

Aquest treball participa a **LaMostra** de Produccions Audiovisualls Escolars. Curs 2007-2008

Dades del centre

Nom	<i>Ceip Canigó</i>
Adreça	<i>Canigó 35</i>
Població i CP	<i>08960 Sant Just Desvern</i>
Telèfon	<i>93 371 33 36</i>

Descripció del treball

Etapa	<i>Primària (2n de CS)</i>
Modalitat	<i>Vídeo</i>

Objectius del treball

- Potenciar l'ús de les TIC en el desenvolupament creatiu, plàstic i audiovisual.
- Analitzar i sensibilitzar sobre els missatges presents a la publicitat i en els mitjans audiovisuals en general.
- Explorar, conèixer i experimentar les possibilitats de programes d'edició d'imatges, d'enregistrament de sons i els codis del llenguatge audiovisual i plàstic.
- Conèixer i diferenciar el funcionament d'una agència i d'una productora de publicitat.
- Valorar i gaudir de la interacció en el grup i el cooperativisme, tot participant conjuntament en la planificació de les activitats i de la producció per crear un sentit de comunitat.

Procés del treball

El procés seguit en aquest projecte ha estat el següent:

- ⑩ Visionat de produccions publicitàries (cartells, spots) Reflexió i debat sobre el valor artístic i el missatge publicitari.
- ⑩ Xerrades amb la col·laboració de les famílies sobre el llenguatge del color i la producció publicitària.
- ⑩ Taller sobre la transmissió de valors en la publicitat. El sexisme en la publicitat. (col.laboració Ajuntament Sant Just Desvern)
- ⑩ Disseny d'una campanya publicitària (producte/ campanya institucional)
- ⑩ Treball col·laboratiu. Idear el missatge, l'eslogan, recursos,..
- ⑩ Autoavaluació i correcció del treball en grup (estratègies de treball, organització, actitud.)
- ⑩ Creació d'un guió de falca de ràdio. (word)
- ⑩ Creació d'un storyboard per la realització d'un spot publicitari
- ⑩ Enregistrament de la falca de radio (Audacity, efectes de so, música)
- ⑩ Enregistrament i edició d'un spot (Pinnacle studio)
- ⑩ Creació d'una valla publicitària (enfatització en l'aspecte de la creativitat i originalitat)
- ⑩ Autoavaluació individual (Què he après, què sóc capaç de fer)

Mestres responsables: Ferran Gandol i Marta Nebot

PROYECTO LA PUBLICIDAD



Ferran Gandol Casado.
Marta Nebot Vilaseca.
C.E.I.P. CANIGÓ.
Sant Just Desvern 07-08.

ÍNDEX

JUSTIFICACIÓ	Pàg. 3
TEMPORALITZACIÓ	Pàg. 3
OBJECTIUS	Pàg. 4
CONTINGUTS	Pàg. 5
COMPETÈNCIES BÀSIQUES	Pàg. 6
CRITERIS D'AVAUACIÓ	Pàg. 9
METODOLOGIA	Pàg. 10
ACTIVITATS D'APRENENTATGE	Pàg. 11
REFLEXIÓ SOBRE LA PRÀCTICA	Pàg. 15
ANNEX	Pàg. 17

1-. Títol i justificació de la unitat: La Publicitat

Aquesta unitat s'ha de contextualitzar en relació a la campanya anomenada Contra l'analfabetisme mediàtic!. Aquest és el nom de la campanya engegada per la plataforma cívica per l'Educació en Comunicació anomenada La Xarxa¹, per cridar l'atenció sobre la precària situació de l'Educació en Comunicació al nostre país. En al·lusió a aquest tipus d'analfabetisme volem treballar de manera específica continguts referents a la publicitat. La finalitat d'aquesta unitat és incrementar la capacitat de comprensió, d'anàlisi crítica dels continguts i de producció amb els llenguatges audiovisuals.

