**CURSO DE REFORZAMIENTO**

**ÁREA “LENGUAJE Y COMUNICACIÓN”**

**TEMA: Anuncio publicitario**

1. **Instrumentación didáctica:**

* Tiempo estimado de estudio: 300 minutos
* Distribución del trabajo:

Trabajo presencial: 6 sesiones de 50 minutos

Trabajo independiente: 80 minutos

1. **Objetivo:**

Analizar —mediante la comprensión lectora de textos icónico-verbales—la intención comunicativa de los mensajes en anuncios comerciales y propagandísticos.

**Secuencias didácticas**

**Sesión 1**

**Encuadre**

Tiempo destinado: 10 minutos

Se presentan los contenidos temáticos, las implicaciones económicas y sociales de los anuncios, las normas de convivencia y los criterios de evaluación.

1. **Estrategia de activación de conocimientos previos**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Comparación

**Objetivo:** Diferenciar entre los anuncios publicitarios y los carteles

**Materiales**: Anuncios publicitarios y carteles

**Desarrollo**:El facilitador entregará a cada estudiante una hoja que contiene carteles y anuncios publicitarios (Anexo 1). Les pedirá que encierren en un círculo las imágenes que representan los anuncios publicitarios. Justificarán los resultados en grupo, con moderación del facilitador.

1. **Estrategia de procesamiento de información**

Tiempo destinado: 30 minutos

**Técnica:** Expositiva-participativa

**Objetivo:** Identificar las características del anuncio y el cartel

**Materiales:** Ninguno

**Desarrollo:** En grupo, se leerá en voz alta la información del CE-V1 (pp. 40-43), se resolverá el crucigrama (p.44). Para reforzar los saberes, se leerán los anuncios en la página 45. Al final, se compartirán los aprendizajes.

1. **Estrategia de autoevaluación**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Completar frases

**Objetivo:** Verificar los aprendizajes

**Materiales:** Frases

**Desarrollo:** El facilitador dictará las siguientes frases y pedirá que las complementen. Al azar, tres o cuatro estudiantes compartirán sus resultados.

1. Hoy aprendí…
2. Podría explicar a mis compañeros…
3. Me gustaría que me explicaran…
4. Usaré mis aprendizajes cuando…

**Trabajo independiente**

Por su cuenta, los estudiantes analizarán el video “Anuncios”. Después investigarán en tres fuentes de información las características de los anuncios. Con esta información, llenarán un cuadro comparativo (Anexo 2), que podrá ser a mano o impreso. Se evaluará que el cuadro esté completo y que se entregue puntualmente, en una escala del 0 al 10. Se expondrán los resultados en grupo.

**Sesión 2**

1. **Estrategia de activación de conocimientos previos**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Lluvia de ideas con tarjetas

**Objetivo:** Identificar los conocimientos adquiridos

**Materiales**. Hojas blancas, recortadas en 4 partes

**Desarrollo:** El facilitador entregará a cada estudiante dos papeletas y les pedirá que anoten algún dato sobre el anuncio publicitario y el propagandístico (un dato por papeleta). Después, expondrán lo que escribieron y colocarán la papeleta en el lugar del pizarrón que corresponda a los tipos de anuncio. El facilitador mencionará una conclusión.

1. **Estrategia de procesamiento de información**

Tiempo destinado: 35 minutos

**Técnica:** Expositiva-participativa

**Objetivo:** Identificar el propósito de los textos publicitarios

**Materiales:** Ninguno

**Desarrollo:** El facilitador explicará la definición, el propósito y el público a quiénes se dirige el texto publicitario. Mientras expone, los estudiantes tomarán nota en un cuadro de triple entrada (Anexo 3). En la primera columna, anotarán ideas principales; en la columna dos, las explicarán con sus palabras, y en la tercera, mencionarán un ejemplo. El facilitador hará pausas en la exposición para preguntar las ideas, la explicación y los ejemplos que han anotado.

1. **Estrategia de heteroevaluación**

Tiempo destinado: 5 minutos

**Técnica:** Tres verdades, una mentira

**Objetivo:** Verificar los aprendizajes

**Materiales:** Frases de verdades y mentiras

**Desarrollo:** El facilitador pedirá a los estudiantes que presten atención, pues leerán cuatro frases (Anexo 4). Cuando descubran que una de ellas es una mentira, se pondrán de pie. Deberán justificar su elección.

