

TÍTULO

Capublicita Roja

AUTOR

Alain Serres

TEMAS

Educación para el consumo. Imaginación y creatividad

COMPETENCIAS

Conciencia y expresiones culturales. Aprender a aprender

RELACIÓN CON OTRAS ÁREAS

Educación Artística (Plástica)

Nº DE PÁGINAS: 48

Unos minutos de publicidad y enseguida volvemos



POR QUÉ LEER ESTE LIBRO

Porque teniendo como base el cuento *Caperucita Roja*, este libro propone una reflexión irónica y muy divertida sobre la influencia de la publicidad en nuestra vida y nuestras mentes. Además, las ilustraciones y los textos de la publicidad son muy atractivos.

RESUMEN DEL ARGUMENTO

¿Por qué todo está lleno de publicidad –las películas, los dibujos animados, los periódicos, los portales de internet, etc.–, excepto los libros? Partiendo de este planteamiento, se narra el tradicional cuento de *Caperucita Roja* intercalando anuncios publicitarios de objetos relacionados con la narración, como, por ejemplo, los pastelitos o la leche que lleva Caperucita, las medicinas o la ropa interior para la abuelita.

PARA QUIÉN ES ESTE LIBRO

Muy apropiado para todos los niños que conozcan el cuento de *Caperucita*, para que sean capaces de interrumpir la narración con los anuncios publicitarios y captar la crítica a la publicidad que transmite el libro.

PROPUESTA DE ACTIVIDADES

INDIVIDUAL

Con el fin de analizar el cuento, pide a tus alumnos que primero resuman en su cuaderno la [historia de Caperucita Roja](#) en cinco oraciones. Después, con toda la clase, pregunta si alguno conoce otro final para el cuento y, tras escucharlos, explícales que estas diferencias se deben a que es una narración oral. Analiza con ellos el objetivo didáctico del cuento. ¿Qué es lo que hace mal Caperucita? ¿Qué consecuencias tiene? ¿Qué enseña este cuento a los niños? Por último, si te parece adecuado, comenta con los niños el papel de la madre en el cuento (y relaciónalo con el papel que desempeñan a menudo las mujeres en el cuento tradicional): ¿qué te parece que una madre mande a su niña a atravesar un bosque lleno de lobos?

GRUPO

Lee en voz alta dos o tres anuncios del libro y pídeles que encuentren en esos anuncios algo que demuestre que la [publicidad puede ser engañosa](#) (pág. 15: *Todos sus pagos le serán reembolsados la segunda vez que se muera*). A continuación, animales a que busquen en el libro otros ejemplos en los que se vea que puede haber algo de mentira en el anuncio o que está ocultando la verdad, y comentadlos todos juntos.

EDUCACIÓN ARTÍSTICA (PLÁSTICA)

Organiza la clase en grupos o parejas para [diseñar un anuncio publicitario](#) de algo que se encuentre habitualmente en el colegio (una goma, una pizarra, una canasta, el aula de informática, el festival de fin de curso...). Primero tendrán que pensar bien el texto: qué van a publicar y qué aspectos positivos van a destacar, cómo se llamará el producto, cuál será su eslogan. Después realizarán varios bocetos del dibujo que acompañará al texto. Por último, expón los anuncios en el aula o en el centro.



TALLER DE ESCRITURA

Comentad todos juntos cómo en el cuento de *Caperucita Roja* se anuncian objetos relacionados con la propia narración: seguros de vida para los leñadores, ropa para la abuelita, comida...

Propón a tus alumnos que enumeren [cinco objetos que se podrían anunciar en un cuento o una película](#) que les guste (ej.: *Peter Pan: polvo mágico para volar, un viaje a la isla de Nunca Jamás, camisones y pijamas, garfios y relojes que nunca se paran, como el que se traga el cocodrilo*).