



Modelo para deseño dunha tarefa competencial

Nome docente: Darío M. Doval Blanco e Pilar Ponte Patiño

Curso: 3º ESO

Materia/Área: Xeografía e Historia, Lingua Galega e Literatura, Normalización e Igualdade

Título da tarefa: “Véndeme Rianxo ao xeito”

Temporalización: anual. Desenvolveranse propostas de intervención didáctica dende o primeiro trimestre

Criterios de avaliación - Proens

Contidos - Proens

Competencias Clave e descritores operativos (Orientacións pedagóxicas) - Proens

Resumo e xustificación do proxecto / produto final

“Véndeme Rianxo ao xeito” - Campaña publicitaria



Fonte: Público

Que é a publicidade, para que serve?

A publicidade segundo a RAG é “*Arte ou acción de influír na psicoloxía da xente con fins comerciais, e actividade, medios e técnicas que se empregan con este propósito*”

As transformacións provocadas polo liberalismo económico, o sistema capitalista, e a industrialización, fixeron da publicidade dende o s. XIX ata os nosos días unha actividade indispensable para o desenvolvemento e mantemento da sociedade de consumo na que



vivimos inmersos.

A exposición da mocidade á publicidade está próxima aos 14' cada hora, é dicir que consumimos ou máis ben, estamos expostos a uns 5.000 - 10.000 anuncios publicitarios ao día.

Os novos medios dixitais ademais contribúen no aumento da percepción da mocidade a dita realidade, algo que xa no 2015!! sinalaba un estudo da empresa Ipsos.

Polo tanto cabería preguntármonos se somos vítimas ou presos da publicidade? Canta influencia pensamos que ten a publicidade na miña forma de ser, pensar ou consumir?

Por esta razón imos deseñar unha **campaña publicitaria** cuxo resultado final será o de crear e publicar dun dossier xustificativo da mesma e un anuncio publicitario sobre actividades, produtos ou servizos relacionados co noso entorno local máis próximo, é dicir, Rianxo. Celebraremos unha sesión en streaming cun certame ou gala de publicidade onde presentaremos as mellores propostas escollidas por votación en compañía da comunidade educativa e das autoridades locais.

Obxectivos:

1. Analizar a importancia da publicidade na actualidade
2. Reflexionar sobre a importancia da mensaxe e do camiño escollido para chegar ás potencias persoas consumidoras.
3. Identificar as actividades económicas e os sistemas económicos nos que se desenvolven.
4. Desenvolver diferentes estratexias de comunicación oral, escrita e audiovisual a través de diferentes medios.
5. Analizar e promocionar as posibilidades e potencialidades sociais, culturais e económicas do entorno próximo.
6. Contribuír á construción dunha sociedade máis xusta, respectuosa, equitativa e sostible coa nosa proposta publicitaria.



Actividade introdutoria:

Título	Rianxo en “formas”
Metodoloxía	ABP
Temporalización	1ª Avaliación 4 Sesións
Estratexia didáctica ¹	Contextualización inicial (Fase 1). O alumnado toma conciencia do seu entorno xeográfico, cultural, político, económico e social. Presenta un produto final de carácter creativo e gráfico.
Descrición	Libro interactivo con tarefas para desenvolver Equipos de 4/5 integrantes Todos os integrantes deberá entregar o libro cas actividades feitas. Localizar e contextualizar Rianxo no seu entorno a través de cartografía histórica. Actividade final do apartado 4 (Skyline de Rianxo – silueta ou perfil urbano)
Recursos ou materiais ²	Libro H5P “U-lo Rianxo” (material de creación propia facilitado polo equipo docente) Cartografía histórica s. XVIII e XIX Dispositivos Abalar EVA E-Dixgal
Contido(s)	• As fontes históricas como base para a construción do coñecemento sobre o pasado contemporáneo. Contraste entre interpretacións de historiadores. • Procesos de produción, comprensión e análise crítica de textos orais, escritos e multimodais.
Produto(s)	Deseño dun perfil urbano (Skyline) de Rianxo (Exemplos realizados polo alumnado)

1 Rutina de pensamento, destreza de pensamento, estrutura cooperativa simple e/ou complexa, dinámica de cohesión, estratexia de gamificación, etc.

2 Recursos ou ferramentas analóxicos ou posibilidade de enriquecemento coas TACs.



MODELO PARA PRESENTACIÓN DE PROPOSTAS DIDÁCTICAS PROXECTO “AO XEITO”. POLOS CREATIVOS



	 
Agrupamentos e espazos	Grupal (4/5 integrantes) e na aula
Contexto de aprendizaxe	Individual e na aula
Rol docente	Guía: dirixe cando é necesario para apoiar aos alumnos/as ou resolver dificultades, atender necesidades específicas...; mediador: modera un debate...; facilitador: prové ao alumnado de recursos; aprendizaxe independente do alumnado: o alumnado aprende sen a supervisión do/a docente

Título	Arte Comercial
Metodoloxía	ABP
Temporalización	1ª Avaliación 3 Sesións
Estratexia didáctica ³	Contextualización inicial (Fase 1). O alumnado relaciona contexto local co contexto global. Presenta un produto final de carácter creativo e audiovisual.
Descrición	Crear un anuncio de calquera tipo de actividade económica ou negocio a partir dunha obra de arte dos estilos estudados na unidade.

