

SITUACIÓ APRENENTATGE/PROJECTE

Descifrando la publicidad para elaborar mi propio anuncio	RETO/PRODUCTO FINAL: Esta situación de aprendizaje tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de la publicidad como herramienta de comunicación persuasiva así como promover la reflexión sobre el impacto ético y social de la publicidad en la sociedad actual. A través de actividades prácticas, análisis de casos y debates, los estudiantes explorarán diversas estrategias publicitarias, cómo se construyen los mensajes publicitarios y analizarán cómo se adaptan a diferentes audiencias con el objetivo que exploren y analicen cómo se utiliza el lenguaje en el ámbito publicitario.Fomentar la creatividad y la capacidad de generar ideas innovadoras para desarrollar campañas publicitarias será el reto que tendrán que afrontar para elaborar un producto final que será un vídeo publicitario. Se trata de un proyecto transversal con el departamento de Tecnología en la consecución del perfil competencial de salida con saberes asociados a la competencia digital. .		
ÀMBITO: ● CIENTÍFICO TECNOLÒGIC ● HUMANÍSTICO SOCIAL	NIVELL EDUCATIU: ● 1r ESO ● 2n ESO ● 3r ESO ● 4t ESO	GRUP: ● A ● B ● C ● D ● E	CURS:
			TEMPORIZACIÓ: ● ANUAL ● TRIMESTRAL ● 1r ● 2n ● 3r
ÀREAS O MATERIAS:	Lengua y literatura castellana Educació Visual y Plàstica		

COMPETENCIES ESPECÍFICAS

SABERES

CE Lengua y literatura castellana

CE2. Comprender e interpretar textos orales y multimodales, e identificar el sentido general y la información más relevante, valorando de forma progresivamente autónoma, aspectos formales y de contenido básico para construir conocimiento, formarse una opinión y ensanchar las posibilidades de disfrute y ocio.

CE5. Producir textos escritos y multimodales con adecuación, coherencia, cohesión, aplicando estrategias elementales de planificación, redacción, revisión, corrección y edición, con regulación de iguales y autorregulación progresivamente autónoma y atendiendo a las convenciones propias del género discursivo escogido par construir conocimiento y dar respuesta de manera informada, eficaç y creativa a demandas comunicativas concretas.

CE10. Utilizar un lenguaje no discriminatorio y desterrar los abusos de poder a través de la palabra, para favorecer un uso eficaz, ético y democrático del lenguaje, y poner al servicio de la convivencia democrática, la resolución dialogada de los conflictos y la igualdad de derechos de todas las personas, las propias prácticas comunicativas.

CE Educación Visual y Plástica

CE3 5 Presentar ideas, formas y emociones, utilizando los lenguajes, las técnicas y los medios propios del ámbito, a través de procesos analíticos y creativos, para desarrollar la imaginación, la comunicación y la autoconfianza.

CE Àmbit Comunicació i Ciències Socials

CE4. Buscar y tratar información a partir de diferentes fuentes de manera progresivamente autónoma, evaluando su fiabilidad y pertinencia en función de las necesidades detectadas y evitando los riesgos de manipulación y desinformación para integrarla como conocimiento y compartirla desde un punto de vista crítico, personal y respetuoso con la propiedad intelectual.

CE5. Comunicarse en lengua catalana y castellana y aranés, a Aran, de manera cooperativa y respetuosos, de acuerdo con las convenciones propias de los diferentes géneros discursivos y su idoneidad para diferentes entornos y contextos ,para atender necesidades específicas.eva idoneïtat per a diferents entorns i contextos, per atendre necessitats específiques

Creación artística. Tècniques, procedimientos y procesos.

Aplicación de procesos creativos guiados, estableciendo conexiones entre conceptos, ideas e imágenes, a través de la experimentación y de la realización de esbozos y ensayos, en la ideación de propuestas.

Comunicación

- Estrategias de producción, comprensión y análisis crítica de textos orales, escritos y multimodales de diferentes ámbitos con atención conjunta a los siguientes aspectos: contexto (componentes del hecho comunicativo y grado de formalidad de la situación, distancia social entre los interlocutores, propósitos comunicativos e interpretación de intenciones, canal de comunicación y elementos no verbales de la comunicación); secuencias textuales básicas (narrativas, descriptivas, dialogadas, expositivas y argumentativas), y propiedades textuales (coherencia, cohesión y adecuación).

