

Lectura-escritura creativa Slogando con arte

Crear un cartel publicitario
Tercer ciclo Primaria.

Con esta actividad se pretende profundizar en el mundo de la publicidad para lo que, como producto final, el alumnado creará un cartel publicitario empleando una obra de arte que sea fácilmente reconocible.



01 OBJETIVOS

- Utilizar el lenguaje como herramienta creativa de expresión escrita.
- Conocer los elementos y funciones del cartel publicitario.
- Identificar y entender el valor comunicativo de las obras de arte.
- Fomentar el espíritu emprendedor del alumnado.
- Usar las TIC para buscar información y crear de proyectos propios.
- Colaborar y cooperar entre iguales.

02 COMPETENCIAS CLAVE

1. Competencia en comunicación lingüística.
2. Competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología.
3. Competencia digital.
4. Aprender a aprender.
5. Competencias sociales y cívicas.
6. Sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor.
7. Conciencia y expresiones culturales.



03 METODOLOGÍA



TRABAJO COOPERATIVO



ABP



TRABAJO INDIVIDUAL

Alguna descripción general si hiciera falta

04 HERRAMIENTAS TIC

Procesador de textos para crear el documento.

Herramienta para almacenar y compartir los carteles.

Herramientas para alojar todo tipo de documentos y compartirlos de una forma atractiva.

05 BIBLIOTECAS Y FAMILIAS



Actividades que implican a las familias y que tiene en las bibliotecas escolares un recurso fundamental para su desarrollo.



1. TÍTULO Y DESCRIPCIÓN GENERAL

“Slogando... con arte”

Vivimos en la era de la comunicación y el consumo. Estamos rodeados de mensajes, pero, sobre todo, estamos rodeados de publicidad. La publicidad puede considerarse como el arte de “vender” (un producto, una idea, un estilo de vida, etc.).

Lo que pretendemos con esta actividad es que el alumnado tome conciencia de lo que es la publicidad, y profundice en el “cartel publicitario” como uno de los formatos que conlleva un mayor componente artístico, de la relación y coexistencia entre la publicidad y obras de arte muy reconocidas, y de la relación entre la imagen y la palabra, dándole la oportunidad de ser él mismo el artífice de uno de estos productos artísticos.

Objetivo final: Crear un cartel publicitario utilizando una obra de arte reconocible.

Objetivos generales:

- Utilizar el lenguaje como herramienta creativa de expresión escrita.
- Conocer los elementos y funciones del cartel publicitario.
- Identificar y entender el valor comunicativo de las obras de arte.
- Fomentar el espíritu emprendedor del alumnado.
- Usar las Tic para buscar información y crear de proyectos propios.
- Colaborar y cooperar entre iguales.

2. NIVEL EDUCATIVO

Niveles	Ciclo, curso, modalidad
Infantil	
Primaria	3er ciclo
Secundaria	*
FP	*



Bachillerato	*
--------------	---

*Adaptable

3. MATERIA(S) Y PROFESOR(ES) IMPLICADO(S)

- ✓ **Lengua Castellana:** lenguaje publicitario. Redacción eslogan
- ✓ **Lengua extranjera:** Si se quiere realizar en esta lengua
- ✓ **Educación Plástica:** diseño y creación de logotipo, y tratamiento de la obra de arte
- ✓ **Historia del Arte:** identificación de importantes obras de arte. La publicidad como arte
- ✓ **Ciencias Sociales:** La publicidad como medio de comunicación de masas
- ✓ **Cultura y Práctica digital / Ed. Tic:** Procesador de textos (Word) y/ programa edición imagen para creación cartel

3

4. OBJETIVOS

Objetivos de la actividad	Objetivos de etapa educativa (primaria)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilizar el lenguaje como herramienta creativa de expresión escrita 	<p>e) Conocer y utilizar de manera apropiada la lengua castellana y, si la hubiere, la lengua cooficial de la Comunidad Autónoma y desarrollar hábitos de lectura.</p> <p>f) Adquirir en, al menos, una lengua extranjera la competencia comunicativa básica que les permita expresar y comprender mensajes sencillos y desenvolverse en situaciones cotidianas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocer los elementos y funciones del cartel publicitario 	<p>j) Utilizar diferentes representaciones y expresiones artísticas e iniciarse en la construcción de propuestas visuales y audiovisuales.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificar y entender el valor comunicativo de las obras de arte 	



Lectura-escritura creativa



<p>✓ Usar las Tic para buscar información y crear de proyectos propios</p>	<p>i) Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje, de las Tecnologías de la Información y la Comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran.</p>
<p>✓ Colaborar y cooperar entre iguales</p>	<p>b) Desarrollar hábitos de trabajo individual y de equipo, de esfuerzo y de responsabilidad en el estudio, así como actitudes de confianza en sí mismo, sentido crítico, iniciativa personal, curiosidad, interés y creatividad en el aprendizaje, y espíritu emprendedor.</p> <p>m) Desarrollar sus capacidades afectivas en todos los ámbitos de la personalidad y en sus relaciones con los demás, así como una actitud contraria a la violencia, a los prejuicios de cualquier tipo y a los estereotipos sexistas.</p>

5. DIMENSIONES DE ACTUACIÓN

<i>Dimensión</i>	<i>Breve descripción</i>
Curricular	<i>La actividad puede incluirse en las programaciones didácticas de las diferentes materias implicadas como medio para desarrollar la competencia en comunicación lingüística al tiempo que los contenidos propios de la materia trabajada</i>
Entorno educativo	<i>Es conveniente hacer uso del entorno próximo del alumnado, al igual que de sus gustos e intereses, para que exista una relación lo más directa posible entre lo que aprende y lo que vive. Así puede ser el alumnado quien elija la obra de arte a utilizar, el producto a publicitar. También</i>



	<i>se puede fomentar el uso de elementos de la cultura propiamente andaluza</i>
Coordinación y colaboración con recursos externos	<i>Cualquier actividad será más enriquecedora si se puede contar con la colaboración de agentes, instituciones o recursos externos. Se puede complementar con visitas, talleres o muestras dese agencias publicitarias, instituciones dependientes de la Consejería de Educación como los CADE, realización de muestras en Bibliotecas o salas de exposiciones, Organización de Certámenes para productos locales, etc.</i>
Globalizadora	<i>La actividad puede incluirse en las programaciones didácticas de las diferentes materias implicadas como medio para desarrollar la competencia en comunicación lingüística al tiempo que los contenidos propios de la materia, añadiendo un componente creativo</i>

