

## Taller de intervención de publicidades.

### Breve descripción de la propuesta:

La propuesta se realiza para los estudiantes de tercer año a modo de introducir la argumentación, uno de los contenidos correspondiente a ese año. Para ello, los y las estudiantes analizaron diversas publicidades en las que pudieron descubrir los estereotipos *implícitos* en las imágenes y las ideas falsas que aparecían. La creación de contra-publicidades se planteó como una instancia de crítica y creación en la que los y las alumnos/as pudiera correr el velo de los engaños a partir de la intervención de las mismas.

### Propósitos y Objetivos:

- Analizar y reflexionar sobre las estrategias del discurso publicitario.
- Profundizar la mirada crítica sobre las piezas comunicacionales que circulan.
- Crear de manera colaborativa contrapublicidades.
- Apropiarse de las herramientas de diseño para un uso criterioso y creativo.

### Etapas del Proyecto:

El taller partió desde el conocimiento y la indagación de las publicidades con el grupo, algunas preguntas orientadoras que fueron abordadas: ¿Cuáles son los medios por donde se emiten? ¿Quiénes son las/os destinatarios/as? ¿Qué impacto tiene en la audiencia? Luego, desde una mirada crítica, los y las estudiantes (de 3ero 3era y 3ero 4ta) realizaron búsquedas en Internet de diferentes publicidades, seleccionaron aquellas que los/as interpelaban, y las intervinieron con el fin de construir Contra-publicidades. Para esto, se utilizó el editor de imágenes Photoscape X y, finalmente, se compartieron las producciones finales en un muro colaborativo.

### Datos:

Secundaria del Futuro: Liceo “Cornelio Saavedra” N°11 D.E 15.

Áreas: Lengua y Literatura.

Docentes: Anabella Coletti y Ayelén Alvarez Coll (FPD).

### Enlaces a producciones/Recursos:

[Presentación del Taller de intervención a las publicidades](#)