EDUCACIÓN EN VALORES EN PRIMARIA
PROPUESTAS ACTIVIDADES CON ALUMNADO

Ciclo:2º Curso: 3º/4º	TEMA: SER PERSONA. EL VALOR DEL CONSUMO RESPONSABLE **“La fuerza de la publicidad”**	

OBJETIVOS

Generales

- Informarse de la organización del proceso de producción-consumo y sus consecuencias.
- Consumir productos-servicios de forma racional y controlada.
- Evaluar las consecuencias que para sí mismo, la comunidad y el medio ambiente tienen las decisiones.
- Asociarse e intervenir comunitariamente para defender los propios derechos y modificar las condiciones que pueden afectarle.
- Tener actitud crítica, solidaria y responsable ante las situaciones que se le presentan.

Específico:

Conocer los mecanismos básicos que se utilizan en el lanzamiento de productos y ser crítico ante los mensajes publicitarios.

ACTIVIDAD

Se plantea a la clase una situación inventada, que consiste en que todos los alumnos son socios de una empresa de confección de pantalones.

Por un error de fabricación, se dispone de miles de piezas que tienen una pernera mucho más corta que la otra.

Es imprescindible venderlos al mismo precio que se había calculado y la empresa puede verse en graves dificultades e incluso verse obligada a cerrar.

Se divide la clase en grupos de seis alumnos. Cada uno diseñará una campaña publicitaria que consiga convencer al consumidor, de que las perneras asimétricas son el último grito de la moda. Pueden utilizar el soporte que prefieran para la campaña.

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Si se dispone de una cámara de vídeo, sería interesante que realizaran spots publicitarios, del tipo de los que se utilizan en televisión, puesto que es la forma en que ellos, generalmente, son seducidos por la publicidad.

Proyectos para vallas publicitarias, carteles, anuncios en revistas, etc., pueden ser utilizados por los grupos para tratar de captar la necesaria cantidad de clientes.

Cuando estén realizadas las distintas campañas, se examinan los resultados e incluso pueden presentarse los mensajes a otros grupos, para ver si las propuestas de sus compañeros, les empujaría a ellos a comprar los pantalones.

MATERIALES

- Educación del consumidor. Colección flor viva. Editorial TEDISER.
- Las fábulas más bonitas de Esopo. Círculo de lectores.
- Cajas Rojas de la Educación Primaria. Educación del consumidor.
- La Publicidad. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La Compra. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La Alimentación. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- La educación del consumidor en la escuela. Ministerio de Sanidad y Consumo. Instituto Nacional de Consumo.
- ABC de la Ley de los Consumidores y Usuarios. Actividades de tutoría para la Educación Primaria. Editorial Escuela Española.

EVALUACIÓN / SUGERENCIAS

Indicador: Mejora del sentido crítico hacia los mensajes publicitarios