

# Tabletas Acer (2011-2012)

## PROYECTO PEDAGÓGICO (propuesta inicial)

**Centro docente** IESO Tomás Bretón **Localidad** Villamayor de Armuña (Salamanca)

**CCAA** Castilla y León

**Profesor:** Ladislao Castro Ramos

**Sistema operativo instalado en la "tableta digital"** Windows 7 **Fecha** Marzo 2012

<b>Título de la unidad didáctica</b>	<b>INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE PUBLICITARIO</b>				
<b>Área</b>	Lengua Castellana y Literatura	<b>Curso</b>	3º ESO	<b>Duración (nº sesiones)</b>	

<b>Objetivos</b>	<b>Objetivos de área</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Reconocer y ser capaz de utilizar los diferentes tipos de textos y sus estructuras formales.</li><li>- Conocer las principales características de los medios de comunicación de masas.</li><li>- Diferenciar los mensajes publicitarios del resto de los mensajes de los medios de comunicación de masas.</li><li>- Analizar los componentes de un mensaje publicitario y los recursos utilizados en ellos.</li><li>- Distinguir las relaciones entre imagen y texto en un anuncio.</li><li>- Analizar la intención persuasiva de un anuncio y los recursos empleados para ello.</li><li>- Interpretar los mecanismos visuales, lingüísticos y psicológicos empleados por la publicidad en el proceso de persuasión del destinatario.</li><li>- Producir anuncios publicitarios para productos comerciales imaginarios haciendo uso de los recursos estudiados.</li></ul>
	<b>Objetivos TIC</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Utilizar técnicas sencillas de manejo de la información: búsqueda, elaboración y presentación, con ayuda de los medios tradicionales y la aplicación de las nuevas tecnologías.</li><li>- Acceder a medios de comunicación de masas en la Red.</li><li>- Buscar mensajes publicitarios en la Red, descargarlos y organizar un banco de datos clasificado temáticamente.</li><li>- Practicar, en el tratamiento de la publicidad, con funcionalidades específicas de la tableta digital como cámara, multitouch, programas de descargas y edición.</li></ul>
<b>Contenidos</b>	<b>Contenidos de área</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Los medios de comunicación escritos: Técnicas de búsqueda de información en la Red.</li><li>2. Los medios de comunicación de masas.</li><li>3. La comunicación publicitaria.<ul style="list-style-type: none"><li>• Valores de uso y valores asociados.</li><li>• Clases de publicidad: comercial, institucional y propaganda.</li><li>• La publicidad y las tecnologías: pop-up, banners, procedimientos interactivos, sms.</li></ul></li></ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Componentes del mensaje publicitario.</li> <li>5. La imagen y el texto. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de imágenes.</li> <li>• Relaciones entre imagen y texto: anclaje, redundancia, complementación y retórica</li> </ul> </li> <li>6. El discurso publicitario <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenidos</li> <li>• Organización de los contenidos.</li> </ul> </li> <li>7. El lenguaje y la retórica publicitaria: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles gráfico y fónico.</li> <li>• Nivel sintáctico</li> <li>• Nivel léxico-semántico.</li> <li>• Recursos retóricos</li> </ul> </li> </ol>
		<p><b>Contenidos TIC</b> Presentación de la información.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iniciación a los procesadores de textos para la elaboración de trabajos lingüísticos y literarios.</li> <li>2. Navegación</li> <li>3. Uso de la función multitouch</li> <li>4. Complimentar cuestionarios on line</li> <li>5. Selección de información y descarga de imágenes y vídeo</li> <li>6. Uso de la cámara de la tableta</li> <li>7. Uso del reproductor de vídeo</li> <li>8. Uso de programas de edición de vídeo</li> </ol>
<b>Distribución temporal</b>		<p>Iniciación a los medios de comunicación de masas: dos sesiones.</p> <p>El lenguaje publicitario: 6 sesiones (con tableta), además de cuatro sesiones complementarias en horario (MAE) y el trabajo equivalente a seis sesiones en casa.</p>
<b>Tipo de trabajo</b>	<b>Individual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda dirigida de información y mensajes publicitarios.</li> <li>• Seguimiento de las ilustraciones presentadas para el aprendizaje de conceptos básicos sobre publicidad.</li> <li>• Realización de actividades en aplicaciones on line sobre publicidad.</li> <li>• Selección de mensajes en la Red.</li> </ul>
	<b>Colaborativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis, en pareja, de mensajes publicitarios.</li> <li>• Creación de selección de banco de mensajes publicitarios.</li> <li>• Presentación al grupo del análisis de anuncios publicitarios.</li> <li>• Producción, en pequeño grupo, de dos mensajes publicitarios: uno de publicidad estática y otro en publicidad multimedia.</li> <li>• Contacto con alumnos de otros países (en sesiones de MAE complementarias).</li> </ul>
<b>Actividades y recursos</b>		<p>Las ACTIVIDADES se organizarán en varios bloques:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entrenamiento en el uso de la tableta y sus aplicaciones básicas (el entrenamiento básico se realizará en la materia de Iniciación Profesional). Se realizará esencialmente en el seguimiento de las explicaciones sobre conceptos básicos de la publicidad y el lenguaje publicitario.</li> <li>2. Selección guiada de información audiovisual que ilustre los conceptos explicados.</li> <li>3. Evaluación del conocimiento sobre publicidad.</li> </ol>

