

SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 11 – UNIDAD 3

Textualizamos el guion de nuestro spot publicitario sobre "ECOARTE"

I. DATOS INFORMATIVOS:

ÁREA	COMUNICACIÓN	GRADO/SECCIÓN	3° A - I	DURACIÓN	2h
FECHA	Del 14 al 18 de septiembre	DOCENTE	Iscler Ascarruz Mejia		

II. APRENDIZAJE ESPERADO:

PROPÓSITO	Los estudiantes textualizarán el guion de su spot publicitario, mediante la organización de ideas y selección de recursos expresivos, para elaborar un mensaje coherente, creativo y persuasivo.	PRODUCTO	Primera versión del spot publicitario sobre "ECOARTE".
-----------	--	----------	--

COMPETENCIA/CAPACIDAD	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
ESCRIBE DIVERSOS TIPOS DE TEXTOS SU LENGUA MATERNA ✓ Adecúa el texto a la situación comunicativa. ✓ Organiza y desarrolla las ideas de forma coherente y cohesionada. ✓ Utiliza convenciones del lenguaje escrito de forma pertinente. ✓ Reflexiona y evalúa la forma, el contenido y contexto del texto escrito.	• Adecúa el guion al propósito comunicativo de promover "ECOARTE". • Considera las características del destinatario al seleccionar el lenguaje y el mensaje. • Organiza el guion de manera coherente considerando inicio, desarrollo y cierre. • Desarrolla un mensaje claro, creativo y persuasivo relacionado con "ECOARTE". • Incorpora adecuadamente el eslogan y el llamado a la acción. • Utiliza recursos expresivos como diálogos, preguntas, frases llamativas, música, sonidos, imágenes o indicaciones de actuación. • Utiliza correctamente recursos de cohesión y convenciones del lenguaje escrito.	Lista de cotejo.
DESEMPEÑO Los estudiantes de tercero de secundaria aprenden a comunicarse a través de distintos lenguajes, algo indispensable para su desarrollo personal y convivencia social.		
GESTIONA SU APRENDIZAJE DE MANERA AUTÓNOMA - Define metas de aprendizaje.	• Determina metas de aprendizaje viables sobre la base de sus potencialidades, conocimientos, estilos de aprendizaje, habilidades, limitaciones personales y actitudes	
	•	
ENFOQUE TRANSVERSAL	ACTITUDES OBSERVABLES	
• Orientación al bien común	• Docentes y estudiantes valoran iniciativas que contribuyen al bienestar de la comunidad y al cuidado de los espacios que comparten.	
• Ambiental	• Docentes y estudiantes promueven la preservación de entornos saludables, a favor de la limpieza de los espacios educativos que comparten, así como hábitos de higiene y alimentación saludables.	

III. DIDÁCTICA:

ESTRATEGIAS DE ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
INICIO - La docente da la bienvenida a los estudiantes, coteja la asistencia y presenta las normas de convivencia para el desarrollo de la sesión. - Se brindan los 10 minutos de lectura del PLAN LECTOR, solo para las secciones de la primera hora de clases. - La docente presenta una situación: "Tenemos una buena idea para ECOARTE y ya hemos planificado nuestro spot. Sin embargo, cuando queremos grabarlo, nos damos cuenta de que necesitamos saber exactamente qué dirán los personajes, qué imágenes aparecerán, qué sonidos utilizaremos y cómo terminará nuestro mensaje." - Se plantea la pregunta: ¿Cómo podemos convertir nuestra planificación en un guion que permita comunicar nuestra idea de ECOARTE de manera clara, creativa y persuasiva? - Se recuperan los saberes previos: ¿Qué es un guion publicitario? ¿Qué información debe contener? ¿Cómo se organiza un spot? ¿Qué diferencia existe entre planificar un spot y escribir su guion? ¿Qué recursos pueden ayudarnos a llamar la atención del público? - Conflicto cognitivo: Si ya tenemos una planificación, ¿podemos simplemente leerla frente a una cámara y convertirla en un spot? ¿Qué debemos transformar o agregar para que nuestras ideas se conviertan en un verdadero guion audiovisual? - Los estudiantes comentan sus respuestas y se contrastan sus ideas. - La docente presenta el propósito, producto y criterios de evaluación.	Plumones Pizarra	20 min
DESARROLLO - La docente presenta o recuerda las características principales del spot publicitario: finalidad persuasiva, mensaje breve, destinatario definido, lenguaje atractivo, eslogan y uso de recursos visuales, sonoros y verbales. - Recordamos cómo se construye un guion publicitario - La docente presenta o recuerda las características del guion de un spot: mensaje breve, intención persuasiva, destinatario definido, lenguaje atractivo y organización de acciones, diálogos y recursos audiovisuales. - Se presenta un ejemplo breve de guion. Los estudiantes identifican: ¿Qué vemos? ¿Qué escuchamos? ¿Qué dicen los personajes? ¿Cuál es el mensaje? ¿Cómo inicia? ¿Cómo desarrolla la idea? ¿Cómo termina? - La docente explica que el guion debe permitir que cualquier integrante del equipo pueda comprender qué debe decir, hacer, mostrar o escuchar durante el spot. - Los estudiantes recuperan la ficha de planificación elaborada en la sesión anterior. Esta planificación consideraba el propósito, destinatario, efecto buscado, mensaje central, eslogan, argumentos, recursos y organización del spot. - Organizados en equipos, transforman sus ideas planificadas en un guion publicitario.	Ficha de planificación Formato del guion del spot publicitario (Classroom)	60 min

