

Unidad de trabajo. Reflexionamos sobre la publicidad

Justificación.

Interés del tema elegido

La prensa es un material didáctico de primer orden cualquier contexto educativo y, especialmente, para profundizar en el dominio de las competencias básicas con el alumnado de acompañamiento.

María Adriática Romero, Petra Corrales y Trinidad López, son coordinadoras y Pilar Viñas y M^a José Santos, monitoras de los equipos de profesionales que desarrollan el programa de acompañamiento escolar en los IES de la provincia de Ciudad Real.

El grupo ha decidido que este tema tiene una gran importancia para el alumno, al ayudar a que el alumno desarrolle una actitud crítica ante la publicidad, aprovechando que ésta tiene un lenguaje atractivo y motivador para el alumnado.

Se trata de cumplir con las orientaciones dadas por el centro de convertir el programa de acompañamiento escolar en una actividad atractiva y comprometida con el éxito, que vaya más allá de la mera sesión de estudio dirigido, de la clase donde se terminan las tareas o de la clásica actividad de refuerzo donde se vuelven a repasan los contenidos en los que el alumnado viene fracasando.

Referentes curriculares

La opción elegida no supone una renuncia a los contenidos curriculares y, mucho menos, al desarrollo de las capacidades recogidas en los objetivos generales del vigente Real Decreto 3473/ 2000 por el que se modifica el Real Decreto 1007/1991, de 14 de junio, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria.

Se abordarán conceptos, procedimientos, actitudes y valores de diversas áreas: Lengua y Literatura castellana, de CCSS, Geografía e Historia, de Matemáticas de Expresión Plástica y Visual, etc. y se tratarán desde una perspectiva muy cercana para el alumnado, pues todos estamos en nuestra sociedad constantemente abordados por mensajes publicitarios de todo tipo, a través de todos los medios de comunicación.

Opciones metodológicas

El grupo, por tanto, ha decidido introducir la prensa, trabajar individualmente y en grupo dentro del grupo de acompañamiento escolar y comprometer al propio alumnado con la toma de decisiones, tanto en lo relativo a la elección del tema como el diseño de la secuencia de actividades y en la definición de cada de las actividades que la componen.

Han programado que la unidad de trabajo se desarrolle durante una semana, en cuatro sesiones de una hora.

Unidad de acompañamiento.

Son muchos los temas posibles pero, en su caso, priman más el procedimiento de trabajo y el logro de un clima adecuado, que el propio contenido a desarrollar. Han decidido trabajar sobre la publicidad, por lo que seleccionarán un anuncio que aparezca en prensa.

1 Elementos básicos: Objetivos, contenidos y criterios de evaluación

Quieren que, al concluir la unidad, el grupo sea más competente para:

1. Colaborar en las decisiones y en el desarrollo de un proyecto de trabajo
2. Utilizar la prensa como fuente de información y conocimiento
3. Identificar los temas relevantes del momento en el que viven.
4. Interpretar el contenido de los textos escritos.
5. Participar en un debate, expresando su opinión, respetando el turno...
6. Presentar el contenido del trabajo.
7. Autoevaluar su propio trabajo
8. Elegir actividades para ampliar y generalizar sus aprendizajes.
9. Potenciar el aprendizaje y el rendimiento escolar.
10. Mejorar la integración del alumno en el grupo y en el centro.
11. Facilitar la continuidad entre las enseñanzas obligatorias.
12. Incrementar el compromiso de las familias con la educación de sus hijos.

2 La organización de la secuencia de enseñanza y aprendizaje

2.1 FASE INICIAL. ACTIVIDADES DE PRESENTACIÓN, MOTIVACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TRABAJO COMPARTIDO. 1ª SESIÓN

Seleccionamos el contenido y diseñamos la unidad de trabajo.

□ Actividad 1ª. Elegimos un tema de la prensa diaria.

Tiene la prensa nacional y provincial para seleccionar un mensaje publicitario como objeto de estudio. Revisan varios de ellos y les llama la atención uno sobre viajes, aparecido en el periódico *El Mundo* del día 27 de noviembre de 2007 en el que se ofertan cruceros por el Mediterráneo, el Caribe y el norte de Europa. El eslogan más visible dice: "No dejes para mañana... lo que puedas ahorrar hoy"

EL MUNDO, LUNES 27 DE NOVIEMBRE DE 2006 41

*No dejes para mañana...
...lo que puedas ahorrar hoy*



CRUCEROS
TODO INCLUIDO
(excepto Capitales Bálticas, que es FERIA Completa)

Todo en Español
Espectáculos,
animación, servicios

Descuentos válidos también
en Semana Santa, Puentes,
Julio, Agosto y Septiembre

NIÑOS GRATIS
con importantes descuentos
TODO EL VERANO
Incluido Julio, Agosto y
Septiembre

Reserva ahora tus vacaciones en un
cruceiro y ahorra hasta el 22%.

En invierno tus vacaciones en un cruceiro por el Caribe.
En Primavera y Verano disfruta de las Noches Blancas de
San Petersburgo. Conoce las Capitanías del Báltico, del Adriático
y del Mediterráneo a bordo de los Cruceros Pullmantur.