6. CRITERIOS, ESTÁNDARES Y COMPETENCIAS CLAVE

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE EVALUABLES	COMPETENCIAS CLAVE
CE.3.10. Describir el funcionamiento de la publicidad y sus técnicas, distinguiendo publicidad educativa y publicidad consumista.	STD.39.1 Valora con espíritu crítico la función de la publicidad y reconoce y explica las técnicas publicitarias más habituales, analizando ejemplos concretos.	CCL, CD
CE.3.7. Comprender las ideas principales y secundarias de distintos tipos de texto leídos,	STD.19.2. Comprende textos periodísticos y publicitarios. Identifica su intención comunicativa. Diferencia entre	CCL, CAA



<p>desarrollando un sentido crítico, estableciendo y verificando hipótesis, ampliando de esta manera su vocabulario y afianzando la ortografía.</p>	<p>información, opinión y publicidad.</p> <p>STD.19.3. Infiere, interpreta y formula hipótesis sobre el contenido. Sabe relacionar los elementos lingüísticos con los no lingüísticos en los textos periodísticos y publicitarios.</p> <p>STD.19.4. Establece relaciones entre las ilustraciones y los contenidos del texto, plantea hipótesis, realizar predicciones e identifica en la lectura el tipo de texto y la intención.</p> <p>STD.19.5. Interpreta el lenguaje figurado, metáforas, personificaciones, hipérbolos y juegos de palabras en textos publicitarios.</p>	
<p>CE.3.10. Planificar y escribir textos propios en diferentes soportes respetando las normas de escritura, ajustándose a las diferentes realidades comunicativas, empleando estrategias de búsqueda de información y organización de ideas, utilizando las TIC para investigar eficientemente y presentar sus creaciones, mediante proyectos realizados a nivel individual o en pequeño grupo,</p>	<p>STD.25.2. Aplica correctamente los signos de puntuación, las reglas de acentuación y ortográficas.</p> <p>STD..27.1. Usa con eficacia las nuevas tecnologías para escribir, presentar los textos y buscar información</p> <p>STD 3.1. Maneja programas informáticos sencillos de elaboración y retoque de imágenes digitales (copiar, cortar, pegar, modificar tamaño,</p>	<p>CCL, CD</p>



<p>cuidando su presentación y empleando el diccionario en diversos soportes para clarificar el significado, uso y la ortografía de las palabras.</p>	<p>color, brillo, contraste...) que le sirvan para la ilustración de trabajos con textos.</p>	
<p>CE.3.11. Mejorar y mostrar interés por el uso de la lengua desarrollando la creatividad y la estética en sus producciones escritas, fomentando un pensamiento crítico y evitando un lenguaje discriminatorio.</p>	<p>STD.30.1. Pone interés y se esfuerza por escribir correctamente de forma personal.</p>	<p>CCL, CAA, CSYC</p>
<p>CE.3.9. Conocer, respetar y valorar las manifestaciones artísticas más importantes del patrimonio cultural y artístico español y andaluz, especialmente aquellas que han sido declaradas patrimonio de la humanidad.</p>	<p>STD.9.1. Reconoce, respeta y valora las manifestaciones artísticas más importantes del patrimonio cultural y artístico español, especialmente aquellas que han sido declaradas patrimonio de la humanidad.</p> <p>STD.9.2. Aprecia y disfruta las posibilidades que ofrecen los museos de conocer las obras de arte que en ellos se exponen.</p>	<p>SIEP, CEC</p>
<p>CE.1.Participar en situaciones de comunicación dirigidas o espontáneas, respetando las normas de la comunicación: turno de palabra, organizar el discurso, escuchar e</p>	<p>STD1.3. Escucha atentamente las intervenciones de los compañeros y sigue las estrategias y normas para el intercambio comunicativo mostrando respeto y consideración por las ideas,</p>	<p>CCL, CAA, CSYC</p>



<p>incorporar las intervenciones de los demás.</p>	<p>sentimientos y emociones de los demás. STD 1.4. Aplica las normas socio-comunicativas: escucha activa, espera de turnos, participación respetuosa, adecuación a la intervención del interlocutor y ciertas normas de cortesía.</p>	
<p>C.E 3.6. Sentirse miembro de una comunidad, ya sea dentro del ámbito escolar o del social en general, analizando sus dinámicas, aprendiendo las diversas formas de organización y participación ciudadana e interviniendo proactivamente en ella. Favorecer el mutuo entendimiento, la solidaridad y la cohesión social a través de la valoración y escucha activa de las aportaciones propias y ajenas.</p>	<p>STD.3.6.1. Toma parte activa en las actividades de grupo de su aula, centro y comunidad que ayudan a mejorar la vida de su entorno. STD.3.6.2. Conoce y respeta las dinámicas organizativas de los grupos en los que se inserta. STD.3.6.4. Acepta, respeta y valora las aportaciones de los demás y defiende sus ideas sin menospreciar las aportaciones de los otros.</p>	<p>CSYC, SIEP, CCL</p>

7. AGRUPAMIENTO

Gran grupo: Fase explicativa.

Grupo Cooperativo: Realización de actividades.



8. METODOLOGÍA GENERAL

La metodología se basa principalmente en el **enfoque comunicativo** de la actividad, cuya finalidad es que el alumnado trabaje y desarrolle su competencia en comunicación lingüística en un medio social donde la convivencia con el prójimo es primordial y donde debe manejarse con las nuevas formas y entornos de comunicación y aprendizaje.

Partiendo de esto, el desarrollo de esta actividad se asienta en:

- ✓ **Trabajo activo y participativo**, que busca despertar la curiosidad del alumnado y motivarle a actuar de forma autónoma y emprendedora
- ✓ **Trabajo basado en proyectos**, de forma que las actividades a realizar no se trabajen de forma aislada e independiente, sino que persigan una meta mayor que responda a unas inquietudes y tengan sentido completo
- ✓ **Trabajo individual**, que permita el autoanálisis y autoconocimiento de las carencias, limitaciones, posibilidades y fortalezas de cada uno, de manera que se puedan trabajar sobre ellas para sacar el máximo rendimiento a nivel individual y, a partir de ahí, a nivel grupal y social.
- ✓ **Trabajo colaborativo-cooperativo**, que permita desarrollar destrezas y estrategias que ayuden a llegar a acuerdos, tomar decisiones de forma argumentada y resuelva conflictos que puedan surgir, al tiempo que fomentan el enriquecimiento personal a partir del conocimiento de la diversidad.
- ✓ **Trabajo coordinado del profesorado** y materias implicadas en la actividad, indispensable para que todo el proceso se desarrolle de forma satisfactoria

9. SECUENCIACIÓN Y TEMPORIZACIÓN

El trabajo se puede realizar en 4-5 sesiones.