³ Rutina de pensamento, destreza de pensamento, estrutura cooperativa simple e/ou complexa, dinámica de cohesión, estratexia de gamificación, etc.



MODELO PARA PRESENTACIÓN DE PROPOSTAS DIDÁCTICAS PROXECTO “AO XEITO”. POLOS CREATIVOS



Seleccionar obra de arte entre os estilos: *Rococó, Neoclásico, Romanticismo e Realismo*

Editar audio con Audacity

Editar en Canva co modelo Historia en Instagram.

Escribe a marca do teu produto. Para iso é moi recomendable que xogues ca imaxe, co autor ou con aquilo que poidas asociar entre a imaxe da obra de arte escollida e o produto ou servizo que publicitas.

Publicar e compartir a tarefa no foro da actividade

Avaliar aos compañeiros participando na enquisa e vota polo teu [anuncio de Arte Comercial](#) favorito.

Descritores operativos das CC

Xeografía e Historia

Obx ectiv os da mate ria	Competencias clave							
	CCL	CP	STE M	CD	CPS AA	CC	CE	CCEC
OB X 1	2-3		4	1-2		1		
OB X 2	1-2			2		1-3	3	3

Lingua e Literatura Galega

Obx ectiv os da mate ria	Competencias clave							
	CCL	CP	STE M	CD	CPS AA	CC	CE	CCEC
OB X 1	1-5	2-3				1-2		1-3
OB X 3	1-3- 5	2	1	2-3		2	1	
OB X 5	1-3- 5		1	2-3	5	2		
OB X 7	1-4			3	1			1-2-3
OB X 8	1-4					1		1-2-3-4
OB X 9	1-2	2	1-2		5			
OB X 10	1-5	3		3	3	1-2- 3		



MODELO PARA PRESENTACIÓN DE PROPOSTAS DIDÁCTICAS PROXECTO “AO XEITO”. POLOS CREATIVOS



Recursos ou ferramentas ⁴	Canva Audacity EVA E-Dixgal Netex Xeografía e Historia 3º ESO Anuncio <u>LEXUS: A arte de destacar</u>
Contido(s)	• Cultura mediática. Técnicas e métodos das ciencias sociais: análise de textos, interpretación e elaboración de mapas, esquemas e sínteses, representación de gráficos e interpretación de imaxes a través de medios dixitais accesibles. Tecnoloxías da información xeográfica. • O nacemento das novas expresións artísticas e culturais ata a metade do século XIX e a súa relación coas artes clásicas. A personalidade independente de Goya. Respecto e conservación do patrimonio material e inmaterial. • Procesos de produción, comprensión e análise crítica de textos orais, escritos e multimodais.
Produto(s)	Anuncio publicitario con obra de Arte contexto: Rococó, Neoclasicismo, Romanticismo ao Realismo (Exemplos do alumnado) <u>Paraugas DOCESOL</u> <u>Chicles Romances con lingua</u>
Contexto de aprendizaxe ⁵	Individual e na aula
Rol docente ⁶	Guía: dirixe cando é necesario para apoiar aos alumnos/as ou resolver dificultades, atender necesidades específicas...; mediador: modera un debate...; facilitador: prové ao alumnado de recursos; aprendizaxe independente do alumnado: o alumnado aprende sen a supervisión do/a docente

⁴ Recursos ou ferramentas analóxicos ou posibilidade de enriquecemento coas TACs.

⁵ Tipos de agrupamentos: grupo-aula, en pequeno grupo, en parella, individual; tipos de espazos...

⁶ Rol instrutor: o profesor/a guía aos alumnos paso a paso; guía: dirixe cando é necesario para apoiar aos alumnos/as ou resolver dificultades, atender necesidades específicas...; mediador: modera un debate...; facilitador: prové ao alumnado de recursos; aprendizaxe independente do alumnado: o alumnado aprende sen a supervisión do/a docente.



Produto final

Título	Véndeme Rianxo ao xeito
Tipoloxía	ABP e Aprendizaxe baseada en problemas
Temporalización	2ª e 3ª Avaliación 15 sesións
Estratexia didáctica	Estratexias planificación (Fase 2). O alumnado asimila o coñecemento a través de tarefas específicas que aplican para levar a cabo no proxecto asignado (Swiden 2013). Deseño, creación e difusión (Fase 3 e 4). Combinación de estratexias activas de deseño creativo de textos e audiovisual. O alumnado asimila coñecemento a través da aprendizaxe autodirixida en problemas deseñados, nos que se pon a proba a capacidade de razoar e aplicar o seu coñecemento (Larmer, 2015).
Descrición	1. Elabora unha campaña publicitaria Elaboración dunha campaña publicitaria que finalizará coa elaboración dun anuncio publicitario tendo en conta os seguintes aspectos: • Importancia da publicidade na sociedade actual. • Importancia da mensaxe. Que tipo de mensaxe queremos dar e como co produto ou servizo protagonista do anuncio. • Contribución da publicidade na construción dunha sociedade mellor. Como podemos contribuír coa nosa publicidade na construción dunha sociedade máis xusta, equitativa e sostible (pensade e revisade os obxectivos de desenvolvemento ODS e indicade cales deles podedes afondar para acadalos) Cada campaña publicitaria constará dos seguintes elementos: - 1 Dossier de presentación e xustificación da campaña publicitaria (5.500 caracteres) - 1 anuncio para TV (formato: vídeo de +- 30 segundos) - 1 anuncio para redes sociais (Instagram e/ou TikTok) (formato: vídeo de +- 15 segundos) - 1 anuncio para radio (formato: audio de +- 20 segundos) - 1 anuncio para prensa impresa ou dixital (formato: gráfico,