**Trabajo independiente**

Por su cuenta, los estudiantes verán el video “El texto icónico-verbal” y tomarán nota de las ideas principales. Después, imprimirán dos ejemplos de este tipo de texto y los llevarán a la escuela. Se evaluará la redacción de las ideas principales y que los textos cumplan con los requisitos solicitados.

**Sesión 3**

1. **Estrategia de sensibilización**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Expresión facial

**Objetivo:** Interpretar imágenes

**Materiales:** Rostros con diferentes expresiones (Anexo 5)

**Desarrollo:** El facilitador colocará los rostros en el pizarrón y pedirá que los estudiantes identifiquen la expresión de cada personaje. Justificarán su elección. Discutirán por qué una expresión puede tener diferentes significados.

1. **Estrategia de discusión**

Tiempo destinado: 25 minutos

**Técnica:** Expositiva-participativa

**Objetivo:** Analizar lo elementos del lenguaje verbal y no verbal de los anuncios publicitarios

**Materiales:** Presentación

**Desarrollo:** El facilitador explicará los elementos del lenguaje verbal y no verbal en los anuncios publicitarios. Mientras expone, colocará algunos ejemplos para que los estudiantes visualicen y analicen la información. Para ello, preguntará: ¿Qué ven en la imagen?, ¿qué representa?, ¿por qué lo piensan?, ¿cuál es la importancia del lenguaje verbal?, ¿qué dice la frase?, ¿los convence de comprar el producto?, ¿qué frase sería más convincente?

1. **Estrategia de ejercitación**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Lectura de comprensión

**Objetivo:** Reconocer la relación entre el lenguaje icónico y el verbal

**Materiales:** Textos solicitados en la tarea independiente

**Desarrollo:** Los estudiantes presentarán el anuncio impreso, para analizar la relación entre el texto y la imagen. En clase, se formarán equipos de 4 integrantes de forma aleatoria. Deberán compartir los anuncios y responder las preguntas: ¿Por qué es un anuncio?, ¿la imagen y el texto causan una reacción?, ¿qué le pondrían o qué le quitarían para que fuera más atractivo?, ¿qué tipos de figuras retóricas observan? Se expondrán los resultados en grupo. Para que todos los estudiantes participen, se recomienda la técnica “Micrófono abierto” que consiste en simular un micrófono con el borrador u otro objeto. Quien lo tenga deberá hablar.

1. **Estrategia de heteroevaluación**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Una sola palabra

**Objetivo:** Identificar los conocimientos adquiridos

**Materiales:** Ninguno

**Desarrollo:** El facilitador pedirá que respondan las siguientes preguntas con una sola palabra.

1. ¿Qué tipo de anuncio es?

2. ¿Qué quiere lograr?

3. ¿Cómo se relaciona la imagen con la frase?

4. ¿Crees qué lo que promueve es real o ficticio?

5. ¿Qué valores o contravalores están presentes?

6. ¿Cómo te afecta en tu vida cotidiana?

**Trabajo independiente**

Por su cuenta, los estudiantes copiarán el cuadro de CE-V1 (p. 46) en una hoja blanca y lo completarán. Para ello, deberán investigar y analizar dos anuncios publicitarios y dos propagandísticos. Se evaluará que el cuadro cumpla con la información correcta y la entrega puntual, en una escala del 0 al 10.

**Sesión 4**

1. **Estrategia de activación de conocimientos previos**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Revisión de tarea

**Objetivo:** Identificar los aprendizajes adquiridos

**Materiales:** Tarea

**Desarrollo:** El facilitador hará preguntas sobre el análisis de los anuncios. Al azar, sacará de una bolsa papeletas con los nombres de los estudiantes, quienes deberán contestar las preguntas.

1. **Estrategia de discusión**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Comprensión crítica de los textos

**Objetivo:** Compartir ideas de forma verbal y crítica

**Materiales:** Anuncios en formato digital

**Desarrollo:** El facilitador proyectará algunos anuncios comerciales y propagandísticos audiovisuales, que se deberán analizar en grupo (en caso de no contar con el recurso digital, pueden ser impresos). Para el análisis, se recomienda seguir el formato de la actividad anterior (Anexo 6). Pregunta: ¿Qué pasaría si todo los que venden tuviera el efecto que promueve? Entonces, ¿la publicidad es engañosa?, ¿cuáles son los productos que más consumen?, ¿realmente son necesarios para vivir? Es importante promover la participación aleatoria.