- TEXTUALIZAMOS NUESTRO SPOT PUBLICITARIO - Los estudiantes organizan su guion considerando: 1. INICIO – Captamos la atención • Imagen o situación inicial. • Diálogo, pregunta o frase llamativa. • Sonido o música, si corresponde. 2. DESARROLLO – Presentamos ECOARTE • Presentación del problema o situación. • Explicación de la propuesta ECOARTE. • Argumentos que permitan convencer al público. • Diálogos o narración. • Imágenes, gestos, sonidos u otros recursos. 3. CIERRE – Invitamos a actuar • Eslogan. • Llamado a la acción. • Imagen o frase final. - La docente acompaña a los equipos y formula preguntas para orientar la textualización: • ¿Su inicio logra llamar la atención? • ¿El mensaje se entiende con claridad? • ¿El lenguaje corresponde al público al que se dirigen? • ¿Los argumentos ayudan a convencer? • ¿El eslogan se relaciona con el mensaje? • ¿El cierre invita realmente a participar en ECOARTE? - La docente brinda retroalimentación destacando la relación entre planificar y textualizar: la planificación organiza las ideas y la textualización las convierte en un mensaje escrito que podrá ser llevado posteriormente a la producción audiovisual.		
CIERRE - Los estudiantes socializan brevemente las decisiones tomadas para la planificación de su spot. - La docente brinda retroalimentación destacando la importancia de planificar antes de escribir o producir un texto publicitario. - Se cierra la sesión con las preguntas de METACOGNICIÓN • ¿Qué aprendimos hoy al transformar nuestra planificación en un guion? • ¿Qué parte del guion fue más difícil de textualizar? ¿Por qué? • ¿Cómo logramos que nuestro mensaje sea persuasivo? • ¿Qué recursos expresivos utilizamos para llamar la atención del público? • ¿Qué mejoramos en nuestro guion después de revisarlo? • ¿Nuestro guion permite comprender qué se debe decir, hacer y mostrar en el spot? Actividad de extensión: Leer el libro de Plan Lector "Tres días para Mateo"		10 min

IV. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE AUTÓNOMO

- Ficha de planificación del spot elaborada en la sesión anterior.
- Formato de textualización del guion.
- Ejemplo de guion de spot publicitario.

V. BIBLIOGRAFÍA Y HERRAMIENTAS DIGITALES

- Whatsapp
- Recursos audiovisuales seleccionados
- Classroom

VI. ANEXOS: (fichas, lista de cotejo, rúbricas, evaluaciones escritas)

LISTA DE COTEJO

Nº	Criterios de evaluación	Sí	En proceso	No
1	Adecúa el guion al propósito de promover "ECOARTE".			
2	Considera al destinatario al seleccionar el lenguaje y el mensaje.			
3	Organiza el guion considerando inicio, desarrollo y cierre.			
4	Desarrolla un mensaje claro, creativo y persuasivo.			
5	Incorpora un eslogan relacionado con el propósito del spot.			
6	Incluye un llamado a la acción que motive al público.			
7	Utiliza recursos expresivos y audiovisuales pertinentes.			
8	Organiza las ideas de manera coherente y cohesionada.			
9	Utiliza adecuadamente las convenciones del lenguaje escrito.			
10	Revisa y mejora su guion a partir de los criterios de evaluación.			

Vº Bº SUBDIRECTORA

DOCENTE