

La publicidad, a juicio: ¿nos informa o nos manipula?

Debate estructurado por equipos sobre si la publicidad nos ayuda a decidir o nos manipula, usando anuncios reales que el alumnado conoce y aplicando las técnicas publicitarias estudiadas en la unidad para defender cada postura.

DURACIÓN

55 min · 1 sesión

AGRUPACIÓN

dos equipos grandes + jurado, dentro del grupo clase

UNIDAD 3

Consumo inteligente y responsable

MATERIALES

- Pizarra dividida en dos columnas (a favor / en contra)
- Ficha con las técnicas publicitarias vistas en la unidad (repetición, testimonios de famosos, urgencia, regalo, comparación)
- Móvil o portátil para recordar uno o dos anuncios concretos (opcional)
- Cronómetro para los turnos

ENCAJE CURRICULAR · Saberes Consumo responsable, Derechos del consumidor, Publicidad, Sostenibilidad · **Comp. específicas** CE3 · **Comp. clave** CCL, CD, CC, CE

Planteamiento

A los 14 o 15 años veis cientos de anuncios al día entre el móvil, la tele y la calle, muchas veces sin daros cuenta. La unidad ha explicado cómo funciona la publicidad y qué técnicas usa para convenceros. Esta actividad pone esas técnicas a prueba en un debate: la mitad de la clase defenderá que la publicidad **nos informa y nos ayuda a elegir**, y la otra mitad que **nos manipula y nos hace gastar de más**. Como casi siempre, la verdad está en medio, y descubrirla es el objetivo.

No se trata de ganar gritando, sino de **argumentar con ejemplos reales** y de detectar las técnicas que el otro equipo cita. Aprender a debatir sobre publicidad es aprender a defenderse de ella.

Objetivos didácticos

- Reconocer las técnicas publicitarias más habituales en anuncios reales y nombrarlas correctamente.
- Construir argumentos a favor y en contra de una afirmación, con ejemplos concretos.
- Distinguir cuándo la publicidad aporta información útil y cuándo solo busca el impulso de compra.
- Escuchar al equipo contrario, identificar sus técnicas argumentativas y responder con respeto.

Pasos

- (5 min) Encuadre y reparto.** El profesor escribe la pregunta en la pizarra: *¿La publicidad nos informa o nos manipula?* La clase se divide en dos equipos. **Importante:** el equipo no elige su postura, se la asigna el profesor por sorteo, para que tengan que defender una posición aunque no sea la suya.
- (15 min) Preparación de argumentos.** Cada equipo prepara, con la ficha de técnicas delante:
 - **Tres argumentos** que apoyen su postura.
 - **Dos ejemplos de anuncios reales** que conozcan (una marca de ropa, una bebida, un videojuego, una app).

- **Una respuesta** preparada para el argumento más fuerte que esperan del rival.

3. (20 min) El debate. Turnos cronometrados, moderados por el profesor:

- Apertura de cada equipo (2 min).
- Ronda de réplicas (cada equipo responde al otro, 2 min).
- Turno libre de preguntas cruzadas (5 min).
- Conclusión de cada equipo (1,5 min). Mientras debaten, un pequeño **jurado** de 3 estudiantes anota qué técnicas publicitarias se han mencionado bien y qué argumentos han sido más sólidos (no quién ha hablado más alto).

4. (10 min) Veredicto y cierre. El jurado expone qué argumentos le han parecido más sólidos de cada lado. El profesor cierra recogiendo la idea clave: la publicidad **a la vez** informa (te dice que un producto existe) y empuja (te incita a comprarlo ya), y el consumidor inteligente sabe quedarse con lo primero sin caer en lo segundo. Cada estudiante escribe en su cuaderno **una técnica publicitaria que, a partir de hoy, va a vigilar más** en su día a día.

Para el profesorado

Asignar la postura por sorteo es lo que hace funcionar el debate: obliga a entender el punto de vista contrario y evita que todos digan lo obvio (“la publicidad es mala”). Vigila que los ejemplos sean reales y que no se descalifique a marcas o compañeros; el respeto en el turno de palabra es parte de la nota.

Evaluación

CRITERIO	DESCRIPCIÓN	PESO
Calidad de los argumentos	Argumentos claros y apoyados en ejemplos reales	30 %
Uso correcto de las técnicas	Nombra bien las técnicas publicitarias de la unidad	25 %
Escucha y réplica	Responde a lo que dice el rival, no a un guion fijo	25 %
Respeto en el turno	Mantiene el respeto y los tiempos durante el debate	20 %

Material abierto de profedeeconomia.es · Licencia Creative Commons BY-NC-SA · Currículo LOMLOE