

Documento de Planeación didáctica

PARTE GENERAL	
NOMBRE DEL PROFESOR	Pedro David Ordaz Arredondo
SUBSISTEMA Y NIVEL ACADÉMICO	CCH/Vallejo
ASIGNATURA / SEMESTRE O AÑO	Taller de Lectura Redacción e Iniciación a la Investigación Documental II.
DÍAS/HORA CLASE POR SEMANA	Martes, miércoles y jueves de 7 a 9 am.
UNIDAD TEMÁTICA Y CONTENIDOS	<p>Unidad I. Anuncio publicitario</p> <p>Tema 1. Situación comunicativa del texto icónico–verbal: Enunciador, propósito, enunciatario, contexto.</p> <p>Tema 3. Estereotipos y valores Propósito persuasivo</p>
Nº DE ALUMNOS	50
OBJETIVOS DE LA UNIDAD	El alumno: Elaborará un anuncio publicitario, mediante la identificación de la sintaxis y la retórica de la imagen, así como de los elementos verbales de los anuncios publicitarios, como muestra de la comprensión de sus propósitos persuasivos.
DURACIÓN	Tres sesiones de dos horas. Tiempo total 6 horas
POBLACIÓN	50 estudiantes
BIBLIOGRAFÍA Y CIBEROGRAFÍA	<ul style="list-style-type: none"> ● Ávila, R. (1990). <i>La lengua y los hablantes</i>. (3a ed.). México: Trillas. ● Chacón Gordillo, P.D.(octubre 2008) <i>La mujer como objeto sexual en la publicidad</i>. Fecha de consulta: 16 de marzo 2016. Disponible en: http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=31&articulo=31-2008-49 ● Van Dijk, T. y et. al (2000). <i>El Discurso como estructura y proceso: estudios del discurso : introducción multidisciplinaria, vol. I</i>. Barcelona: Gedisa.

--	--

Actividad 1. Actividad de inicio

(Esta actividad se realiza para empezar a trabajar una unidad temática)

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD	
OBJETIVO DE APRENDIZAJE	El alumno identifica los elementos que integran la situación comunicativa del anuncio publicitario.
RECURSOS	Computadora, proyector, pizarrón, plumones, hojas, Internet
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
TAREAS EN EL ORDEN EN QUE SE REALIZAN	<p>Actividades previas</p> <p>El profesor realiza una presentación en prezi.</p> <p>Alumnos: Deben llevar anuncio publicitario.</p> <p>El tiempo de las actividades es una variable que cada profesor debe tomar en cuenta dependiendo de las siguientes variables: 1. Número de alumnos, integración del grupo, turno y participación de cada uno de los integrantes de los equipos.</p> <p>Sesión 1 (situación comunicativa)</p> <p>El profesor:</p> <ul style="list-style-type: none">a) organiza equipos.b) Realiza presentación en prezic) Coordina plenaria <p>Los alumnos:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Reactivan saberesb) Trabajan en equipoc) Discutend) Acuerdan <p>El profesor organiza equipos de mínimo 4 personas, máximo 6, designa a un</p>

coordinador, un supervisor de tiempo, un supervisor de producto y un secretario. Por equipo (todos los integrantes deben tener el cuestionario en el cuaderno y entregar uno al profesor) deben responder y con la información que cada alumno posee, deben responder las siguientes preguntas:

1. ¿Cuáles son los elementos que intervienen en el proceso de comunicación?
2. ¿Qué es un proceso de comunicación?
3. ¿Qué es una situación comunicativa?

Tiempo: 10 minutos, más 10 negociables.

Evaluación: Cuestionario resuelto si se entrega en tiempo y forma.

El profesor pide a los alumnos atención para explicar mediante una presentación en Prezi el proceso de comunicación y los elementos que lo integran.

Tiempo: 15 minutos

El profesor pide que cada equipo elija un anuncio publicitario e identifique los elementos de la situación comunicativa.

Los alumnos, discuten, identifican, argumentan sus posturas.

Tiempo: 20 minutos

Evaluación: Identifica los siguientes elementos de la situación comunicativa

Enunciador, enunciatario, mensaje, propósito, código, canal, referente, contexto.

En plenaria cada equipo presentará sus resultados. Los demás equipos deberán verificar la validez de lo expuesto.

El profesor guiará y coordinará la discusión para problematizar y ahondar sobre la

	<p>Situación comunicativa.</p> <p>TAREA: El profesor solicita a los alumnos que para la siguiente sesión y de manera individual:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los alumnos ingresen a la siguiente dirección electrónica: http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=31&articulo=31-2008-49 <p>Y descarguen el PDF en el teléfono celular.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Un responsable por cada equipo deberá llevar el documento impreso. 3. Llevar diccionario (impreso o en el teléfono)
<p>EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DEL ALUMNO</p>	<p>Cuestionario, elementos de la situación comunicativa en un anuncio publicitario</p>
<p>FORMA DE EVALUACIÓN</p>	<p>Trabajo en equipo, lista de cotejo</p>

Anexos.

