

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 1: CONSCIENTIZACIÓN

Título de la actividad:	¿Qué anuncio publicitario eres?
Habilidad:	Identidad Personal
Medio:	Publicidad
Sección:	Secundaria
Tiempo:	15 minutos
Objetivo:	conoceré qué es la Publicidad basada en intereses
Habilidades:	Conocimiento de sí mismo, Discriminación de información, Toma de decisiones, Escucha Activa y Comunicación Oral.



Introducción

La forma en que se viven los procesos publicitarios ha evolucionado; los anunciantes siempre han buscado publicitarse en espacios y medios que frecuenten sus compradores o usuarios potenciales; hoy en día existe una forma más precisa para llegar a estos; es la denominada Publicidad Basada en intereses. La cual funciona de acuerdo con los sitios que se frecuentan en Internet, así como con las palabras buscadas por nosotros. Por ejemplo, si hago la búsqueda "Viajes a París", lo más seguro es que en los siguientes días tanto en mis redes sociales como en las páginas que visito, me aparezcan anuncios de agencias de viajes o de vuelos.

Material

- Una copia por equipo de la actividad ¿Qué anuncio publicitario eres? (alumno)
- Plumas

Descripción

1. Se les pide a los alumnos que respondan el test de intereses “¿Qué anuncio publicitario eres?”.
2. Los alumnos socializarán sus resultados con 2 compañeros.
3. Se pide aun alumno leer el concepto de “Publicidad basada en intereses”; mientras el resto del grupo sigue la lectura.
4. Se hace al grupo las siguientes preguntas para discutir las:

¿Se relaciona el concepto de “Publicidad basada en intereses” con el test que realizaron?
¿De que forma?

Reflexión

Cuando hacemos una búsqueda en Internet lo hacemos por curiosidad, porque lo necesitamos para cumplir una tarea o interés; sin embargo, frecuentemente cuando hacemos alguna visita a un sitio o red social también recibimos información proveniente de los anuncios publicitarios y estos están relacionados con el registro de las actividades que realizamos en línea. ¿Habías notado esto antes?

¿Qué anuncio publicitario eres?

Al hacer este test descubrirás algunos aspectos sobre ti y sobre tus gustos ¿Te atreves a conocer qué anuncio publicitario eres?

1. ¿Cuál de las siguientes situaciones describe una de tus tardes libres?

- a) Estoy buscando nuevas experiencias emocionantes.
- b) Estoy en una plaza comercial midiéndome ropa.
- c) Estoy viendo videos musicales.
- d) Estoy en el parque con mis amigos echando una "reta"

2. Se acerca tu cumpleaños ¿Qué te gustaría recibir de regalo?

- a) Un pase para entrar todo el año a un parque de diversiones.
- b) Una chamarra que combine con mi guardarropa.
- c) Un boleto para ir a ver a mi artista favorito.
- d) La playera oficial de mi equipo favorito.

3. ¿Cuál de las siguientes palabras te describe mejor?

- a) Valiente
- b) Fashion
- c) Amigable
- d) Ágil

4. La hermana de tu mejor amigo(a) está a punto de graduarse, no sabe qué regalarle, pues tiene poco dinero, así que le das alguna de las siguientes recomendaciones:

- a) Organizan en su casa una tarde de juegos.
- b) Con ayuda de parches, aguja y pintura rediseñan una playera
- c) Hacen un dibujo gigante de su artista favorito.
- d) Organizan un día de campo en un parque.

5. ¿Cuál de las siguientes frases llama más tu atención?

- a) Atrévete a vivirlo.
- b) Siempre a la moda.
- c) Siente la música.
- d) Campeones por siempre.

Respuestas:

Mayoría de A

Parque de diversiones:

Eres valiente y atrevido(a); te gustan las emociones extremas, por eso eres como el anuncio publicitario de un parque de diversiones. ¡No hay reto que te detenga!



Mayoría de B

Tienda de ropa:

Tienes mucho estilo, siempre estás a la moda y por eso eres como un anuncio publicitario de una tienda de ropa ¡Tú estilo es único!



Mayoría de C

Concierto:

Llevas la música por dentro, para ti no hay nada mejor que una buena canción para alegrar tu día; es por esto por lo que eres como un anuncio publicitario de un concierto. ¡La música es tu vida!