Sería conveniente que el alumnado pudiese utilizar ordenadores y conexión a Internet en casi todas las sesiones.



1ª Fase (gran grupo): Conocimientos previos

- Lluvia de ideas sobre publicidad: definición, función, formatos, ubicación, etc. Terminar creando un mapa conceptual.
- Mostrar ejemplos de publicidad en diferentes medios: spot (TV), cuña (radio), cartel publicitario (medios impresos).

2ª Fase (gran grupo – grupos cooperativos*): El cartel publicitario: elementos y análisis

- Identificar elementos básicos: producto, marca, imagen, eslogan, texto secundario, otros recursos gráficos*.
- Estructura del cartel: Imagen – texto – datos del producto*.
- Mostrar en la PDI (o en formato papel) ejemplos de carteles publicitarios y, en gran grupo y de forma oral, identificar sus elementos y estructura**.
- Repartir una revista a cada grupo. Deben buscar muestras de carteles publicitarios.
- Entregar a cada grupo una ficha de trabajo* (se puede hacer mediante Google Drive, creando así un documento colaborativo***, o en formato papel).
- Explicar la ficha de trabajo: deben observar los carteles publicitarios y analizarlos según los campos de la ficha (el nº de carteles a analizar dependerá del docente).
- Mostrar al resto de la clase el resultado del análisis de al menos un cartel por grupo.

* Ver *Anexos*

**Ver *Recursos digitales- Cartel publicitario*

***Se puede utilizar la dinámica cooperativa 1-2-4. Ver *Recursos digitales*

3ª Fase (Gran grupo-grupo cooperativo): El eslogan*

Es la parte creativa literaria más importante de la actividad.

- Qué es un eslogan*
- Actividades para trabajar con eslóganes conocidos:
 - ✓ Sondar eslóganes que el alumnado recuerde y de qué marca son



- ✓ Mostrar al alumnado ejemplos de eslóganes famosos y que el alumnado intente adivinar con qué producto o marca se relacionan.
- ✓ Identificación de eslóganes en carteles publicitarios.
- Consejos para crear un buen eslogan*.
- Recursos Lingüísticos en la redacción del eslogan*.
- Actividades creativas:
 - ✓ Mostrar al alumnado un producto conocido. ¿Qué eslogan se les ocurre? (hacerlo como actividad oral y de calentamiento)
 - ✓ Repartir a cada grupo la ficha de trabajo**. Deben escribir un eslogan para cada producto dado

*Ver *Recursos digitales*

**Ver *Anexos* - Ficha de trabajo “Escribimos un eslogan ”

4ª Fase (Gran grupo): Identificación de obras de arte mundialmente conocidas y su uso en publicidad

- Mostrar diferentes obras (pintura, escultura, arquitectura) y comprobar lo que el alumnado sabe de ellas.
- Sondar para qué productos o servicios se podrían utilizar dichas obras.
- Mostrar al alumnado ejemplos del uso de obras de arte en publicidad*.

* Ver *Anexos y Recursos digitales* (Arte y publicidad)

5ª Fase (Gran grupo): Explicación de la actividad

- Deberán diseñar un cartel publicitario utilizando una obra de arte reconocida, o un fragmento de ella, para publicitar un producto dado*.
- Pasos para su realización:
 - ✓ Elección del producto
 - ✓ Marca del producto*
 - ✓ Redacción del eslogan
 - ✓ Elección del mensaje
 - ✓ Público objetivo: al que nos dirigimos
 - ✓ Elección de la obra de arte o fragmento
 - ✓ Redacción de texto secundario (si lo hubiera)

- ✓ Elementos gráficos complementarios
- ✓ Disposición de todos los elementos en el plano
- ✓ Uso del color, tipografía, etc.

**El/la docente puede decidir: si todos los grupos publicitan el mismo producto o si cada grupo elige libremente el producto a publicitar; si es un producto con marca existente o deben inventar su propia marca; si la marca es inventada, deberían diseñar su propio logotipo.*

6ª Fase (Grupo Cooperativo*): Realización del borrador del cartel

- Entregar a cada grupo el guion del trabajo a seguir, para que vayan marcando lo que han ido realizando, o incluso anotando lo que van haciendo**
- Para cada una de los pasos, se puede tener en cuenta lo siguiente:
 - ✓ Elección del producto (si lo decide el grupo, que sea algo relacionado con su edad).
 - ✓ Marca del producto: si es inventada, tener en cuenta sonoridad, fácil pronunciación, originalidad, etc.
 - ✓ Redacción del eslogan: tener en cuenta lo visto en la fase anterior.
 - ✓ Elección del mensaje: deben decidir qué característica del producto es la que quieren resaltar, la que les va a servir para convencer de la compra.
 - ✓ Público objetivo: no es lo mismo que sea un producto infantil, que para jóvenes, adultos o ancianos. Tampoco si es para mujer u hombres, etc.
 - ✓ Elección de la obra de arte o fragmento: debe ser conocida. Se puede utilizar la obra completa o sólo una parte de ella***.
 - ✓ Imagen del producto: es conveniente que el producto aparezca, y se debe decidir el mejor lugar dentro de la imagen/obra de arte, ya que debe parecer integrada, que pertenece a la obra original (en la medida de lo posible).
 - ✓ Redacción de texto secundario (si lo hubiera): debe ser conciso y breve, y que resalte sólo la/s característica/s que queremos resaltar.
 - ✓ Elementos gráficos complementarios: a la obra de arte original se le pueden añadir otros elementos gráficos para completar el mensaje. ****



- ✓ Disposición de todos los elementos en el plano: realizar varios bocetos en papel antes de la decisión final. Tener en cuenta a lo que se le quiere dar más importancia, que deberá ser más llamativo (tamaño, color, etc.)
- ✓ Color/tipografía: dependiendo del público objetivo y del producto, se deben elegir el color, el tipo de letra, etc.