Agregue todos los anexos que sean necesarios para el buen desempeño de la actividad planteada, por ejemplo:

Anexo 1.

Presentación en Prezi
http://prezi.com/k_h_mvdogeaf/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

Anexo 2.

LISTA DE COTEJO SITUACIÓN COMUNICATIVA

El alumno identifica

ELEMENTO	SI	NO
Enunciador		
Enunciario		
Mensaje		
Referente		
Propósito		
Código		
Canal		
Contexto: Semántico Físico Situacional Cultural		

Actividad 2. Actividad de desarrollo

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD	
OBJETIVO DE APRENDIZAJE	El alumno distingue los recursos verbales e icónicos de los anuncios publicitarios, a partir de su correlación, para la comprensión del propósito persuasivo.
RECURSOS	Computadora, proyector, pizarrón, plumones, hojas.
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
TAREAS EN EL ORDEN EN QUE SE REALIZAN	<p>El profesor:</p> <ul style="list-style-type: none"> d) organiza equipos. e) Realiza presentación en prezi f) Coordina plenaria g) Revisa las evidencias de aprendizaje <p>Los alumnos:</p> <ul style="list-style-type: none"> e) Reactivan saberes f) Trabajan en equipo g) Discuten h) Acuerdan i) Elaboran cuadro sinóptico <p>Sesión 2 (estereotipos y valores)</p> <p>El profesor:</p> <ul style="list-style-type: none"> h) organiza equipos. i) plantea cuestionario j) Coordina plenaria <p>Los alumnos:</p> <ul style="list-style-type: none"> j) Reactivan saberes k) Trabajan en equipo l) Discuten m) elaboran organizador gráfico n) Acuerdan

El profesor organiza equipos de mínimo 4 personas, máximo 6, designa a un coordinador, un supervisor de tiempo, un supervisor de producto y un secretario. Por equipo (todos los integrantes deben tener el cuestionario en el cuaderno y entregar uno al profesor) deben responder y con la información que cada alumno posee, deben responder las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es un estereotipo?
2. ¿Qué es un valor?
3. ¿Qué es una ideología?
4. ¿Cuál es el propósito de un texto publicitario?
5. ¿A parte de un producto o servicio, qué otros elementos promueven los textos publicitarios?
6. ¿Qué es la persuasión?

Tiempo: 10 minutos, más 10 negociables.

Evaluación: Cuestionario resuelto si se entrega en tiempo y forma.

El profesor pide a los responsables de equipo de la sesión 1 entregar impreso el texto *La mujer como objeto sexual en la publicidad* y organiza nuevos equipos.

Los nuevos equipos deberán leer el texto y realizar:

- a) Subrayado de las ideas principales
- b) Glosario de palabras desconocidas
- c) Elaboración de cuadro sinóptico

Tiempo 40 minutos, más tiempo negociable

Evaluación lista de cotejo cuadro sinóptico si se termina en tiempo y forma

El profesor explica y coordina discusión sobre: Estereotipos, valores ideológicos, el papel de la mujer en la publicidad. Retoma elementos de la lectura para que los

	<p>alumnos reflexionen.</p> <p>Tiempo: Lo que resta de la sesión.</p>
EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DEL ALUMNO	Cuestionario, glosario, cuadro sinóptico
FORMA DE EVALUACIÓN	Lista de cotejo, rúbrica

Anexos

Anexo 1.

Chacón Gordillo, P.D.(octubre 2008) *La mujer como objeto sexual en la publicidad*. Fecha de consulta: 16 de marzo 2016. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=31&articulo=31-2008-49>

Anexo 2.

Lista de cotejo de cuadro sinóptico.

Instrucciones: Marca con un tache la columna sí o no, según los criterios que se enuncian a continuación.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	SÍ	NO	Justificación
1. Presenta un título adecuado			
2. Presenta el tema o idea general			
3. Contiene Fecha en un lugar visible			
4. Presenta el tema que va de lo general a lo particular			
5. Contiene ideas secundarias que se desprenden de la lectura. (Estas pueden ser más de una y no mayor a 4 palabras, para que sea conciso)			
6. Representa las relaciones o conexiones entre conceptos o ideas centrales a través de llaves o corchetes.			
7. Es conciso ordenado y limpio			
8. No presenta faltas de ortografía			