Mayoría de D

Evento deportivo:

Eres muy dinámico(a) y activo(a), prefieres pasar tus tardes estando en movimiento y practicando tu deporte favorito, es por esto que eres como un anuncio publicitario de un evento deportivo. ¡Ya eres un(a) ganador(a)!



IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 1: CONSCIENTIZACIÓN



Título de la actividad: ¿Qué anuncio publicitario eres?
Objetivo: Conoceré qué es la Publicidad basada en intereses

Instrucciones

Lee y responde el siguiente test:

¿Qué anuncio publicitario eres?

Al hacer este test, descubrirás algunos aspectos sobre ti y sobre tus gustos ¿Te atreves a conocer qué anuncio publicitario eres?

- 1. ¿Cuál de las siguientes situaciones describe una de tus tardes libres?**
 - a) Estoy buscando nuevas experiencias emocionantes.
 - b) Estoy en una plaza comercial midiéndome ropa
 - c) Estoy viendo videos musicales.
 - d) Estoy en el parque con mis amigos echando la "reta"
- 2. Se acerca tu cumpleaños ¿Qué te gustaría recibir de regalo?**
 - a) Un pase para entrar todo el año a un parque de diversiones.
 - b) Una chamarra que combine con mi guardarropa
 - c) Un boleto para ir a ver a mi artista favorito.
 - d) La playera oficial de mi equipo favorito.
- 3. ¿Cuál de las siguientes palabras te describe mejor?**
 - e) Valiente
 - f) Fashion
 - g) Amigable
 - h) Ágil
- 4. La hermana de tu mejor amigo(a) está a punto de graduarse, no sabe qué regalarle, pues tiene poco dinero, así que le das alguna de las siguientes recomendaciones:**
 - a) Organizan en su casa una tarde de juegos
 - b) Con ayuda de parches, aguja y pintura rediseñan una playera
 - c) Hacen un dibujo gigante de su artista favorito
 - d) Organizan un día de campo en un parque
- 5. ¿Cuál de las siguientes frases llama más tu atención?**
 - a) Atrévete a vivirlo.
 - b) Siempre a la moda.
 - c) Siente la música.
 - d) Campeones por siempre.

Respuestas:

Mayoría de A

Parque de diversiones:

Eres valiente y atrevido(a); te gustan las emociones extremas, por eso eres como el anuncio publicitario de un parque de diversiones. ¡No hay reto que te detenga!



Mayoría de B

Tienda de ropa:

Tienes mucho estilo, siempre estás a la moda y por eso eres como un anuncio publicitario de una tienda de ropa ¡Tú estilo es único!



Mayoría de C**Concierto:**

Llevas la música por dentro, para ti no hay nada mejor que una buena canción para alegrar tu día; es por esto por lo que eres como un anuncio publicitario de un concierto. ¡La música es tu vida!

**Mayoría de D****Evento deportivo:**

Eres muy dinámico(a) y activo(a), prefieres pasar tus tardes estando en movimiento y practicando tu deporte favorito, es por esto que eres como un anuncio publicitario de un evento deportivo. ¡Ya eres un(a) ganador(a)!



2. Comparte tus resultados con 2 de tus compañeros.

3. Lee con atención el siguiente recuadro:

¿Qué es la publicidad en Internet basada en intereses de Facebook y cómo puedo controlar si veo anuncios en Internet basados en intereses?

La publicidad en Internet basada en intereses significa que es posible decidir qué anuncios podrías ver en función de tu actividad en sitios web y en aplicaciones fuera de Facebook. Tu actividad en sitios web y aplicaciones fuera de Facebook, que usan los servicios y las tecnologías de Facebook, nos pueden ayudar a obtener información sobre los anuncios que te podrían interesar.

Recuperado de: https://www.facebook.com/help/164968693837950?helpref=q_content

Reflexión

Cuando hacemos una búsqueda en Internet lo hacemos por curiosidad, porque lo necesitamos para cumplir una tarea o interés; sin embargo, frecuentemente cuando hacemos alguna visita a un sitio o red social también recibimos información proveniente de los anuncios publicitarios y estos están relacionadas con el registro de las actividades que realizamos en línea.

