

El cartel publicitario_1

Criterios de evaluación y competencias	Productos	Agrupamientos	Requisitos del aula	Contexto espacial
<ul style="list-style-type: none"> Criterios de evaluación: 4 y 8 de Lengua y Literatura 1 y 2 de Educación Artística Competencias: CL, AA, CSC, SIEE, CEC 	<ul style="list-style-type: none"> Tarea Exposición 	<ul style="list-style-type: none"> Gran grupo Individual 	<ul style="list-style-type: none"> Ordenador y proyector Impresora o fotocopidora a color Pegamentos Tijeras Cartulinas Recortes de revistas 	<ul style="list-style-type: none"> Aula

MATERIALES TEA MT_PROY_Hª_CARTEL
MT_INFO_Hª_CARTEL
MT_MARCAS
MT_INFO_MARCAS
MT_OBRAS

SABER + SABER+_Hª_CARTEL
SABER+_LEMPICKA
SABER+_HOCKNEY
SABER+_HOKUSAI

JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

En una sociedad *hiperinformada* como es la contemporánea, la asimilación, comprensión e interpretación **crítica** de los mensajes que los ciudadanos recibimos constantemente –no solo a través de los textos (informativos, publicitarios...), sino también de los elementos paratextuales o gráficos (fotografías, publicidad, ilustraciones)– se han demostrado de vital importancia en la **educación** de las personas. La formación de unos individuos críticos y preparados para distinguir entre la información rigurosa y las llamadas *fake news*, exige una educación que se ocupe de enseñarles a leer entre líneas y, sobre todo, más allá de las imágenes.

Este recurso educativo fomenta, por un lado, el desarrollo de la capacidad de **análisis** y observación de los mensajes visuales, y por otro, la habilidad para sintetizar y organizar la información de un mensaje publicitario ideado por uno mismo.

EXPLICACIÓN

La publicidad ha usado en numerosas ocasiones imágenes de la Historia del Arte universal para publicitar los **productos** que quiere vender. Emplear obras de arte fácilmente reconocibles permite que el receptor de la imagen haga una asociación rápida y fácil entre aquellas y los productos, lo cual contribuye a potenciar el mensaje que se quiere transmitir.

Partiendo de diferentes obras que forman parte de la Hª del arte universal, se propone a los escolares el diseño de un cartel publicitario. El producto que deben publicitar a partir de dicho cartel es el que la propia obra de arte le sugiera a cada escolar cuando la observe. Además, han de crear un eslogan para acompañar dicho cartel y hacerlo más efectivo a la hora de vender el producto que **anuncia**.

PASOS A SEGUIR

- 1) Proyectar imágenes Hª del cartel **MT_PROY_HªCARTEL**. Utilizar la ficha **MT_INFO_Hª_CARTEL** para comentar las imágenes. También se puede utilizar la ficha **SABER+_HªCARTEL** para ampliar la información sobre el tema y hablar a los escolares del origen y evolución del género.
- 2) Proyectar **ejemplos** de cómo algunas marcas han utilizado obras de arte muy conocidas para publicitar sus productos **MT_MARCAS**. Durante la proyección, apoyarse en la ficha **MT_INFO_MARCAS** para comentar las imágenes.
- 3) Proyectar las obras propuestas para el diseño del cartel **MT_OBRAS**. Se pueden utilizar las fichas **SABER+** para proporcionar a los escolares más información que pueda ayudarles a la hora de elegir aquella con la que trabajar.
- 4) Repartir a cada alumno/a la imagen que ha **elegido** (impresa en color y formato DIN A 3). Los escolares deben observarlas con detenimiento para averiguar qué producto les sugieren. Cada cual debe trabajar a partir de ella utilizando diferentes **técnicas**, como la rotulación, las máscaras o el collage. Finalmente, deberá idear un eslogan e integrarlo dentro del cartel que ha diseñado.

SUGERENCIAS

Exposición colectiva de todos los carteles.