

Actividad 4: Hagamos una campaña de propaganda

PROPÓSITO

Se espera que los estudiantes planifiquen una campaña de propaganda para solucionar un problema que afecta a la comunidad, utilizando los recursos lingüísticos y no lingüísticos disponibles. Para ello, identificarán un problema que afecte a su comunidad y diseñarán una campaña para solucionarlo.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

OA 5

Producir textos (orales, escritos o audiovisuales) coherentes y cohesionados, para comunicar sus análisis e interpretaciones de textos, desarrollar posturas sobre temas, explorar creativamente con el lenguaje, entre otros propósitos:

- Aplicando un proceso de escritura* según sus propósitos, el género discursivo seleccionado, el tema y la audiencia.
- Adecuando el texto a las convenciones del género y a las características de la audiencia (conocimientos, intereses, convenciones culturales).

OA 6

Usar los recursos lingüísticos y no lingüísticos (visuales, sonoros y gestuales) al producir textos, considerando su incidencia en el posicionamiento frente al tema, en los roles y actitudes asumidos ante la audiencia*; y la forma en dichos recursos se combinan para construir el sentido del discurso.

*Por ejemplo, léxico valorativo, uso de deícticos, uso de verbos, construcciones oracionales, puntuación, etc.

ACTITUD

Valorar las TIC como una oportunidad para informarse, investigar, socializar, comunicarse y participar como ciudadano.

DURACIÓN

6 horas

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Para iniciar, se sugiere que los alumnos lean el artículo del sitio web de la BBC “5 adolescentes que están cambiando el mundo” (Ver en Recursos para el Docente) y que luego el profesor guíe una discusión plenaria para identificar y registrar en la pizarra la información más importante sobre cada activista presentado en el artículo; por ejemplo:

Conexión interdisciplinar:
Artes Visuales 3° o 4° medio OA 7

- Nombre
- Características personales (nacionalidad, edad, etc.)
- Causa de activismo (social, ambiental, política)
- Efectos de activismo (si es que los hay)

La actividad central consiste en que los alumnos se organizarán en grupos de acuerdo a sus intereses para planificar y diseñar una campaña de propaganda para solucionar un problema social que aqueje a su comunidad. Antes de empezar la planificación, deberán constituirse como un equipo publicitario. Para ello, pensarán en los roles que tomará cada integrante del grupo y que son necesarios para el éxito del objetivo. El docente monitoreará a cada grupo, asegurándose de que los roles esenciales estén cubiertos y, en caso de no estarlo, les sugerirá que los incorporen. Con todo, cada grupo deberá tener por lo menos:

- Coordinador general de campaña (gestión, logística, presentación)
- Área creativa (recursos audiovisuales)
- Área de medios (plataformas de difusión)
- Área de redacción (textos, guiones)

Luego, el profesor sugiere una pauta de planificación de campaña (ver Recursos del docente) para organizar las ideas y orientar el avance del diseño de campaña. Se sugiere el siguiente modelo:

ETAPA DE PLANIFICACIÓN	IDEAS DE LOS ALUMNOS
Detectar un problema ¿Qué problemas afectan a nuestra comunidad? ¿A cuál de ellos debemos darle prioridad?	El <i>bullying</i> El exceso de tareas La basura en las plazas La soledad de los ancianos Elegimos la basura en las plazas.
Definir el objetivo ¿Cómo podemos solucionar el problema? ¿Para qué haremos la campaña? ¿Qué deseamos lograr?	Reducir la cantidad de basura en plazas públicas de nuestra comuna para recuperar los espacios de esparcimiento.
Determinar el público objetivo (P.O.)	Habitantes de comunas con alta acumulación de basura en plazas públicas.

¿A quiénes dirigimos nuestra campaña? ¿Quiénes pueden ayudar a solucionar el problema?	
Fundamentar propuesta ¿Cuáles son las razones que pueden apoyar nuestra propuesta de solución?	Consideramos prioridad la recuperación de plazas públicas como áreas verdes de uso esencial para actividades de la comunidad, como deportivas, recreativas y culturales.
Diseñar marca (logo y slogan) ¿Cuál es la frase llamativa que utilizaremos en nuestra campaña?	“Cambia TU mundo y cambiarás EL mundo”.

