en las puertas de entrada y/o salida del colegio, para que puedan verlo las personas de nuestra comunidad



Acabamos la sesión viendo el vídeo: “El vendedor de humo”



<https://www.youtube.com/watch?v=dwWqMgddes4>

Más información en:

[www.info@sasoiaprevención.com](http://www.info@sasoiaprevención.com)