Anexo 3

Rúbrica de cuadro sinóptico

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Sobresaliente 10	Adecuado 8	Regular 6	Deficiente 5
Presentación	<p>1. Presenta un título en la parte superior de la hoja, con una tipografía que sobresale al resto del texto.</p> <p>2.- Contienen Fecha de elaboración en un lugar visible</p>	<p>1. Presenta un título en la parte superior que no sobresale.</p> <p>2.- Contiene fecha de elaboración.</p>	<p>1. Presenta título en cualquier parte del texto y sin resaltar.</p>	<p>1. No presenta Título.</p> <p>2.- No presenta fecha</p>
Ideas Generales	<p>1.- Presenta el tema o idea general, que parte de lo general a lo particular.</p> <p>2.- Contiene ideas secundarias que se desprenden de la lectura. (Estas pueden ser más de</p>	<p>1.- Parte de una idea general, pero no particulariza en ideas secundarias.</p> <p>2.- Presenta ejemplos que se desprenden de la lectura en</p>	<p>1.- Presenta varias ideas, sin orden.</p> <p>2.- Incluye ejemplos con enunciados largos.</p> <p>3.-</p>	<p>1.- No presenta una idea general.</p> <p>2.- No, incluye ejemplos.</p> <p>3.- No hay representación gráfica</p>

	<p>una y no mayor a 4 palabras, para que sea conciso)</p> <p>3.-Incluye ideas complementarias que se resumen en pequeños enunciados derivados de las ideas generales.(enuncia dos de carácter explicativo)</p> <p>4.- Enumera detalles de las ideas complementarias.</p> <p>5.- Representa las relaciones o conexiones entre conceptos o ideas centrales a través de llaves o corchetes.</p> <p>6.- Es conciso, ordenado y limpio.</p> <p>7.- No presenta faltas de ortografía</p>	<p>enunciados largos.</p> <p>3.- Representa las relaciones o conexiones entre conceptos o ideas centrales a través de llaves o corchetes.</p> <p>4.- Falta alguno de los siguientes elementos: concisión, orden o limpieza.</p> <p>5.- Presenta más de tres errores ortográficos.</p>	<p>Representa las relaciones o conexiones a través de llaves o corchetes, pero sin orden o lógica.</p> <p>4.- Falta alguno de los siguientes elementos: concisión, orden o limpieza.</p> <p>5.- Presenta más de 4 errores ortográficos.</p>	<p>entre conceptos.</p> <p>4.- Falta alguno de los siguientes elementos: concisión, orden o limpieza.</p> <p>5.- Contiene más de 7 errores ortográficos.</p>
--	--	---	---	--

Actividad 3. Actividad de cierre

(Esta actividad se realiza para concluir el trabajo de una unidad temática)

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD	
OBJETIVO DE APRENDIZAJE	El alumno: distingue los recursos verbales e icónicos de los anuncios publicitarios, a partir de su correlación, para la comprensión del propósito persuasivo.
RECURSOS	Proyector, computadora, pizarrón, boinas, plumones e Internet documental: Curtis, A. (2002). <i>El siglo del yo máquinas de felicidad</i> . Londres: BBC. fecha de consulta 25 marzo 2017. Disponible en: http://pijamasurf.com/2013/02/el-siglo-del-yo-maquinas-de-felicidad-documental-sobre-el-deseo-y-las-necesidades-artificiales/
DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	
TAREAS EN EL ORDEN EN QUE SE REALIZAN	El profesor: a) Presenta Documental b) Solicita tomar apunte c) Organiza equipos d) Coordina plenaria e) Revisa las evidencias de aprendizaje Los alumnos: a) Observan y escuchan con atención b) apuntan c) Trabajan en equipo d) Discuten e) Acuerdan f) Redactan

Sesión 3 (Propósito persuasivo)

El profesor proyecta en el aula el documental *El siglo del yo* que explica cómo Edward Bernays, sobrino de Sigmund Freud utilizó las teorías psicoanalíticas del inconsciente y el deseo para aplicarlas política, económica y en la publicidad para manipular la mente de una persona o de una grupo con un propósito específico

El docente pide a los alumnos tomar apunte.

Tiempo 50 minutos:

Evaluación no hay

Al terminar el documental el profesor organiza equipos de mínimo 4 personas, máximo 6 y solicita que con los apuntes reflexionen sobre los siguientes puntos:

- ¿Por qué es importante identificar la situación comunicativa en un texto publicitario?
- ¿Cuál es el papel que juegan los estereotipos en la publicidad?
- ¿Cuál es el objetivo de la publicidad?
- ¿En mi vida cotidiana para qué me sirve conocer la forma en cómo se construye un anuncio publicitario?
- ¿Qué papel juega la ideología en la construcción de los anuncios publicitarios?
- ¿Cómo opera el deseo en los seres humanos para la satisfacción de necesidades?
- ¿La publicidad cómo utiliza el deseo para promover el consumo?

