

Lengua y Literatura 2° medio / Unidad 2 / OA 10;20;23 / Actividad 5

5. Análisis comparativo de tres afiches de propaganda

Los y las estudiantes, en grupos de tres o cuatro integrantes, eligen tres afiches propagandísticos referentes a un tema determinado. Como criterio de selección, se puede sugerir revisar propaganda nacional y/o latinoamericana sobre temas vinculados con ciudadanía y/o trabajo, como por ejemplo:

- Violencia contra la mujer.
- Alcohol y drogas.
- Candidaturas políticas.
- Medioambiente.
- Derechos sobre diversidad.
- Derechos de la mujer.
- Condiciones laborales.
- Justicia social.

Se espera que los tres afiches de propaganda elegidos cuenten con un formato similar —idealmente con imagen y texto— para realizar de manera apropiada la comparación. Una vez elegidos los tres afiches, cada grupo los comparará, a partir de criterios como los siguientes:

- Idea, valor, actitud, comportamiento promovido en los afiches.
- Propósitos explícitos e implícitos de los afiches.
- Argumentos proporcionados para sostener la idea promovida.
- Punto de vista sobre el tema.
- Estrategias de persuasión o disuasión empleadas: recursos lingüísticos y no lingüísticos.

Los grupos de trabajo pueden sistematizar su análisis en un cuadro comparativo que sea visible para el curso, de forma que cada grupo pegue en un espacio de la sala los afiches analizados y los cuadros que sistematizan el análisis. A continuación, el profesor o la profesora puede promover que recorran la sala y revisen los análisis realizados por los otros grupos y que, durante esta instancia, dejen comentarios en notas adhesivas a los grupos sobre su trabajo.

Una vez realizado el recorrido, el o la docente promueve una reflexión con preguntas como las siguientes:

- ¿En qué se diferencian la publicidad y la propaganda?
- ¿En qué se asemejan?
- ¿Cómo se nutren una de otra?
- ¿En qué medida los objetos de propaganda se pueden convertir en productos u objetos de consumo?

- ¿De qué depende que un afiche propagandístico o publicitario sea más o menos efectivo?

Finalmente, el profesor o la profesora invita a sus estudiantes a reflexionar acerca de la necesidad de formarse como lectoras y lectores críticos frente a los mensajes de la publicidad y la propaganda.