¿Habías notado esto antes?

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 2: ANÁLISIS

Título de la actividad:	¿Qué anuncio publicitario eres?
Habilidad:	Identidad Personal
Medio:	Publicidad
Sección:	Secundaria
Tiempo:	20 minutos
Objetivo:	Analizaré cómo se relaciona la publicidad basada en intereses con los anuncios publicitarios que observo en internet.
Habilidades colaterales:	Discriminación de información Visual, Escucha Activa, Comunicación Visual y Toma de decisiones.



Introducción

La publicidad basada en intereses es una realidad a la que nos enfrentamos y que, en ocasiones es imperceptible, pues ya la hemos normalizado con el uso diario de las TIC, sin embargo, como en otros medios en los que la publicidad se hace presente, es necesario analizar qué tipo de información publicitaria se nos está presentando y como nos relacionamos con ésta.

Material

- Una copia por alumno de la actividad ¡Hagamos publicidad! (alumno)
- Lápices y colores

Descripción

1. De una breve introducción retomando el concepto de “Publicidad basada en intereses”
2. Cada alumno dibujará un anuncio publicitario que recuerde haber visto en internet o en alguna red social.
3. Los alumnos eligen una pareja o trio y muestran entre ellos sus anuncios.

4. Los alumnos entrevistan a sus compañeros haciendo las siguientes preguntas:
 - ¿Por qué elegiste ese anuncio?
 - ¿Qué te hace sentir el anuncio?
 - ¿Qué parte del anuncio tiene que ver contigo?
 - ¿Refleja tus gustos?
 - ¿Crees que el funcionamiento de la “Publicidad basada en intereses influyó en que tú visualizaras ese anuncio?
 - ¿Por qué lo crees?

5. Finalmente, los alumnos hacen el registro de respuestas en la hoja de la actividad.

Reflexión

Cuando observamos un anuncio publicitario por medio de Internet, es recomendable observar más allá de lo atractivo que es; es decir debemos pensar qué de nuestras acciones han influido en que nosotros estemos visualizando ese anuncio a través de las siguientes preguntas:

¿Hice una búsqueda relacionada con el anuncio? y ¿Qué me hace sentir ese anuncio publicitario?

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 2: ANÁLISIS



Título de la actividad:

¿Qué anuncio publicitario eres?

Objetivo:

Analizaré cómo se relaciona la publicidad basada en intereses con los anuncios publicitarios que observo en Internet.

Instrucciones

1. *Dibuja en el siguiente recuadro algún anuncio publicitario que recuerdes haber visto en Internet o en alguna red social.*



2. *Formen equipos y muéstrales el anuncio que dibujaste.*
3. *Realiza la siguiente entrevista o alguien de tu equipo y anota sus respuestas en las líneas:*

¿Por qué elegiste ese anuncio?

¿Qué te hace sentir el anuncio? ¿Qué parte del anuncio tiene que ver contigo?

¿Refleja tus gustos?

¿Crees que el funcionamiento de la "Publicidad basada en interes influyó en que tú visualizaras ese anuncio?

Si es así, ¿Por qué lo crees?

Reflexión

*Cuando observamos un anuncio publicitario por medio de Internet es recomendable observar más allá de lo atractivo que es; es decir, debemos pensar qué de nuestras acciones han influido en que nosotros estemos visualizando ese anuncio a través de las siguientes preguntas:
¿Hice una búsqueda relacionada con el anuncio? y ¿Qué me hace sentir ese anuncio publicitario?*

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 3: REFLEXIÓN

Título de la actividad:	¿Qué anuncio publicitario eres?
Habilidad:	Identidad personal
Medio:	Publicidad
Sección:	Secundaria
Tiempo:	15 minutos
Objetivo:	Reflexionaré acerca del funcionamiento de la publicidad basada en intereses y de la publicidad de segmentación.
Habilidades colaterales:	Discriminación de la información, Comunicación Oral y Reflexión.



Introducción

Los anunciantes que utilizan como medio internet y redes sociales pueden llegar a sus potenciales compradores o usuarios a través de dos filtros; en primero de ellos es la publicidad basada en intereses y está relacionada con las búsquedas que hacemos en internet, mientras que la publicidad de segmentación por ubicación está relacionada con la zona y/o ciudad en donde se hacen las búsquedas.

