



ANEXO 1

| REGISTRO DE ENTRADA |
|---------------------|
| |

MÁSTER UNIVERSITARIO EN FORMACIÓN DEL PROFESORADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA, BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS (MAES).

DEPÓSITO DEL TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

En el día de hoy, entrego en depósito el Trabajo Fin de Máster que a continuación se detalla:

| | |
|--|---|
| Nombre del/a Alumno/a DNI Teléfono Móvil (*) Correo Electrónico (*) | Ana López Domínguez 53342566 T 685102273 anagerena19@gmail.com |
| Título del Trabajo Fin de Máster | <i>Historia de la lengua publicitaria: análisis crítico y propuesta de enseñanza.</i> |
| Tutor/a | D. María Dolores Pons Rodríguez |
| Especialidad del MAES | Lengua Castellana y Literatura |

(*) Con la finalidad de que el/la Presidente de la Comisión Evaluadora correspondiente pueda contactar con el/la alumno/a.

Vº Bº TUTOR/A

En Sevilla, a 3 de Junio de 2016

Fdo.:


M^a Dolores
Pons Rodríguez

Fdo.:


ANA LÓPEZ DOMÍNGUEZ

SR^a. DIRECTORA DE LA ESCUELA INTERNACIONAL DE POSGRADO DE LA
UNIVERSIDAD DE SEVILLA



HISTORIA DE LA LENGUA PUBLICITARIA:

análisis crítico y propuesta de enseñanza.



Ana López Domínguez

| Índice | Página |
|---|---------------|
| Introducción | 4 |
| 1. Análisis crítico, desarrollo y propuesta de mejora de la experimentación curricular diseñada y aplicada durante las prácticas | 5 |
| 1.1. Descripción de la experimentación curricular sometida a análisis | 5 |
| 1.1.1. Breve estudio del contexto del Centro | 5 |
| 1.1.2. El Centro Educativo | 7 |
| 1.1.3. Departamento de Lengua Castellana y Literatura | 10 |
| 1.1.4. Alumnado | 11 |
| 1.1.5. Aplicación de la propuesta didáctica en la programación del Departamento del Centro | 13 |
| 1.1.6. Propuesta didáctica llevada al aula: finalidad, justificación y metodología | 15 |
| 2. Análisis y valoración de la experimentación de la propuesta didáctica | 19 |
| 2.1. Evolución de los aprendizajes de los alumnos. Dificultades encontradas y logros obtenidos | 19 |
| 2.2. Pertinencia y adecuación de los contenidos | 20 |
| 2.3. Secuencia didáctica | 22 |
| 2.3.1. Alumnos a los que se dirige la secuencia | 22 |
| 2.3.2. Temporalización | 23 |
| 2.3.3. Forma social de agrupación | 23 |
| 2.3.4. Materiales y recursos didácticos | 23 |
| 2.3.5. Contenidos específicos de la secuencia | 24 |
| 2.3.6. Objetivos específicos de la secuencia | 24 |
| 2.3.7. Actividades | 25 |
| 2.3.8. Validez de la metodología y de la secuencia de actividades | 29 |
| 2.3.9. Criterios de evaluación y funcionalidad | 30 |
| 3. Propuestas de mejora | 32 |
| 4. Análisis y valoración de los conocimientos profesionales adquiridos por el alumno del MAES en su práctica como docente | 33 |
| 5. Bibliografía | 35 |
| Anexo I | |
| Anexo II | |
| Anexo III | |
| Anexo IV | |
| Anexo V | |
| Anexo VI | |

Introducción

En el presente Trabajo Fin de Máster, exponemos una propuesta didáctica mejorada y diseñada para el desarrollo de prácticas del MAES. En dicha propuesta incluimos una secuencia didáctica planteada para dos grupos 4.º de ESO –uno bilingüe y otro no bilingüe– titulada *Volvemos en 3, 2, 1: Publicidad*. En ella, se trabajará el texto argumentativo a través de la publicidad junto con el código publicitario, las funciones y los procedimientos persuasivos más empleados.

Así mismo, presentamos el contexto educativo donde se ha llevado a cabo su aplicación, los objetivos que se pretendían obtener –y los obtenidos– y los efectos causados en el aprendizaje de los alumnos junto con la evaluación aplicada para la valoración de las actividades.

Para la elaboración de propuesta, se toma como punto de partida la experiencia docente obtenida durante el periodo de prácticas del MAES, donde se ha llevado a cabo dicha secuencia siendo diseñada de forma específica para los alumnos del centro, teniendo en cuenta el contexto y el grupo específico de alumnos donde se iba a aplicar.

Estas actividades de intervención –a su vez–, han seguido con rigor los criterios establecidos en la programación didáctica diseñada por el Departamento de Lengua Castellana y Literatura del centro y la planificación elaborada por la tutora profesional.

De esta forma, con nuestra propuesta didáctica queremos ofrecer una nueva perspectiva de enfocar e impartir la publicidad en el aula, tomando en consideración los contenidos y competencias recogidas en las leyes educativas pero con una visión innovadora a través de las actividades que se plantean. También se recogen las adaptaciones curriculares y las propuestas de mejora pertinentes tras su aplicación.

1. Análisis crítico, desarrollo y propuesta de mejora de la experimentación curricular diseñada y aplicada durante las prácticas

1.1. Descripción de la experimentación curricular sometida a análisis

1.1.1. Breve estudio del contexto del Centro

El centro donde se llevará a cabo la propuesta didáctica diseñada en el presente trabajo es el Instituto de Secundaria Obligatoria I. E. S. Gerena, situado en la localidad sevillana de Gerena.

Este municipio cuenta con una población total de 7.404 habitantes¹ y está situado al noroeste de la provincia de Sevilla –a unos 23 kilómetros de la capital hispalense–, donde delimitan y se aúnan tres conocidos contornos naturales: la Sierra Norte, la Vega y el Aljarafe.

Históricamente, Gerena es un pueblo cuya actividad económica ha estado marcada por el trabajo en las canteras de granito –hasta su cese a finales del siglo XX y reconversión en punto turístico del municipio–, en la agricultura y crianza de ganado bravo. A estas dos últimas actividades económicas, debemos añadir el gran crecimiento de empleo que ha supuesto la apertura del yacimiento minero de Cobre las Cruces en 2009². Hoy día se trata de la mina de cobre más grande de Europa a cielo abierto, la cual ha generado no solo empleo de mantenimiento o de extracción de cobre, sino que cuenta con el desarrollo de otros empleos como la impartición de clases de español como lengua extranjera para aquellos trabajadores que lo precisen, hecho que además ha supuesto un aumento de la población extranjera en la localidad durante los últimos años³. Se ha de tener en cuenta que, en la actualidad, aun habiéndose creado nuevos puestos de trabajo, Gerena cuenta con una tasa de desempleo del 30,11 %⁴, situación que ha llevado a muchos habitantes a retomar los estudios.

Debido a sus orígenes y trascendencia, Gerena es una localidad que cuenta con puntos de interés cultural que la convierte en uno de los municipios más conocidos de

¹ Información extraída de:

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/htm/sm41045.htm>

² Información consultada en: <http://www.cobrelascruces.com/index.php/quienes-somos/>

³ Información consultada en:

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/htm/sm41045.htm>

⁴ Fuente de la información:

<http://www.datosmacro.com/paro/espana/municipios/andalucia/sevilla/gerena>

la denominada Ruta de la Plata –especialmente por su vinculación con el Camino de Santiago– debido a su riqueza en yacimientos arqueológicos de la época prehistórica, ibérica y romana⁵.

Pero no solo Gerena es uno de los municipios que más turistas recibe por sus monumentos históricos, sino por sus fiestas y tradiciones; especialmente por sus fiestas patronales y feria local las cuales se celebran el último jueves del mes de mayo. Esta última festividad –que supone un ingreso económico importante en el municipio– será clave para el desarrollo de nuestra propuesta didáctica como detallaremos más adelante, pues será el contexto sobre el que los alumnos deberán realizar la actividad final y principal de nuestra propuesta didáctica, ya que la celebración de estas fiestas mayores es una de las tradiciones más enraizadas en el municipio donde se involucran y disfrutan todos los ciudadanos.

Con respecto a la actividad educativa, Gerena cuenta con una guardería municipal, llamada *Jardín de Colores* la cual ha sido ampliada dado el aumento del número de habitantes; un colegio público, llamado *Colegio Público Fernando Feliú* dividido en tres edificios; y el Instituto de Enseñanza Secundaria Obligatoria Gerena, que describiremos de una forma más exhaustiva en el siguiente punto.

Creemos conveniente realizar esta descripción del municipio donde está situado nuestro centro educativo, porque consideramos que en el diseño de una secuencia didáctica se ha de tener en cuenta el contexto, población y costumbres. Concretamente en esta localidad, tanto en el colegio como en el centro de secundaria se integran las costumbres y la historia local en el aprendizaje de los alumnos con diversas actividades en asignaturas como Geografía e Historia –estudio demográfico y económico de la localidad–, Lengua Castellana y Literatura –con la participación en el concurso de relatos organizados por el Ayuntamiento local– o con la asignatura de

⁵ -Basílica Paleocristiana, del siglo V, situada en una zona urbana a la entrada de la localidad.

-Fuente de los Caños y restos de muralla romana, datado en el I a. C., donde se puede observar restos de la muralla que bordeaban y protegían a la población y restos de las antiguas termas de donde manaba un arroyo subterráneo, de las que disponía este municipio las cuales estaban destinadas a baños públicos donde se puede apreciar restos de la cultura romana – una vía, canalizaciones y una calzada y restos de la época mudéjar, con la presencia de una cruz que indicaba la entrada al pueblo⁵.

-El Palacio: de principios del siglo XVII está construido sobre una gran piedra de granito y era propiedad del conde de santa Coloma, aunque en la actualidad pertenece al marqués de Albaserrada y ha servido como escenario para múltiples producciones cinematográficas.

Otros monumentos de interés son la iglesia parroquial del siglo VIII, la iglesia de san Benito, del siglo XIII y la antigua ermita de santa María de la Asunción, de principios del siglo XVI.

Plástica en el colegio, donde los alumnos deben realizar un cartel de feria que anuncie las fiestas locales.

1.1.2. El Centro Educativo

El Instituto de Enseñanza Secundaria Gerena está situado en una zona céntrica del pueblo y linda con dos de los tres edificios en los que se divide el colegio público Fernando Feliú de la localidad. Este centro tiene sus orígenes de forma oficial como IES Gerena en 1995, ya que desde 1990 hasta esa fecha, Gerena pertenecía al Aula de Extensión del Instituto de Bachillerato “Tartessos” de Camas.

Es un centro bilingüe que cuenta con 687 alumnos y 59 profesores –más un auxiliar de conversación nativo de habla inglesa–, los cuales están divididos en 18 departamentos.

| | |
|-------------------------------|--|
| Alumnado | 687 |
| Claustro de profesores | 59 (más un profesor nativo de habla inglesa) |
| Departamentos | 18 |
| Grupos concedidos | 1.º ESO: 4 2.º ESO: 4 3.º ESO: 4 4.º ESO: 4 1.º BACHILLERATO (C. Sociales, Human., Cient.- Tecn.): 3 2.º BACHILLERATO (C: Sociales, Human., Cient.- Tecn.): 3 1.º F. P. B. Electricidad y Electrónica: 1 2.º F. P. B. Electricidad y Electrónica: 1 1.º CFGM Sistemas Microinformáticos y Redes: 1 2.º CFGM Sistemas Microinformáticos y Redes: 1 1.º CFGM Instalaciones Eléctricas y Automáticas: 1 2.º CFGM Instalaciones Eléctricas y Automáticas: 1 |

Cuadro 1: datos de la organización del centro 2015/ 16⁶.

Se trata de un centro educativo comarcal que recibe alumnos que proceden de otros municipios de los alrededores. Estos municipios son Aznalcóllar, El Castillo de las Guardas, El Garrobo y Las Pajanosas. Este centro educativo acoge a tantos alumnos y alumnas procedentes de otras localidades debido a que los centros de enseñanza de estos pueblos solo imparten docencia hasta 6.º de primaria (como es el caso de Las Pajanosas y El Garrobo) o hasta 4.º de ESO (como ocurre en Aznalcóllar o El Castillo de las Guardas). Esta mezcla de alumnos procedentes constituye uno de los principios y pilares fundamentales para la convivencia de nuestro centro educativo desde sus orígenes, como se puede apreciar en el propio símbolo del instituto: un

⁶ Información consultada en:
http://www.iesgerena.es/index.php?option=com_content&task=section&id=7&Itemid=33

árbol que simboliza la vida y el crecimiento del ser humano compuesto por los colores de la bandera oficial de cada uno de los municipios de los que proceden los alumnos.