4. Creación de banco de datos de anuncios según criterios dados: los anuncios de los adolescentes.
5. Creación de anuncio de publicidad estática previa planificación de contenidos.
6. Creación de anuncio de publicidad multimedia previa planificación de contenidos.

Algunos de los RECURSOS que se utilizarán:

Para el profesor:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque6/pag7.html>

Evaluación para distinguir los componentes básicos de un mensaje publicitario:

[http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua\\_gg/index.html](http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua_gg/index.html)

Selección y almacenamiento de anuncios disponible en blog de clase:

<http://tbretonlengua3a.blogspot.com.es/>

Selección de anuncios y análisis de los mismos:

<http://www.vamosapublicidad.com>

Para características de la publicidad, contrapublicidad, manipulación publicitario y retórica publicitaria

<http://blog.educastur.es/publi/presentaciones/>

[http://ntic.educacion.es/w3//recursos/fp/publicidad\\_un\\_enfoque\\_critico/index.htm](http://ntic.educacion.es/w3//recursos/fp/publicidad_un_enfoque_critico/index.htm)

<http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/publicidad/publicidad4.htm>

(y evaluación simultánea de conceptos)

Para identificar tipos de publicidad:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/3%20Tipopublicidad.pps#263,3>

Para creación de mensajes:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/6%20Expresio ncreativa.ppt#257,3>

Para criticar los mensajes publicitarios:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/09%20Critica %20social.pps#257,6>

Para el análisis de eslóganes:

<http://www.letra.org/spip/spip.php?article1098>

<http://www.stanford.edu/class/linguist34/> (mejor en inglés)

Para ver la evolución de los valores de uso y valores asociados:

[http://www.letra.org/spip/spip.php?article1104&id\\_document=726#documents\\_portfolio](http://www.letra.org/spip/spip.php?article1104&id_document=726#documents_portfolio)

Las marcas: <http://www.lahistoriadela publicidad.com/marcas.php>

<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~14700079/upload/blog07/She-just-does-it.pdf>

Análisis de mensajes publicitarios relacionados con el tabaco:

<http://www.facua.org/pasadeltabaco/pasa.html>

La contrapublicidad hecha con los recursos de la publicidad:

<http://www.letra.org/spip/spip.php?rubrique28>

Ejemplos de anuncios en vídeo para analizar:

<http://e-global.es/b2b-blog/2008/02/08/video-publicitario-del-samsung-g800/>

<p><b>Evaluación</b></p>	<p>Se utilizarán diferentes instrumentos y procedimientos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- Para la evaluación de comprensión de conceptos básicos sobre los mensajes persuasivos, se utilizará la aplicación multimedia que incluye autocorrección de las preguntas propuestas sobre los anuncios visualizados: <a href="http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua_gg/index.html">http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua_gg/index.html</a></li> <li>2.- Se creará un test sobre el lenguaje periodístico en GoogleDocs para que sea cumplimentado por todos los alumnos.</li> <li>3. Se creará una rúbrica de evaluación que integre los apartados siguientes, que serán evaluados en cinco grados de adquisición (de 0 a 4): <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Competencia digital: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Navegación</li> <li>ii. Uso de la función multitouch</li> <li>iii. Complimentar cuestionarios on line</li> <li>iv. Selección de información y descarga de imágenes y vídeo</li> <li>v. Uso de la cámara de la tableta</li> <li>vi. Uso del reproductor de vídeo</li> <li>vii. Uso de un programa de edición de vídeo</li> </ol> </li> <li>b. Conocimientos sobre la publicidad (citados en contenidos).</li> <li>c. Evaluación de los proyectos: <ol style="list-style-type: none"> <li>i. Selección de anuncios por temas</li> <li>ii. Creación de base de datos</li> <li>iii. Producción de anuncio de publicidad estática</li> <li>iv. Producción de anuncios de publicidad en clip de vídeo</li> </ol> </li> </ol> </li> </ol>
<p><b>Uso de la tableta digital por parte del profesor</b></p>	<p><b>Preparación de clases</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarización con el entorno táctil de la tableta</li> <li>• Prueba de las funciones y aplicaciones que se van a desarrollar (citadas en el apartado de evaluación)</li> <li>• Instalación de editores de vídeo</li> </ul> <p><b>Desarrollo de clases</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo guiado de la clase (conexión a la PDI)</li> <li>• Se estudiará si es interesante o no instalación de programa control de aula</li> <li>• Desarrollo de las tareas indicadas más arriba (navegación, descargas, administración del blog, etc.)</li> </ul>