*Se puede utilizar la dinámica cooperativa *Mesa Redonda*

**Se puede compartir la ficha de trabajo con Google Drive y hacer los bocetos gráficos en papel

***Ver en *Anexos* un esquema con diversas posibilidades para utilizar una obra de arte en carteles publicitarios

****Ver ejemplo de *La Gioconda en Anexos*

7ª Fase (Individual-Grupos cooperativos): Realización del cartel definitivo

(Es recomendable el uso de herramientas digitales para una formación más globalizada e interdisciplinar, pero en caso de no disponer de los recursos necesarios, se puede realizar en formato físico, previa impresión de la obra de arte).

Si se opta por la creación digital, esta fase se llevará a cabo en dos partes:

1. Uso de procesador de textos para diseño visual del cartel*

Explicar, mostrar y practicar con el alumnado:

- ✓ Guardar imagen desde Internet.
- ✓ Insertar imagen en Word.
- ✓ Cambiar tamaño imagen.
- ✓ Recortar imagen.
- ✓ Añadir texto a Imagen (cuadro de texto).
- ✓ Insertar Formas (desde *Imagen*).
- ✓ Posición de la imagen o texto respecto a otros elementos (transparente, delante, detrás, etc.)

✓ Guardar imagen

*Se deben trabajar con las pestañas Ilustraciones (imagen, formas, Smart Art, etc.), Fuente, etc.

2. Creación del cartel publicitario definitivo*

- Orientar al alumnado sobre dónde buscar y ver obras (Museos andaluces virtuales. *)
- Asignar a cada grupo un pintor andaluz y que cada alumno/a del grupo elija una obra diferente de dicho autor.
- Crear una carpeta para el trabajo del alumno/a y guardar la imagen en una carpeta del ordenador (tener en cuenta los derechos de autor, nombrar fuentes, etc.)

*Si queremos que todos los miembros del grupo trabajen con el ordenador, se puede optar porque todos realicen su propio cartel siguiendo el borrador realizado y que finalmente voten el que será el cartel definitivo a presentar.

8ª Fase (Gran Grupo): Puesta en común de los carteles creados

- Mostrar al grupo clase cada uno de los carteles y explicarlos.

9ª Fase: Recopilar todas las creaciones y darles difusión

Se puede:

- Hacer tablero en Pinterest.
- Hacer una presentación con diapositivas (Power Point).
- Hacer un libro digital (Issuu o Calaméo).
- Hacer una muestra en el centro u otros enclaves.

Fase opcional 1 (gran grupo): Consumo responsable

- El primer objetivo de la publicidad es persuadir, convencer de la manera más atractiva para que consumamos. Teniendo esto en cuenta cabe hacerse preguntas: ¿necesitamos realmente el producto? ¿conseguiremos con el producto la idea que nos venden? ¿seremos más guapo/as con una marca de pantalón u otra? ¿merece la pena pagar más?



- Fomento de actitud reflexiva y crítica: A veces el fin justifica los medios. Cabría preguntarse: ¿dónde se fabrica el producto? ¿en qué condiciones? ¿situación de los trabajadores de la empresa? ¿qué componentes tiene? ¿son perjudiciales?

Fase opcional 2(Grupos cooperativos*): Diseño y creación Logotipo

Si decidimos que el alumnado cree su propia marca, es conveniente que también creen el Logotipo.

- ✓ Trabajo previo:
 - Definición de logotipo
 - Visualización de logotipos existentes (mejor conocidos)
 - Características de un logotipo
 - Cómo crear un logotipo
- ✓ Para el diseño del logotipo:
 - Pasos para crear un logotipo
 - Técnica a utilizar (integrarla en la materia de Educación Plástica)
 - Materiales a utilizar
- ✓ Diseño del logotipo:
 - El grupo, una vez planteados los pasos anteriores, en lluvia de ideas establece los elementos básicos de su logo: imagen reconocible o no, color, letras, ...
 - Cada miembro realiza un boceto, y una vez terminado, siguiendo la estructura 1-2-4 se ponen en común
 - El producto definitivo puede realizarlo un solo miembro del grupo, a elección del grupo (quizás el que tenga más cualidades en ese campo, o cada uno realiza su versión y se vota la que más guste)

