

Comprensión de mensajes publicitarios



Recursos de aprendizaje relacionados (Pre clase)

Grado: 11°

UoL: Comprensión del papel de los medios de comunicación en el contexto social, económico y político. L_G10_U05_L01

LO: Análisis de los grafitis, los símbolos patrios, la publicidad, como elementos de la comunicación L_G10_U05_L04

Objetivos de aprendizaje

- Evidenciar las intenciones de un mensaje publicitario
- Aplicar la estructura de un comercial televisivo para la publicidad de un producto

Habilidad / Conocimiento (H/C)

SCO: Observa diversos comerciales televisivos y a partir de estos realiza un comercial sobre un producto que escojas.

1. Evidencia la estructura de un comercial televisivo
2. Analizar la influencia de los mensajes publicitarios
3. Analizar las formas de manipulación de los mensajes publicitarios
4. Escoger un producto para promocionar
5. Crear un slogan para el producto
6. Evidenciar las ventajas del producto
7. Elaborar los guiones para el comercial
8. Elaborar el guión gráfico sobre el comercial
9. Redactar el guión aplicando la correcta ortografía, cohesión y choherencia
10. Revisar el texto redactado
11. Actuar siguiendo las pautas acordadas

Flujo de aprendizaje


1. **Introducción:** No todo lo que brilla es oro
2. **Objetivos de aprendizaje**
3. **Contenido:**
 - 3.1. **Actividad 1:** (HC 1) El Comercial televisivo: ¿Qué es y cuál es su estructura?
 - 3.2 **Actividad 2:** (HC 2 y 3) La influencia de los mensajes publicitarios
 - 3.3 **Actividad 3:** (HC 4, 5 y 6) Resaltar las ventajas del producto: El logo y el eslogan
 - 3.4 **Actividad 4:** (HC 7, 8, 9, 10 y 11) Realiza el guion para un comercial
4. **Resumen:** Festival publicitario: Socializa tú comercial.
5. **Tarea.**


Comprensión de mensajes publicitarios



Lineamientos evaluativos

Es importante que el docente identifique dos momentos clave en los que implementa los instrumentos evaluativos descritos en el manuscrito para llevar a cabo una valoración del progreso de sus estudiantes. El primer momento ocurre al finalizar la actividad 2, en el cual el docente evalúa la capacidad de análisis de un anuncio publicitario en sus estudiantes. El segundo momento ocurre en la socialización del comercial creado por los estudiantes, en el cual el docente por medio de una rúbrica valora el desempeño de sus estudiantes. La rúbrica permite identificar si el estudiante transmite la idea general del producto eficientemente empleando pertinentemente su estructura y elementos representativos.



Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
Introducción 	Introducción	<p>No todo lo que brilla es oro</p> <p>El docente presenta el video introductorio, en el cual se habla acerca de la influencia de los anuncios publicitarios y de las estrategias de manipulación que se emplean. Luego, En grupos de 3, los estudiantes responden las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> •¿Alguna vez te has sentido como Pipe? ¿Por qué? •¿Cómo influyen los mensajes publicitarios nuestra forma de pensar o actuar? Justifica tu respuesta <p>¿Qué estrategias podemos emplear para tomar decisiones acertadas a la hora de comprar un servicio o producto?</p> <p>Luego de ello, el docente pregunta a los estudiantes acerca de los objetivos que creen llegar a alcanzar durante la clase. Después, el docente presenta los objetivos.</p>	<p>Video No todo lo que brilla es oro</p> <p>Recurso Interactivo</p> <hr style="border-top: 1px dashed #ccc;"/>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
<p>Contenido</p> 	<p>El docente presenta el tema</p>	<p>Actividad 1. (HC 1) El comercial televisivo ¿Qué es y cuál es su estructura?</p> <p>El docente realiza una breve introducción al tema del anuncio publicitario televisivo en el cual menciona aspectos tales como: su importancia para la evolución de la televisión, sus características principales y el cambio que han sufrido debido a la aparición de nuevos canales de difusión (internet, redes sociales, etc)</p> <p>Luego, el docente presenta la estructura de un anuncio publicitario:</p> <p>Presentación o impacto: alrededor de 3 a 5 segundos, se busca captar la atención del espectador y causar impacto.</p> <p>Núcleo Expresivo: Contar la historia y/o expresar el mensaje central.</p> <p>Cierre y Firma: Implementar cierta firma que genere recordación en el espectador. Se muestra el Logo de la compañía y en ocasiones se emplea un eslogan.</p> <p>A continuación los estudiantes observan un anuncio televisivo y en grupos responden a las siguientes preguntas:</p>	<p>Video Comercial televisivo Pensá en Frio con EPA https://www.youtube.com/watch?v=hN_Z_C3H-LA</p> <hr/> <p>Imágenes</p> <p>Recurso Interactivo</p>
		<p>Actividad 2. (HC 2 y 3) La influencia de los mensajes publicitarios.</p> <p>El docente presenta el tema de “La influencia de los mensajes publicitarios” mediante una breve lectura en la cual se menciona algunas de las estrategias que emplea la publicidad para persuadir o convencer al público para adquirir un servicio o producto.</p> <p>En seguida, los estudiantes realizan un ejercicio en el cual deben asociar diferentes colores a las emociones o sentimientos que este inspira.</p>	<p>Recurso interactivo</p> <p>Recurso interactivo tipo unir con líneas</p> <p>Recurso interactivo con ejemplos</p> <p>Imágenes</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>Por último, a los estudiantes se les presentan las técnicas de publicidad empleadas frecuentemente para persuadir o convencer al público de comprar cierto producto y/o servicio. Los estudiantes luego trabajan en pareja para ejemplificar cada una de estas técnicas con los mensajes publicitarios que recuerdan de periódicos, revistas y televisión para completar una tabla en el material del estudiante.</p> <p>Técnicas publicitarias</p> <p>Posición social: Se asocia el uso de un producto determinado con quienes son exitosos y privilegiados económicamente.</p> <p>Aprobación del grupo: Asocia el uso del producto con el hecho de ser aceptado en un entorno social.</p> <p>Recomendación de un famoso: Asocia el uso del producto con una persona muy reconocida.</p> <p>Atracción física: Asocia el uso del producto con una mejorada apariencia física.</p> <p>Entretenimiento: Asocia el uso del producto con sentimientos y emociones de alegría y euforia.</p> <p>Inteligencia: Asocia el uso de un producto con personas que no pueden ser engañadas con trucos.</p> <p>Independencia: Asocia el uso del producto con personas libres en su forma de pensar y actuar.</p> <p>Por último el estudiante busca el comercial televisivo que más le gusta y responde:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Describe el comercial 2. ¿Qué características del producto se mencionan? ¿Estas características son reales? Justifica tu respuesta. 	

