

ACTIVIDAD 1

Objetivo:

- ⊙ Poner de manifiesto la escala de valores personales en cada una de las personas que componen el grupo.
- ⊙ Reflexionar acerca de la composición de esa escala de valores individualizada.

Necesitaremos: Lápiz y papel. El ejercicio se puede distribuir fotocopiado.

Realización de la actividad: Se divide al grupo en subgrupos de 4 personas. Se les pasa el documento para que, una vez realizado a nivel individual, lo pongan en común en el subgrupo, con la intención de consensuar un documento definitivo que expondrán finalmente al gran grupo.

Se efectuará posteriormente una reflexión sobre las diferencias encontradas en los subgrupos, cuales son los valores que subyacen en cada decisión tomada, etc. También se puede plantear una reflexión acerca del origen de los valores planteados (experiencial, transmitido desde la familia, cultural, etc.).

Descripción del documento: “El refugio subterráneo”.

Imaginen que nuestra ciudad está bajo la amenaza de un bombardeo. Existe un refugio subterráneo, pero sólo puede albergar a seis personas. Sin embargo, hay doce que pretenden entrar, cuyas características se exponen a continuación. Usted es la persona encargada de seleccionar a esas seis personas. ¿A cuales seleccionaría? (El grupo debe consensuar el criterio que va a prevalecer para la selección.)

1. Un violinista excepcional y encantador, de 40 años. Tiene problemas muy graves con las drogas.
2. Una abogada de 25 años.
3. El marido de la abogada, de 24 años. Acaba de salir de una Unidad de Agudos de Salud Mental, con un grave problema. Ambos prefieren entrar juntos en el refugio o quedarse fuera de él.
4. Una monja de 77 años.
5. Una prostituta de 34 años.
6. Un ateo, de 20 años, considerado autor de varios asesinatos; aunque él se declara inocente.
7. Una universitaria guapísima, integrante de un grupo religioso que acata el voto de castidad hasta el matrimonio.
8. Un químico, de 28 años, creador de un tipo de arma química que le podría convertir, si es descubierto, en un objetivo prioritario de quienes bombardean. Dice llevar encima una muestra del arma.
9. Un predicador fanático, de 21 años.
10. Una niña de 12 años y con discapacidad grave, que requiere atención continuada.
11. Un empresario de 74 años, dueño de una importante fortuna económica, conseguida a través de medios especulativos e ilegales. Promete repartir la mitad de su fortuna si es seleccionado para bajar al refugio.
12. Una mujer indigente de 19 años de edad, procedente de la inmigración ilegal de algún país del Este de Europa.

ACTIVIDAD 2.- Análisis de un spot televisivo.

Objetivo:

- ⊙ Poner de manifiesto los valores y mensajes que aparecen, de forma explícita e implícita, en un spot publicitario.
- ⊙ Reflexionar acerca de la influencia que ejerce la publicidad y los medios de comunicación.

Necesitaremos: una televisión o proyector y un reproductor de DVD. Lápiz y cuestionario adjunto

Realización de la actividad:

Es preferible visualizar el spot antes de ofrecer información sobre la posible influencia de la publicidad sobre los estilos de vida y valores. Una vez visto, se le pregunta al grupo qué producto anunciaba, qué les ha parecido el spot y si les parece atractivo para vender el producto que anuncia.

Una vez trasladados los contenidos de la sesión, se divide al grupo en subgrupos de 4-6 personas y se vuelve a reponer el spot. Se las pasa el cuestionario para que se trabaje en común en cada subgrupo. Tras diez minutos, se les pide que un portavoz de cada grupo lea las apreciaciones. Finalmente, se efectúa una ronda de reflexiones sobre el tema, los valores y “contravalores” que se utilizan, y la necesidad de ser personas críticas con los medios de comunicación.

Spot: seleccionar un spot vigente.

Cuestionario:

- ⊙ ¿Qué marca comercial es la anunciante?
- ⊙ Según el género y edad de la modelo o el modelo utilizada en el anuncio...¿a qué sector de la población va dirigido éste? (intentar imaginar, incluso, cual sería el perfil personal)
- ⊙ ¿Cómo es el ambiente –silencioso, relajado, serio, colores fríos o todo lo contrario- que se muestra en la consulta?
- ⊙ ¿Y cómo son los diversos ambientes que se muestran en la imaginación de la joven (ídem que lo anterior)?
- ⊙ ¿Con qué concepto, estilo de vida y valores se asocia cada una de las escenas que se imagina la paciente?
- ⊙ ¿Qué sensaciones le producen las escenas a ésta?
- ⊙ ¿Cuántas veces aparece el producto a lo largo del anuncio?
- ⊙ ¿Que te sugiere el slogan final
- ⊙ ¿En qué franja horaria y entre qué tipo de programas insertarías el spot para que llegase al público que se pretende?