**La Campaña de Marketing: NO**

El plebiscito de Chile en el año 1988 fue un momento histórico en todo el mundo. La campaña contra Pinochet arriesgó todo para parar con la dictadura. Vimos como la compaña de NO usó tácticas creativas de marketing y publicidad para vender su mensaje a un público que vivía en miedo de su gobierno. Lograron animar un cambio en el país.

Tú y tu grupo van a buscar una actualidad pasando en el mundo hispano hoy en día. Van a investigar sobre el invento y presentar el dilema que presenta esta actualidad a su país. Deben mostrar las consecuencias a la población de defenderse frente a la injusticia de la actualidad que quieren presentar. Tendrán que averiguar conmigo la actualidad que quieren presentar para no repetir el mismo tema de otro grupo.

* Trabajarán en grupos de 3- 4
* Presentarán datos sobre la actualidad/problemas/ consecuencias/ ¿por qué la gente tiene miedo?
* Video de 45 segundos a un minuto y medio.
* Mostrarán la información más importante del artículo “Tres hitos que marcan la caída de Pinochet.” (el miedo es el adversario más grande, etc.)

**Rúbrica:**

\_\_\_\_\_\_/ **4** Lengua correcta, gramática variada, y apropiada

\_\_\_\_\_\_/ **4** Una actualidad que presenta un problema semejante a lo que vimos en la película

\_\_\_\_\_\_/ **4** Una buena explicación de la actualidad

\_\_\_\_\_\_/ **10** Anuncio es creativo y original. Captura la atención y es **persuasivo**

\_\_\_\_\_\_/ **4** Hay evidencia que el grupo ha leído/comprendido el artículo

\_\_\_\_\_\_\_/ **22** (Evaluaciones Mayores)

(No es necesario entregar nada escrito, La nota se basará en la capacidad del grupo presentar la actualidad y persuasivo)