- Recursos lingüísticos para adecuar el registro a la situación de comunicación.

- Corrección lingüística y revisión ortográfica y gramatical de los textos. Uso de diccionarios, manuales de consulta y de corrección y de conectores ortográficos en soporte analógico o digital.

- Detección de usos discriminatorios del lenguaje verbal y no-verbal. Valoración de la forma y el contenido del texto.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Competència Digital CD2. Crear, integrar y reelaborar contenidos digitales en diferentes formatos (texto, mesa, imagen, audio, video, programa informático, etc...) mediante el uso de diferentes instrumentos digitales para expresar ideas, sentimientos y conocimientos, respetando la propiedad intelectual y los derechos de autor de los contenidos que se reutilicen.	Competència personal y social CPSAA5. Utilizar la interacción y las técnicas de aprendizaje en grupo.
--	---

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE: <i>Què volem que aprengui l'alumnat i per a què?</i> <i>CAPACITAT + SABER + FINALITAT</i>	CRITERIOS DE EVALUACIÓN: <i>Com sabem que ho han après. ACCIÓ + SABER+CONTEXT</i>
1. Comprender el sentido global de textos publicitarios, informativos y de opinión procedentes de los medios de comunicación para distinguir la información de la persuasión.	1. 2 Reconocer en productos orales y multimodales formales las ideas principales y las secundarias, los mensajes implícitos y explícitos, valorando el contenido y la forma.
2.- Interpretar los distintos lenguajes que están presentes en un anuncio publicitario para conocer el fenómeno publicitario y su influencia.	2.1 Utilizar recursos expresivos, técnicos, comunicativos, simbólicos, aplicando, si cabe, convenciones de manera rigurosa, adecuada a la situación comunicativa y a su finalidad, en la representación de ideas, formas y emociones.
3.- Colaborar en el diseño, planificación, creación de contenidos para producir un producto comunicativo.	3.1 Planificar la redacción de escritos y multimodales de cierta extensión y complejidad, atendiendo a la situación comunicativa, destinatario, propósito y canal; redactar borradores y revisarlos con ayuda del diálogo entre iguales e instrumentos de consulta, y presentar un texto final coherente, cohesionado y con el registro adecuado.
4. Desarrollar y consolidar hábitos de autorregulación del trabajo cooperativo para llevar a cabo de forma satisfactoria las tareas de aprendizaje como medio de desarrollo personal y relacional.	4.1 Participar de manera activa y adecuada en interacciones orales informales, en el trabajo en equipo y en situaciones orales formales de carácter dialogado, con actitudes de escucha activa y estrategias de cooperación conversacional y cortesía lingüística.
5. Identificar prejuicios y estereotipos para superar las desigualdades y discriminaciones y erradicar la violencia.	5.1. Rechazar los usos lingüísticos discriminatorios identificados a partir de la reflexión grupal acompañada sobre los aspectos elementales, verbales y no verbales, que rigen la comunicación, teniendo en cuenta la perspectiva de género.
6. Crear y editar producciones audiovisuales de manera autónoma para elaborar nuestro vídeo de la campaña publicitaria.	6.1. Seleccionar y configurar el instrumento más adecuado en la creación de contenidos digitales, en función de la tarea y de sus necesidades, de manera autónoma. 6.2. Crear y editar producciones digitales avanzadas de manera autónoma en tareas propias del contexto escolar.

DESARROLLO DE LA SITUACIÓN DE APRENDIZAJE *Quines son les principals estratègies metodològiques que es preveuen utilitzar? Quins tipus d'agrupament realitzarem? Quins son els principals materials que necessitem?*

- Clase Invertida
- Proyecto cooperativo. Agrupación (grupo de 4 o 5 personas). También trabajo individual.
- Ordenador, móvil, libreta
- Classroom
- Taxonomía de Bloom para la era digital (Quizlet, audacity, CapCut, Canva,)