Cuadro 2: emblema del centro⁷.

Desde su inauguración, este centro educativo ha adaptado toda su infraestructura para contribuir a la mejora del aprendizaje de sus alumnos; prueba de ello son las últimas remodelaciones que se han llevado a cabo para la construcción de un gimnasio propio y la adaptación de antiguas zonas que hoy día son aulas de trabajo.

Este centro fue también pionero en la incorporación de las TIC, proyecto que se comenzó a gestionar en el año 2004 y se llevó a la práctica docente a partir del 2005. La implantación de esta iniciativa consistió –en una primera instancia– en renovar toda la infraestructura del centro y la instalación de un ordenador de mesa por cada dos alumnos, además de setenta ordenadores portátiles. Pero en la actualidad, debido al deterioro, falta de mantenimiento y descuido por parte del alumnado, el centro se vio obligado a retirar los ordenadores de mesa y solo ofrecer –cuando una actividad lo requiera– el uso de los ordenadores portátiles. De esta forma, el proyecto TIC que parecía ser uno de los más ambiciosos y novedosos en el IES, queda hoy relegado, suprimido y sustituido por el uso de pizarras digitales, las cuales están distribuidas por todas las aulas del centro.

Una de las actividades más efectivas que se llevaron a cabo durante estos años fue la elaboración de la web oficial del centro⁸, donde no solo se encuentra toda la información actualizada cada año académico, sino que además es una de las herramientas educativas más importantes que permite al alumno compartir recursos y materiales educativos a través del uso de las nuevas tecnologías. Para facilitar este tipo de aprendizaje a través del uso de recursos TIC, el instituto ha diseñado una plataforma en Moodle para los distintos departamentos del centro, donde cada profesor sube el material necesario para el seguimiento de la materia, así como el

⁷ Emblema del centro del centro extraído de: <http://www.iesgerena.es/>

⁸ Web del centro: <http://www.iesgerena.es/>

funcionamiento de un blog titulado *A la sombra de este árbol*⁹ –haciendo mención al logo del centro– donde los alumnos y profesores pueden compartir sus experiencias o algún trabajo realizado en el aula.

Otra muestra de los avances y el compromiso que siempre ha mostrado este centro con el aprendizaje y la educación de sus alumnos es la incorporación a la red de centros andaluces bilingües en inglés durante el curso 2009/2010. Fue en este año académico cuando se llevó a cabo toda la elaboración de material didáctico para aquellas asignaturas que se impartirían en los próximos cursos en inglés, incorporando al claustro de profesores un auxiliar de conversación americano.

En el curso académico 2010/2011 el programa se puso en marcha gracias a la implicación de toda la comunidad educativa –dada la complejidad y esfuerzo que engloba un proyecto de tales características–. Se comienza implantando el programa bilingüe en los grupos de 1.º de ESO y 1.º de Bachillerato, concretamente se empieza a impartir en inglés una parte de las siguientes asignaturas: música, ciencias sociales e inglés –en 1.º de ESO– y filosofía e inglés en 1º de Bachillerato.

En la actualidad, no todos los cursos son bilingües. Pero debido a la normativa impuesta por la Junta de Andalucía para los centros bilingües, a partir del próximo curso académico –2016/2017– todos los grupos deberán serlo.

Por un lado, la implantación de este programa y proyecto supone nuevas metas y experiencias positivas que contribuyen de forma positiva en el aprendizaje de los alumnos, como son la implicación en proyectos europeos como el *Comenius*, tal y como se recoge en el Proyecto de dirección del Centro (Alanís Falantes 2015: 109), donde los estudiantes han podido experimentar intercambios culturales en el extranjero o la mejora de nivel en la competencia lingüística de los alumnos. Pero al mismo tiempo, los años de selección del alumnado bilingüe por parte del centro ha supuesto una segregación en el centro que se ha visto reflejada en las calificaciones de los grupos, pudiendo producir en el resto de alumnos no bilingüe la sensación de discriminación con respecto a los demás compañeros.

Otro obstáculo añadido a la problemática anterior es la formación del profesorado, ya que se les exige un nivel mínimo de inglés para poder impartir clases en este centro, nivel que no todo el profesorado tiene y el cual está presionado por esta normativa.

A pesar de las luces y sombras que alberga este proyecto, desde el equipo directivo se ha comenzado a tomar medidas para erradicar esta problemática –al menos las que están a su alcance– como son la extensión de la enseñanza bilingüe a

⁹ Dirección del blog: <http://alasombradeestearbol.blogspot.com.es/>

todo el alumnado del centro, proponer medios para que el claustro de profesores adquiriera las competencias lingüísticas en lenguas extranjeras que se les exige y la inmersión en nuevos programas de intercambios culturales. Así mismo, instan a las autoridades educativas a que favorezcan la formación en competencias lingüísticas del profesorado y que colaboren y faciliten la disminución de la ratio del número de alumnos por grupos (Alanís Falantes 2015: 110).

Esta división de grupos bilingües y grupos no bilingües la hemos tenido en cuenta para poder llevar a cabo nuestra propuesta didáctica y sobre todos las actividades diseñadas.

1.1.3. Departamento de Lengua Castellana y Literatura

El Departamento de Lengua Castellana y Literatura está compuesto por un total de seis profesores, los cuales imparten las siguientes asignaturas:

- Lengua Castellana y Literatura
- Fomento de la Lectura
- Refuerzo de Lengua Castellana y Literatura
- Valores Éticos y Comunicación y Sociedad I

Se trata de un grupo docente compacto e inmerso en el proyecto educativo tanto del centro como del propio departamento dado los años consecutivos que llevan impartiendo clases en el IES Gerena; prueba de ello es la programación elaborada por el departamento donde se recoge tanto los objetivos generales del centro como los que se pretende conseguir en la adquisición de los contenidos de la asignatura (Departamento de Lengua Castellana y Literatura 2015/2016: 4).

En dicha programación se recogen especialmente los objetivos generales, los objetivos específicos divididos por etapas cada una de ellas subdivididas por cursos, donde se detalla –según los bloques establecidos por la ley educativa– las competencias básicas, los contenidos, la metodología y la evaluación con la se valorará los contenidos que deben alcanzar los alumnos.

Nosotros nos centraremos en este punto en la metodología que se lleva a cabo en el departamento, ya que en otro punto de este trabajo analizaremos cuáles son los objetivos y contenidos que pretendemos alcanzar con nuestra propuesta didáctica.

Según se recoge en la programación del departamento, la metodología que se lleva a cabo es activa y practica para favorecer tanto la adquisición como la ejecución de los conceptos y que el alumnado sea capaz de comprender y elaborar las tareas que se les encomienda. Para ello, se hace especial hincapié en la práctica a través de

trabajos en grupos, exposiciones orales, actividades diarias que se desarrollan –en gran parte– dentro del aula, para que provoquen un clima de constante interacción y poder resolver de manera directa las dudas que pueden surgir durante su elaboración. Para poder llevar a cabo esta metodología, se tiene en cuenta tanto el nivel de los grupos como los conocimientos previos de los alumnos sobre un tema y se hace una síntesis para poder emplear en aula el uso de las nuevas tecnologías a través de la pizarra digital, donde se proyecta los contenidos que se esté explicando ese día.

Así, son varias las actividades que plantea el departamento para poner en práctica esta método como son: el trabajo de la lectura comprensiva a través de un taller de lectura semanal con libros de diferentes géneros literarios; taller de expresión escrita a través de composiciones trimestrales que muestren los contenidos de la asignatura; la participación en el Concurso de Relatos que organiza el propio Ayuntamiento del municipio; hacer exámenes de forma oral –sobre los libros de lectura–, así como la realización de exposiciones orales que ayuden a desarrollar esta destreza sobre un tema bien libre o propuesto por el profesor, para el que podrán emplear soportes electrónicos y digitales. Al mismo tiempo, todas las actividades propuestas cuentan con adaptaciones curriculares apoyadas y consultadas con el Departamento de Orientación del centro.

Con respecto a las editoriales elegidas por el departamento, son tres las seleccionadas: Editorial Vicens Vives, para el primer ciclo de la ESO; Editorial Santillana, proyecto *La Casa del Saber*, para el segundo ciclo de la ESO; y Editorial Oxford para Bachillerato. Nos centraremos en los libros de texto de los dos ciclos de ESO, pues las actividades que plantean ambas editoriales son en su mayoría cerradas, de respuesta única e individual, sin fomentar el trabajo en grupo ni la interacción entre el alumnado. Se debe señalar, que el libro de texto asignado para el curso de 4.º de ESO está descatalogado por la editorial. Pero aun así, las explicaciones teóricas de determinados bloques se llevan a cabo a través de este libro, otras se siguen mediante material didáctico que cada profesor elabora y distribuye a los alumnos. Con respecto a la división de contenidos, ambas editoriales integran en todos sus temas conceptos y actividades del bloque de lengua, del bloque de literatura y del bloque de comunicación.

1.1.4. Alumnado

La propuesta didáctica que mostraremos está diseñada para llevarla a cabo en dos grupos de 4.º de ESO, uno bilingüe y otro no bilingüe.

4.º de ESO bilingüe es un grupo formado por veintiocho alumnos, de los cuales uno de ellos comenzó a ausentarse a finales del primer trimestre debido a una enfermedad. Así mismo, los alumnos son procedentes de distintos pueblos, aspecto que no ha supuesto un problema en la integración de los alumnos con el resto de compañeros, ya que se trata de un grupo muy unido y con gran cohesión. El único inconveniente que podemos encontrar con respecto a la procedencia de los alumnos se presenta a la hora de realizar un trabajo en grupo, pues estos alumnos están condicionados por no poder desplazarse para realizarlo fuera del horario lectivo; por ello, en nuestra propuesta de mejora incluiremos dedicar más sesiones para realizar el trabajo en el aula.

Con respecto a los logros académicos, es un grupo con muy buenos y positivos resultados, pues hay que tener en cuenta el curso en el que están donde van a titular todos los alumnos, exceptuando algún caso concreto. Es previsible, de hecho, que los alumnos continúen sus estudios en bachiller con la especialidad en ciencias y sociales.

En cuanto a la actividad diaria en el aula, se trata de un grupo muy motivado y participativo de forma activa, aspecto que facilita el clima de trabajo para desarrollar cualquier tipo de tarea en el aula, siendo ellos mismos los que solicitan actividades prácticas de temática muy variada para reforzar los conceptos.

4.º de ESO no bilingüe es un grupo de veintinueve alumnos procedentes de otros dos grupos de 4.º de ESO no bilingüe, situación que dificulta la cohesión del alumnado para formar un grupo compacto de clase, ya que solo comparten la asignatura de Lengua Castellana y Literatura. En esta clase también hay alumnos procedentes de otros pueblos de alrededor y, además, durante la primera semana del periodo de prácticas se incorporaron dos alumnos nuevos, un exalumno que volvía al centro después de haber estado el pasado año académico en un centro de Sevilla, y un alumno de origen sudamericano que se incorporaba por primera vez al IES. Al igual que en el otro grupo de 4.º de ESO, el hecho de que los alumnos habiten en otros municipios ha supuesto una dificultad para la organización de los grupos de trabajo, ya que muchos no se podían desplazar.

En general, los resultados académicos del grupo tanto en la asignatura de lengua como en las demás son negativos, y se prevé que solo consigan titular un 10 % de los alumnos. Este resultado despertó la preocupación del equipo docente que les imparte clases y del equipo directivo, los cuales a principios del segundo trimestre se reunieron con los grupos para manifestarles su preocupación y proponer entre todos alguna alternativa para revertir la situación. Dado que los malos resultados continuaron y los alumnos no mostraron ningún síntoma de cambio de actitud ni en clase ni con su implicación en las asignaturas, se han vuelto a reunir en este tercer trimestre para

volverles a comunicar la situación tan compleja en la que están inmersos y el poco tiempo del que disponen para cambiarla.

Se trata de un grupo desmotivado que arrastra resultados negativos de otros cursos anteriores. En concreto, ocho alumnos tienen la asignatura de lengua pendiente de otros años. Al ser un grupo con mayores dificultades para adquirir conceptos, la distribución de tareas y adaptaciones curriculares se llevan a cabo mediante la explicación teórica a través de muchos ejemplos y realización de ejercicios tanto para realizar en el aula como en casa; igualmente, se les aumenta el número de sesiones por contenido que se va a explicar con respecto al otro grupo de 4.º de ESO bilingüe.

