

Rúbrica Analítica para Evaluar Anuncios Publicitarios Escritos

Rúbrica Analítica | Lenguaje | Escritura | 5 niveles

Descripción

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la creación de anuncios publicitarios escritos por estudiantes de primaria (6-11 años). Se valoran aspectos clave de la escritura, creatividad, claridad y responsabilidad social, integrando criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para fomentar un ambiente respetuoso y plural.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Anuncios Publicitarios Escritos

Esta rúbrica está diseñada para evaluar la creación de anuncios publicitarios escritos por estudiantes de primaria (6-11 años). Se valoran aspectos clave de la escritura, creatividad, claridad y responsabilidad social, integrando criterios de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para fomentar un ambiente respetuoso y plural.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Claridad del Mensaje ¿El anuncio comunica la idea principal de forma clara y sencilla?	El mensaje es muy claro y fácil de entender, sin ambigüedades.	El mensaje es claro y comprende la mayoría del público.	El mensaje es entendible, aunque con pequeñas confusiones.	El mensaje es poco claro y genera dudas en la audiencia.	El mensaje es confuso o difícil de entender.
Creatividad y Originalidad ¿El anuncio presenta ideas nuevas o creativas que captan la atención?	El anuncio es muy original y atractivo, destaca por su creatividad.	El anuncio tiene ideas creativas que llaman la atención.	El anuncio es algo creativo, aunque con ideas comunes.	El anuncio muestra poca creatividad y es predecible.	El anuncio carece de creatividad y es repetitivo.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Uso Correcto del Lenguaje ¿El texto está escrito con buena ortografía, gramática y puntuación?	Sin errores ortográficos ni gramaticales; uso adecuado de puntuación.	Muy pocos errores que no afectan la comprensión.	Algunos errores que rara vez dificultan la lectura.	Errores frecuentes que dificultan la comprensión en ocasiones.	Muchos errores que impiden entender el texto.
Organización y Estructura ¿El anuncio tiene una estructura lógica con inicio, desarrollo y cierre?	Estructura muy clara y coherente, con cada parte bien definida.	Estructura clara con pocas áreas para mejorar.	Estructura aceptable aunque con algunas partes confusas.	Estructura poco clara y desorganizada en algunos puntos.	Sin estructura clara; difícil de seguir el contenido.
Uso de Elementos Persuasivos ¿El anuncio utiliza palabras o frases que motivan o persuaden al lector?	Utiliza elementos persuasivos muy efectivos y variados.	Utiliza algunos elementos persuasivos que funcionan bien.	Usa pocos elementos persuasivos y poco variados.	Elementos persuasivos poco claros o poco efectivos.	No utiliza elementos persuasivos.
Inclusión y Respeto a la Diversidad (DEI) ¿El anuncio respeta la diversidad cultural, de género y evita estereotipos?	El anuncio promueve activamente la inclusión y respeta todas las diversidades.	El anuncio respeta la diversidad y evita estereotipos.	El anuncio muestra respeto general, aunque sin mucha profundidad en inclusión.	El anuncio tiene algunos elementos poco inclusivos o estereotipados.	El anuncio presenta lenguaje o ideas excluyentes o estereotipadas.

Criterio	Excelente (5)	Sobresaliente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Equidad en el Contenido (DEI) ¿El anuncio presenta un contenido justo, sin discriminar ni privilegiar injustamente?	Contenido equitativo que valora distintas perspectivas y evita cualquier discriminación.	Contenido mayormente equitativo con pequeñas áreas a mejorar.	Contenido aceptablemente equitativo, aunque con algunas omisiones.	Contenido con algunas expresiones o ideas que pueden ser percibidas como injustas.	Contenido discriminatorio o claramente injusto.
Presentación Visual y Creatividad en el Diseño ¿El anuncio utiliza dibujos, colores o diseño que complementan el mensaje?	Diseño muy atractivo que mejora claramente la comprensión del mensaje.	Diseño agradable que complementa el mensaje.	Diseño simple pero adecuado para el mensaje.	Diseño poco cuidado que dificulta la atención al mensaje.	Sin diseño o con diseño que distrae o confunde.