Los alumnos trabajan en su campaña, siguiendo la pauta y estableciendo un plan de acción con plazos determinados para el cumplimiento de cada etapa, ejemplificado en una carta Gantt.

Acciones	Descripción	Duración estimada	Responsable	Plazo estimado para finalizar
Recursos audiovisuales	Definir recursos audiovisuales a crear para campaña.	2 semanas	Área creativa y de redacción	Fecha límite: 3 semanas
Plataformas de medios	Selección de medios de comunicación para difusión de campaña.	1 semana	Área de medios	Fecha límite: 2 semanas

Los estudiantes comenzarán a diseñar los recursos para la campaña (afiches y tweets), aplicando los aprendizajes desarrollados a lo largo del año y de los años anteriores. Estos insumos se utilizarán en la siguiente actividad.

A modo de cierre, cada grupo reflexiona sobre el proceso de trabajo colaborativo mediante una pauta de autoevaluación (ver en Recursos para el docente) y la utilizan para prepararse para la actividad sumativa, redactando algunas ideas que podrían servir para mejorar los aspectos calificados como débiles en la autoevaluación.

ORIENTACIONES AL DOCENTE

Los siguientes indicadores de evaluación pueden usarse para construir actividades que permitan evidenciar formativamente los aprendizajes declarados en los OA y también para evaluar sumativamente su logro:

- Integran recursos persuasivos en sus textos para cumplir propósitos determinados e influir en la audiencia.
- Usan la imaginación y la creatividad para producir textos novedosos y originales.
- Planifican, escriben y editan sus textos antes de publicarlos.
- Emiten juicios sobre la pertinencia de los recursos usados en los textos en relación con el propósito perseguido.
- Combinan los recursos en los textos para lograr determinados efectos en la audiencia.
- Demuestran variedad, utilizando alternadamente un repertorio amplio de recursos.

Se recomienda que el docente haga un monitoreo constante de los avances de cada grupo en cada etapa. Enfatizará permanentemente la necesidad de que los grupos desarrollen las disposiciones del pensamiento creativo, establezcan altos estándares para esta tarea, propongan variadas personas y piensen con flexibilidad.

Se recomienda una iniciativa colaborativa con el Departamento de Artes Visuales del colegio para la etapa de creación de recursos audiovisuales, para que puedan integrar estrategias vinculadas con el poder e impacto de las imágenes en causas sociales, integrando modelos y sugiriendo técnicas.

RECURSOS Y SITIOS WEB

5 adolescentes que están cambiando el mundo – BBC

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-48037692>

Pasos para lanzar una campaña publicitaria

<https://www.crecenegocios.com/pasos-para-lanzar-una-campana-publicitaria/>

Cómo aplicar el aprendizaje basado en proyectos en diez pasos [Infografía]. Recuperado de http://www.aulaplaneta.com/wp-content/uploads/2015/02/INFOGRAF%C3%8DA_El-aprendizaje-basado-en-proyectos.jpg

David Lee EdTech. Introducción al proceso del aprendizaje basado en proyectos (2015) [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=08D0dBGizYQ>

Pauta de planificación campaña de propaganda

ETAPA DE PLANIFICACIÓN	IDEAS DE LOS ALUMNOS
Detectar un problema	
Definir el objetivo	
Determinar el público objetivo (P.O.)	
Estrategia de marketing para P.O.	
Fundamentar elección	
Diseñar marca (logo y slogan)	
Recursos audiovisuales (afiches, spot TV)	
Rostro de campaña (figura pública, personaje animado, persona, animal)	
Selección de medios de difusión (internet, TV, radio, prensa escrita, etc.)	

Pauta de autoevaluación

Preguntas	Sí	No	Evidencias
¿El problema que escogimos es de urgencia social en nuestra comunidad?			
¿Nuestro objetivo es realista? ¿Es medible?			
¿Nuestro público objetivo es el adecuado? ¿Puede generar un cambio para resolver el problema?			
¿Estamos seguros de que nuestra estrategia de marketing es adecuada para el público objetivo?			
¿Integramos los conocimientos aprendidos sobre recursos lingüísticos y no lingüísticos?			
¿Todos colaboramos en la creación del producto final? ¿Pusimos todas nuestras habilidades en función del objetivo grupal?			