Estos son los dos grupos sobre los que vamos a diseñar nuestro proyecto didáctico. La idea que planteamos está diseñada para integrar a todos los alumnos del grupo, sin hacer ninguna distinción sobre los resultados que estos obtengan en otras materias, incluso en los resultados alcanzados en otros contenidos de la materia de lengua. Para ello, se han diseñado actividades grupales e individuales con opciones a elegir atendiendo siempre a los contenidos que se requiere en la asignatura y a la diversidad dentro del propio grupo. En definitiva, hemos querido acercar a los alumnos con este proyecto didáctico sobre los textos publicitarios, a un tipo en concreto de texto –incluso de comunicación– que se acerca a nuestra realidad más próxima y cotidiana, haciéndolos partícipes en todo momento de las actividades diseñadas e incluso, de la propia teoría de los textos publicitarios.

1.1.5. Aplicación de la propuesta didáctica en la programación del Departamento del Centro

Este planteamiento didáctico ha sido diseñado y realizado siguiendo los criterios establecidos en la programación y secuenciación didáctica del Departamento de Lengua Castellana y Literatura del centro. Así, con nuestra secuencia didáctica sobre los textos publicitarios, a pesar de su carácter innovador, alcanzamos gran parte de los contenidos y objetivos específicos que se proponen desde el departamento para esta etapa de la ESO:

Captar el contenido explícito e implícito en mensajes y textos orales y escritos de uso habitual; Identificar e interpretar mensajes no verbales e integrar gradualmente estos lenguajes con el lenguaje verbal atendiendo a las principales características de la situación de comunicación; Reconocer algunos aspectos de las determinaciones ideológicas y sociales (política, función social, sexo, raza, etc.) que regulan los usos

orales y escritos de la lengua; Identificar los elementos formales del texto en los planos fónico, morfosintáctico, léxico-semántico y textual de acuerdo con la norma lingüística, con la intención del emisor y con el contexto de comunicación en que se produce; Manipular textos con el fin de reconocer las posibilidades expresivas y lúdicas del lenguaje.

Además, también responde a los contenidos que recoge la Ley Orgánica Educativa¹⁰ 2/2006 Real Decreto 1631/ 2006 fijados en los Bloques 1. *Escuchar, hablar y conversar* y Bloque 2. *Leer y escribir* para este curso de la ESO:

Comprensión de textos procedentes de los medios de comunicación audiovisual, como disposiciones legales, contratos, folletos y correspondencia institucional y comercial; Composición de textos propios de la vida cotidiana y de las relaciones sociales como foros, solicitudes e instancias, reclamaciones, currículum vitae y folletos; Interés por la composición escrita como fuente de información y aprendizaje, como forma de comunicar las experiencias y los conocimientos propios, y como forma de regular la conducta; Interés por la buena presentación de los textos escritos tanto en soporte papel como digital, con respeto a las normas gramaticales, ortográficas y tipográficas. Reconocimiento y utilización de algunas formas de expresión de la subjetividad en textos de carácter expositivo y argumentativo e identificación y uso de las variaciones que adoptan las formas deícticas en relación con las situaciones de comunicación. (Real Decreto 1631/2006, pp. 103-104).

No obstante, más adelante se especificarán los objetivos concretos que se pretenden alcanzar con las tareas y actividades diseñadas, teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente.

Esta propuesta ha sido desarrollada en el tercer trimestre, aunque, según la programación del departamento, estos contenidos estaban programados para el segundo trimestre. Dichos contenidos están basados en los recogidos en el libro de texto –dividido en doce temas donde se integran contenidos de Comunicación, Literatura y Estudio de la Lengua– que se emplea en 4.º de ESO. Las tareas y actividades diseñadas que los alumnos debían realizar sobre los textos publicitarios han sido nuevas propuestas que no aparecían en el libro de texto, sino que han sido diseñadas específicamente para el desarrollo de la práctica de los contenidos, ya que el tema seleccionado para nuestra propuesta didáctica puede enriquecer el conocimiento y aprendizaje de nuestros alumnos con otro tipo de actividades que las recogidas en el libro de texto. Por ello, hemos llevado a la práctica una serie de

¹⁰ En adelante LOE.

actividades más dinámicas donde se integran los contenidos recogidos en el libro de texto y en la programación.

En síntesis, las aportaciones que entendemos más innovadoras de nuestra propuesta son: el uso de actividades alternativas, y distintas, a las recogidas en el libro de texto junto con la metodología aplicada, los procedimientos de evaluación y las adaptaciones curriculares.

La metodología que se aplica aúna los conocimientos prácticos y teóricos, teniendo en cuenta siempre los conocimientos previos de los alumnos para relacionarlos con los nuevos que van a adquirir. Para ello, se expone una serie de actividades en diferentes soportes (audiovisual, radiofónico e impreso) que acrecienta la motivación en los alumnos.

En cuanto a la evaluación, en la programación no se incluye como un trabajo de clase, por lo que nosotros proponemos que el trabajo final realizado por los alumnos suponga un 30 % de la calificación trimestral donde se tenga en cuenta el trabajo individual y grupal y la actitud de los alumnos en clase. De esta forma, la evaluación se realizará de forma conjunta entre profesor y alumnos mediante varias fichas que se irán completando con el desarrollo de las actividades.

Con respecto a las adaptaciones para la atención a la diversidad, en esta propuesta se respalda la realización de actividades que ayuden al compañerismo, con actividades grupales, las dificultades que presentan los individuos, como ocurre con los alumnos que tienen dificultad para desplazarse y realizar el trabajo, o con la dificultad de nivel, donde ofrecemos varias opciones para poder realizar las actividades.

Así, hemos diseñado una propuesta que se recoge dentro de la programación didáctica establecida por el Departamento, pero añadiendo nuevas formas de aprendizaje innovadoras que insten al alumno a buscar y construir su propio conocimiento, acercando su realidad más cercana a su propio aprendizaje.

1.1.6. Propuesta didáctica llevada al aula: finalidad, justificación y metodología

La propuesta didáctica que hemos diseñado toma como tema principal la aplicación de la publicidad en el aula y, en concreto, el texto publicitario. El motivo de selección de este tema no es solo porque está incluido en la programación del departamento como ya hemos señalado, sino porque consideramos que es esencial acercar la realidad más próxima de los alumnos a su aprendizaje. Hoy día, las imágenes y los textos publicitarios constituyen el grueso de textos argumentativos que

más presentes tenemos en nuestro día a día. En consiguiente, hemos pretendido que los alumnos tomen conciencia de esta tipología de texto argumentativo y la repercusión que tiene en nuestra sociedad, analizando el código lingüístico que se emplea y las estrategias de persuasión utilizadas con una determinada finalidad.

Es difícil aunar una misma definición para explicar el término de publicidad, pero teniendo en cuenta las características que presenta podemos decir que la publicidad es una actividad –o forma de comunicación– que ofrece información sobre unos determinados productos con el objetivo de captar la atención de la sociedad, en concreto una sociedad consumidora, y motivarla al consumo del mismo. Pero no siempre los medios de comunicación ofrecen formatos publicitarios que incitan al consumo, en otros casos estamos ante soportes publicitarios cuya finalidad es convencer al receptor para que actúe de una determinada forma o modifique una conducta. Estos formatos entran dentro del campo de la propaganda, que puede ser de tipo política o institucional.

Dentro de la comunicación publicitaria es esencial el papel que tienen los elementos de la comunicación, ya que las empresas o instituciones asumen el papel de emisor y envían un mensaje, el anuncio publicitario, a través de un canal al que adaptan un código (Santacruz/ Camacho 2003: 143); todo ello producido a través de un previo análisis y estudio del contexto en el que se va a producir la comunicación. De esta forma, “la familiaridad de nuestros alumnos con el esquema de la teoría de la comunicación, nos permite adentrarnos con facilidad en el estudio de la publicidad” (Santacruz/ Camacho 2003: 143) al mismo tiempo que tenemos en cuenta los conocimientos previos de los alumnos sobre este tema, pues se debe recordar que los elementos de la comunicación se estudian en este bloque durante todos los cursos de la ESO, pero en esta propuesta estamos aplicando los mismos conocimientos sobre una materia desde otra perspectiva.

Para que los anuncios publicitarios consigan los fines que se proponen, es necesario el uso de ciertas estrategias y procedimientos persuasivos: resaltar las cualidades del producto, provocar emociones en el receptor o el uso de tópicos, entre otros. Estos procedimientos se emplean mediante el uso de un código lingüístico –que puede ser verbal o no verbal– el cual es alterado y manipulado para provocar un mayor impacto en el receptor. Para ello, se recurre al uso de la segunda persona, imágenes, eslóganes, extranjerismos, comparativos de superioridad o brevedad sintáctica para lograr que la información que se transmita sea relevante y directa.

Así pues, con nuestra propuesta didáctica el objetivo principal que pretendemos conseguir es que los alumnos identifiquen y elaboren textos publicitarios donde deben

aplicar un determinado código y formas gramaticales que caracterizan a este tipo de textos argumentativos que reflejan la función y finalidad de la publicidad.

Para llegar a alcanzar los objetivos, partimos de una primera actividad donde los alumnos han de aplicar los conocimientos previos sobre una realidad –en este caso la publicidad y el código lingüístico empleado– a la que le continúan unas actividades de desarrollo y progreso que construyen el camino para llegar a una actividad final: la elaboración de una publicidad. Así mismo, queremos ofrecer un enfoque histórico en el que los alumnos analicen la evolución de la publicidad y del texto publicitario a lo largo de la historia, además de contribuir con el proyecto bilingüe del centro donde también expondremos una actividad con anuncios publicitarios en inglés.

Haciendo una síntesis de lo expuesto anteriormente, los objetivos que queremos alcanzar con la secuencia didáctica son:

- Captar el contenido explícito e implícito en mensajes y textos orales y escritos de uso habitual.
- Componer textos por escrito teniendo en cuenta las situaciones comunicativas y la finalidad del texto e integrando elementos no verbales.
- Identificar e interpretar mensajes no verbales.
- Identificar los elementos formales de un texto en el plano lingüístico atendiendo a la intención del emisor.
- Identificar y componer textos de contenido publicitario diferenciando su tipología y finalidad, teniendo en cuenta el contexto y situación en la que se produce.
- Reconocer tipología de textos y discursos de índole política, social y comercial.
- Utilizar los recursos y medios TIC integrándolo en el aprendizaje de Lengua Castellana y Literatura.
- Utilizar y reconocer los diferentes tipos de medio de comunicación.
- Utilizar y reconocer el formato publicitario en los diferentes medios de comunicación.

Además de los objetivos, esta secuencia también atiende a las competencias básicas que deben adquirir los alumnos en su proceso de aprendizaje no solo en esta asignatura o secuencia, sino durante todos los cursos según la LOE 1631/2006. Así, las competencias que previsiblemente el alumno alcanzará durante el desarrollo de las actividades son:

- a) Competencia en comunicación lingüística: el lenguaje se emplea como instrumento de comunicación oral y escrita para comprender la realidad y fomentar la comunicación de los individuos.
- b) Competencia digital: desarrollo de las habilidades para buscar, construir y comunicar información que transforme el conocimiento previo a través del nuevo adquirido en diferentes soportes informáticos.
- c) Competencia social: hace posible comprender la sociedad y su realidad para la ayuda a convivir y a la participación activa en la misma.
- d) Competencia cultural: supone valorar y entender las diferentes manifestaciones culturales de los pueblos.
- e) Competencia aprender a aprender: ayuda a disponer de habilidades que les inicie e incentive en el aprendizaje para ser capaz de continuar aprendiendo de forma autónoma y colectiva.
- f) Autonomía e iniciativa personal: capacidad para desarrollar y crear situaciones comunicativas adecuadas a la realidad.

Para alcanzar estos objetivos y competencias y poder desarrollar la tarea final, se llevará a cabo un proceso gradual de aprendizaje donde se integrarán los cuatro bloques en los que la ley educativa divide la asignatura de Lengua Castellana y Literatura. De esta forma, para poner en marcha este proyecto consideramos conveniente y fundamental asentar unas bases metodológicas que nos sirvan como cimientos para que los alumnos construyan el camino de aprendizaje hasta llegar a desarrollar su propio conocimiento. Nos centraremos en la teoría del constructivismo de Piaget y en la metodología basada en el modelo orientado al proceso de Hernández y Quintero (2007).

