

Buenos Aires *en la escuela.* A V C Listos para usar 32

EDUCACIÓN EN EL CONSUMO: “Publicidad y Consumo” para 4º, 5º, 6º y 7º grado.

Realizado a demanda de las escuelas, previa solicitud de turnos.
Consultar horarios y condiciones telefónicamente al TEL. 5382-6238

La Educación en el Consumo nos permite ser consumidores prudentes, activos y críticos. Asimismo, posibilita la elección de bienes y servicios acordes a nuestras necesidades y nos propone una manera adecuada de utilizarlos, considerando el impacto que nuestros actos de consumo producen en la economía de la familia, en la vida social de la comunidad y en el medio ambiente.

El consumo constituye una actividad fundamental para la satisfacción de nuestras necesidades cotidianas. Además de aquellas indispensables para asegurar la continuidad de la vida, existen otras necesidades asociadas a determinados patrones de consumo, costumbres y estilos de vida.

En el contexto de la sociedad actual, la publicidad juega un rol muy importante direccionando nuestro consumo en función de mensajes que apelan a los valores que más apreciamos (la belleza, el amor, la paz, el éxito, etc.). Algunos actos de consumo se vinculan con necesidades genuinas, aunque la publicidad intenta asociar todos los productos que ofrece con los deseos de cada uno. De esta manera, los mensajes publicitarios actúan, en la sociedad de consumo, generando la convicción de que los objetos adquiridos son una elección personal.

La Educación en el Consumo está incluida dentro de los contenidos curriculares obligatorios para el área de Formación Ética y Ciudadana del segundo ciclo de Educación Primaria en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Además, constituye un contenido transversal que se vincula con cuestiones de la vida cotidiana, por lo cual, puede abordarse desde distintas materias curriculares, motivando así el trabajo interdisciplinario y la reflexión en función del contexto de cada escuela.

Antes del taller

El eje del taller es trabajar la relación entre publicidad y consumo. Con el propósito de acercar a los alumnos a la temática, se sugiere que el docente introduzca algunos conceptos básicos relacionados con el consumo, especialmente, con el derecho a elegir y el derecho a recibir información adecuada y veraz.

Para el primer encuentro se solicitará que los alumnos recorten publicidades gráficas de bienes y/o servicios que ellos consuman o que les gustaría consumir, y distingan tres características de esa publicidad. En la visita a la escuela se continuará trabajando en el aula con esta consigna y con los recortes. Para el segundo encuentro será necesario que cuenten con seis papeles afiche (se calcula, aproximadamente, un afiche cada seis alumnos) y materiales para dibujar y pintar.

Visita a la escuela

Se propone el desarrollo del taller en dos encuentros, a fin de promover un aprendizaje significativo de los contenidos teóricos, tales como: el consumo, la publicidad, y la relación entre ambos, los diferentes tipos de mensaje, estrategias publicitarias. La reunión inicial constituye un primer acercamiento a la temática, a partir de las experiencias y los saberes previos de los alumnos,

y el trabajo con publicidades gráficas, en las que se identificará la diferencia entre marca y producto, el mensaje publicitario, los valores a los que apela, etc. En un segundo encuentro, a través del trabajo con historietas, se abordará la relación entre derecho a la información y publicidad engañosa. Además, se realizará una actividad en la que los alumnos elaboren una publicidad.

El taller tiene por objetivos difundir los derechos de los consumidores para que se los conozca adecuadamente; capacitar a los alumnos para que sean consumidores críticos y responsables, especialmente en cuanto a la influencia de los mensajes publicitarios en las decisiones de consumo que toman en su vida cotidiana.

Continuidad en la escuela

Son diversas las actividades que se pueden realizar en relación con esta temática. A continuación sugerimos algunas propuestas que el docente podrá incorporar de acuerdo a los intereses y las problemáticas propias de la comunidad educativa de cada escuela.

- Elección de varias publicidades gráficas de un mismo producto, a fin de comparar las similitudes y diferencias entre las marcas, y las diferentes estrategias utilizadas por las empresas a fin de vender el producto.
- Acordar que toda la clase mire un programa de televisión e identifique en las tandas publicitarias cuantas publicidades hay, de que productos, a quienes están dirigidas, como se relaciona esto con las características del programa, etc.
- Acordar que toda la clase mire un programa de televisión e identifique en el desarrollo del mismo, es decir, fuera del espacio destinado a las tandas publicitarias, se realizan publicidades. Si es así, mencionar: cuál es el producto, que personajes lo consumen, etc. Realizar una puesta en común, haciendo hincapié en la influencia que la publicidad, en el contexto de un programa destinado a niños y/o adolescentes, puede tener en sus decisiones de consumo.