

## SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

### Diseñamos anuncios de ayer, de hoy y de siempre

#### Sinopsis

Con esta tarea se pretende hacer un recorrido por el mundo de la publicidad desde una perspectiva cultural e histórica con la finalidad de que el alumnado sea capaz de crear sus propios anuncios sobre objetos cotidianos con una intención comunicativa fundamentalmente visual, pero teniendo en cuenta las diferentes características de la publicidad a lo largo de la historia, tanto en formato de imágenes fijas, (dibujo publicitario, fotografía en blanco y negro y color) como de imágenes en movimiento (spot publicitario en vídeo).

#### Datos técnicos

**Autoría:** Luis Ángel Blanco Fernández, Ángeles Yanira Duque Hernández

**Centro educativo:** CEP NORTE DE TENERIFE

**Tipo de Situación de Aprendizaje:** Tareas

**Estudio:** 4º Educación Primaria (LOMCE)

**Materias:** Educación Artística (EAR)

#### Identificación

**Justificación:** Voluntaria o involuntariamente todas las personas somos consumidoras de publicidad. Agresiva, informativa, artística, atractiva, manipuladora, creativa, distintas manifestaciones de la publicidad cuyo último fin es incitarnos a consumir. Los niños y las niñas también son un público potencial para la publicidad, generando anuncios específicos para estas edades.

Iniciarse en el conocimiento de la publicidad en sus diferentes manifestaciones, analizándola desde una perspectiva histórica y su evolución en diferentes formatos, permitiendo al alumnado desarrollar sus aptitudes artísticas y creativas en diferentes formatos, imagen fija e imagen móvil haciendo uso de las TIC es la finalidad de esta tarea, en la medida que el alumnado se le animará a llevar a cabo una campaña publicitaria sobre un objeto de uso cotidiano (puede ser una golosina, un juguete, cualquier objeto personal de uso escolar...) en diferentes formatos y teniendo en cuenta los recursos utilizados en diferentes momentos históricos: (antes de la invención de la fotografía, fotografía en blanco y negro o sepia, fotografía en color, spot publicitario en formato video).

#### Fundamentación curricular

#### Criterios de evaluación para Educación Artística

Código	Descripción
PEAR04C02	<p><b>Crear imágenes fijas y en movimiento a partir del análisis de diferentes manifestaciones artísticas en sus contextos cultural e histórico, utilizando las tecnologías de la información y la comunicación de manera responsable y crítica, con el fin de expresar emociones y comunicarse visualmente.</b></p> <p>Con este criterio se pretende comprobar que el alumnado sea capaz de crear imágenes fijas (fotos, ilustraciones...) y realizar imágenes en movimiento (vídeos...), reconociendo en manifestaciones artísticas de su propio entorno (fotos, vídeos, películas...) las diferentes épocas para darse cuenta de la evolución tecnológica (en fotografía, del blanco y negro al color; del papel a lo digital...). Así mismo, se trata de verificar que el alumnado pueda plasmar un texto en forma de narrativa visual (cómic, cartel, etc.), considerando algunos conceptos (tamaño, color, equilibrio, proporción, tipografía...), y de realizar fotografías teniendo en cuenta la temática y el encuadre. Todo ello con la finalidad de transmitir información, sentimientos y sensaciones a través de la imagen, interpretando las normas de privacidad en su difusión.</p>
Competencias del criterio PEAR04C02	Comunicación lingüística, Competencia digital, Conciencia y expresiones culturales.

## SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

### Diseñamos anuncios de ayer, de hoy y de siempre

#### Fundamentación metodológica/concreción

**Modelos de Enseñanza:** Organizadores previos, Enseñanza no directiva

**Fundamentos metodológicos:** Desarrollar la capacidad creativa del alumnado, desarrollar la imaginación y realizar producciones que supongan recreación, innovación y transformación requiere por parte del profesorado un modelo de enseñanza no directivo, si bien todo proceso creador se nutre y se inspira en otras manifestaciones artísticas propias del patrimonio cultural y artístico, por lo que es preciso facilitar la alumnado los conocimientos previos, las herramientas básicas que le permitan percibir y comprender las manifestaciones artísticas tanto de forma individual como en grupo, contrastando, ideas, sentimientos y desarrollando el espíritu crítico sobre las producciones artísticas propias y de los demás.

#### Actividades de la situación de aprendizaje

##### [1]- Presentación de la tarea.

El profesorado iniciará la sesión de clase proyectando varias imágenes y vídeos de contenido publicitario con la finalidad de enfocar la tarea hacia el reconocimiento del arte publicitario, para lo que utilizará el (Anexo I), presentado en formato digital.