Nos apoyamos en la metodología de la teoría constructivista porque toma al sujeto como motor y constructor de su conocimiento a partir de la realidad, ya que esta se conoce a través de los procesos cognitivos de los que disponemos los humanos, como recogen Araya, Alfaro y Andonegui (2007: 85). Para organizar y cambiar este conocimiento de la realidad, debemos contar con la experimentación y aplicar el funcionamiento de unos mecanismos cognitivos que ponemos en marcha a partir de nuestra experiencia en situaciones. De esta forma, es imprescindible tener en cuenta el conocimiento previo de una realidad para poder transformarla en otra diferente o ampliarla, igual que ocurre cuando impartimos los contenidos de un tema.

El segundo modelo sobre el que nos apoyamos es el modelo orientado al proceso, donde nos centraremos en el modelo cognitivo, pues debido a su objetivo principal es el que todo sistema educativo debe seguir para conseguir “el máximo autorrendimiento y progresividad de los alumnos” (Hernández/ Quintero, 2007: 58).

Toman como punto de partida la composición escrita y como señalan estos autores en su libro, es “el único paradigma capaz de investigar los procesos mentales implicados en la composición e identificar los componentes cognitivos” (Hernández y Quintero, 2007: 59). Es decir, es el único modelo donde está la explicación al tipo de mecanismo cognitivo que ponemos en marcha cuando realizamos una actividad, siendo esa actividad en este caso la composición escrita, objeto principal de nuestra secuencia didáctica. Dentro de ese mecanismo se debe considerar la organización, la interactividad –cuyo fin es componer toda la información que se va adquiriendo y generando–, la flexibilidad -que va modificando y adaptando el aprendizaje con la información ya sabida y la nueva que se adquiere no solo de la escritura, sino de todos los aspectos que conforman el conocimiento- y, por último, un procedimiento que invite a la reflexión del individuo como protagonista de su propio proceso de aprendizaje. Es decir, pretendemos con la aplicación de estas metodologías ofrecer las herramientas a los alumnos pero que estos sean quienes lleguen al conocimiento construyendo su propio camino de aprendizaje.

De esta forma, con las actividades que planteamos contribuimos a la aplicación de ambas metodologías.

2. Análisis y valoración de la experimentación de la propuesta didáctica

2.1. Evolución de los aprendizajes de los alumnos. Dificultades encontradas y logros obtenidos

Con frecuencia, nos lamentamos de la mala gestión y funcionamiento del sistema educativo español, ya que –en general– se continúa enseñando con un aprendizaje enraizado en una metodología tradicional que invade de hastío y desinterés a los alumnos. No obstante, aun quejándose los alumnos de este modelo de aprendizaje, en muchas ocasiones cuando se intenta emplear otra metodología más innovadora donde ellos deben de participar de forma más activa, se muestran reacios a ser más participativos e involucrarse más en las tareas y aprendizaje.

Para evitar esta probable negativa de participación por parte de los alumnos, y atendiendo al empleo de los recursos metodológicos innovadores que hemos señalado anteriormente, introducimos de forma paulatina nuestras alternativas de aprendizaje para que los alumnos participen de forma activa en todas desde el primer momento. Prueba de ello es la primera actividad introductoria que planteamos en nuestra secuencia didáctica. A partir de este ejercicio, los alumnos serán los encargados de

emplear los concomimientos previos aprendidos sobre los textos publicitarios para construir su propio aprendizaje y llegar a los nuevos contenidos y objetivos que deben alcanzar.

De esta forma, conseguimos motivar a los alumnos de ambos grupos y superar ese posible obstáculo que puede suponer la puesta en práctica de este tipo de secuencias. Pero aún más determinante fue el empleo de esta metodología en el grupo de 4.º ESO no bilingüe, ya que presentaba un delicado clima de trabajo donde predominaba la apatía y la desmotivación, y logramos incentivarlos con esta propuesta didáctica, consiguiendo no solo resultados muy positivos en la elaboración de los trabajos sino en el grado de participación por parte de todo el alumnado.

Así, queda de manifiesto que este tipo de secuencias es un aliciente para los estudiantes ya que el aprendizaje es más divertido y ameno y por tanto, repercute de forma positiva en la evolución de sus aprendizajes, momento clave para el desarrollo de conocimiento de cualquier alumno ya que es en el proceso, o evolución, donde los sujetos deben adquirir todos los contenidos para alcanzar los objetivos propuestos. Es decir, es más importante la evolución de su aprendizaje que el resultado final de la tarea, ya que la valoración de esta dependerá de la aplicación de los conocimientos durante el proceso.

Otra de las aportaciones que supone la práctica de esta secuencia didáctica y que favorece al aprendizaje de los alumnos, es la integración de los cuatro bloques del área lingüística que establece la LOE en una sola propuesta y no como campos separados. También integramos los tres bloques de comunicación, lengua y literatura en uno solo, pues como observaremos más adelante, tomaremos ejemplos de soportes de los medios de comunicación donde se emplea un tipo de lenguaje concreto ayudado de unos recursos estilísticos para conseguir persuadir al receptor. Este aspecto evita la disgregación dentro de la propia materia, y observar cómo dentro de la asignatura todos los bloques se relacionan entre sí.

Así, las dificultades que presenta este tipo de propuestas se han ido superando gracias a la flexibilidad para su adaptación y aplicación en el aula, obteniendo como resultado una evolución positiva del aprendizaje de los alumnos.

2. 2. Pertinencia y adecuación de los contenidos

Como ya hemos señalado anteriormente, los contenidos se encuentran recogidos en el Real Decreto 1631/ 2006 pero podemos decir, que esta secuencia didáctica cuenta con un contenido principal sobre el que se vertebran los demás:

Reconocimiento y utilización de algunas formas de expresión de la subjetividad en textos de carácter expositivo y argumentativo e identificación y uso de las variaciones que adoptan las formas deícticas en relación con las situaciones de comunicación.

(Real Decreto, 1631/ 2006, p. 104).

Además, aparece en el Decreto recogido en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía 231/2007¹¹ donde se alude de forma específica a los mensajes publicitarios:

Expresión, interpretación y diferenciación de mensajes verbales y no verbales. Utilización de estrategias de comprensión de mensajes orales: atención, retención, anticipación del contenido y de la situación mediante el contexto, identificación de las ideas principales y secundarias, intención del hablante, formulación de hipótesis sobre significado, contenido y contexto a partir del análisis de elementos significativos lingüísticos y paralingüísticos (modulación y tono de la voz, gestualidad, lenguaje corporal y postural).

Escribir desde la realidad cercana del alumnado

(BOJA, 231/ 2007, p. 50).

Detección, análisis e interpretación crítica de la imagen estereotipada de los hombres y las mujeres en el lenguaje, publicidad, cine y televisión.

(BOJA, 231/ 2007, p. 58).

Se trata de contenidos adecuados al curso, nivel académico y cognitivo de los grupos de alumnos, teniendo en cuenta que no es un tema que encierra gran dificultad tanto a la hora del aprendizaje de sus contenidos como de la aplicación de los mismos.

La publicidad y los textos publicitarios no albergan demasiada dificultad ya que, como se ha señalado, se trata de uno de los textos más cotidianos en nuestra sociedad y por tanto en la realidad de los alumnos. Dicha apreciación facilita la identificación de estos textos por parte de los alumnos.

Dado que tanto la LOE como el BOJA introducen estos contenidos principales dentro de los bloques de lengua y comunicación, haremos referencia al lenguaje publicitario y su aprendizaje en el aula. Es un lenguaje donde se emplea tanto el código verbal como el código no verbal, ambos sin mayor dificultad para ser detectados. Con respecto al código no verbal, se emplea el uso de música, imágenes, gestos, colores concretos, etc. Todos esos elementos se emplean con una finalidad concreta que el alumno debe percibir ya que es clave para detectar la intención del emisor. El código verbal se caracteriza por ser un lenguaje fresco y actual que además deber ser concreto y directo. Estas características tienen una finalidad concreta: persuadir. Para convencer al receptor, los mensajes publicitarios exponen a través de argumentos las características de los objetos que publicitan, como todo texto

¹¹ En adelante BOJA

argumentativo. Por ello, se debe realizar un estudio exhaustivo del lenguaje donde los alumnos puedan reconocer las características propias del lenguaje publicitario.

Así, el material que se distribuye a los alumnos para que puedan percibir todas estas características será facilitado en diferentes formatos y soportes, además de analizar la evolución de este tipo de textos a lo largo de su historia. De esta manera, los contenidos están relacionados con ejemplos actuales y con ejemplos pertenecientes a épocas concretas de nuestra historia, así como ejemplos internacionales que ayudarán a los alumnos a analizar los contenidos publicitarios.

En definitiva, además de pretender ser una secuencia innovadora es también una secuencia constructiva, pues permite elaborar los contenidos de la publicidad desde sus orígenes hasta la actualidad, siendo un tema atractivo para los alumnos que encontrarán una oportunidad de estudiar la progresión de estos mensajes publicitarios según el momento y el medio en el que se publicita.

2. 3. Secuencia didáctica

En este apartado desarrollaremos nuestra secuencia didáctica junto con la explicación de las actividades e instrucciones pertinentes para llevarlas a la práctica en el aula. Nuestra secuencia didáctica recibe el título *Volvemos en 3, 2, 1: publicidad*, y está diseñada como una guía práctica, progresiva y evolutiva donde las actividades son el eje principal del aprendizaje de este contenido hasta llegar a la tarea final: elaborar un anuncio publicitario.

2. 3. 1. Alumnos a los que se dirige la secuencia

Como hemos señalado anteriormente, la secuencia está organizada para llevarla a la práctica en dos grupos de 4.º ESO, un grupo bilingüe en inglés y otro no bilingüe. Para ambos grupos se plantean las mismas actividades y metodología exceptuando que el grupo bilingüe tiene una actividad más con contenidos en inglés.

Cuando hemos expuesto los datos de los grupos de los alumnos, hemos señalado que habría que realizar una adaptación para el grupo no bilingüe. Tras plantear en el párrafo anterior que las actividades para ambos grupos serán las mismas, puede surgir la hipótesis de si el grupo no bilingüe está capacitado para enfrentarse a las mismas actividades que el grupo no bilingüe. Esta duda se despeja cuando en la primera sesión de clase el grupo no bilingüe responde de la misma forma que el grupo bilingüe, por lo tanto se decide llevar las mismas actividades al aula solo

con algunas adaptaciones con respecto al otro grupo que detallaremos en la propuesta de mejora.

2. 3. 2. Temporalización

La secuencia está diseñada para un total de nueve sesiones de una hora, siempre teniendo en cuenta la progresión del trabajo de los alumnos y atendiendo a la flexibilidad del currículo para modificar y aumentar o disminuir las sesiones en caso de ser necesario.

2. 3. 3. Forma social de agrupación

Con respecto a la formación social de las actividades, en nuestra secuencia hemos creído oportuno alternar tanto las actividades grupales como las individuales. Dichos grupos serán elegidos al azar por el profesor para así asegurar que los alumnos no trabajen siempre con los mismos compañeros y se dé la posibilidad de dejar a algún alumno de lado, también de esta forma procedemos a fomentar las relaciones y valores sociales de respeto y convivencia entre el propio grupo.

Así mismo, estimamos oportuna la planificación de actividades individuales para que los alumnos desarrollen sus capacidades de forma autónoma.

2. 3. 4. Materiales y recursos didácticos

Los recursos y materiales que emplearemos durante las actividades constituyen una parte importante y esencial para el desarrollo de las mismas, pues estas se distribuirán en diferentes soportes donde el profesor deberá realizar una buena y cuidada preparación de los mismos.

De esta forma, en la secuencia didáctica combinamos:

- Libro de texto: el uso del libro de texto será esencial para la explicación teórica del tema que nos ocupa, pues está explicado con claridad y alude a términos específicos claves para trabajar la publicidad. En este caso, utilizaremos el de la editorial Santillana (serie La casa del saber, Grazalema).
- Recursos técnicos y tecnológicos:
 - Proyector, ordenador y pizarra digital: es esencial incluir el uso de estos soportes en el aula, pues además de ser una gran ayuda para

las presentaciones orales y explicaciones, como ocurre en nuestro caso, mantiene la atención del grupo de alumno. Además, de contribuir a realizar una clase más dinámica, es fundamental para nuestra secuencia de actividades ya que nos permite la proyección de los mensajes publicitarios.

