

Publicidad y culto al cuerpo



JUSTIFICACIÓN

La influencia que la publicidad tiene a la hora de crear y definir la visión que tenemos sobre la imagen y los cánones de belleza es innegable. El poder de la publicidad y la obsesión por el culto al cuerpo no solo pueden ser altamente peligrosos para nuestra salud física y mental, sino que también pueden condicionar nuestras conductas y actitudes como personas consumidoras. Por eso es necesario adoptar una postura crítica, relativizar y no aceptar sus “realidades” como universales.

OBJETIVOS

- Hacer conscientes a las personas usuarias del poder de la publicidad para crear y definir un cierto tipo de imagen y de su contribución al culto al cuerpo ligada a dicha imagen.
- Hacer entender que el culto al cuerpo y el canon de belleza son diferentes dependiendo de la época y la cultura.
- Dar a conocer los trastornos relacionados con la imagen corporal y los factores de riesgo que los provocan, así como la relación entre la publicidad y dichos factores.
- Visibilizar las diferencias de género en cuanto a la presión relacionada con la imagen considerada ideal que presenta la publicidad.
- Dar a conocer la contrapublicidad como estrategia frente a la publicidad dominante.

CONTENIDOS

- El culto al cuerpo en distintos contextos históricos y culturales.
- Trastornos relacionados con el culto al cuerpo y los factores que los provocan.
- El papel de la publicidad a la hora de definir y promover un cierto tipo de imagen perfecta y su relación con diferentes trastornos y presiones de género.
- Contrapublicidad como medio de crítica a la publicidad.

ACTIVIDADES

FASE INICIAL (Actividad previa)

- Cuestionario.

FASE DESARROLLO (Sesión)

- ¿Qué es el culto al cuerpo y cuál es la imagen ideal actual?
- Cánones de belleza en diferentes épocas y culturas.
- Reflexión sobre la publicidad y nuestra imagen.
- Análisis de mensajes publicitarios.

- Factores de riesgo y trastornos relacionados con el culto al cuerpo.
- Contrapublicidad.

FASE APLICACIÓN Y COMUNICACIÓN (Act. posterior)

- Crea una campaña publicitaria utilizando estrategias de contrapublicidad.

CONTRIBUCIÓN A LAS COMPETENCIAS

DISCIPLINARES

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

TRANSVERSALES

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

METODOLOGÍA

- Trabajo colaborativo.
- Trabajo individual.
- Thinking based learning.
- Critical thinking.

ORGANIZACIÓN

*Recursos y herramientas TIC	Espacios y grupos	Duración
Pantalla digital/proyector. 3 tablets. Acceso a internet.	Un aula. División participantes en 3 grupos.	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