

Textos publicitarios

Lenguaje | Lectura

Descripción del Curso

Este curso, dentro de la asignatura Lectura y para estudiantes entre 13 y 14 años, se enfoca en explorar qué es un texto publicitario y cómo se organiza para persuadir al lector. En la unidad Textos publicitarios - Estructura y orden de las partes, los alumnos identificarán y analizarán las cuatro partes fundamentales de un anuncio: titular, subtítulo, cuerpo y llamado a la acción. A través de ejemplos concretos y actividades prácticas, aprenderán a reconocer la función de cada parte, a colocarlas en el orden correcto y a diseñar un anuncio breve que integre las cuatro partes en la secuencia adecuada. El enfoque es activo y colaborativo: lectura guiada, análisis de modelos, debates en grupo y proyectos de diseño de anuncios promueven la participación y la reflexión crítica. Se propone aplicar lo aprendido a contextos reales y cercanos, como campañas escolares, mensajes de clase o promociones de proyectos, fomentando habilidades de lectura, escritura y comunicación persuasiva. Al finalizar la unidad, los estudiantes habrán desarrollado pensamiento crítico para evaluar mensajes publicitarios, capacidad de organizar ideas de manera lógica y habilidad para trabajar en equipo, distribuyendo roles y presentando ideas con claridad. En conjunto, la unidad promueve un aprendizaje significativo que vincula teoría de la estructura textual con prácticas creativas y éticas, preparando a los estudiantes para identificar, analizar y producir textos publicitarios breves y efectivos.

Competencias

- Leer y analizar textos publicitarios identificando sus partes y funciones persuasivas.
- Organizar ideas y secuencias de manera lógica para construir mensajes claros y coherentes.
- Diseñar y redactar un anuncio breve que incorpore titular, subtítulo, cuerpo y llamado a la acción en el orden correcto.
- Desarrollar pensamiento crítico para evaluar estrategias persuasivas y la ética de la comunicación publicitaria.
- Trabajar de forma colaborativa, comunicarse de manera efectiva y distribuir roles en proyectos grupales.
- Expresar ideas oralmente y por escrito con claridad, precisión y puntuación adecuadas.

Requerimientos

- Materiales básicos: cuaderno o portafolio, cuaderno de notas, lápices, colores, regla y blocs de papel.
- Acceso a recursos: lectura de ejemplos de anuncios, guía de estructura (titular, subtítulo, cuerpo, llamado a la acción).
- Dispositivo con acceso a internet y/o equipo disponible en clase para la producción de materiales simples; uso de herramientas de procesamiento de texto o diseño básico es opcional.
- Espacio para trabajo individual y en grupo, con tiempo suficiente para planificar, redactar y presentar el anuncio.

- Normas de convivencia y respeto en el trabajo en equipo, así como criterios de evaluación claros (rubrica de la unidad).
- Compromiso de participación, entrega de tareas y asistencia regular para completar las actividades planificadas.

Unidades del Curso

Unidad 1: UNIDAD: Textos publicitarios - Estructura y orden de las partes

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar las cuatro partes de un texto publicitario (titular, subtítulo, cuerpo y llamado a la acción) en ejemplos concretos.
- Reconocer el orden lógico de las partes en anuncios variados y justificar su secuencia.
- Diseñar un anuncio breve que contenga las cuatro partes en el orden correcto, con un mensaje claro y una llamada a la acción.

Contenidos Temáticos

1. Tema 1: ¿Qué es un texto publicitario y para qué sirve?

Breve descripción: Exploraremos qué es la publicidad y las partes que suelen tener los anuncios para persuadir al público.

2. Tema 2: Identificación de las partes: titular, subtítulo, cuerpo y llamada a la acción

Breve descripción: Observaremos ejemplos para diferenciar cada componente y sus funciones persuasivas.

3. Tema 3: Orden correcto de las partes

Breve descripción: Practicaremos ordenar las partes en anuncios desordenados para obtener un texto coherente.

4. Tema 4: Creación de un anuncio breve

Breve descripción: En equipo diseñaremos un anuncio incorporando cada parte en el orden adecuado.

5. Tema 5: Retroalimentación y mejora

Breve descripción: Revisaremos y mejoraremos los anuncios a partir de opiniones y criterios de calidad.

Actividades

- **Actividad 1: Observa y etiqueta las partes** Analizaremos ejemplos de anuncios y etiquetaremos cada parte (titular, subtítulo, cuerpo y CTA). Puntos clave: identificar funciones, distinguir entre las secciones y explicar por qué cada parte es necesaria. Aprendizajes: reconocer las partes y su función persuasiva.
- **Actividad 2: Juego de clasificación de partes** En grupos, clasificaremos tarjetas con ejemplos de cada parte y las colocaremos en el orden correcto. Puntos clave: consolidar la distinción entre titulares, subtítulos, cuerpo y CTA y su orden lógico. Aprendizajes: secuenciar correctamente un texto publicitario.

- **Actividad 3: Ordena y crea un anuncio desordenado** Tomaremos un anuncio con las partes desordenadas y las organizaremos en el orden titular ? subtítulo ? cuerpo ? CTA. Luego identificaremos por qué ese orden funciona. Aprendizajes: razonamiento lógico y aplicación de la estructura.
- **Actividad 4: Diseño de un anuncio corto en parejas** Diseñaremos un anuncio para un producto ficticio, asegurando que contenga cada parte en el orden correcto, con un mensaje claro y una CTA persuasiva. Puntos clave: claridad, brevedad, legibilidad y coherencia. Aprendizajes: capacidad de aplicar la estructura con un objetivo real.
- **Actividad 5: Presentación y retroalimentación** Cada pareja presenta su anuncio y recibe retroalimentación de compañeros y del docente usando una rúbrica simple. Puntos clave: escuchar, evaluar críticamente y proponer mejoras. Aprendizajes: comunicación y revisión de su propio trabajo.

Evaluación

Se evaluarán los objetivos de aprendizaje mediante las siguientes evidencias y criterios:

- **Objetivo general:** Tarea final de creación de un anuncio breve que incluya titular, subtítulo, cuerpo y llamado a la acción en el orden correcto. Instrumento: rúbrica de evaluación (claridad del mensaje, organización de las partes, legibilidad y persuasión).
- **Objetivos específicos:**
 - Identificar las partes en ejemplos: lista de cotejo para identificar cada parte correctamente (titular, subtítulo, cuerpo, CTA).
 - Reconocer y justificar el orden lógico en anuncios: rúbrica de clasificación/orden y explicación oral o escrita.
 - Diseñar un anuncio corto: producto ficticio con estructura completa; rúbrica de diseño y redacción.