- Audio, vídeo e imágenes digitalizadas o impresas en papel: los ejemplos de anuncios publicitarios se distribuirán en soportes de audio –cuñas de radio–, vídeo –anuncios televisivos– e imágenes –digitalizadas o impresas en papel– de mensajes publicitarios. Es importante señalar, que todos los vídeos y audios deben ir acompañados de su correspondiente transcripción, pues puede ocurrir que en el momento de proyectar el audio o video el soporte electrónico no esté disponible.
- Conexión a internet: se requiere el uso de esta fuente de información para proceder a la búsqueda de anuncios publicitarios.

Dado que en la tarea final los alumnos deben realizar un anuncio publicitario en formato audiovisual, o bien, en formato escrito, se requiere la utilización de cámara de vídeo o dispositivo telefónico para grabar la secuencia audiovisual. En el caso de ser elegida la opción de formato escrito, se requerirá el uso de soportes en A3 u ordenadores para su realización.

2. 3. 5. Contenidos específicos de la secuencia

- La publicidad y sus características.
- El anuncio publicitario: lenguaje verbal, eslogan, lenguaje no verbal (sonidos, logotipo, imagen, colores, etc.)

2. 3. 6. Objetivos específicos de la secuencia

- Reconocer la tipología del texto publicitario como parte del texto argumentativo.
- Analizar anuncios publicitarios.
- Comprender discursos orales y escritos en diferentes situaciones sociales y culturales.

- Interpretar con actitud crítica el contenido de la publicidad según la intención del emisor.
- Reconocer las formas lingüísticas persuasivas empleadas en la publicidad.
- Fomentar el trabajo cooperativo para el desarrollo del aprendizaje.
- Generar un buen clima de trabajo para el desarrollo de la comunicación y relaciones entre los alumnos.
- Componer o elaborar un anuncio publicitario aplicando los contenidos aprendidos.

2. 3. 7. Actividades

A continuación, presentamos las actividades –divididas por sesiones de clase– que constituyen el grueso de nuestra propuesta didáctica junto con las técnicas de evaluación. Se trata de una secuencia que se caracteriza por su visión práctica en el aprendizaje, donde el alumno toma conciencia de ser el constructor de su propio conocimiento. Es decir, en esta secuencia el papel del profesor es ser distribuidor de las herramientas de aprendizaje para que los alumnos lo elaboren.

Estas actividades se pueden dividir en tres campos: actividades de apertura, actividades de desarrollo y actividades de cierre, por lo que podemos dividir nuestra secuencia en tres tareas principales dentro de las cuales hay una serie de actividades.

PRIMERA TAREA

- **Primera actividad**

La secuencia se abre con una primera actividad de apertura planteada para una sesión de clase. Se exponen tres fragmentos publicitarios de radio, tres de televisión y tres en formato escrito. Cada uno de esos fragmentos publicitarios –que han de ser actuales– ha de corresponderse con un tipo de publicidad (comercial, política e institucional).

Al ser nueve ejemplos de anuncios publicitarios, se dividirá la clase en grupos de cuatro alumnos. Cada grupo elegirá al azar un anuncio publicitario y deberá señalar y exponer ante el resto de compañeros:

- De qué trata la publicidad.
- Qué tipo de lenguaje se emplea.
- Qué elementos de comunicación que aparecen.

Respondiendo a estas tres cuestiones, los alumnos no solo están teniendo una primera toma de contacto con la publicidad partiendo de conocimientos previos, sino

que también entran en relación con los contenidos teóricos de los textos publicitarios que se trabajan en el libro de texto. De esta manera, exponiendo en público de forma oral las diferencias y similitudes entre los anuncios publicitarios que se les ha distribuido, se les introduce en el marco teórico en el que se desarrolla la publicidad.

- **Segunda actividad (solo para el grupo 4.º E. S. O bilingüe)**

Se trata de una actividad diseñada específicamente para el grupo bilingüe y que continúa en la sesión anterior. El profesor repartirá a los alumnos los formatos publicitarios en inglés, y la labor de los estudiantes será analizar los anuncios y comparar las estrategias persuasivas empleadas en otro país con las que se utilizan en España. Así, observarán el alcance que sigue este medio independientemente del país en el que se emita.

En cuanto a la distribución, serán los mismos grupos formados que en la actividad uno.

- **Tercera actividad**

Esta actividad está planteada para una sesión de clase y tendrá un enfoque histórico, una de las innovaciones que se incluye en esta propuesta. Para trabajar la historia de la publicidad, su evolución y la relevancia que ha ido adquiriendo este formato con el paso de los años en nuestra sociedad y en los medios de comunicación, creemos conveniente realizar esta actividad que incita a los alumnos a la reflexión y a la investigación.

Así pues, el material que se distribuye forma un total de nueve anuncios publicitarios antiguos en diferentes formatos y de distinto contenido. Una vez repartido el material, los mismos grupos formados para la primera actividad deben escoger un anuncio publicitario al azar y deben señalar las diferencias y similitudes entre el anuncio que analizó en la actividad uno y el elegido en la actividad dos.

Una vez terminado este ejercicio y continuando con la historia de los anuncios publicitarios en nuestro país, cada grupo deberá elegir una marca comercial y buscar tres anuncios publicitarios desde los orígenes de esa marca hasta la actualidad. Deben realizar una comparación entre los anuncios que ellos seleccionen para ver cómo han evolucionado a lo largo de la historia, analizando todos los contenidos de la publicidad (imágenes, eslogan, colores, estrategias persuasivas, etc.)

Con este ejercicio, además de ofrecer una visión histórica sobre este tema también estamos analizando las características formales y textuales de los anuncios publicitarios, además de incitar a los alumnos a la investigación en el aula.

De esta forma, con estas dos actividades –tres en el caso del grupo bilingüe– introducimos la publicidad en el aula contextualizando a los alumnos desde dos enfoques distintos: un punto de vista actual y un punto de vista histórico.

SEGUNDA TAREA

- **Primera actividad**

En esta actividad queremos trabajar el contenido sexista que se emplea en muchas campañas publicitarias.

En una primera instancia, se exponen tres ejemplos publicitarios. Estos ejemplos han de tener alguna alusión o imagen sexista, de manera que los alumnos puedan detectarlo y al mismo tiempo analizar la influencia que tiene el uso de esos contenidos en las campañas publicitarias y el efecto que provoca en la sociedad actual. Esta actividad será oral y abierta a fin de que los alumnos expliquen en público su opinión sobre el uso de estas estrategias.

Además, con esta actividad trabajaríamos de forma transversal los contenidos de respeto, tolerancia e igualdad con el Departamento de Orientación, abriendo un debate público en clase sobre el sexismo en la sociedad.

- **Segunda actividad**

Esta actividad está planteada para dos sesiones de clase. Se vuelve a dividir la clase en grupos de manera que tengamos un total de seis. Realizadas las agrupaciones, tres grupos realizarán una publicidad para el medio radiofónico repartidos de la siguiente forma (un grupo la hará de tipo comercial, un grupo de propaganda política y el restante de tipo institucional); otros tres grupos deberán realizar una publicidad para el medio televisivo cuya temática tendrá la misma división que los tres grupos anteriores (un grupo ha de realizar una publicidad de tipo comercial; otro grupo una propaganda política y el último grupo la hará de carácter institucional).

Finalizada la tarea, todos los grupos presentarán en clase el resultado del producto que han elaborado. Es conveniente que el producto final sea presentado en formato audiovisual o grabación de voz. No obstante, si existiera algún inconveniente por falta de medios o recursos por parte de los alumnos o del propio centro, se puede hacer en clase una representación de los resultados.

- **Tercera actividad**

Se trata de una actividad (concurso) individual diseñada para una sesión. Los alumnos han de elaborar un anuncio publicitario –en formato escrito– de tipo institucional para una campaña de reciclaje y uso de papeleras del centro. Con esta

actividad se pretende que los estudiantes del centro colaboren con el *Proyecto Aula Limpia*¹² que mantiene el I. E. S Gerena.

Todos los resultados son presentados al equipo directivo a modo de concurso y ellos decidirán qué anuncio será el ganador y se difundirá por el centro para concienciar a la comunidad educativa de la importancia del reciclaje y limpieza del mismo, fomentado al mismo tiempo valores sociales como son la tolerancia y el respeto hacia la naturaleza y la sociedad.

TAREA FINAL

Esta es la actividad final que cierra nuestra secuencia didáctica, diseñada para tres sesiones. Para ello, hemos pensado en tomar como tema principal la feria local del municipio que coincide con el último trimestre de curso. El motivo de esta selección temática no se sostiene solo en el hecho de que sea una fiesta con una tradición cultural en el municipio, sino porque en esta localidad la feria local es la fiesta más importante que se celebra, albergando una gran variedad de actividades para todos los públicos y edades, y que goza de gran popularidad en la comarca.

De esta forma, estamos trasladando la realidad y contexto cercano a los alumnos a su aprendizaje, y sobre todo una realidad que a ellos les produce satisfacción, tal y como recomienda Hernández-Hernández (2015).

Así pues, se divide la clase en grupos de cuatro personas y se dará a elegir entre dos opciones de trabajo final:

- A) Realizar un anuncio publicitario en formato escrito donde se publicite la feria local.
- B) Realizar un anuncio publicitario en formato audiovisual donde se publicite la feria local.

Los resultados obtenidos que cumplan con todos los contenidos y características propias de los textos publicitarios, se entregarán al área de cultura de la localidad a modo de concurso, quien ha de seleccionar un formato ganador que será integrado tanto en el programa del Ayuntamiento de Gerena de fiestas locales como en el periódico comarcal *Viva Itálica*. En el caso de los anuncios publicitarios en formato audiovisual, el guion del anuncio ganador se emitirá en la televisión local del pueblo llegada la fecha de la feria local.

¹² *Proyecto Aula Limpia* es un proyecto propio del I. E. S Gerena elaborado a modo de concurso donde cada grupo de alumno ha de hacerse responsable del aula que se le ha asignado a principios de curso. De esta forma, cada grupo debe realizar un cuidado diario de clase donde deben mantener el mobiliario y el aula en buen estado. La forma de supervisión de cada aula, se realiza mediante una ficha diaria donde el servicio de limpieza del centro es el encargado de supervisar las condiciones en las que cada día se encuentran el aula. No obstante, una vez por trimestre se celebra *El día L* donde toda la comunidad educativa realiza una limpieza general del centro (papeleras, paredes, mobiliario, etc.).

Estas son las seis actividades –siete para el grupo bilingüe– que exponemos en nuestra propuesta didáctica para desarrollar la publicidad en el aula.

Son varios los aspectos a destacar de nuestra propuesta. Como se puede observar, en todas las actividades los alumnos adquieren un papel práctico donde han de elaborar los trabajos a través de las herramientas que el profesor les ofrece. Además, la secuencia está diseñada para ser trabajada en el aula, pues es en el desarrollo del trabajo donde se plantean las dudas. Por ello, consideramos fundamental no solo que el profesor esté presente para resolver cuestiones, sino que entre los propios alumnos se incentiven e intercambien opiniones. Con esta metodología, estamos promoviendo la retroalimentación entre los alumnos.

Así mismo, esta iniciativa de llevar las actividades a desarrollarlas en el aula, también constituye una prueba de evaluación para el docente, ya que nosotros podemos observar si los mecanismos y actividades de aprendizaje utilizados son los convenientes para el grupo o si hay que modificarlos. Si estas actividades se trabajaran fuera del aula, esta apreciación no sería posible.

2. 3. 8. Validez de la metodología y de la secuencia de actividades

A continuación, vamos a exponer la efectividad que tuvo esta metodología y la secuencia de actividades en el aula. Como se puede observar, uno de los principales motivos por el que los alumnos pudieron desarrollar las actividades sin ninguna complejidad, fue por la organización y división de los ejercicios por tarea de apertura, de desarrollo y final.

De esta forma, pretendimos innovar con la puesta en marcha de un modelo práctico que tuviese en cuenta desde el comienzo de la secuencia tanto los conocimientos previos de los alumnos como su realidad próxima. Esta unificación que realizamos es el motivo por el que la secuencia pudo desarrollarse sin ninguna complejidad.

Como señalamos en apartados anteriores, el cambio de formato que propone la metodología que hemos seguido, podía despertar en el alumno cierto rechazo en la implicación del trabajo. Esta problemática se resuelve cuando el alumno es consciente que debe partir y aplicar sus conocimientos previos para poder alcanzar los nuevos contenidos. Este objetivo se alcanza con el diseño de actividades que hemos desglosado en el apartado anterior.

Se trata de actividades con contenidos próximos a su realidad –y a la actualidad social–, donde el alumno combina el aprendizaje autónomo con un modelo interactivo

con sus compañeros, por lo que se produce una complementación y retroalimentación grupal.