*Se puede trabajar con la dinámica cooperativa 1-2-4



10. EVALUACIÓN

Rúbrica para la coevaluación

RÚBRICA CARTEL PUBLICITARIO			
	Bien	Regular	Mal
Total			
GUIÓN TRABAJO ELEMENTOS FORMALES	<ul style="list-style-type: none"> - Sigue todas los pasos del guión de trabajo - Incluye todos los elementos posibles del cartel publicitario 	<ul style="list-style-type: none"> - Se salta algunos pasos del guión de trabajo - Incluye los elementos básicos del cartel publicitario 	<ul style="list-style-type: none"> - No sigue los pasos del guión de trabajo - No incluye los elementos básicos del cartel publicitario
ESLOGAN	<ul style="list-style-type: none"> - El eslogan cumple con los requisitos básicos - Incluye elementos lingüísticos propios del andaluz. - Incluye bastantes recursos lingüísticos - Conecta fácilmente con el público objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> - El eslogan cumple con los requisitos básicos - Incluye algunos elementos lingüísticos propios del andaluz. - Incluye pocos recursos lingüísticos - Puede conectar con el público objetivo 	<ul style="list-style-type: none"> - El eslogan no cumple con los requisitos básicos - No incluye elementos lingüísticos propios del andaluz. - No incluye apenas recursos lingüísticos - No se ve conexión con público objetivo
OBRA DE ARTE (fragmento)	<ul style="list-style-type: none"> - Elige una obra muy conocida - Elige una obra andaluza - El fragmento se identifica perfectamente - La obra elegida conecta muy bien con el producto y mensaje 	<ul style="list-style-type: none"> - Elige una obra algo conocida - Elige una obra andaluza - El fragmento se identifica con dificultad - La obra elegida conecta poco con el producto y mensaje 	<ul style="list-style-type: none"> - La obra elegida poco conocida - Elige una obra no andaluza - El fragmento no se identifica - La obra elegida no conecta con el producto ni mensaje
CONEXIÓN ESLOGAN-IMAGEN/OBRA	<ul style="list-style-type: none"> - Existen gran conexión entre el eslogan y la imagen / obra de arte 	<ul style="list-style-type: none"> - Existe cierta conexión entre el eslogan y la imagen / obra de arte 	<ul style="list-style-type: none"> - No existe conexión entre el eslogan y la imagen /obra de arte
ORTOGRAFÍA Y GRAMÁTICA	<ul style="list-style-type: none"> - Escribe sin faltas ortográficas. - Utiliza correctamente elementos gramaticales 	<ul style="list-style-type: none"> - Escribe con algunas faltas ortográficas. - Comete algunos fallos gramaticales 	<ul style="list-style-type: none"> - Escribe con muchas faltas ortográficas - Comete graves errores gramaticales
USO TIC	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las TIC de forma activa, con interés y siguiendo las instrucciones dadas. - Utiliza las Tic para buscar información en diferentes fuentes - Utiliza las TIC adecuadamente para crear producciones propias 	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las Tic, con poco interés, y no sigue todas las instrucciones dadas - Utiliza las Tic para buscar información, pero pocas fuentes - Utiliza las TIC para crear producciones propias 	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las Tic sin interés y sin seguir las instrucciones dadas. - Usa las Tic para otros fines - No usa las Tic para buscar información - No es capaz de crear producciones propias utilizando las TIC
PRESENTACIÓN /DISTRIBUCIÓN ELEMENTOS	<ul style="list-style-type: none"> - El cartel es muy atractivo en cuanto a diseño, distribución y orden de elementos 	<ul style="list-style-type: none"> - El cartel es atractivo en cuanto a diseño, distribución y orden de elementos 	<ul style="list-style-type: none"> - El cartel no es atractivo en cuanto a diseño, distribución y orden de elementos
TRABAJO COOPERATIVO	<ul style="list-style-type: none"> - Propicia la búsqueda del consenso, opina, escucha y respeta las opiniones. - Utiliza la dinámica establecida 	<ul style="list-style-type: none"> - Le cuesta buscar consenso, opina algunas veces, escucha pero a veces no respeta las opiniones. - Utiliza dinámica cooperativa diferente 	<ul style="list-style-type: none"> - No busca consenso, no opina ni escucha. - No utiliza dinámica cooperativa - No trabaja en grupo



Autoevaluación

ASPECTO A EVALUAR				
El trabajo progresivo individual y en cooperativo				
Indicadores	C	CC	CD	NC
Realizo la tarea siguiendo las pautas dadas				
Muestro interés durante el desarrollo de la tarea				
Participo de forma activa en la realización de la tarea				
Respeto los roles asignados y realizo las funciones propias				
Escucho atentamente y respeto las opiniones y puntos de vista de los demás				
Expongo ideas propias				
Colaboro continuamente en la tarea				
Muestro iniciativa y creatividad en el desarrollo de la actividad				
Hago uso de variedad de materiales y recursos				
RESULTADO GLOBAL				
GRADO DE CONSECUCCIÓN	C: Conseguido	CC: Casi conseguido	CD: Con dificultad	NC: No conseguido

Evaluación entre iguales

EVALUACIÓN GRUPAL				
¿Cómo hemos desarrollado el trabajo?	Debe mejorar	Bien	Muy bien	
1. Cada uno ha cumplido con su función				
2. Todos hemos aprendido				
3. Hemos utilizado el tiempo adecuadamente				
4. Nos ayudamos unos a otros				
5. Todos opinamos				
6. Escuchamos a los demás				
7. Respetamos las ideas de los demás				
8. Nos ayudamos unos a otros				
¿Qué hemos hecho especialmente bien?	¿En qué debemos mejorar?			
Valoración global de la tarea	Muy positiva	Positiva	Regular	Negativa



11. HERRAMIENTAS TIC

- Para creación y diseño del cartel: Procesador de textos.
- Para la ubicación digital de los carteles: Pinterest, Issuu, Calaméo.

12. BIBLIOTECA ESCOLAR Y OTROS PLANES Y PROGRAMAS EDUCATIVOS

Biblioteca escolar:

- Visionado de textos publicitarios, revistas, etc.
- Visionado de obras de arte.
- Exposición de carteles.

Otras líneas del Programa:

- Oralidad: explicación a compañeros de los carteles creados
- PLC

Otros Planes y Programas:

- Plan lector del centro (formatos publicitarios)
- Programa Inicia (Cultura emprendedora): publicidad de empresas creadas
- Programa Aldea: creación de carteles para concienciar sobre el cuidado del entorno natural, reciclaje, etc.*

*Cualquier programa cuyo contenido sea susceptible de ser publicitado

13. FAMILIAS

Previo al comienzo de la actividad, se puede informar a las familias de la misma, y a partir de ahí animarlas a que en casa jueguen a:

- crear eslóganes,
- adivinar de qué marca es un eslogan,
- adivinar el eslogan de una marca conocida,
- inventarse marcas para productos dados.



14. DIFUSIÓN Y VISIBILIDAD

Se puede dar a conocer el producto final de diferentes formas:

Digital:

Blog de clase

Blog/Web Biblioteca

Web del centro

Físico:

Muestra en el centro o biblioteca escolar

Muestra en biblioteca o sala de exposiciones de la localidad

Muestra en museos de la localidad

15. COLABORACIONES EXTERNAS

Biblioteca municipal:

- Búsqueda de material publicitario o pictórico.
- Como espacio de difusión de las creaciones del alumnado

CADE (Andalucía emprende, Junta de Andalucía):

- Solicitud de talleres de eslogan, logotipo, diseño de carteles publicitarios.

Museos:

- Visita a museos donde puedan apreciar obras de arte con las que puedan trabajar.
- Las visitas guiadas temáticas pueden ser más fructíferas. Por ejemplo, relacionadas con los objetos simbólicos, información enmascarada, el potencial comunicativo de la obra, etc.
- Museos de diversas disciplinas artísticas: mejor elegir aquellos que tengan muestras relacionadas con la publicidad o el poder comunicativo de la imagen.

Agencias de publicidad (los ayuntamientos tienen departamento de publicidad y marketing):

- Visitas guiadas: quién trabaja allí, qué hacen, cómo trabajan, etc.
- Impartición de talleres.

