

MIGUEL TRILLO

Unidad didáctica. Secundaria



¿Estás de moda?

Podemos iniciar el debate propuesto observando las fotografías de Trillo y continuar debatiendo sobre la elección que cada individuo realiza de su propia vestimenta.

Sería interesante proponerles que se reconozcan en el modo de vestir de personajes famosos o modelos publicitarios; aportándoles así estrategias para indagar sobre las propias elecciones, de manera que el alumnado pueda acabar reconociendo la procedencia de las influencias que recibe y los discursos que se insertan en ellas.

El análisis de las campañas publicitarias, principalmente las dirigidas a jóvenes, aportará el descubrimiento de la presión que ejercen sobre el comportamiento cotidiano. Es importante hacer ver que el respeto hacia la diferencia y la formación de la propia personalidad deben ir al unísono para conseguir una sociedad libre.

OBJETIVOS

Desarrollar la capacidad crítica con respecto a las modas difundidas por la publicidad y los medios de comunicación.

Apreciar los valores culturales y estéticos, identificando, interpretando y valorando sus contenidos; entenderlos como parte de la diversidad cultural, contribuyendo a su respeto, conservación y mejora.

ACTIVIDADES

Recopilar fotos de revistas de personajes que consideren que visten bien y explicar porqué. Analizar la personalidad que reflejan: duros o tiernos, generosos o altivos, agresivos o cariñosos, seductores o pasotas, etc. Y tratar de averiguar el porqué de esta imagen en base al producto o estilo que venden y el público al que se dirigen.

Después le podemos proponer al alumnado un juego que sirva de indagación de los comportamientos con respecto a las modas:

Por grupos, imaginarán un modo diferente al habitual en el vestir (la manera de colocarse un pañuelo, un tipo especial de bolsa o mochila, llevar el jersey o la gorra al revés, etc). Diseñar una estrategia publicitaria con la intención de introducirlo en el centro educativo con diversos métodos: trucar fotografías de algún personaje famoso con esa prenda, hacer carteles para difundirla, etc. Deben reflexionar y comentar a qué tipo de público iría dirigida la campaña y su parecido o no con campañas publicitarias reales.

EVALUACIÓN

Para evaluar, analizaremos si se han desarrollado las siguientes capacidades:

Valorar los distintos hábitos personales como reflejo de distintas personalidades, entornos familiares y formas de pensar.

Reconocer los motivos de las diferencias culturales y sociales y aceptarlas con tolerancia.

Conocer algunos mecanismos de difusión de comportamientos a través de la publicidad con el objeto de saber ser críticos a la hora de adoptarlos.

DEBATE

Describo:

- ¿En qué momento han sido fotografiados? ¿qué crees que están haciendo o se disponen a hacer? ¿se han arreglado especialmente para ello?
- ¿Por qué miran a la cámara? ¿Están orgullosos de ser fotografiados? ¿Se han puesto de acuerdo para vestirse así?

- En la camiseta de una de las chicas de negro se puede leer en inglés: "no me sigas porque yo también estoy perdida", ¿no crees que es muy joven para decir eso?

Relaciono:

- Cuando te vistes ¿por qué eliges una u otra ropa? ¿te vistes para alguien? ¿Crees que tu estado de ánimo influye en tu modo de vestir?
- Cuando vas a una tienda ¿por qué eliges esa tienda? ¿cómo te ves a ti mismo cuando eliges la ropa? ¿con quién te comparas?

Reflexiono:

- ¿Piensas que han inventado ellos ese modo de vestir o que imitan a alguien?
- ¿Quién inventa las modas? ¿Podrías tú crear una moda?