Otros de los aspectos que quiero destacar de la validez de esta secuencia de actividades, son los recursos y medios que se emplean para su proyección en el aula y el planteamiento de opciones de trabajos. Utilizamos soportes donde el alumno pueda desarrollar nuevas habilidades y que fomente el trabajo en equipo. Además, la elección de opciones de trabajo permite que el diálogo entre el grupo para llegar a un consenso y tomar la responsabilidad de realizar todo el diseño del trabajo.

2. 3. 9. Criterios de evaluación y funcionalidad

En este apartado detallaremos los criterios de evaluación que se han llevado a cabo para evaluar tanto el trabajo en el aula como la tarea final. Podemos asegurar que la evaluación es uno de los aspectos más importantes de cualquier secuencia didáctica. La explicación a esta apreciación se halla en la importancia que tiene tanto para el profesor como para los alumnos, no solo elaborar unos instrumentos evaluativos los suficientemente efectivos para valorar el resultado final de cada tarea, sino que esas herramientas sirvan para encaminar el aprendizaje de los alumnos y que estos alcancen las competencias pertinentes. Durante la evaluación, los docentes podrán apreciar si la metodología es efectiva o si hay que encauzar la secuencia didáctica por otra vía donde los alumnos puedan desarrollarse mejor, pues se trata de un proceso de análisis significativo de enseñanza-aprendizaje que se determina a través de los logros y objetivos alcanzados durante la secuencia didáctica.

Nuestra secuencia didáctica se ha ejecutado mediante cuatro herramientas de evaluación: ficha de observación en el aula (Anexo II), ficha de evaluación de los trabajos (Anexo III), ficha de autoevaluación individual (Anexo IV) y oral en grupo, y por último ficha de evaluación de la secuencia (Anexo VI).

Los criterios de evaluación que se han tenido en cuenta en esta secuencia son:

- Mostrar interés en las actividades y contenidos.
- Expresarse con claridad ante la clase.
- Aportar propuestas con criterio teniendo en cuenta los contenidos.
- Ser autónomo en la realización de las actividades individuales.
- Mostrar actitud de respeto y tolerancia.
- Participar y tener una relación de retroalimentación con los compañeros para complementar los conocimientos.
- Cuidar la presentación y orden de las actividades.

- Reconocer el formato publicitario y diferenciar los tipos de publicidad que hay.
- Conocer las características lingüísticas de los textos publicitarios.
- Analizar los anuncios publicitarios.
- Reconocer la intención del emisor.
- Reconocer las estrategias persuasivas empleadas.

En las fichas anteriormente mencionadas, se aúnan todos los elementos que constituyen el proceso de enseñanza-aprendizaje, donde se incluye desde las competencias a los contenidos de la materia, como puede apreciarse en la ficha de observación del profesor (Anexo II). Realizamos una división para valorar de forma separada las competencias y los contenidos anteriormente señalados. Además, también se evalúa la realización del trabajo individual del alumno: material utilizado, presentación de los trabajos, contenido, calidad del texto, etc.

El Anexo III es una rúbrica para evaluar la tarea final por grupos, donde se tiene en cuenta la presentación y expresión oral, los recursos estilísticos propios de la publicidad empleados, el código verbal y un apartado de observaciones donde se detalla cómo han sido las relaciones de entre los alumnos del grupo durante el desarrollo del trabajo.

Con respecto al apartado de autoevaluación (Anexo IV), se estimó oportuno realizar una ficha donde el alumno reflexionara sobre los conocimientos adquiridos y el aprendizaje desarrollado, y una autoevaluación oral del grupo. La ficha de autoevaluación incluye también aspectos de la actitud y contenido del tema. La autoevaluación oral de grupo se llevó a cabo el día en el que se entrega la tarea final corregida, donde los grupos –antes de ver las correcciones de los fallos señalados por el profesor– con la plantilla del Anexo III en blanco, deberán ir señalando ante el resto de compañeros, qué elementos característicos de los textos publicitarios faltan y cuáles deben mejorar.

Todos los anexos con las puntualizaciones señaladas por el profesor se repartirán a los alumnos para contrastar con ellos las calificaciones obtenidas.

Por último, será el propio alumno quien evalúe la propuesta didáctica y la actividad docente en el aula durante esta secuencia. Es importante tener esta opinión en cuenta puesto que es esencial para el diseño de las próximas secuencias que se lleven a la práctica en el aula. De esta manera, la ficha correspondiente (Anexo VI) se cuestionará una vez finalizada la secuencia de forma anónima, con un breve y sencillo cuestionario donde los alumnos valorarán y también propondrán nuevas opciones de mejora.

Los criterios y fichas de evaluación que se han presentado, han sido diseñados para aplicarlo en el trabajo diario realizado, tomando en consideración desde la asimilación de los contenidos y objetivos alcanzados hasta la actitud en clase. Una de las innovaciones que hemos incluido, es la ficha de autoevaluación que incita al alumno a la reflexión y ser consecuente con lo realizado y aprendido. De este modo, su funcionalidad es positiva puesto que se tienen en cuenta todos los aspectos que se desarrollan durante la secuencia didáctica, promoviendo siempre la mejora de la formación y del aprendizaje de los alumnos así, como la propia actuación del docente.

3. Propuestas de mejora

Antes de introducirnos en las propuestas de mejora a tener en cuenta en un futuro, debemos señalar que por la limitación de tiempo de la programación del departamento, la secuencia de actividades no se ha podido llevar en su totalidad al aula. Por lo tanto, tenemos aquí la primera propuesta de mejora que planteamos. La publicidad es un tema que suele ser tratado por los departamentos en una sesión de clase. Pero como hemos podido observar durante esta secuencia, al ser uno de los textos que más influye en la sociedad actual y el más común y habitual, consideramos que debe ser tratado desde varias perspectivas, tal y como hemos desglosado. Así, se ofrece otro enfoque de los textos argumentativos con unas características lingüísticas propias que merecen ser analizadas con precisión.

Otra aportación que consideramos a mejorar es la formación de grupo y el tratamiento de los trabajos en el aula. Como señalamos en el apartado del alumnado, el hecho de la variedad de procedencia de los estudiantes no supuso una problemática para la convivencia del grupo sino para la formación de los grupos de trabajo. Por ello, en esta secuencia estimamos oportunos que todos los trabajos se realicen en el aula. Con esta propuesta no solo facilitamos la relación entre los alumnos sino que además contribuimos a que el aprendizaje se desarrolle en su totalidad en el aula, pues es durante la elaboración del trabajo donde surgen las dudas y donde se podrán resolver, bien con la ayuda del profesor o, como hemos observado, con la retroalimentación de los propios alumnos.

En cuanto a la evaluación, añadimos una ficha más para evaluar los contenidos (Anexo V), donde se produce una evaluación entre iguales. De este modo, creemos que se contribuye a la puesta en marcha del mecanismo de los contenidos adquiridos y son los alumnos quienes evalúan el trabajo de los compañeros de su mismo grupo, o bien, los resultados de otros grupos.

Es en el apartado de las adaptaciones curriculares y atención a la diversidad donde debemos matizar más. Las actividades que se han diseñado en la secuencia están programadas para alumnos de cualquier perfil, puesto que como hemos señalado, no incluye ningún elemento que excluya y en todo momento fomenta la tolerancia y convivencia en el aula. Prueba de ello es el efecto que tuvo cuando se llevó a la práctica con los dos grupos y ambos respondieron de igual forma, sin presentar ninguna complejidad cognitiva que les impidiera realizar las actividades. No obstante, como toda secuencia debe presentar un apartado de atención a la diversidad, proponemos que en las actividades de elaboración práctica de los trabajos, a estos grupos –o alumnos– se adapte el nivel de dificultad de la actividad, se fomente más las actividades grupales (tal y como se hace en nuestra secuencia) o en el caso de la actividad final, ofrecer al alumno varias alternativas de trabajo e elegir (como también recogemos en nuestra tarea final).

En todo caso, son puntualizaciones importante a tener en cuenta para que la secuencia se pueda desarrollar sin ningún tipo de dificultad y en el caso de que surjan, poder resolverlas. De este modo, consideramos que nuestra propuesta didáctica a través de la innovación en varios aspectos importantes como la secuencia de actividades, metodología empleada y criterios de evaluación es una alternativa innovadora para tratar la publicidad en el aula, haciendo partícipe y protagonista al alumno en todo momento de su aprendizaje.

4. Análisis y valoración de los conocimientos profesionales adquiridos por el alumno del MAES en su práctica como docente

Sin duda alguna, el periodo de prácticas constituye la fase más gratificante para los alumnos que cursan el MAES y quieren ser docentes en un futuro. Es el escenario real que nos encontraremos el día de mañana y donde en esta ocasión, hemos contado con un guía que ha consensuado y determinado cómo y qué teníamos que hacer en este periodo totalmente desconocido para nosotros. Además, hemos podido presenciar y ser partícipes de la organización de un centro educativo, departamentos, competencias, etc.

Por ello, la valoración de esta experiencia es positiva por varios motivos que no se ciñen solo al ámbito académico. Es el fin de una etapa, pero al mismo tiempo es la llave que nos ha introducido en el mundo educativo como docentes. Cercando esta postura a una visión más personal, para mí estas prácticas han significado el cierre de una etapa de mi vida, ya que he realizado las prácticas en el mismo centro donde

estudié y en cierto modo, ha sido como devolver a este centro educativo de Gerena –a través de mis conocimientos adquiridos en el máster– lo que en su día me dio y me enseñó. Desde el primer momento, tanto en mi caso particular como el resto de compañeros que se encontraban de prácticas en el mismo centro, el trato recibido por parte de este ha sido excepcional, no solo por parte del equipo directivo, sino por los compañeros de departamento, claustro de profesores y alumnado.

A través de las intervenciones que he realizado con los grupos, he tenido la libertad y autoridad para guiar la clase y ser la responsable del proceso de aprendizaje de los alumnos, quienes acudían a mi persona a la hora de resolver alguna duda. También he experimentado la sensación de ser la profesora titular de la asignatura, aun siendo consciente que los grupos estaban acostumbrados a una metodología y a un profesor con el que llevan desde principio de curso, e incluso varios años. Esta grata sensación, no hubiese sido posible sin la ayuda y confianza de mi tutora profesional. Desde un primer instante depositó en mí toda la colaboración pertinente que necesité y su ayuda para poder desarrollarme como profesional durante este periodo.

Con respecto a la propuesta didáctica que hemos planteado, se corresponde con una versión perfeccionada de lo impartido en el aula, atendiendo y mejorando algunos aspectos que estimamos oportunos completar, teniendo en cuenta tanto el periodo de observación que nos correspondía como la evolución del alumnado a través de las actividades realizadas.

De esta forma, se trata de una propuesta de innovación en todos los aspectos que hemos querido llevar a cabo a través de la publicidad. Hemos puesto en práctica una metodología y modo de enseñar que no hubiese sido posible llevar a cabo sin la colaboración de los grupos de alumnos. No obstante, también hemos presenciado situaciones en las que ha sido necesario improvisar o readaptar las actividades al grupo de alumnos, actividad que en la realidad docente es muy común que suceda.

Con respecto al análisis de las actividades llevadas a cabo, considero que son ejercicios muy positivos y contribuyen a la mejora del aprendizaje de los alumnos, ya que son actividades que aúnan la práctica y la teoría. No obstante, como propuesta de mejora estimo fundamental seguir llevando al aula más actividades prácticas y grupales, las cuales se deben realizar siempre en el aula y solo en casos excepcionales llevar el trabajo a casa. Esta reflexión nace de la experiencia de estas prácticas, pues es durante su elaboración donde a los alumnos les surgen las dudas y el profesor ha de estar presente para resolverlas incitando a la reflexión.

Con respecto a los alumnos o grupos que presentan dificultad de aprendizaje, es fundamental tenerlos en cuenta y no excluirlos del grupo de trabajo. Por ello, proponemos más actividades grupales donde estos alumnos se integren y se sientan acogidos; asimismo, pretendo demostrarles que son los constructores de su propio aprendizaje, reforzándoles aquellos contenidos y destrezas en los que tienen más dificultad, pero destacándoles más –tanto en público como en privado–, aquellos contenidos que son capaces de desarrollar sin ningún inconveniente, es decir, reforzando y destacando sus habilidades. Otra medida que se les puede aplicar a estos alumnos es aumentar el tiempo de realización de los ejercicios cuando sea necesario, como algún tipo de actividad extra sobre la que apoyarse para poder superar los contenidos de la asignatura.