16. VARIANTES

Variantes

- Se puede escribir en lengua extranjera.
- En caso de no tener posibilidad de utilizar ordenadores, se puede realizar en formato físico.
- Se puede hacer concurso de carteles publicitarios.
- Se pueden crear carteles para publicitar el centro escolar (o una parte de él), o la localidad donde se reside (sus ferias, productos, turismo, etc.).
- Se pueden optar por utilizar solo obras de arte andaluzas, para potenciar el conocimiento e importancia de la cultura autonómica.

20

Proyectos potenciales:

- Para el mismo producto crear cuña radiofónica y spot publicitario.
- Analizar el proceso creativo de una campaña real (ver Recursos digitales: proyectos potenciales) y posteriormente crear la publicidad de una empresa.
- Para la fomentar el turismo de la localidad.
- Proyecto para sensibilizar hacia alguna problemática social: medioambiente, violencia de género, reciclaje, etc.

Adaptación a otros niveles/etapas:

2º ciclo Primaria

- Se Puede simplificar los elementos a analizar y hacer una primera toma de contacto creativa con: imagen, eslogan, producto y marca.

Secundaria / Bachillerato / FP

- En Historia, se puede utilizar obras relacionadas con el período histórico que se está trabajando, y que el producto sea uno de la época trabajada.



- Se pueden parodiar carteles publicitarios*.
- Se pueden hacer recreaciones de las obras de arte donde los personajes sea el propio alumnado. Posteriormente esa imagen será la utilizada en el cartel*.
- En FP de Diseño Gráfico, Animación, Ilustración, o relacionado, pueden utilizar herramientas de edición avanzada y hacer versiones de las obras de arte, introduciendo elementos, modificando/distorsionando elementos de la obra original, etc. **

*Ver *Anexos* (Parodia publicitaria)

Ver *Anexos* (edición arte) y *Recursos digitales* (arte y publicidad)

17. RECURSOS, MATERIALES Y BIBLIOGRAFÍA

Recursos personales: profesorado, alumnado.

Recursos materiales: fichas de trabajo, revistas, lápiz, goma, material para colorear, pegamento, tijeras, PDI, ordenadores, conexión Internet, cartulinas (si se opta por realización en formato físico).

Recursos digitales

➤ Enlaces

Dinámicas Aprendizaje Cooperativo:

<http://www.orientacionandujar.es/2017/03/20/recopilatorio-tecnicas-cooperativas-aula/dinamicas-cooperativas-aula-jblasgarcia-1/>

La publicidad: repaso de conceptos

<https://www.slideshare.net/ieslaorden/la-publicidad-y-el-anuncio-publicitario>

- Cartel publicitario

Álbum carteles publicitarios

https://www.slideshare.net/pacoarenas/lbumdepublicidad2010?qid=effbc9f2-975a-42fd-8109-267ce112e1ac&v=&b=&from_search=3



Ayudas para crear tu cartel

<https://es.slideshare.net/pilartoro/ayudas-para-las-ideas-de-tu-cartel-1018683>

- Eslogan

Textos publicitarios para niños de primaria

<http://www.padresenlaescuela.com/textos-publicitarios-para-ninos-de-primaria/>

Definición eslogan

<http://definicion.de/slogan/>

El eslogan: presentación completa

<https://es.slideshare.net/antoniobasaure/el-eslogan>

Recursos lingüísticos en el lenguaje publicitario

<https://es.slideshare.net/loreasolaguren/recursos-lingsticos-en-publicidad-3756798>

Evolución en el eslogan de una marca

- Donuts

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/donuts-50-anos-de-anuncios-redondos>

- Coca cola

<http://www.coca-colamexico.com.mx/historias/historia-de-los-slogans-publicitarios-de-coca-cola>

- Coca cola ingles + cartel publicitario

<https://www.taringa.net/posts/imagenes/14913248/Todos-los-eslogan-de-Coca-Cola.html>

- Mac Donald

<http://www.creadictos.com/100-mejores-publicidades-mcdonalds-historia/>



Consejos para crear un buen eslogan

<http://www.roastbrief.com.mx/2012/05/diez-trucos-para-hacer-un-buen-eslogan/>

<http://listas.eleconomista.es/empresas/1818-10-ideas-para-hacer-un-buen-eslogan>

Ejemplos eslóganes famosos

<http://es.paperblog.com/los-esloganes-mas-efectivos-de-la-historia-1701583/>

<http://bienpensado.com/slogan-como-disenarlo-y-algunos-ejemplos-famosos/>

- [Arte y publicidad](#)

“El arte en la publicidad. Tipologías del uso del arte visual en la comunicación comercial” (Olga heredero Díaz y Miguel Ángel Chaves Martín)

<http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/42715/46812>

Ejemplos de arte y publicidad

<https://es.slideshare.net/PatriciaKatsarida/publicidad-inspirada-en-obras-de-arte>

<http://www.aldeavillana.com/el-arte-y-la-publicidad-en-30-ejemplos/>

Personas recreando obras de arte

<http://www.taringa.net/posts/imagenes/13508025/Arte-arte-arte-personas-recreando-obras-de-artes-famosas.html>

- [Proyectos potenciales](#)

Análisis Campaña publicitaria Coca Cola

<https://es.slideshare.net/Ximenalargaes/anlisis-de-los-mensajes-de-las-campaas-del-producto-coca-cola>



➤ Tutoriales

Crear cuenta en Google

<https://www.youtube.com/watch?v=7676Lj6vwxo>

Crear y compartir un documento en Google Drive

<https://www.youtube.com/watch?v=cyHiaMCBmBk>

Crear libros digitales ISSUU

<https://youtu.be/LmH4jpk4C1g> (Tutorial Issuu)

<https://youtu.be/r7MjMJhGsw> (Tutorial Convertir archivos a pdf)

Crear publicaciones en Calaméo

<https://es.slideshare.net/pazgonzalo2/crear-publicaciones-en-calameo>

Video-Tutorial Pinterest

<https://www.youtube.com/watch?v=2sReMA3SIfc>

Padlet (tutorial): creación muros virtuales

https://youtu.be/cOKX_A0Ijo0?list=UUj1eJtQ3DMHCyHD9-uojUQQ



18. ANEXOS

➤ Estructura cartel publicitario





➤ Modelo ficha análisis cartel publicitario

ANÁLISIS CARTEL PUBLICITARIO	
Muestra del cartel	PRODUCTO
	MARCA
	LOGOTIPO
	ESLOGAN
	IMAGEN
	TEXTO SECUNDARIO (características del producto, servicio...)
	OTROS RECURSOS GRÁFICOS
	PROPÓSITO (comercial, político, social)