Tiempo 30 minutos más 10 negociables

Producto: texto escrito en el cuaderno

	<p>Evaluación: sello en el cuaderno si terminan en tiempo y forma</p> <p>El profesor solicita que cada vocero del equipo presente conclusiones. El profesor guía una discusión plenaria y hace un cierre del aprendizaje.</p> <p>Tiempo: 30 minutos</p> <p>Al finalizar el profesor solicitará que de manera individual cada alumno entregue para la siguiente sesión un comentario elaborado en computadora sobre el propósito persuasivo, los estereotipos, valores e ideología de un texto publicitario.</p>									
<p>EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE DEL ALUMNO</p>	<p>De manera individual el alumno debe entregar Texto escrito (borrador) en el cuaderno y su producto final en computadora. (Evaluación lista de Cotejo)</p> <p>Por equipo, deben entregar el análisis de un anuncio publicitario en el que se tome en cuenta los siguientes elementos:</p>									
<p>FORMA DE EVALUACIÓN</p>	<p>Sello</p> <p>Lista de cotejo</p> <p>Lista de Cotejo para realizar comentario (individual)</p> <table border="1" data-bbox="399 1373 1453 1841"> <thead> <tr> <th data-bbox="399 1373 1024 1478">Descriptores</th> <th data-bbox="1024 1373 1263 1478">SÍ</th> <th data-bbox="1263 1373 1453 1478">NO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="399 1478 1024 1633">1. Presenta título adecuado (Letra destacada en negritas y Arial 16)</td> <td data-bbox="1024 1478 1263 1633"></td> <td data-bbox="1263 1478 1453 1633"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="399 1633 1024 1841">2. Presenta nombre del alumno con el siguiente formato (apellido paterno, materno nombres), presenta fecha de elaboración</td> <td data-bbox="1024 1633 1263 1841"></td> <td data-bbox="1263 1633 1453 1841"></td> </tr> </tbody> </table>	Descriptores	SÍ	NO	1. Presenta título adecuado (Letra destacada en negritas y Arial 16)			2. Presenta nombre del alumno con el siguiente formato (apellido paterno, materno nombres), presenta fecha de elaboración		
Descriptores	SÍ	NO								
1. Presenta título adecuado (Letra destacada en negritas y Arial 16)										
2. Presenta nombre del alumno con el siguiente formato (apellido paterno, materno nombres), presenta fecha de elaboración										

<p>3. El trabajo se presenta con pulcritud, limpieza y las siguientes formalidades: (utiliza sangría, letra Arial 12 puntos para texto normal y Arial 11 puntos para citas largas, justifica el texto y brinda interlineado de 1.5)</p>		
<p>4. Utiliza oraciones (sujeto-verbo-predicado) para expresar ideas.</p>		
<p>5. Los párrafos se construyen con cuatro o cinco oraciones que se coordinan.</p>		
<p>6. El texto que presenta tiene coherencia.</p>		
<p>7. El texto cita o parafrasea las fuentes que se revisaron en clase, (<i>La mujer como objeto sexual en la publicidad</i> y <i>El siglo del Yo: Máquinas de felicidad</i>)</p>		
<p>8. Para hacer una cita o paráfrasis utiliza el modelo APA para registrar las fuentes. (Referencias cortas)</p>		
<p>9. Se distinguen claramente las ideas del alumno y la de sus fuentes.</p>		
<p>10. Escribe las referencias (largas o completas) que utilizó al final del texto.</p>		

Lista de cotejo para el análisis en equipo de un anuncio publicitario

Lista de Cotejo para analizar la situación comunicativa de un anunciopublicitario

(equipo)

Rubros	Sí (1 punto)	+/- (.5)	No (0)
1. El trabajo tiene portada			
2. El trabajo presenta índice			
3. El trabajo tiene una introducción			
4. Tiene metodología			
5. Identifica enunciador-enunciatario. Reconoce el mensaje y su propósito			
6. Establece cuál es el canal y código			
7. Reconoce cuál es el referente			
8. Establece cuál es los denotativo y connotativo (valores e ideología, nivel de significación)			
9. Presenta una conclusión, en la cual toma en cuenta los textos leídos en las			

sesiones				
10. Incluye referencias				

Los cambios propuestos se deben a que los alumnos realizaron un trabajo de análisis (PDF) al comenzar a discutir los elementos que se les propuso y con la guía del docente. Sin embargo, al no estar contemplado no existió una lista de cotejo o rúbrica que les ayudará a indicar si su trabajo era adecuado.