En conclusión, el periodo de prácticas constituye la parte más importante e intensa de este máster, a pesar de su brevedad. Aplicamos todos los conocimientos aprendidos en el módulo teórico y además desarrollamos otras habilidades. Como hemos señalado antes, es la primera toma de contacto para en un futuro saber cómo actuar en un centro educativo desde el primer momento. Las prácticas del MAES son la base sobre la que se construye el camino que debemos seguir hasta llegar a ser docentes profesionales.

5. Bibliografía

Referencias primarias:

- Web oficial IES Gerena: www.iesgerena.es/ [consulta: 24 de febrero de 2016]
- Blog oficial del IES Gerena: alasonbradeestearbol.blogspot.com.es/
[consulta: 24 de febrero de 2016]
- Información oficial de datos sobre el municipio de Gerena:
<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/htm/sm41045.htm>
www.datosmacro.com/paro/espana/municipios/andalucia/sevilla/gerena
[consulta: 25 de febrero de 2016]
- Información oficial sobre la empresa Cobre las Cruces:
www.cobrelascruces.com/index.php/quienes-somos/ [consulta: 25 de febrero de 2016]
- Anuncio de la campaña electoral de Izquierda Unida- Unión Popular, elecciones generales 20D 2015: *Venimos de muy lejos*. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=yqcARbK6u4Q> [consulta: 27 de febrero de 2016].

- Campaña Ponle Freno: *Ahora toca que me lleven*. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=l72lBaXXIHU> [consulta: 28 de febrero de 2016].
- Partido Político: *Ciudadanos*. <https://www.ciudadanos-cs.org/> [consulta: 1 de marzo de 2016].
- Partido Político: *Ciudadanos Dénia*. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=AvwY0Oj1wZc> [consulta: el 28 de febrero de 2016].
- Anuncio comercial de la empresa Cruzcampo: *Hecha de Andalucía*. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=Rf3KwoDL33M> [consulta: 1 de marzo de 2016].
- Anuncio comercial de la empresa Ikea: *Si ya no eres el mismo...* Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=2gUm4iy7RXU> [consulta: 1 de marzo de 2016].
- Anuncio institucional Junta de Andalucía: *Elementos contaminantes*. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=fAbgwIhNAIA> [consulta: 10 de marzo de 2016].
- Anuncio comercial de la empresa Audi: *Lo reconozco, soy un mantenido*.
<http://hemeroteca-paginas.mundodeportivo.com/EMD03/PUB/2011/02/13/EMD20110213007MDG.pdf>
[consulta: 11 de marzo de 2016].
- Anuncio institucional del Ministerio de Sanidad: *No fumes. Corta por lo sano*.
<http://www.morancreativo.com/blog/publicidad-anti-tabaco-las-campanas-de-comunicacion-mas-impactan.html> [consulta: 11 de marzo de 2016]
- Anuncio campaña política de Unión de Centro Democrático: *Votar centro es votar Suárez*. <http://elecciones1977.blogspot.com.es/> [consulta: 1 de abril de 2016]
- Anuncio institucional: *Atención a la velocidad*.
<http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala1/> [consulta: 1 de abril de 2016]
- Anuncio comercial de la empresa Salus
<http://cvc.cervantes.es/artes/muvap/sala1/> [consulta: 1 de abril de 2016]
- Anuncio comercial de la empresa Coca-Cola. Youtube
<https://www.youtube.com/watch?v=fCTB8tLTYpg> [consulta: 20 de abril de 2016]

- Anuncio comercial de la empresa Cerveza Oro. Youtube (min. 1.14)
<https://www.youtube.com/watch?v=ndmMcqsTkjU> [consulta: 20 de abril de 2016]
- Anuncio campañas publicitarias elecciones 1977. Youtube (min. 1.03) (min. 0.54)

<https://www.youtube.com/watch?v=afXRpM9uFGE> [consulta: 20 de abril de 2016]

- Anuncio institucional Educación infantil. Youtube
https://www.youtube.com/watch?v=_hO5Srp553w [consulta: 20 de abril de 2016]
- Anuncio institucional Campaña de Limpieza. Youtube (min. 0.54)
https://www.youtube.com/watch?v=2FIG_6YLEBA&list=PLBA07FE055B8F3A3B [consulta: 20 de abril de 2016]
- Anuncio comercial de la empresa Ryanair
http://www.huffingtonpost.es/2013/03/26/la-compania-de-vuelos-ryanair-juzgada-por-sexista_n_2954455.html [consulta: 22 de abril de 2016]
- Anuncio comercial de la empresa Coca-Cola:
<https://www.pinterest.com/uvebeele/posters-of-coca-cola-old-ads/> [consulta: 24 de abril de 2016]
- Anuncio campaña electoral Barack Obama
<https://thecomunicationslab.wordpress.com/category/obama/page/7/>
[consulta: 24 de abril de 2016]
- Anuncio institucional Campaña contra el tabaco
<https://es.pinterest.com/pin/165507355028555789/> [consulta: 24 de abril de 2016]

Referencias secundarias:

- Alanís Falantes, Leonardo. (2015). *Proyecto de Dirección*. Gerena: IES Gerena.
- Araya, Valeria; Alfaro, Manuela; Andonegui, Martín. (2007). *Constructivismo: orígenes y perspectivas en Revista de Educación*. Nº 24, p. 76-92.
- Ferro San Vicente Enrique; López Lara Pedro (Dir.). (2008). *Lengua y Literatura 4.º E. S. O. Andalucía*. Madrid: Santillana Educación.
- Gómez Pérez, Catalina. (Coord.) (2015). *Programación del Departamento de Lengua Castellana y Literatura*. Gerena: IES Gerena.
- Hernández Martín, Azucena; Quintero Gallego, Anunciación. (2007). *Comprensión y composición escrita: estrategias de aprendizaje*. Madrid: Síntesis.

Historia de la lengua publicitaria: análisis crítico y propuesta de enseñanza,
A. López Domínguez

Hernández-Hernández, Fernando. (2015). *La necesidad de otra Educación Secundaria en Cuaderno de Pedagogía*. Nº 450, p. 1-3.

Santacruz, Fº Javier; Camacho, Antonia. (2003). *La publicidad: una experiencia en el aula* en *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. Nº 20, p. 142-146.

Normativa:

España. Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de 2006, BOE, 4 de mayo de 2006, núm. 106.

–REAL DECRETO 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria. BOE, 5 de enero de 2007, núm. 5. Última modificación: 3 de enero de 2015.

LEY 17/2007, 10 de diciembre, de Educación de Andalucía.

–DECRETO 231/2007, de 31 de julio de 2007, por la que se establecen las enseñanzas mínimas correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria en Andalucía.

–ORDEN de 10 de agosto de 2007, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Secundaria Obligatoria en Andalucía. 30 de agosto de 2007, núm. 171.

ANEXO I Material del alumnado

**VOLVEMOS EN 3, 2, 1:
PUBLICIDAD**

¿Sabías que... la publicidad es el texto que más influye en la sociedad?

AL TÉRMINO DE ESTA SECUENCIA APRENDERÁS...

- Saber cuántos tipos de publicidad hay
- Conocer la evolución histórica de este medio
- Conocer el código que se emplea en publicidad
- Conocer las estrategias persuasivas que se utilizan
- La publicidad como texto argumentativo
- Elaborar un anuncio publicitario

PRIMERA TAREA

Actividad 1:

✦ Por grupos de cuatro elegid un número del 1 al 9. El número seleccionado será el anuncio publicitario que tendréis que analizar. Debéis señalar de qué trata la publicidad; qué código verbal emplea y cuáles son los elementos de comunicación que aparecen.

Una vez hayáis terminado, debéis exponerlo ante el resto de compañeros.



4. <https://www.youtube.com/watch?v=yqcARbK6u4Q>

Estamos solos en la pelea contra esta realidad. Solas y solos. Por querer ser como somos, por querer imaginar otro país. Un país sin terrorismo machista. Un país con una banca pública para su gente. Un país sin privilegios para sus políticos. Ni puertas giratorias. Ni sueldos astronómicos. Ni nada. Un país con sanidad universal y educación pública. Un país con un Poder Judicial independiente. Un país de libertades sin mordazas, con una Ley de trabajo garantizado. Un país en el que se puede elegir la Jefatura del Estado. Un país verde, limpio y sostenible. Un país de naciones, diverso y solidario. Laico y pacifista. Un nuevo país. Puede parecer que nos hemos quedado solos. Pero no lo estamos. Somos la gente común, trabajadora, rebelde. Somos los de abajo, los que no se conforman, las que nunca se resignan. Y si somos como somos es porque venimos de dónde venimos. Que le vamos a hacer si al cerrar los ojos nos emocionan los mismos recuerdos. Y que le vamos a hacer si al abrirlos vemos con claridad el nuevo país que queremos.

5. <https://www.youtube.com/watch?v=l72IBaXXIHU>

Soy Manuel. Nadie ha hecho más kilómetros que yo y nosotros sí que conducíamos en condiciones malas. Pero ha llegado el momento de colgar las botas. Ya no conduzco y lo he hecho por responsabilidad. ¡Ahora toca que me lleven, por mi seguridad!

Por la de todos. Campaña ponle freno. ¡Juntos sí podemos!

6. <https://www.youtube.com/watch?v=Rf3KwoDL33M>

Andalucía.

Andalucía no es donde termina Europa.

Es donde empieza. Aquí fue ni más ni menos donde se inició el Nuevo Mundo.

Tenemos mar, campo, nieve, desierto.

Tenemos vaqueros y hasta soldados ingleses.

Y tenemos arte, mucho arte.

El andaluz no es un acento. Es un castellano entre amigos.

Y las rubias nunca están solas. Vienen con tapa.

Aquí no comemos tomate. Nos lo bebemos.

Nuestros trajes no se lucen. Son de luz.

Y nuestros partidos siempre tienen un tercer tiempo.

En Andalucía no nos dan miedo los cuernos. Los toreamos.

No nos desabrochamos la camisa. Nos la partimos.

No andamos por la calle. La vivimos.

En Andalucía no exageramos. Son los demás los que se quedan cortos.

Amamos el aceite de oliva, el jamón y las bombillas de colores.

Amamos la amistad, la pasión y soñar a media tarde.

Amamos a los que se fueron y a los que se quedaron.

Amamos ese arte, esa risa, ese orgullo, esa casta.

Ese verde, ese blanco.

Los andaluces amamos esta tierra y brindamos por ella con esta cerveza.

Cruzcampo, hecha de Andalucía.

7. <https://www.youtube.com/watch?v=AvwY00j1wZc>

Hola, soy Mari Martínez y me presento a la alcaldía de Dénia por Ciudadanos. Después de tantos años de soportar viejas políticas, Dénia pide cambio. Por eso, somos Ciudadanos, el partido de Albert Rivera. Con tu voto vamos a traer: renovación, honradez e ideas frescas a la política.

Dénia pide cambio. Vota Ciudadanos.

8. <https://www.youtube.com/watch?v=2gUm4iy7RXU>

¡Madre mía! ¿Y estas fotos?

Sí ha pasado el tiempo. ¿Has visto qué pintas llevábamos?

¿Esta es la época en la que te dio por ese rollito alternativo y la naturaleza no?

Me acuerdo, me acuerdo. Eran otros tiempos.

¿Y ese pelo largo que levabas? Dirás que al menos tenía pelo.

La verdad es que hemos cambiado mucho todos. Lo que está igual es tu casa ¿eh?, todo en el mismo sitio.

Si ya no eres el mismo, ¿por qué tu casa sigue siendo la misma? Ikea.

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

¿Sabías que los componentes de los ordenadores, las videoconsolas, los microondas, los teléfonos pueden contener elementos tan contaminantes como el aluminio o el mercurio?