➤ Ejemplos Eslogan + Logotipo



➤ Evolución del eslogan de una marca

SLOGANS EN EL TIEMPO



- ✦ 1993: «Siempre Coca-Cola»
- ✦ 1999: «Coca-Cola. Disfruta»
- ✦ 2000: «Vívela»
- ✦ 2001: «La vida sabe bien»
- ✦ 2001: «La vida sabe mejor»
- ✦ 2001: «Siente el sabor de vivir»
- ✦ 2003: «Coca-Cola, de verdad».
- ✦ 2005: «Toma lo bueno»
- ✦ 2006: «El lado Coca-Cola de la vida»
- ✦ 2008: Desde 1886 repartiendo felicidad
- ✦ 2008: «El lado Coca-Cola de la vida»
- ✦ 2008: «La vida es como te la tomás»
- ✦ 2008: «Regala al mundo lo mejor de ti»
- ✦ 2009: «Mira el lado Coca-Cola de la vida»
- ✦ 2009: «Destapa la felicidad»

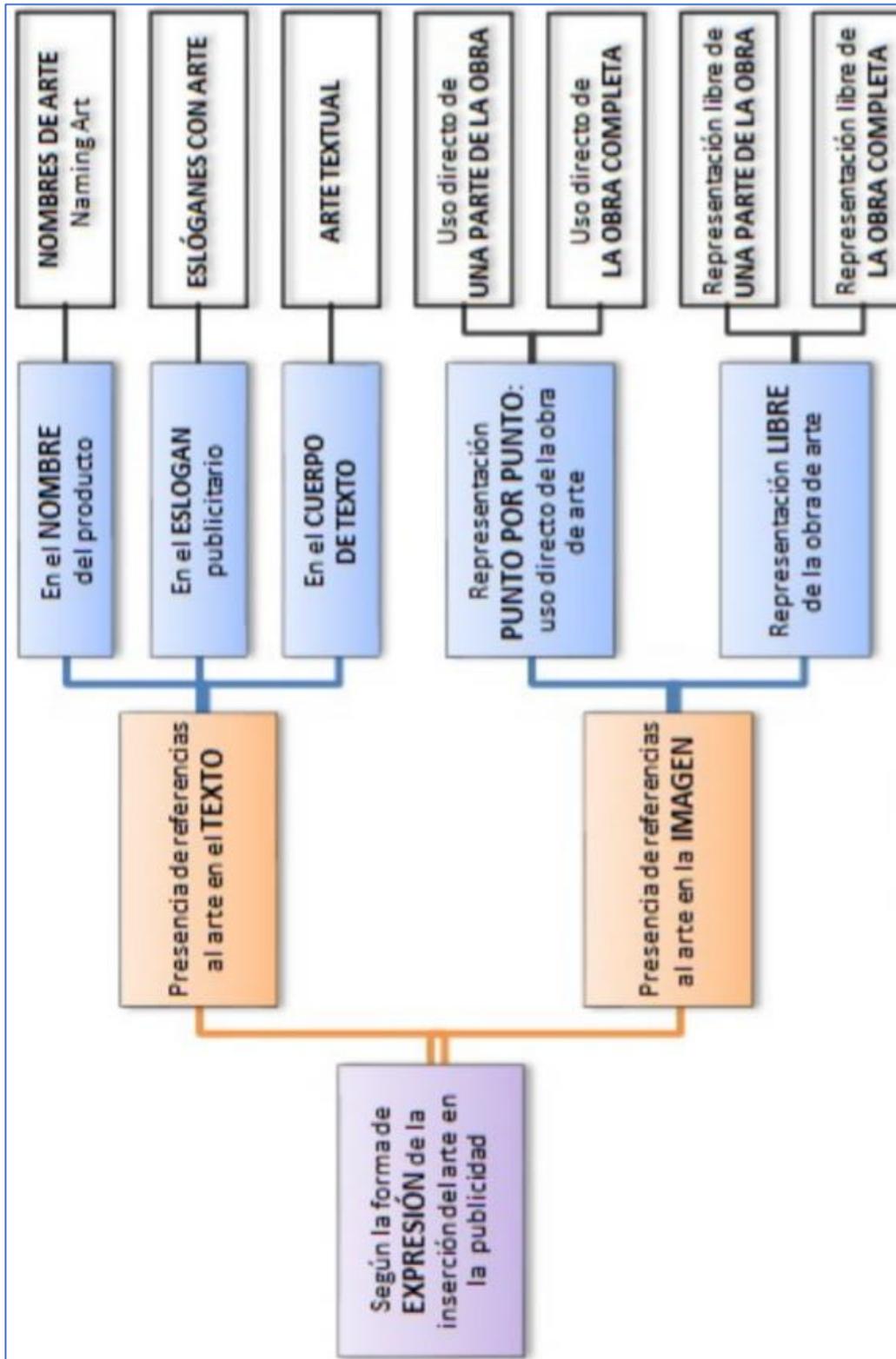
Fuente: <https://es.slideshare.net/Ximenalargaes/analisis-de-los-mensajes-de-las-campaas-del-producto-coca-cola>

➤ Modelo ficha invención eslogan

ESCRIBIMOS UN ESLOGAN				
IMAGEN	PRODUCTO	MARCA	PÚBLICO OBJETIVO (a quién se dirige)	ESLOGAN (inventamos un nuevo)
				
				
				
				

➤ Diferentes posibilidades de utilizar una obra de arte para realizar un cartel publicitario





Fuente: Olga heredero Díaz y Miguel Ángel Chaves Martín, en su artículo “El arte en la publicidad. Tipologías del uso del arte visual en la comunicación comercial”

<http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/42715/46812>



➤ Ejemplos de carteles publicitario reales



Obra: "La Gioconda" (Leonardo Da Vinci, 1503-1519)



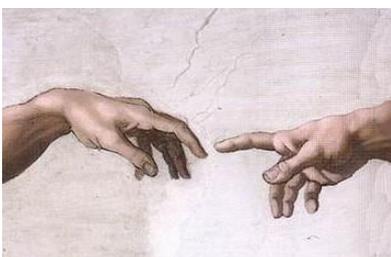
Obra: "La lechera" (Vermeer, 1660-61)



Obra: "Autorretrato con sombrero gris" (Vincent Van Gogh, 1887)