# Tabletas Acer (2011-2012)

## PROYECTO PEDAGÓGICO (Informe de seguimiento)

**Centro docente** IESO Tomás Bretón **Localidad** Villamayor de Armuña (Salamanca)

**CCAA** Castilla y León

**Profesor:** Ladislao Castro Ramos

**Sistema operativo instalado en la "tableta digital"** Windows 7 **Fecha** Abril 2012

<b>Título de la unidad didáctica</b>	<b>INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE PUBLICITARIO</b>				
<b>Área</b>	Lengua Castellana y Literatura	<b>Curso</b>	3º ESO	<b>Duración (nº sesiones)</b>	

### Tema

#### Breve descripción de la unidad

Unidad dedicada a conocer los diferentes tipos de publicidad, componentes de los anuncios publicitarios, valores que se transmiten y todo el conjunto de conocimientos necesarios para que el alumno pueda crear sus propios anuncios.

### Desarrollo

#### Explicar detalladamente la metodología que se está usando y las dificultades y/o ventajas encontradas en el uso de las "tabletas digitales" por parte del alumnado, tanto en el aula como fuera de ella.

El uso de las tabletas digitales en tres momentos concretos (seguimiento de explicaciones, selección de materiales y creación de materiales) ha tenido como principal dificultad el uso de la tableta en tareas en que la precisión del uso del multitouch no era viable o muy complejo y ha habido que descartarlo.

#### Uso por parte del profesor de la tableta

##### Uso en el aula:

Para guía de las sesiones.

##### Fuera del aula:

Preparación de los materiales y comprobación de la posibilidad de desarrollo de dichos materiales con las herramientas de la tableta.

## Adaptaciones al proyecto inicial

<b>Ajustes propuestos en "objetivos"</b>
No ha habido modificaciones.
<b>Ajustes propuestos en "contenidos"</b>
No ha habido modificaciones
<b>Ajustes propuestos en "distribución temporal"</b>
Se ha prolongado con respecto al previsto y se ha aumentado el periodo de tiempo destinado a la realización del trabajo colaborativo fuera del aula.
<b>Ajustes propuestos en "metodología"</b>
No ha habido modificaciones
<b>Otros ajustes propuestos sobre el proyecto inicial</b>
Se ha descartado la tarea de creación de anuncios de publicidad estática por la dificultad en el uso de las aplicaciones necesarias (de dibujo, etc.) con la tableta.

# Tabletas Acer (2011-2012)

## PROYECTO PEDAGÓGICO (Informe final)

**Centro docente** IESO Tomás Bretón **Localidad** Villamayor de Armuña (Salamanca)

**CCAA** Castilla y León

**Profesor:** Ladislao Castro Ramos

**Sistema operativo instalado en la "tableta digital"** Windows 7 **Fecha** Mayo 2012

<b>Título de la unidad didáctica</b>	<b>INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE PUBLICITARIO</b>				
<b>Área</b>	Lengua Castellana y Literatura	<b>Curso</b>	3º ESO	<b>Duración (nº sesiones)</b>	

## Descripción de la experiencia

<b>Características del grupo de alumnos que ha usado las "tabletas digitales"</b>
<p>Grupo de 25 alumnos, gran parte de ellos ha participado en los dos cursos anteriores en el proyecto Acer-netbook.</p> <p>Distribución de sexos equilibrada. Buena actitud general hacia el estudio, si bien las capacidades son muy variadas.</p> <p>Redimientos académicos muy variados. Clase con un buen clima de trabajo.</p>

<b>Preparación de las tabletas digitales para uso con los alumnos</b>
Tabletas digitales con Windows 7. Instaladas algunas aplicaciones y programas de edición de vídeo.