1. **Estrategia de heteroevaluación**

Tiempo destinado: 20 minutos

**Objetivo:** Evaluar los aprendizajes adquiridos

**Material:** Ninguno

**Desarrollo:** Los estudiantes resolverán la actividad 7 del CE-V1 (p. 47). Para ello, responderán por su cuenta el cuestionario y luego compartirán los resultados en parejas. Finalmente, expondrán los resultados en una mesa redonda. Para crear un ambiente académico, se les indicará que en una mesa redonda están los expertos, los investigadores y los científicos. Ése será el orden de participación. Se evaluará la participación clara, coherente y respetuosa, con una escala del 0 al 10.

**Trabajo independiente**

Por su cuenta, los estudiantes investigarán en línea o en sus entornos cuáles son los problemas de su comunidad. Diseñarán un anuncio para prevenir el problema en media cartulina. Se evaluará que ésta contenga los elementos del diseño de los anuncios, la promoción de una solución, la relación entre texto e imagen, el uso de figuras retóricas y que se entregue puntualmente.

**Sesión 5**

1. **Estrategia de activación de conocimientos previos**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Galería de anuncios

**Objetivo:** Identificar los conocimientos adquiridos

**Materiales:** Anuncio hecho en casa

**Desarrollo:** El facilitador preguntará a los alumnos qué aprendieron al hacer el anuncio. Luego pedirá que lo peguen en el muro y lo expliquen a sus compañeros.

1. **Estrategia de activación y concentración**

Tiempo destinado: 10 minutos

**Técnica:** Rosa de los vientos

**Objetivo:** Atraer la atención

**Materiales:** Ninguno

**Desarrollo:** El facilitador formará cuatro filas. Indicará: al escuchar “Norte”, darán un paso hacia delante; “Sur”, hacia atrás; “Este”, a la derecha; “Oeste”, a la izquierda. Después de seguir la secuencia de forma correcta, el facilitador hará los movimientos de forma contraria para fomentar que el alumnado se concentre.

1. **Estrategia de aplicación**

Tiempo destinado: 35 minutos

**Objetivo:** Diseñar un anuncio comercial televisivo

**Materiales:** Cartulina, colores

**Desarrollo:** El facilitador formará equipos mediante la técnica “Sinónimos”, que consiste en repartir papeletas con palabras a los estudiantes. Ellos deberán buscara a quienes tengan su sinónimo (Anexo 7) para formar sus parejas. Reunidos, diseñarán un anuncio comercial para la televisión, por lo que deberán pensar en un producto y presentarlo de forma atractiva. En una escala de 0 a 10, se evaluará que contenga los elementos de un anuncio —como eslogan y jingle, la descripción del producto— y la organización del trabajo.

1. **Estrategia de coevaluación**

Tiempo destinado: 5 minutos

**Objetivo:** Evaluar el trabajo de los equipos

**Materiales:** Rúbrica

**Desarrollo:** El facilitador solicitará a diferentes equipos que evalúen el trabajo de los demás equipos, a partir de una rúbrica propuesta. Cada equipo recibirá retroalimentación.

**Sesión 6**

1. **Estrategia de heteroevaluación**

Tiempo destinado: 35 minutos

**Objetivo:** Evaluar la comprensión lectora de los textos icónico-verbales

**Materiales:** Cuaderno del estudiante, Volumen 1

**Desarrollo:** Los estudiantes resolverán cuestionario del CE-V1 (p. 48) en silencio, para después compartir las respuestas en grupo. El facilitador explicará por qué las demás respuestas son incorrectas.

1. **Estrategia de autoevaluación**

Tiempo destinado: 15 minutos

**Objetivo:** Reflexionar sobre los aprendizajes adquiridos

**Materiales:** Cuaderno del estudiante, Volumen 1

**Desarrollo:** Se pedirá a los estudiantes evaluar sus aprendizajes y contestar la lista de cotejo del CE-V1 (p.49). Después, se pedirá que expongan sus resultados y que mencionen algunas acciones para mejorar sus procesos de aprendizaje.