Material

- Una hoja por alumno de la Actividad La publicidad ¿Refleja mis intereses? (alumnos)
- Plumasy lápices

Descripción

- *Hacer una breve introducción acerca de la publicidad basada en intereses y la publicidad de segmentación por ubicación.*
- *Los alumnos leerán el texto La publicidad personalizada y la publicidad de segmentación por ubicación.*
- *En grupo se socializan las respuestas a las siguientes preguntas:
¿Qué opinión tengo acerca de la “Publicidad basada en intereses”
¿Es buena o mala?
¿Por qué lo creo?
¿De qué forma influye en mi día a día?
¿Qué piensa acerca de la “Publicidad de segmentación por ubicación”
¿Había notado que eso pasaba?*

Reflexión

La publicidad por sí misma, tiene la intención de vender un producto, servicio y/o idea. Sin embargo, el determinar si eso que se nos ofrece es bueno o malo para nosotros, depende de qué seamos conscientes y sepamos cómo funciona, cómo es que llega hasta nosotros, cuál es el mensaje que nos quiere transmitir y si realmente va de acuerdo con mis valores y con mis necesidades reales.

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 3: RELEXIÓN



Título de la actividad: ¿Qué anuncio publicitario eres?
Objetivo: Reflexionaré acerca del funcionamiento de la publicidad basada en intereses y de la publicidad de segmentación por ubicación.

Instrucciones

1. Lee el siguiente recuadro con información de la publicidad basada en intereses y de la publicidad de segmentación por ubicación:

La publicidad personalizada y la publicidad de segmentación por ubicación.

Los anunciantes utilizan la segmentación por ubicación para publicar anuncios en sitios web y en páginas web específicos de la red de AdSense. Los anuncios segmentados por ubicación se muestran a los usuarios cuando visitan unos sitios web determinados, estén o no relacionados con sus intereses o datos demográficos.

Sin embargo, la publicidad personalizada (antes conocida como publicidad basada en intereses), permite mostrar anuncios a los usuarios en función de su cuenta de Google, de los sitios web en los que han estado o de los intereses y datos demográficos asociados a ellos. Por ejemplo, un anunciante que venda balones de fútbol puede llegar a los consumidores mediante ambos tipos de publicidad: podría utilizar la publicidad segmentada por ubicación para mostrar anuncios en sitios web relacionados con el fútbol y utilizar la publicidad personalizada para mostrar anuncios a los usuarios que pertenezcan a la categoría de interés de amantes de deporte y que estén navegando por sitios web que no estén relacionados con el fútbol.

Recuperado de: <https://support.google.com/adsense/answer/140381?hl=es>



2. En grupos de 4 a 5 personas comportan de forma respetuosa las respuestas a las siguientes preguntas

¿Qué opinión tengo acerca de la "Publicidad basada en intereses"?

¿Es buenas o mala?

¿Por qué lo creo?

¿De qué forma influye en mi día a día?

¿Qué piensa acerca de la "Publicidad de segmentación por ubicación"?

¿Había notado que eso pasaba?

3. ¿Como podrias aplicar el pensamiento crítico para mejorar tu toma de decisiones y no dejarte llevar por lo que la publicidad te ofrece?

4. Compartan sus acuerdos y diferencias a las preguntas con el resto de los equipos.

5. Escribe tus conclusiones en este espacio.

Reflexión

La publicidad por sí misma, tiene la intención de vender un producto, servicio y/o idea. Sin embargo, el determinar si eso que se nos ofrece es bueno o malo para nosotros, depende de qué seamos conscientes y sepamos cómo funciona, cómo es que llega hasta nosotros, cuál es el mensaje que nos quiere transmitir y si realmente va de acuerdo con mis valores y con mis necesidades reales.

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 4: ACCIÓN

Título de la actividad:	¿Qué anuncio publicitario eres?
Habilidad:	Identidad Personal
Medio:	Publicidad
Sección:	Secundaria
Tiempo:	25 minutos
Objetivo:	Crearé un storyboard de un comercial que explique como funciona la “Publicidad basada en intereses” y así concientizar a mis compañeros de las consecuencias que tienen sus búsquedas dentro de la red.
Habilidades colaterales:	Visual, Toma de decisiones, Uso del Lenguaje Visual, Trabajo colaborativo y Comunicación asertiva.