<b>Unidades didácticas trabajadas y nº de sesiones empleadas</b>
INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE PUBLICITARIO. Número sesiones con las tabletas en clase: 10-12 sesiones

<b>Metodología empleada</b>
<p>No se ha planteado el uso experimental de las tabletas digitales como un hecho extraordinario dentro de la clase, sino que, como en ocasiones anteriores, se ha tratado de integrar en la secuencia normal de trabajo, no abandonando la dinámica habitual de la clase para sustituirla por el uso de la tableta, sino tratando de alternar los usos habituales con el uso de la tableta. En cierto sentido, emulando la metodología con el netbook de proyectos anteriores.</p> <p>En el caso de la unidad, se ha dado la circunstancia de que las horas de la materia de Lengua se han visto incrementadas, al menos para la mitad de la clase, con las horas de Medidas de Atención Educativa, que</p>

han permitido aligerar y enriquecer el trabajo más sistemático de la unidad trabajada, pues favorecía la grabación exploración de otras posibilidades de las tabletas.

Considerado dicho planteamiento, la secuencia seguida ha sido la planteada en la programación inicial:

1. Entrenamiento en el uso de la tableta y sus aplicaciones básicas (el entrenamiento básico se realizará en la materia de Iniciación Profesional).

Se realizará esencialmente en el seguimiento de las explicaciones sobre conceptos básicos de la publicidad y el lenguaje publicitario.

2. Selección guiada de información audiovisual que ilustre los conceptos explicados.
3. Evaluación del conocimiento sobre publicidad.
4. Creación de banco de datos de anuncios según criterios dados: los anuncios de los adolescentes.
5. Creación de anuncio de publicidad estática previa planificación de contenidos.
6. Creación de anuncio de publicidad multimedia previa planificación de contenidos.
7. Visualización de anuncios creados y evaluación de los mismos en grupo.

## Recursos utilizados

### Recursos de la Red

Algunos de los RECURSOS que se utilizarán:

Para el profesor:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque6/pag7.html>

Evaluación para distinguir los componentes básicos de un mensaje publicitario:

[http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua\\_gg/index.html](http://recursos.crfptic.es/recursos/lengua/lengua_gg/index.html)

Selección y almacenamiento de anuncios disponible en blog de clase:

<http://tbretonlengua3a.blogspot.com.es/>

Selección de anuncios y análisis de los mismos:

<http://www.vamosapublicidad.com>

Para características de la publicidad, contrapublicidad, manipulación publicitario y retórica publicitaria

<http://blog.educastur.es/publi/presentaciones/>

[http://ntic.educacion.es/w3//recursos/fp/publicidad\\_un\\_enfoque\\_critico/index.htm](http://ntic.educacion.es/w3//recursos/fp/publicidad_un_enfoque_critico/index.htm)

<http://www.materialesdelengua.org/LENGUA/publicidad/publicidad4.htm>

(y evaluación simultánea de conceptos)

Para identificar tipos de publicidad:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/3%20Tipopublicidad.pps#263,3>

Para creación de mensajes:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/6%20Expresioncreativa.ppt#257,3>

Para criticar los mensajes publicitarios:

<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/extras/docente/actividades/09%20Critica%20social.pps#257,6>

Para el análisis de eslóganes:

<http://www.letra.org/spip/spip.php?article1098>

<http://www.stanford.edu/class/linguist34/> (mejor en inglés)

Para ver la evolución de los valores de uso y valores asociados:

[http://www.letra.org/spip/spip.php?article1104&id\\_document=726#documents\\_portfolio](http://www.letra.org/spip/spip.php?article1104&id_document=726#documents_portfolio)

Las marcas: <http://www.lahistoriadelapublicidad.com/marcas.php>  
<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/~14700079/upload/blog07/She-just-does-it.pdf>

Análisis de mensajes publicitarios relacionados con el tabaco:  
<http://www.facua.org/pasadeltabaco/pasa.html>

La contrapublicidad hecha con los recursos de la publicidad:  
<http://www.letra.org/spip/spip.php?rubrique28>

Ejemplos de anuncios en vídeo para analizar:  
<http://e-global.es/b2b-blog/2008/02/08/video-publicitario-del-samsung-g800/>

### **Recursos y aplicaciones multimedia creados**

Presentación multimedia sobre el lenguaje publicitario.