Obra: "La creación de Adán" (Miguel Ángel, 1511)



Fragmento de “*La creación de Adán*” (Miguel Ángel, 1511)
 ➤ Modelo ficha Borrador Cartel Publicitario

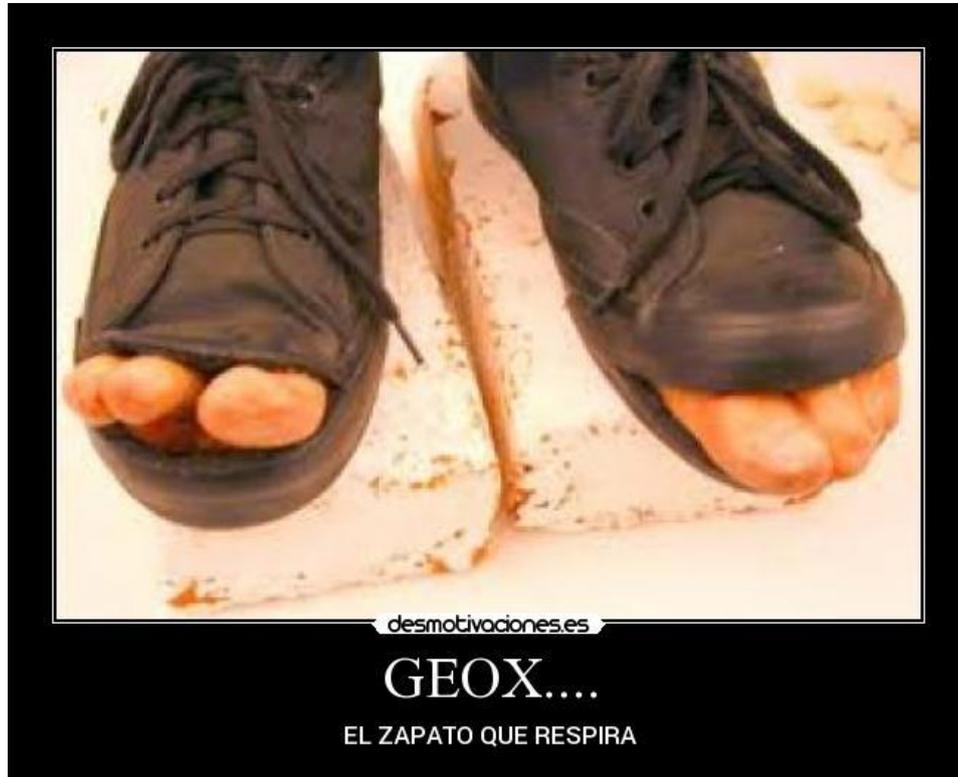
Cartel inspirado en la obra de Miguel Ángel

GUIÓN DE CREACIÓN CARTEL PUBLICITARIO - BORRADOR	
PRODUCTO	
MARCA	
ESLOGAN	
MENSAJE	
PÚBLICO OBJETIVO	
OBRA ARTE /FRAGMENTO	
TEXTO SECUNDARIO	
OTROS ELEMENTOS GRÁFICO	
COLOR	
TIPOGRAFÍA	
INTEGRACIÓN PRODUCTO EN OBRA DE ARTE	
BOCETO 1	BOCETO 2

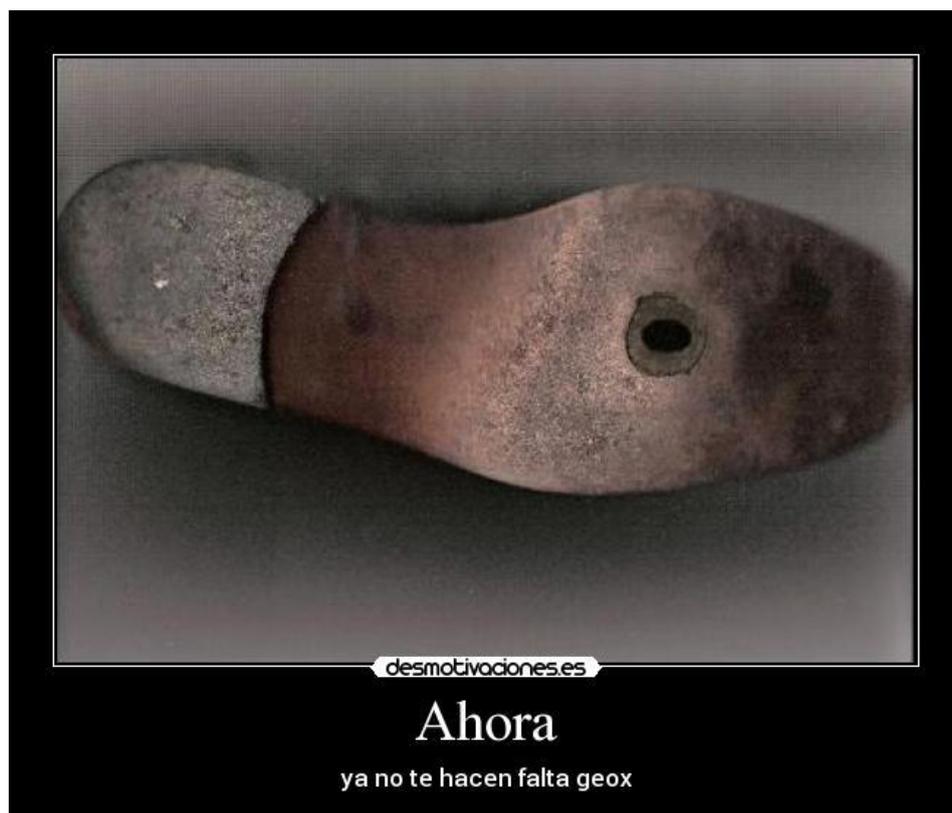


➤ Proyectos alternativos

- Parodia publicitaria



32



Lectura-escritura creativa



Equipo de coordinación pedagógica

- Recreación obra de arte y potencial uso publicitario

Publicitar monopatín



Publicitar tinte de pelo



Fuente: <http://www.taringa.net/posts/imagenes/13508025/Arte-arte-arte-personas-recreando-obras-de-artes-famosas.html>

- Edición / modificación obras de arte



34

Fuente: <http://www.aldeavillana.com/el-arte-y-la-publicidad-en-30-ejemplos/>