Introducción

El storyboard se utiliza en el medio de la publicidad para planear cada escena que se va a filmar de un comercial; es así como podemos utilizar este recurso para hacer comerciales con contenidos que aporten algo positivo, en este caso, el retomar como es que funciona la publicidad basada en intereses, concretará la reflexión y el análisis que se ha hecho en clase al respecto, al tiempo que informará a otros sobre este tema.

Material

- Una copia por equipo de la actividad El storyboard (alumno)
- Lápices y colores

Descripción

1. Hacer una breve recuperación de lo que se sabe en el grupo acerca de la publicación basada en intereses.
2. Repartir a cada equipo una hoja de la actividad El storyboard.
3. Explicar que es el storyboard.
4. Pedir a los alumnos que elaboren un storyboard de un comercial que explique como funciona la "Publicidad basada en intereses" con la finalidad de concientizar a sus compañeros de las consecuencias que tienen sus búsquedas dentro de la red.
5. Se intercambian los storyboards y se hacen recomendaciones a otro equipo a través de una tabla.
6. Devuelven la tabla al otro equipo y el storyboard al otro equipo.
7. Cada equipo revisa las recomendaciones que los integrantes del otro equipo les hicieron por medio de la tabla y hace los cambios que creen puedan mejorar sus storyboards.

Reflexión

La publicidad es parte de nuestras vidas, la vemos por todos lados y sobre todo ha tomado un papel importante tanto en internet como en las redes sociales, por lo que si hemos comprendido como funciona la publicidad basada en intereses podemos hacer una observación consciente de la publicidad en la red, pero por otro lado también podemos ayudar a que otras personas conozcan esta información ¿Crees que es importante que otros sepan el funcionamiento de la publicidad basada en intereses?

IDENTIDAD PERSONAL ACTIVIDAD 4: ACCIÓN



Título de la actividad:	El storyboard
Objetivo:	Crearé un storyboard de un comercial que explique como funciona "Publicidad basada en intereses" y así concientizar a mis compañeros de las consecuencias que tienen sus búsquedas dentro de la red.

Instrucciones

1. Lee la siguiente información acerca del storyboard.

¿Qué es un Storyboard?

Es un conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una animación o planificar la estructura de una película.

Un storyboard es básicamente una serie de viñetas que se ordenan conforme a una narración previa. Se utiliza como planificación gráfica, como documento organizador de las secuencias, escenas y por lo tanto de esa forma, visualizamos el tipo de encuadre y ángulo de visión que se va a utilizar.

Universidad de Granada.

Recuperado de: <http://www.ugr.es/ahorno/STA.pdf>



2. *En equipos de 3 a 4 personas elaboren en los siguientes recuadros un storyboard que explique cómo funciona “Publicidad basada en intereses” y ayude a que tus compañeros reflexionen acerca de las consecuencias que tienen sus búsquedas en internet y cómo pueden tomar sus propias decisiones sin dejarse llevar por lo que la publicidad propone.*

3. Intercambia tu storyboard con otro equipo y pídeles que llenen la siguiente tabla:

Elementos	¿Te hacen reflexionar acerca de las consecuencias que tienen tus búsquedas en Internet?		Ideas para mejorarlo
Imágenes	SI	NO	
Texto	SI	NO	

4. Devuelve la tabla al otro equipo.

5. Con tu equipo revisa las recomendaciones que los integrantes del otro equipo les hicieron por medio de la tabla y hagan los cambios para mejorar sus storyboards.

Reflexión

La publicidad es parte de nuestras vidas, la vemos por todos lados y sobre todo ha tomado un papel importante tanto en internet como en las redes sociales, por lo que si hemos comprendido cómo funciona la publicidad basada en intereses podemos hacer una observación consciente de la publicidad en la red, pero por otro lado también podemos ayudar a que otras personas conozcan esta información ¿Crees que es importante que otros sepan el funcionamiento de la publicidad basada en intereses?