Al finalizar la presentación el profesorado abrirá un turno de palabra para averiguar todo lo que el alumnado conoce sobre el arte publicitario, para lo que podrá utilizar preguntas del tipo:

¿Dónde podemos ver anuncios publicitarios?

¿Para qué sirven los anuncios publicitarios?

¿Te gustan los anuncios publicitarios?

¿Cuál es el anuncio que más te gusta de los que conoces?

¿Cuál es el anuncio publicitario que menos te gusta de los que conoces?

¿Sabrías explicar por qué te gusta o no te gusta un anuncio?

El profesorado recogerá las respuestas del alumnado en la pizarra a modo de mapa de ideas previas.

El profesorado propone al alumnado aprender a analizar algunos anuncios publicitarios para llegar a conocer la razón por la que unos anuncios nos gustan y otros no y posteriormente, con los conocimientos adquiridos aprender a diseñar anuncios en distintos formatos con la finalidad de utilizar las imágenes como un medio de comunicación creativo.

Criterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
	- Cuestionario	- Gran Grupo	1	A n e x o I <a href="https://youtu.be/eJzNINL2POw">https://youtu.be/eJzNINL2POw</a> Pizarra digital	Aula	

##### [2]- Análisis de cartel publicitario.

Para analizar los carteles publicitarios, el profesorado facilitará al alumnado una Ficha de análisis de observación formato cartel (Anexo II) que le permita constatar la presencia o ausencia de determinados recursos artísticos propios del lenguaje publicitario en formato cartel o publicidad impresa.

El alumnado, en la guía de observación irá redactando la presencia o ausencia de los recursos, mientras se establece una comunicación en el grupo de clase expresando el grado de opinión sobre la existencia o no de determinados recursos y si existe unanimidad en la percepción de dichos elementos, estableciendo relaciones entre los distintos recursos plásticos utilizados por los publicistas y la función e intención comunicativa que tienen en los receptores del mensaje.

Criterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.

## SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

### Diseñamos anuncios de ayer, de hoy y de siempre

[2]- Análisis de cartel publicitario.						
	- Ficha de análisis	- Gran Grupo - Trabajo individual	1	Anexo II Ficha de análisis de observación formato cartel. PDI	Aula	
[3]- Análisis de fotografía publicitaria.						
<p>Para analizar los anuncios publicitarios, el profesorado facilitará al alumnado una Ficha de observación en formato fotográfico (Anexo III) que le permita constatar la presencia o ausencia de determinados recursos artísticos propios del lenguaje publicitario en formato fotográfico.</p> <p>El alumnado, en la guía de observación, irá redactando la presencia o ausencia de los recursos, mientras se establece una comunicación en el grupo de clase expresando las opiniones sobre la existencia o no de determinados recursos y si existe unanimidad en la percepción de dichos elementos, estableciendo relaciones entre los distintos recursos plásticos utilizados por los publicistas y la función e intención comunicativa que tienen en los receptores del mensaje.</p>						
Criterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
	- Ficha de análisis formal de anuncio publicitario	- Trabajo individual - Gran Grupo	1	Anexo III, Ficha de análisis de observación formato fotográfico. PDI	Aula	
[4]- Análisis de spot publicitario.						
<p>Para analizar los spots publicitarios, el profesorado facilitará al alumnado una Ficha de observación formato spot (Anexo IV) que le permita constatar la presencia o ausencia de determinados recursos artísticos propios del lenguaje publicitario en formato spot.</p> <p>El alumnado, en la guía de observación, irá redactando la presencia o ausencia de los recursos, mientras se establece una comunicación en el grupo de clase expresando la opinión sobre la existencia o no de determinados recursos y si existe unanimidad en la percepción de dichos elementos, estableciendo relaciones entre los distintos recursos plásticos utilizados por los publicistas y la función e intención comunicativa que tienen en los receptores del mensaje.</p>						
Criterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
	- Ficha de análisis formal de anuncio publicitario	- Trabajo individual - Gran Grupo	1	Anexo IV, Ficha de análisis de observación formato spot. PDI	Aula	
[5]- Elección de objeto publicitario, y desarrollo de anuncio en formato cartel.						
<p>El profesorado propondrá al alumnado la elección de un objeto de uso cotidiano (un lápiz, un bolígrafo, una calculadora, una golosina, un juguete...) con la finalidad de crear en diversos formatos (dibujo publicitario, fotografía en blanco y negro, fotografía en color y un spot publicitario).</p> <p>El profesorado propondrá al alumnado que, inspirándose en alguno de los anuncios publicitarios vistos en las sesiones anteriores y utilizando los mismos recursos, diseñen un anuncio del objeto seleccionado, en formato papel, teniendo en cuenta conceptos como color, composición, tamaño, equilibrio, técnicas de dibujo, tipografía de textos, etc.</p> <p>El alumnado deberá realizar de forma individual en formato DIN-A3 su propuesta de anuncio publicitario, y lo publicará en el tablón de corcho de la clase junto con el resto de anuncios realizados por sus compañeros y compañeras.</p>						
Criterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.

## SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

### Diseñamos anuncios de ayer, de hoy y de siempre

[5]- Elección de objeto publicitario, y desarrollo de anuncio en formato cartel.						
- PEAR04C02	- Anuncio publicitario DIN A3	- Trabajo individual	1	Papel formato DIN A3 Materiales de dibujo y pintura del alumnado.	Aula	
[6]- Desarrollo de anuncio en formato fotográfico en B/N y en color.						
<p>El alumnado se agrupará en equipos de 4 personas. El profesorado les propondrá que, inspirándose en alguno de los anuncios publicitarios vistos en las sesiones anteriores, y utilizando los mismos recursos, diseñen un anuncio del objeto seleccionado por cualquiera de los cuatro componentes, en formato fotográfico en blanco y negro y en color, teniendo en cuenta conceptos como composición, tamaño, equilibrio, enfoque, planos, etc.</p> <p>El alumnado deberá realizar en equipo su propuesta de anuncio publicitario, pudiendo contar para su realización con cámaras de fotos, móviles o cualquier sistema que le permita captar fotografías y convertirlas con filtros en blanco y negro, escala de grises o sepias, o en color pudiendo utilizar filtros de modificación de colores y otros recursos como solarizados, variación de brillo y contraste, etc. Podrá hacer uso también de las técnicas de collage para componer con varias fotografías si fuera necesario.</p> <p>El profesorado debe sugerir al alumnado realizar varias fotografías diferentes con el fin de seleccionar aquella que le parezca más adecuada y estética para el fin del anuncio publicitario.</p>						
Crterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
- PEAR04C02	- Fotografías	- Grupos Heterogéneos	2	Cámaras fotográficas digitales o teléfonos móviles con cámara. Programas de edición fotográfica	Aula, exteriores, recinto	
[7]- Desarrollo de storyboard y anuncio en formato spot publicitario (video)						
<p>El profesorado propondrá al alumnado agrupados en equipos de 4 personas e inspirándose en algún spot publicitario, que diseñen un spot publicitario en formato vídeo anunciando uno de los objetos seleccionados por cualquiera de los cuatro componentes.</p> <p>El alumnado deberá realizar en equipo su propuesta de spot publicitario, que tendrá como máximo una duración de 20 segundos, diseñando previamente un storyboard, tipo cómic, con los diálogos, los planos de las distintas secuencias y la duración de las secuencias, pudiendo contar para su realización con cámaras de vídeo, teléfonos móviles o tabletas y para la edición y acabado final, se les sugiere el uso de Movie Maker por su fácil e intuitivo uso.</p>						
Crterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
- PEAR04C02	- Storyboard y spot publicitario	- Grupos Heterogéneos	3	Cámaras fotográficas digitales o teléfonos móviles con cámara. Movie Maker	Aula, exteriores, recinto escolar	
[8]- Exposición de la muestra de productos y coevaluación.						
<p>El alumnado expondrá la muestra de anuncios y storyboards en los tableros de corcho del aula, y utilizando la pizarra digital expondrá los dos anuncios realizados con la técnica de fotografía digital y el spot publicitario.</p> <p>El profesorado facilitará a cada grupo una hoja de observación para realizar una valoración de los trabajos realizados por el resto de equipos.</p> <p>El alumnado deberá emitir una valoración fundamentada en los conocimientos adquiridos con la realización de la tarea.</p>						

## SITUACIÓN DE APRENDIZAJE

### Diseñamos anuncios de ayer, de hoy y de siempre

#### [8]- Exposición de la muestra de productos y coevaluación.

El profesorado tendrá en cuenta la valoración y argumentación que realiza cada equipo en la coevaluación ya que en este momento es fácil evidenciar los aprendizajes adquiridos por el equipo evaluador.

Crterios Ev.	Productos/Inst.Ev.	Agrupamiento	Sesiones	Recursos	Espacios/context.	Observaciones.
	- Coevaluación	- Gran Grupo - Grupos Heterogéneos	1	Anexo V	Aula	

#### Fuentes, Observaciones, Propuestas

**Fuentes:** Imágenes vectorizadas:

Freepick: <http://www.freepick.es>

**Observaciones:**

**Propuestas:**