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>3. ¿Cuáles técnicas publicitarias emplea el comercial para persuadir o convencer? Explica.</p>	
		<p>Actividad 3: (HC 4, 5 y 6) Resaltar las ventajas del producto: El logo y el eslogan:</p> <p>Al estudiante se le presenta la definición de slogan junto con el artículo “La respuesta es Colombia”, en el cual se habla de la nueva estrategia para promover el turismo doméstico. Una vez los estudiantes hayan leído el artículo, se les propone responder a las siguientes preguntas:</p> <p>¿Cuáles son los tres ejes centrales de la estrategia? ¿Crees que hace falta incluir alguno? ¿Por qué?</p> <ul style="list-style-type: none"> •Al final del primer párrafo, se mencionan la “idiosincrasia que guarda nuestro país en cada uno de sus rincones”. ¿A qué se refiere con idiosincrasia? •Estás de acuerdo con la opinión del autor de que “Ni volantes, ni publicaciones, ni cuñas, ni campañas publicitarias por sí solas consolidarán la cultura turística” Justifica tu respuesta. <p>Enumera las ventajas mencionadas en la campaña “La respuesta es Colombia”. ¿Son estas ventajas suficientemente llamativas para ti? Justifica tu respuesta.</p> <ul style="list-style-type: none"> •Inventa un eslogan para promover el turismo en Colombia y compártelo con tus compañeros. 	<p>Recurso interactivo: Artículo periodístico</p> <p>http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/opinion/columnistas/181776-la-respuesta-es-colombia Sánchez, Nelson (2013) Tomado de: Periódico El nuevo día.</p> <hr style="border-top: 1px dashed #000;"/> <p>Imágenes</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
		<p>Actividad 4: (HC 7, 8, 9 10 y 11) Realiza el guion para un comercial</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los estudiantes se reúnen con 2 o 3 compañeros y piensan en el producto o servicio que quieran publicitar. 2. Realizan una lista de las ventajas del producto. 3. Realizan un eslogan y un logo para el producto. 4. Realizan una lluvia de ideas acerca de la forma en la cual quieren expresar el mensaje, empleando las técnicas publicitarias desarrolladas a lo largo de la unidad. 5. Una vez la idea del video esté clara, los estudiantes la plasman en un guion gráfico. <p>El docente explica paso a paso las pautas y recomendaciones que deben seguir para la elaboración del guion.</p> <p>Luego los estudiantes ven un video acerca de cómo contar una historia por medio de un video, el cual les dará las herramientas para realizar su comercial, editarlo y luego socializarlo con sus compañeros.</p> <p>Los estudiantes se reúnen en grupos y realizan su video de máximo 30 segundos, el cual luego socializan con sus compañeros.</p>	<p>Recurso interactivo</p> <p>Imágenes</p> <p>Video 1 Como se escribe un guion https://www.youtube.com/watch?v=fEXagNe8az8</p> <p>Tutorial que explica el proceso para escribir un guion.</p> <hr style="border-top: 1px dashed #000;"/> <p>Video 2 https://www.youtube.com/watch?v=DTp-RgLtBXk&index=141&list=PLhTx9maDqE9KaXgoHkrbGwba7g3nF5joX</p> <p>¿Cómo contar una historia por medio de un video?</p>

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza / Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
<p>Resumen</p> 	<p>Resumen</p>	<p>Festival publicitario: Socializa tú comercial</p> <p>Los estudiantes socializan su comercial junto con sus compañeros y profesor y luego los evalúan mediante una rúbrica con los siguientes ítems:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características • Estrategias publicitarias o de persuasión • Estructura y elementos representativos 	<p>Recurso interactivo:</p> <p>Rúbrica</p> <p>Imágenes</p>
<p>Tarea</p> 	<p>Evaluación (Post clase)</p>	<p>Los estudiantes deben escoger un anuncio publicitario televisivo y analizar sus características aplicando los conocimientos aprendidos, respondiendo las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué producto se trata? • ¿Cuál es su estructura? • ¿Qué técnicas de publicidad se emplearon? • ¿Cómo se manejaron los colores y las imágenes? • ¿Cuál es su eslogan? • ¿Resultó convincente el comercial? ¿Por qué? 	<p>Recurso interactivo</p> <p>Imagen</p>

Rúbrica

Rúbrica para valorar el mensaje publicitario:				
Criterios	4 puntos	3 puntos	2 puntos	1 punto
Características	Transmite la idea general del producto en pocas frases. Es fácilmente memorizable. Menciona las ventajas del producto.	El mensaje es repetitivo. Solo menciona algunas ventajas del producto. La memorización no es del todo fácil.	El mensaje contiene muchas repeticiones. Sólo menciona una ventaja del producto. La memorización es difícil.	El mensaje es demasiado largo o demasiado corto. El receptor no podría memorizarlo.
Estrategias publicitarias o de persuasión.	Se capta la atención del receptor por medio de color, imágenes o preguntas sugerentes.	Apenas capta la atención del receptor por medio de color, imágenes o preguntas sugerentes.	No logra captar la atención del receptor.	En el anuncio no se presentan estrategias.
Estructura y elementos representativos	Cuenta con: Introducción Núcleo Cierre Slogan Logo	Su estructura está completa y se presentan la mayoría de los elementos representativos.	La estructura está incompleta. Solo hay algunos elementos representativos.	En el anuncio no se presentan estrategias.