anuncio a media páxina horizontal ou banner equivalente) ou 1 publicidade estática de gran formato (formato: gráfico, valo publicitario de grandes dimensións para colocar na entradas das poboacións ou cubrindo un edificio)

Este spot publicitario: vídeo, radio ou cartel. Ten que contar cun slogan e unha historia. Ademáis ten que ter “valor engadido”. Obxectivos (co mar como elemento principal e vertebrador do anuncio podemos traballar sobre que visitar, que consumir, que tipo de turismo: histórico artísitico, cultural, gastronómico, termal, deportivo, negocios, urbano, rural).

3. Presentación en streaming dos mellores documentais escollidos polo público.

Descritores operativos
das CC

OBX.	Competencias Clave							
	CCL	CP	STEM	CD	CPSAA	CC	CE	CCEC
1	2-3	4		1-2		1		
2	1-2			2		1-3	3	3
4					2	1-2-3-4	1	
6	5				3	1-2-3		1
7		3		1		1-2-3		1
8			5	4	2-5	1-2-3		
9	2					1-2-3-4	1	1
2	2	2	1	2-3	4	3		
4	1-3-5	2	1	2-3		2	1	
5	1-3-5		1	2-3	5	2		
6	3			1-2-3-4	4	2	3	
8	1-4					1		1-2-3-4
10	1-5		3	3	3	1-2-3		

Recursos ou
ferramentas

Dispositivos Abalar
Kit de imaxe e son (Polos Creativos)
Tablets (Polos creativos)
Radio (Polos creativos)
Espazo e ferramentas maker (Polos creativos)

Contido(s)

•Obxectivos de desenvolvemento sustentable. Emerxencia climática e sustentabilidade. Relación entre factores naturais e antrópicos. Modificacións, efectos e ameazas na Terra e a contorna próxima de España e Galicia. Os avances tecnolóxicos



	e a conciencia ecosocial. • Sociedade da información. Procura, tratamento da información, uso de datos en contornas dixitais e avaliación e contraste da fiabilidade das fontes. O problema da desinformación. Uso específico do léxico relativo aos ámbitos histórico, artístico e xeográfico. • Cultura mediática. Técnicas e métodos das ciencias sociais: análise de textos, interpretación e elaboración de mapas, esquemas e sínteses, representación de gráficos e interpretación de imaxes a través de medios dixitais accesibles. Tecnoloxías da información xeográfica. • Dilemas e incertezas ante o crecemento, a empregabilidade e a sustentabilidade. • Diversidade social e multiculturalidade. Integración e cohesión social. Medidas e accións en favor da igualdade e da plena inclusión. • O patrimonio como ben e como recurso. Posta en valor, difusión e xestión da riqueza patrimonial. • Emprego e traballo na sociedade da información, aprendizaxe permanente e ao longo de toda a vida. • Xéneros discursivos desde o punto de vista da produción, comprensión e análise crítica de textos orais, escritos e multimodais. – Propiedades textuais: coherencia, cohesión e adecuación. • Procesos de produción, comprensión e análise crítica de textos orais, escritos e multimodais. – Alfabetización mediática e informacional: procura e selección da información con criterios de fiabilidade, calidade e pertinencia; análise, valoración, reorganización e síntese da información en esquemas propios e transformación en coñecemento; comunicación e difusión de maneira creativa e respectuosa coa propiedade intelectual. Utilización de plataformas virtuais para a realización de proxectos escolares.
Produto(s)	Campaña publicitaria: dossier de campaña, anuncio e gala final



MODELO PARA PRESENTACIÓN DE PROPOSTAS DIDÁCTICAS PROXECTO “AO XEITO”. POLOS CREATIVOS



Contexto de aprendizaxe	Grupo 4/5 integrantes Aula Aula Polos Creativos
Rol docente	Guía: dirixe cando é necesario para apoiar aos alumnos/as ou resolver dificultades, atender necesidades específicas...; mediador: modera un debate...; facilitador: prové ao alumnado de recursos; aprendizaxe independente do alumnado: o alumnado aprende sen a supervisión do/a docente

Avaliación:

Instrumentos	Instrumentos das propostas didácticas (rúbricas, guías, probas etc)
Avaliación do proceso de aprendizaxe (alumnado)	Reflexión da aprendizaxe por parte do alumnado (metacognición)
Autoavaliación do proxecto	Enquisa final de valoración do proxecto