Buque Zenith 300-3000, uno de los buques de mayor tamaño del mundo, incluye todo lo necesario para disfrutar de una gran experiencia de viaje. Para más detalles visita todos los lunes una semana desde Valencia visitando el Mediterráneo y la semana siguiente desde Almería con visitas a: Málaga, Ronda, Sevilla, Dubrovnik, Zadar, Venecia y Atenas.

Cruceros **Invierno/ Primavera** **Verano 2007** **TODO INCLUIDO**

Buque Pacific

Salidas todos los lunes desde Valencia

desde ~~XXXX~~ **389 €**



BRISAS Y JOYAS DEL MEDITERRANEO

Buque Oceanic

Salidas todos los lunes desde Barcelona

desde ~~XXXX~~ **366 €**



Buque Holiday Dream

Salidas todos los Sábados desde Aruba

desde ~~XXXX~~ **701 €**



ANTILLAS y GRANADINAS

Buque Sky Wonder

Salidas todos los Domingos desde Barcelona

desde ~~XXXX~~ **592 €**



Buque R7 Blue Moon

Salidas todos los Domingos desde Capri (Italia)

desde ~~XXXX~~ **779 €**



CAPITALES BALTICAS

Buque Sky Wonder

Salidas todos los Lunes desde Venecia (Italia)

desde ~~XXXX~~ **592 €**



RONDO VENECIANO

Buque Zenith

Salidas todos los Lunes desde Venecia (Italia)

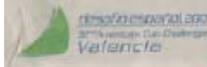
desde ~~XXXX~~ **849 662 €**



Avión y traslados incluidos

Reserva ya

Hasta un 22% de descuento (10% de descuento de Pullmantur-Cruises más 12,22% de descuento de Viajes Marsans). Consulta condiciones de aplicación. Precios por persona en camarote doble. Incluye avión ida y vuelta y traslados según se indica en cada itinerario, estancias en el barco y régimen indicado, seguro y asistencia básica, propinas, bebidas y gastos de gestión no incluidos. Precios válidos para determinadas salidas de 2007. Los precios publicados ya tienen los descuentos aplicados, válidos para reservas electrónicas antes del 5 de Diciembre de 2006 (realiza la reserva ya y consigue las mejores precios). Interésate de precios para los factores de las nacionalidades.


viajesmarsans.com

902 30 60 90


El grupo ha decidido trabajar este tema, pues le parece importante que los escolares de Castilla-La Mancha identifiquen los distintos tipos de lenguaje publicitario, que aprendan a ser críticos con la publicidad, que sepan interpretar y analizar los mensajes publicitarios, y que además adquieran conocimientos de diseño gráfico.

Actividad 2ª. Construimos el diseño de forma cooperativa.

El grupo y los monitores aportan ideas sobre cómo abordar este tema. Primero quieren saber más de lo que saben para después compartir sus conocimientos, tener su propia opinión y actuar en consecuencia. Las actividades se recogen en una plantilla que incluye:

Día	Tipo ¹ de actividad	Papel a desarrollar		Organización			Materiales
		Alumnado	Monitor/a	Grupo	Tiempo	Lugar	

Actividad 3ª. Motivamos

El/la monitor/a presenta el anuncio, y realiza una lluvia de ideas sobre lo que el mismo sugiere, y sobre la opinión de los alumnos al respecto. Analizamos los aspectos formales: qué elementos destacan más; los colores; las letras; los mensajes directos; el lenguaje, especialmente el modo verbal, etc. Los materiales que utilizarán serán el periódico y fotocopias del mismo.

2.2 FASE DE DESARROLLO: ACTIVIDADES DE RECOGIDA Y ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y DE ANÁLISIS: 2ª Y 3ª SESIÓN.

Investigamos

Actividad 4ª. Iniciamos la búsqueda de información.

El alumnado se desplaza al aula Althia, trabaja en parejas. Se trata de buscar información sobre aspectos generales de los países que aparecen en los mapas del anuncio, que son los que visitan los viajeros que contratan los cruceros ofertados. El monitor orienta la búsqueda, supervisa el proceso y canaliza la información. La actividad tiene una duración de 50 minutos.

Actividad 5ª. Trabajamos la estadística.

Sobre los cinco mapas que aparecen en el anuncio, se elabora una estadística de los países más visitados

¹ Motivación; de desarrollo; síntesis -evaluación; generalización- enriquecimiento

2.3 FASE DE SÍNTESIS: ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN, DE REPASO Y DE MEJORA. 1ª PARTE DE LA 4ª SESIÓN

Presentamos el trabajo y recordamos

Actividad 6ª. Presentamos y comentamos

Hemos recogido a la información en cada grupo y ahora la vamos a poner en común mediante la confección de un *collage* en el que se recoge lo más destacable de la información adquirida. El grupo trabaja en ello por parejas durante una sesión de media hora

2.4 FASE DE GENERALIZACIÓN (2ª PARTE DE LA TERCERA SESIÓN)

Profundizamos en lo que ya sabemos/ Implicamos a las familias

Actividad 7ª. Enriquecimiento.

Reflexionamos sobre la publicidad, y elaboramos un cuestionario dirigido a los padres, en el que se resuman los aspectos más importantes de la influencia de los medios publicitarios, y del peso del consumismo en la sociedad.