

APOYO DOCENTE

TÍTULO ODA: Afiches Publicitarios.
SUBSECTOR: Lenguaje y Comunicación.
NIVEL: NB3 5to básico.
UNIDAD: Textos Publicitarios.

Relación con el currículum

Aprendizajes esperados

- Identifican los recursos gráficos utilizados en los avisos publicitarios.
- Reconocen la importancia y finalidad de la estructura de un afiche publicitario.

Contenidos asociados

- Coherencia y cohesión dentro de un texto.
- Organización de la información.

Mapa de progreso TIC estudiante

Utiliza diversos programas como procesador de texto, planillas de cálculo y plantillas de presentación, para escribir, editar y ordenar información.

Competencias TIC docentes

Dimensión Pedagógica

- Utiliza las TIC en la planificación del proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Incorpora el uso de las TIC en la ejecución del proceso de enseñanza y aprendizaje de acuerdo a las características de los alumnos, las escuelas y la comunidad.

Dimensión Técnica

- Conoce y utiliza el aula virtual para fortalecer el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Conoce y utiliza herramientas de autoría de contenido virtual para utilizarlas con sus alumnos.

- Utiliza las herramientas tecnológicas que maximizan el aprendizaje de sus estudiantes para facilitar destrezas de pensamiento de orden superior.

Dimensión Desarrollo Profesional

- Profundiza y actualiza sus conocimientos personales y profesionales utilizando las TIC.
- Desarrolla un sentido de confianza en sí mismo debido a su integración en la Sociedad del Conocimiento.

Orientaciones pedagógicas

Sugerencias de uso

Trabajo en el laboratorio

- Pida a los alumnos que todos tengan la pantalla de inicio del ODA en los computadores.
- Introduzca la actividad leyendo en la pantalla inicial lo que aprenderán. Se recomienda introducir el ODA con esta pregunta y establecer entre alumnos y alumnas la comunicación oral: *¿Conocen las partes de un afiche publicitario? ¿Cuáles son?*
- En la actividad 1 se presentan tres opciones de afiches, de los que solo uno cuenta con todas sus partes correctas. Recuerde a sus alumnos que, aunque en la realidad muchos avisos no incluyen todas las partes desarrolladas, este es un ejemplo de un afiche publicitario completo.
- Pida a sus alumnos que lean atentamente cada afiche y escojan el que cumpla con las características comentadas entre todos.
- Pida a los alumnos que apaguen la pantalla del computador (¡solo la pantalla!) y comenten:

- Preguntas claves:

¿Cuál es la importancia o rol de cada una de esas partes del afiche? ¿Cuál es la que se debe destacar más? ¿Qué papel tiene la imagen en un afiche publicitario? ¿Qué datos adicionales es esencial incluir en un afiche publicitario?

- Luego, en la actividad 2, deberán crear un afiche para un producto determinado. Es importante que analicen ese producto y tomen en cuenta a quiénes está dirigido y con qué elementos se relaciona.

Luego, seguir paso a paso las 4 etapas de construcción del afiche, en las que la coherencia es fundamental a la hora de escoger: público objetivo, imagen, eslogan y texto complementario. Para terminar, se arma el afiche.

- Una vez finalizada la actividad, se puede comentar entre todos lo aprendido, compartir opiniones acerca del desarrollo de la actividad e intercambiar ideas acerca de qué tipos de afiches publicitarios son más comunes, cuáles son más completos e informativos y cuáles han logrado quedarse en la memoria del público.

Trabajo en el aula

- Introduzca la actividad a los alumnos leyendo en la pantalla inicial lo que aprenderán.

- Pregúnteles si conocen las partes de un afiche publicitario.

- En la actividad 1 deberán escoger el afiche publicitario que cuenta con todas sus partes correctas. Recuerde a sus alumnos que, aunque en la realidad muchos avisos no incluyen todas las partes desarrolladas, este es un ejemplo de un afiche publicitario completo. Pida a sus alumnos que lean atentamente cada afiche y escojan el que cumpla con las características comentadas entre todos.

- Puede detener la pantalla y comentar acerca de la importancia de que las partes de un afiche publicitario entreguen el mensaje que se busca promover, y comentar las siguientes preguntas:

- Preguntas claves:

¿Cuál es la importancia o rol de cada una de esas partes del afiche? ¿Cuál es la que se debe destacar más? ¿Qué papel tiene la imagen en un afiche publicitario? ¿Qué datos adicionales es esencial incluir en un afiche publicitario?

- Pida a sus alumnos que sigan las instrucciones para la actividad 2, y creen un afiche para un producto determinado. Es importante que analicen ese producto y tomen en cuenta a quiénes está dirigido y con qué elementos se relaciona. Luego, seguir paso a paso las 4 etapas de construcción del afiche, en las que la coherencia es fundamental a la hora de escoger: público objetivo, imagen, eslogan y texto complementario. Para terminar, se arma el afiche. Para este ejercicio puede ir seleccionando diferentes alumnos y luego comparar la respuesta con la que entrega la pantalla.

- Una vez finalizada la actividad, se puede comentar entre todos lo aprendido, compartir opiniones acerca del desarrollo de la actividad e intercambiar ideas acerca de qué tipos de afiches publicitarios son más comunes, cuáles son más completos e informativos y cuáles han logrado quedarse en la memoria del público.

Trabajo individual sin guía del profesor

Si les sugiere a los estudiantes trabajar el ODA en forma individual desde sus casas, en bibliotecas o en cualquier otro lugar.

- Hágales una breve introducción al tema que ésta desarrolla y coménteles la gran importancia de conocer las partes de un afiche publicitario y sus funciones dentro de este, además de la concordancia entre el afiche y el público a quien se dirige.

- Recuérdeles la importancia de leer las instrucciones antes de realizar cualquier actividad, para poder desarrollarla de la manera más adecuada y sin pérdida de tiempo o confusión.

Articulación

Conocimientos previos

- Publicidad y propaganda.
- Tipologías textuales.

Objetos vinculados

- Oda 8: Tipos de textos (nb3).
- Oda 15: Propaganda (nb4).

Aprendizajes y contenidos para profundizar

- Producción de textos persuasivos.
- Medios de comunicación masivos.

<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=123.456.789.000&ID=183246>