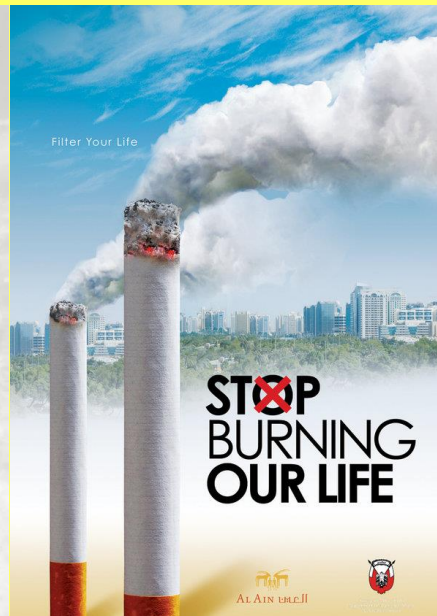
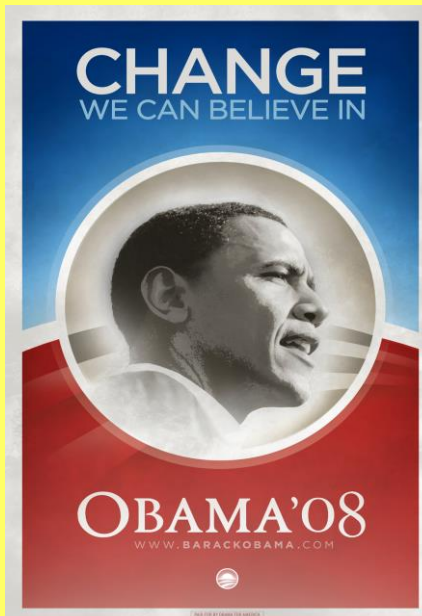
Con su reciclado, evitamos que estos elementos contaminen los recursos naturales y favorecemos su utilización en la fabricación de nuevos productos.

Con tus residuos, *recapacicla*. Utiliza los puntos limpios de tu ciudad. *Ecoactúa*, Andalucía se mueve con Europa.

Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

Actividad 2 (solo para el grupo bilingüe)

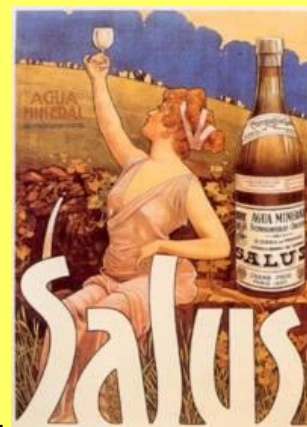
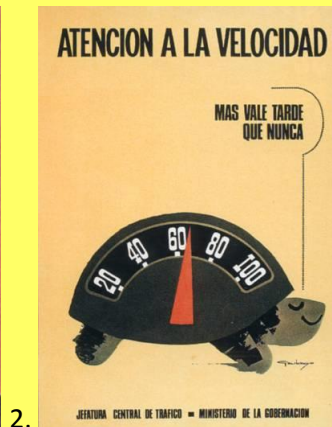
★ Observa los siguientes anuncios publicitarios emitidos en América. Repartíos en los mismos grupos que en la actividad anterior, debéis realizar una comparación con los anuncios emitidos en español. ¿Varían mucho las estrategias persuasivas entre ambos países?



Actividad 3

✦ Viajemos al pasado. Por grupos, debéis elegir un anuncio publicitario de los nueve que se ofrecen y tenéis que señalar las diferencias y similitudes con los anuncios emitidos en la actividad 1.

A lo largo de los años, ¿ha cambiado la publicidad en nuestro país? Razonad la respuesta y exponerla al resto de compañeros.



4. <https://www.youtube.com/watch?v=fCTB8tLTYpg> (min. 0.20)

Coca cola, coca cola. Todo va mejor con coca cola, ¡qué refresca mejor! Dándole a la vida más sabor.
Coca cola refresca mejor, su frescura es mayor.

5. <https://www.youtube.com/watch?v=ndmMcq5TkjU> (min. 1.16)

Tenga usted dos cosas en la cabeza: una es la boina y la otra la marca de su cerveza.
Cerveza oro, cerveza norte de la cervecería del norte.
¡Amigo, qué cerveza!

6. <https://www.youtube.com/watch?v=afXRpM9uFGE> (min. 1.03)

Queremos cambiar la sociedad. Y queremos cambiarla al ritmo que el pueblo marque, porque nuestro partido es un partido del pueblo, para el pueblo y que nace en el pueblo. Queremos remover las bases de la injusticia y podemos hacerlo. Podemos hacerlo con el esfuerzo consciente de todos los ciudadanos y lo vamos a realizar, vamos a conseguir cambiar esta sociedad hacia una sociedad libre, justa, hacia una sociedad cada vez más igualitaria.

7. <https://www.youtube.com/watch?v=xWpVRmUI2Po> (min. 0.54)

Lo que los comunistas queremos de todo corazón, es que en España no vuelva a haber una Guerra Civil. Que se destierre la violencia de las prácticas políticas; que cada español, piense como piense, pueda pasear libremente por las calles sabiendo que no va a ser asesinado y arrestado, cualesquiera que sean sus opiniones.

8. https://www.youtube.com/watch?v=_hO5Srp553w (min. 0.01)

Con alegría vamos contento, al colegio nos gusta mucho ir. Vamos contentos siempre al colegio para aprender a leer y escribir. A, e, i, i, o, u aprenderlos debes tú.
Vamos contentos siempre al colegio, para aprender a leer y escribir.

9. https://www.youtube.com/watch?v=2FIG_6YLEBA&list=PLBA07FE055B8F3A3B
(min. 0.54)

Predique con el ejemplo, utilice los servicios de limpieza a su alcance y valore la ciudad en que vive. La ciudad es el reflejo de sus habitantes.
Mantenga limpia su ciudad, mantenga limpia España.

Ahora os toca investigar a vosotros. Por grupos, debéis elegir una marca comercial y buscar tres anuncios publicitarios –los tres en el mismo formato-. Tenéis que analizar la evolución lingüística desde los orígenes en los anuncios seleccionados hasta la actualidad. Hoy día, ¿siguen utilizando el mismo código verbal?

SEGUNDA TAREA

Actividad 1

✦ ¿Has escuchado alguna vez el término *publicidad sexista*? Observa los siguientes ejemplos y busca dónde se puede detectar, en tu opinión, tal sexismo. ¿Con qué finalidad crees que se emplean ciertos recursos sexistas en la publicidad? ¿Crees que los emisores lo emplean de forma intencionada? Razona tu respuesta y comunícala al resto de compañeros.

- 

1.
- 

2.
- 

3.

Actividad 2

✦ Por grupos, debéis realizar una publicidad en formato audiovisual o radiofónico. El contenido ha de ser institucional, político o comercial. Una vez terminada la tarea, cada grupo deberá exponer el resultado bien en formato electrónico, audiovisual o con una representación.

Actividad 3

✦ Realiza un anuncio publicitario en formato escrito de tipo institucional para colaborar con la campaña de reciclaje del *Proyecto Aula Limpia* que este año convoca a modo de concurso. No olvides que aunque solo haya un ganador, en el fondo siempre ganamos todos.

TERCERA TAREA

¡Nos vamos de feria!

Actividad 1

★ Por grupos de cuatro personas, debéis elegir una de estas dos opciones:

- a) Realizar un anuncio publicitario en formato escrito donde se publicite la feria local.
- b) Realizar un anuncio publicitario en formato audiovisual donde se publicite la feria local.

Recuerda que los anuncios seleccionados y que cumplan con las características de los formatos propios de este tipo de textos se difundirán en los medios de comunicación locales.

ANEXO II FICHA DE OBSERVACIÓN DEL PROFESOR EN EL AULA

| ASPECTOS | ALUMNO/A: |
|--|-----------------------|
| COMPETENCIAS ADQUIRIDAS | OBSERVACIONES: |
| <ul style="list-style-type: none"> -Participa de forma activa en las actividades planteadas. -Muestra interés por el contenido y desarrollo de la secuencia. -Se expresa con claridad ante el grupo de clase. -Aporta propuestas con criterio basándose en los contenidos teóricos para la mejora del trabajo del grupo. -Es autónomo en la realización de las actividades individuales. -Es capaz de trabajar mostrando actitud de respeto y tolerancia hacia sus compañeros. -Participa en la retroalimentación con sus compañeros para complementar y desarrollar el aprendizaje y los conocimientos. -Cuida la presentación y el orden en la presentación de las actividades individuales. | |
| ASIMILACIÓN DE CONTENIDOS | |
| <ul style="list-style-type: none"> -Reconoce el formato publicitario. -Diferencia entre propaganda y publicidad. -Conoce las características lingüísticas de los textos publicitarios. -Reconoce la intención de los anuncios publicitarios. -Es capaz de analizar todos los elementos de los anuncios publicitarios según el canal en el que se emita. -Reconoce las estrategias persuasivas y su finalidad empleadas en la publicidad. | |
| TAREA INDIVIDUAL | |
| <ul style="list-style-type: none"> -Claridad y orden en la presentación del trabajo. -Emplea las TIC. -Emplea los contenidos específicos de los textos publicitarios. -Emplea los contenidos lingüísticos y estrategias persuasivas propias de la propaganda. -Muestra interés por colaborar con el <i>Proyecto Aula Limpia</i> del centro a través del trabajo. | |
| VALORACIÓN | |
| 0 Deficiente 1 Insuficiente 2 Suficiente 3 Bien 4 Notable 5 Sobresaliente | |
| CALIFICACIÓN FINAL: | |

ANEXO III FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS TRABAJOS

| CURSO: | PRESENTACIÓN/ EXPRESIÓN | RECURSOS ESTILÍSTICOS Y LINGÜÍSTICOS | CÓDIGO VERBAL | APELACIÓN | OBSERVACIONES | CALIFICA- CIÓN |
|--------------------|------------------------------------|---|--------------------------|------------------|----------------------|---------------------------|
| GRUPO 1 | | | | | | |
| GRUPO 2 | | | | | | |
| GRUPO 3 | | | | | | |
| GRUPO 4 | | | | | | |
| GRUPO 5 | | | | | | |
| GRUPO 6 | | | | | | |
| GRUPO 7 | | | | | | |

ANEXO IV FICHA AUTOEVALUACIÓN

| Alumno/ a: Curso: | Autoevaluación: |
|--|------------------------|
| -Identifico un anuncio publicitario. | |
| -Identifico las características de un anuncio publicitario según el canal en el que sea emitido. | |
| -Interpreto de forma crítica y adecuada el contenido de los mensajes publicitarios. | |
| -Soy capaz de crear anuncios publicitarios de forma autónoma. | |
| -Soy capaz de emplear estrategias persuasivas. | |
| -Soy capaz de diferenciar la finalidad del código verbal. | |
| -Soy capaz de buscar información en cualquier tipo de fuente. | |
| -Empleo las TIC sin ninguna dificultad. | |
| -Cuido la presentación de mis trabajos. | |
| -Me comunico con claridad ante la clase. | |
| -Colaboro en el trabajo en grupo. | |
| -Respeto los turnos de palabra y las opiniones ajenas. | |
| -Me he preocupado por la realización de los trabajos en grupo para elaborar un buen resultado. | |

ANEXO V EVALUACIÓN ENTRE IGUALES

- **Tipo individual:**

| Nombre del compañero: | Valoración: |
|--|--------------------|
| –Ha tratado con respeto a los demás compañeros del grupo. | |
| –Se ha preocupado por el desarrollo de la actividad. | |
| –Ha propuesto ideas tomando como base el contenido del tema. | |
| –Ha motivado un clima de participación y participación. | |
| –Apoyo y motivación a los demás miembros del grupo. | |
| Observaciones: | |

- **Tipo grupal:**

| Grupo: | Valoración: |
|---|--------------------|
| – Claridad y orden en la presentación del trabajo. | |
| –Se expresan con claridad ante la clase. | |
| –Emplea las TIC. | |
| –Emplea los contenidos específicos de los textos publicitarios. | |
| –Emplea los contenidos lingüísticos y estrategias persuasivas propias de la propaganda. | |

ANEXO VI EVALUACIÓN DE LA SECUENCIA Y ACTIVIDAD DOCENTE

| | Valoración: |
|--|--------------------|
| -El contenido de secuencia me ha parecido interesante y útil. | |
| -Las actividades son apropiadas para entender los conceptos. | |
| -La temporalización es adecuada para realizar los trabajos. | |
| -El material utilizado es el adecuado para entender la publicidad. | |
| -El sistema de evaluación es el adecuado. | |
| -Creo conveniente tomar en cuenta la autoevaluación y evaluación entre pares para la nota final. | |
| -He adquirido contenidos nuevos durante el desarrollo de las actividades y explicaciones del profesor. | |
| Profesor: | |
| -He sido tratado con respeto. | |
| -Promovió la participación de los alumnos en clase. | |
| -Explica con claridad. | |
| -Ayuda a los alumnos en el desarrollo de las actividades. | |
| -Se preocupa por el grado de comprensión de los alumnos. | |
| -Resuelve las dudas con claridad. | |
| -Muestra interés por las inquietudes de los estudiantes. | |

1.- Aspectos en los que debe mejorar como docente:

2.- Me hubiese gustado...