ACTIVIDADES				
ACTIVIDADES INICIALES Tipologías textuales: el género publicitario Introducción a los conceptos básicos de la publicidad y su relación con el lenguaje. Introducción al lenguaje audiovisual	ACTIVIDADES DE DESARROLLO Exploración de ejemplos de anuncios publicitarios en español Identificación de elementos lingüísticos utilizados (juegos de palabras, metáforas, lenguaje persuasivo, etc...). Aprendo a identificar y usar las figuras retóricas	ACTIVIDADES ESTRUCTURACIÓN Organización de los equipos Elección de un producto o servicio para promocionar Guion de la campaña publicitaria	ACTIVIDADES DE APLICACIÓN Desarrollo de anuncios publicitarios utilizando estrategias lingüísticas aprendidas. Grabación de un producto audiovisual sobre la campaña Presentación de los anuncios y retroalimentación entre los grupos	ACTIVIDADES EVALUACIÓN Evaluación de los vídeos de los otros grupos Coevaluación de nuestro producto Reflexión individual sobre aquello aprendido
SECUENCIA DIDÁCTICA				

1. Presentación proyecto y KpSI inicial	15/1	¿Qué sabemos de la publicidad)	
2. Clase magistral sobre los contenidos del proyecto	18/1	Aula invertida, materiales	
3. Trabajamos las figuras retóricas	22/1 y 24/1	Escogemos dos figuras retóricas que tendrá que contener nuestro anuncio Preguntas reto sobre la canción “Color Esperanza”	
4. Guion de la campaña publicitaria	29/1 y 5/2	Elaboración del guion de la campaña publicitaria a partir del esquema de los ocho pasos en publicidad	
5. Presentación y coevaluación de las campañas	7/2 y 13/2	Presentación y defensa de los 8 pasos de nuestra campaña publicitaria	
6. Redacción del contenido del anuncio	15/2 y 19/2	Elaboración del texto, diálogo, entrevista o narración	
7. Elaboración del guion técnico del anuncio	22/2	Elaboración del guion técnico (planos, espacio, sonido, duración....)	
8. Autoevaluación trabajo en equipo y corrección contenido y guion	27/2	Autoevaluación individual y del grupo	
9. Elección de los recursos digitales y primeras grabaciones de planos. Preparación entrevista a un publicista	29/2, 4/3 y 7/3	Elección de los recursos digitales (imágenes, música, logotipos....) e inicio de las grabaciones en el exterior	
10. Master class a y entrevista (salón de actos)	11/3	Entrevista al publicista Jordi Trilla para relacionar nuestro aprendizaje con la realidad publicitaria y acabar de pulir nuestra propuesta	
11. Elaboración de la noticia a partir del contenido de la entrevista. Texto periodístico, la entrevista (grupo)	14/3	Redacción (en formato entrevista, noticia, reportaje, destacando una parte del mensaje....)	
12. Conozco y uso la sala tecnológica	18/3 y 22/3	Aprendizaje del uso de la cámara y del croma de la sala tecnológica y grabaciones.	

13. Edición del anuncio	4/4 y 8/4	Edición de nuestro vídeo			
14. Heteroevaluación y debate sobre el proyecto	11/4	Valoración del proyecto por parte del profesorado participante, de los alumnos. Propuestas de mejora para el siguiente proyecto.			
VECTORES: Aprenentatges Competencials Perspectiva gènere Universalitat del currículum Benestar emocional Ciutadania democràtica i consciència global Qualitat llengües i cohesió social					
Tratamiento de las ODS con especial incidencia en la de Perspectiva de Género					
MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD					
Adicionales		Universales		Intensivas	
NESE (RGA)	Personalización de los aprendizajes Contacto ocular Más tiempo para las tareas académicas Instrucciones claras y concisas Anticipación y preparación exposición Señalar los puntos clave de los enunciados Marcadores Cuadros conceptuales como alternativa a las respuestas descriptivas Apoyo organización material	Procesos de acción tutorial y de acogida.	Plan Individualizado (PI) POE		
NESE (SCD)	Seguimiento de sus hábitos de trabajo y estudio Priorizar los contenidos mínimos Valorar los pequeños avances Involucrar y acompañar a la familia Buscar un posible refuerzo fuera del aula.	Establecer un espacio de coordinación con los diferentes agentes externos que dan una atención global al menor (Xarxa Socials: Serveis Socials ajuntament, EAP, EAIA, SIFE, SIS...)			
NESE Nouvingut	Personalización de los aprendizajes Cuadros conceptuales y marcadores Traductor y ayuda de imagen y gestos Dotarlo de modelos o bases de orientación con los pasos o estructura del escrito con las estructuras lingüísticas básicas a redactar. Trabajar las estructuras básicas de conversación.	Procesos de acción tutorial y de acogida. Aula Acollida	Plan Individualizado (PI) POE		