

Actividad 1: La influencia de la cultura

PROPÓSITO

Se busca que los estudiantes comprendan cómo la producción mediática y otros medios culturales generan una influencia directa en las personas. Con esto, se espera que reconozcan y expliquen por su cuenta –utilizando sus conocimientos sobre estética– la capacidad de la industria para influir en una cultura cuyo discurso y sentido están en cambio constante.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

OA 7

Elaborar una visión personal respecto de la influencia de la sociedad y la cultura actual en la experiencia y la sensibilidad de los seres humanos, considerando diversas perspectivas filosóficas y utilizando diversas formas de expresión.

OA d

Elaborar visiones personales respecto de problemas filosóficos a partir de las perspectivas de diversos filósofos, siendo capaces tanto de reconstruir sus fundamentos como de cuestionarlos y plantear nuevos puntos de vista

ACTITUDES

- Pensar con apertura hacia otros para valorar la comunicación como una forma de relacionarse con diversas personas y culturas, compartiendo ideas que favorezcan el desarrollo de la vida en sociedad.
- Perseverar en torno a metas con miras a la construcción de proyectos de vida y al aporte a la sociedad y al país con autodeterminación, autoconfianza y respeto por uno mismo y por los demás.

DURACIÓN: 10 horas pedagógicas

¿CÓMO INFLUYE LA INDUSTRIA EN EL ARTE?

El docente introduce la unidad con un documental sobre la influencia de la publicidad y el marketing en las expresiones artísticas.

Luego de verlo, responderán individualmente las siguientes preguntas:

- ¿Cómo influye la publicidad en las personas?
- ¿Qué rol cumple la estética en la publicidad y el marketing?
- ¿De qué manera la publicidad refleja e influye en la cultura de una sociedad?

A continuación, el profesor les propone una actividad de análisis. Cada uno elegirá algún comercial que haya visto y lo analizarán de acuerdo a las siguientes preguntas:

- ¿Qué tema se utiliza en la publicidad?
- ¿Cómo se trata ese tema desde el punto de vista estético?
- ¿Por qué se usa este tema?

Orientaciones al docente:

-Se puede elegir entre los documentales siguientes (links en Recursos):

- Art & Copy de Doug Pray (2009)
- The Century of the Self de Adam Curtis (2002)

- Otro recurso pertinente puede ser un capítulo de la serie *Mad Men* (por ejemplo: *Shoot* de la temporada 1), que permite vincular la publicidad con las desigualdades de género en los años 60.

CREACIÓN DE DISCURSOS MEDIÁTICOS

Continuando con la actividad, deberán crear una campaña mediática que trate un tema de contingencia en relación con su propio contexto (por ejemplo: alguna cuestión vinculada con su barrio, sus casas, las redes sociales, un evento de su cotidianeidad) que les parezca interesante publicitar para convertirlo en un tema con un discurso e influencia propios.

Conexión interdisciplinaria:

- Educación Ciudadana: El impacto de la economía en la vida cotidiana y el cambio climático [4to Medio, OA3]

Trabjarán en parejas con diversos materiales y recursos (cartulina, colores, fotografías, recortes, todo soporte que estimen conveniente para la tarea).

Deberán presentar un afiche que evoque una campaña publicitaria y describirán el rol de la estética tanto en su elaboración como en su efecto. Esto quiere decir que, además del afiche, incluirán un texto que explique cómo funciona la estética en su composición y cómo la publicidad afecta la experiencia y la sensibilidad estética. El tema puede estar relacionado con asuntos de la cultura que encuentren interesantes y pertenezcan a su contexto inmediato.

Cuando terminen, lo expondrán en clases.

El docente deberá considerar los siguientes factores para evaluar:

- **Tema de la campaña** que abarque sucesos de contingencia para los jóvenes y la comunidad.
- **Afiche** que muestre el tema de manera clara y considere los elementos de un discurso mediático antes visto (con la intención de influenciar a los espectadores).
- **Presentación** donde expliquen su intención en el mensaje de la campaña y su análisis estético.

Orientaciones al Docente:

- El tema trabajado tiene que abarcar un asunto de contingencia vinculado con la comunidad y su contexto cotidiano.
- De ser necesario, puede modelar un afiche de campaña u otro material audiovisual para que puedan entender la tarea.

ORIENTACIONES PARA LA ACTIVIDAD DE AULA

Los siguientes indicadores de evaluación, entre otros, pueden ser utilizados para evaluar formativamente:

- Analizan la presencia y el valor de la estética en la publicidad y el marketing.
- Crean una campaña publicitaria y argumentando el uso y la función de la estética en ella.

Si el docente lo estima conveniente, la segunda parte de la actividad puede también realizarse grupalmente.

En caso de que les cueste analizar la publicidad, el profesor puede elegir cualquier relacionado con la comunicación mediática y modelar el análisis de acuerdo a las preguntas planteadas.

Si les es difícil elegir un tema, puede darles una lista tentativa, basándose en tópicos sugeridos anteriormente en las observaciones.

También puede agregar un producto que no sea un afiche, sino un video u otros medios de expresión para la campaña de los estudiantes.

De manera opcional, puede proponerles el desafío de elegir algún medio de producción cultural y analizarlo según las preguntas de la segunda parte de la actividad A, para que detecten los discursos que se pretende instalar como mediadores de la cultura en que vivimos.

RECURSOS Y SITIOS WEB

Links:

- Documental “Art & Copy” (2009), de Doug Pray.
<https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=SetTZ9AiVcM>
- Documental “The Century of the self” (2002), de Adam Curtis.
<https://link.curriculumnacional.cl/https://www.youtube.com/watch?v=DotBVZ26asl>