**Anexos**

**1. Hoja con anuncios publicitarios y propagandísticos**

****

**Anexo 2**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Nombre | | | Grupo | Fecha |
| Anuncio | Definición | Intención comunicativa | Características | Ejemplo |
| Publicitario |  |  |  |  |
| Propagandístico |  |  |  |  |
| Referencias documentales  1.  2.  3. | | | | |

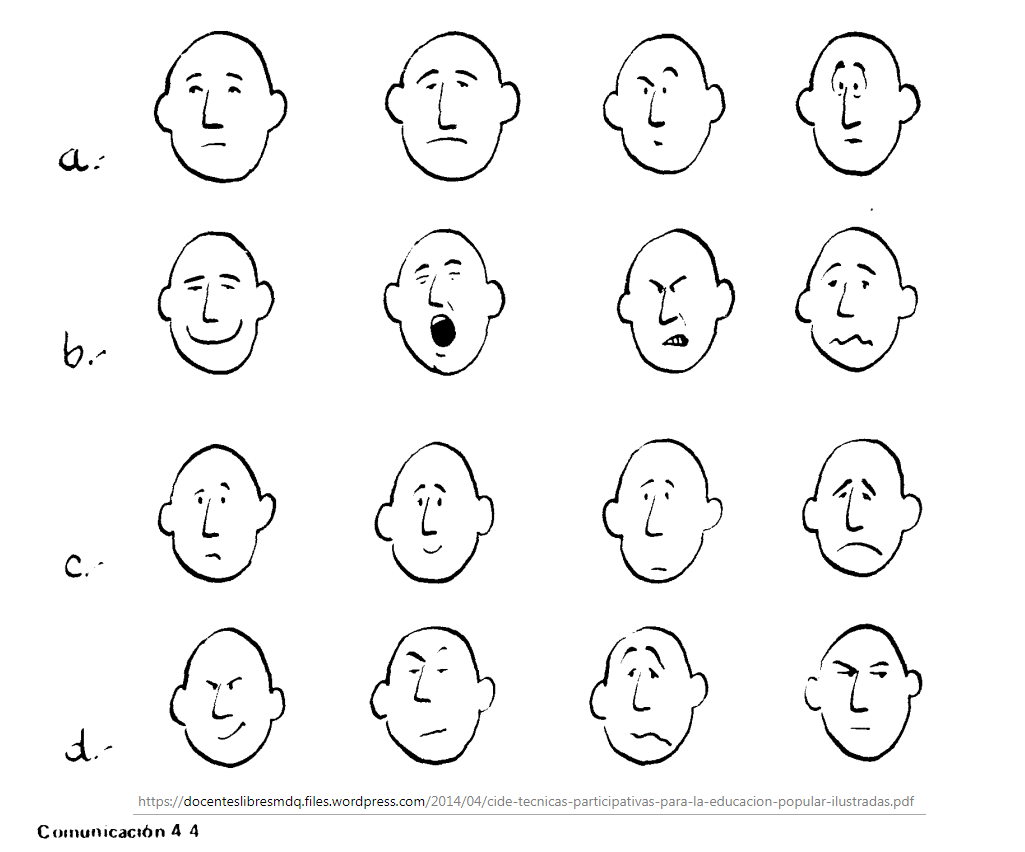
**2. Cuadro de Triple Entrada**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Idea principal | Explicación | Ejemplo |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

**4. Tres verdades, una mentira**

|  |
| --- |
| 1. Los anuncios publicitarios intentan convencernos de comprar un producto. |
| 2. Los anuncios publicitarios se dirigen a todo tipo de público. |
| 3. Los anuncios publicitarios nos hablan de los beneficios y los daños que provoca consumir el producto. [Mentira] |
| 4. Los anuncios usan imágenes, colores, personajes y palabras para describir el producto. |

**5. Expresión Facial**

****

**6. Formato para analizar anuncios publicitarios**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nombre del estudiante:  Fecha de entrega: | | | |
| Producto anunciado | **Frase principal** | **Propósito** | **¿Qué elementos usan para persuadir?** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**7. “Sinónimos” para formar equipos**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Trabajar | Aplicarse | Laborar | Esforzarse | Ocuparse |
| Estudiar | Analizar | Investigar | Observar | Examinar |
| Leer | Descifrar | Ojear | Deletrear | Hojear |
| Ameno | Entretenido | Atractivo | Ingenioso | Placentero |
| Amistad | Afecto | Cariño | Aprecio | Estimación |
| Proyecto | Plan | Intención | Propósito | Aspiración |
| Meta | Fin | Término | Límite | Desenlace |
| Chistoso | Ingenioso | Ocurrente | Gracioso | Divertido |