[Test en Google Docs](#) para evaluar conocimientos:

Algunos de los anuncios creados por los alumnos están disponibles en el blog del grupo.

### **Material complementario**

Secuencia de trabajo recogida en presentación que se adjunta.

### **Tabletas digitales**

Aplicaciones de Windows 7:

- Navegadores.
- Visores de vídeos e imágenes.
- Cámara fotográfica y de vídeo.
- Programas de dibujo (descartados por dificultades de precisión).
- Programas de edición.

## **Evaluación**

### **Sistema e instrumentos de evaluación empleados**

[Test en Google Docs](#) para evaluar conocimientos

Guía de evaluación de anuncios creados a partir de los indicadores recogidos en la presentación multimedia

Se ha diseñado una rúbrica de evaluación para que el propio alumno evalúe su capacitación en el uso de las tablet.

### **Resultados obtenidos en la prueba de evaluación**

En el [test en Google Docs](#) para evaluar conocimientos: 95% de resultados positivos con aciertos superiores al 65% de las cuestiones planteadas.

Realización del anuncio publicitario: 100% de realización de la publicidad estática.

Realización del anuncio publicitario en vídeo: 100% de realización del anuncio como trabajo en pareja. Véanse ejemplos en la dirección del blog de clase: <http://tbretonlengua3a.blogspot.com.es/>

## Incidencias

### En el uso y funcionamiento de las tabletas digitales o en la integración con periféricos

Ausencia de conexión HDMI tablet-videoprojector. Dificultad de funcionamiento de adaptador HDMI-VGA.

Lentitud en las respuestas del software a instrucciones táctiles.

Dificultad en el uso del teclado a mano alzada.

Escasez de aplicaciones específicas para tablet en Windows 7.

Falta de precisión motriz en procesadores de textos y editores, a pesar de que se pudiera aumentar el tamaño de la fuente.

## Valoración del profesor

### Uso de las tabletas digitales por parte del profesor

#### Preparación de las clases

- Familiarización con el entorno táctil de la tableta
- Prueba de las funciones y aplicaciones que se van a desarrollar (citadas en el apartado de evaluación)
- Instalación de editores de vídeo

La preparación resulta más compleja –quizá por los hábitos de trabajo del profesor- que en un ordenador o portátil convencional.

#### Durante las clases

- Desarrollo de las tareas indicadas más arriba (navegación, descargas, administración del blog, etc.)
- En numerosas ocasiones ha resultado más práctica la conexión del portátil al videoprojector que el uso de la tableta por parte del profesor.

Desde el punto de vista valorativo hace falta un software más rápido que W-7 y la disponibilidad de aplicaciones específicas que permitan su uso de manera táctil sin necesidad excesiva del teclado virtual para procesadores de textos, etc.

### Valoración personal de la experiencia (uso de las tabletas digitales con los alumnos)

Personalmente, el proyecto ha supuesto también una iniciación también para el profesor en el uso de las tablet, circunstancia que puede haber determinado que en bastantes aspectos se haya echado en falta el teclado del netbook quizá no tanto por la costumbre de usarlo como por no encontrarse una pantalla tan fluida y amigable como era de esperar en una tableta digital.

Al margen de esa circunstancia, encuentro limitaciones de momento en las tablets como las que se han anotado anteriormente:

La ausencia de un sistema operativo ideado para el uso táctil. Quizá si se mejora la versión Android o el W8 que se desarrollará al parecer más ideado para las tablet.

Como consecuencia, es complejo utilizar programas, por ejemplo de edición de vídeo, con el sistema

operativo actual. En ese aspecto sí se echa en falta el netbook.

Al alumno se le observa un aprendizaje rápido en el manejo táctil, pero en el caso de materias como la Lengua Castellana y Literatura es necesario el procesamiento de textos con frecuencia y, en esos casos, en efecto el teclado disponible no permite la misma rapidez en su uso.

Globalmente, sería deseable poder contar con un sistema operativo distinto. Como ocurre en un iPad eso permite una fluidez y rapidez en el trabajo que la tableta Acer con el W7 aún no permite. Con un nuevo sistema operativo, sería deseable disponer de un periodo de tiempo mayor para desarrollar trabajos más diversos, facilitar un entrenamiento mayor de los alumnos y aprovechar aplicaciones específicas.