Aquest treball intenta aportar un granet de sorra al pas de l'escola analògica a l'escola digital. A més, s'intenten integrar les noves adquisicions tecnològiques, com la pissarra digital i la càmera de vídeo, en la programació d'unitats d'ensenyament. Aquest aspecte queda reflectit en el pla estratègic de centre, concretament en un dels seus objectius: *Potenciar l'ús de les tecnologies de la informació per a la millora de la qualitat del centre en els processos d'ensenyament – aprenentatge*. Finalment, aquest projecte intenta seguir els plantejaments desglossats per la norma educativa plantejada pel *Decret 142/2007 DOGC núm. 4915*.

2-. Durada i distribució temporal i al llarg del cicle

La unitat es distribueix durant el segon trimestre de Cicle Superior. Tenint en compte la dificultat procedimental, cal considerar el caràcter flexiu de la temporalitat.

¹ <http://laxarxa.wordpress.com/videos/>

3-Objectius d'aprenentatge:

Els objectius d'aprenentatge d'aquesta unitat de programació són els següents:

- Experimentar, diferenciar i indagar en les possibilitats expressives del so (falca ràdio), de la imatge i del moviment (spot) i apreciar que la publicitat és una manera de donar forma a les experiències, a les idees i a les emocions.
- Explorar, conèixer i experimentar les possibilitats de programes d'edició d'imatges i d'enregistrament de sons i els codis del llenguatge audiovisual.
- Potenciar l'ús de les TIC en el desenvolupament creatiu, plàstic i audiovisual.
- Sensibilitzar sobre els missatges presents a la publicitat i en els mitjans audiovisuals en general.
- Reflexionar i analitzar sobre el sexisme a la publicitat.
- Conèixer i diferenciar el funcionament d'una agència i d'una productora de publicitat.
- Conèixer el funcionament de la realització d'un programa de televisió i la importància del codi dels colors en el món audiovisual.
- Participar, generar i afavorir l'intercanvi d'opinions, experiències, idees i valoracions, i incorporar-los en el procés creatiu propi i dels altres.
- Valorar i gaudir de la interacció en el grup i el cooperativisme, tot participant conjuntament en la planificació de les activitats i de la producció per crear un sentit de comunitat.

4-. Continguts

EXPLORAR I PERCEBRE

- A. Indagació sobre les possibilitats comunicatives de la comunicació audiovisual i la utilització de les TIC, i les possibilitats plàstiques dels materials i les seves qualitats formals en el disseny d'imatges i d'objectes artístics, i per comunicar idees, emocions i experiències.
- B. Valoració del paper de la publicitat, d'Internet, de la música i de la televisió per informar, fer pensar i persuadir.
- C. Utilització dels recursos formals del llenguatge audiovisual, i la seva funció expressiva i estètica.
- D. Percepció que a través de la implicació, de la resolució de problemes i de la constància, s'arriba a la satisfacció en la comprensió, interpretació i creació artística.

INTERPRETAR I CREAR

- A. Llenguatge audiovisual, la importància de la significació del color.
- B. Funcionament d'una agència i d'una productora de publicitat.
- C. Sexisme a la publicitat.
- D. Guió de la falca de ràdio.
- E. Storyboard d'un anunci televisiu.
- F. Disseny d'una tanca publicitària.
- G. Ús de programes informàtics: Studio 8, Protoshop i Audacity per a la producció artística.
- H. Ús de les TIC com a mitjà d'expressió i de comunicació.
- I. Interès per conèixer i valorar el fet artístic propi i dels altres.
- J. Adquisició de constància, de planificació i organització, i de progressiva exigència en la realització de produccions artístiques.
- K. Manifestació d'actituds reflexives, analítiques i receptives.

6-Competències bàsiques, àrea principal i altres àrees o àmbits que es treballen

-Competències transversals:

➤ Competència comunicativa lingüística i audiovisual

Un dels elements que es treballa transversalment a la unitat és la terminologia referent al llenguatge audiovisual, TIC i del món de la publicitat. Aquesta programació fomenta que els alumnes augmentin el seu vocabulari específic. Ajudarà als nens/es a expressar-se oralment de manera clara i ordenada, fent petites síntesis i realitzant diferents exposicions dels treballs desenvolupats.

També cal anotar la lectura de diversos textos, sobretot informatius i argumentatius, aportant als alumnes una major pluralitat de la tipologia textual. D'altra banda, els processos d'anàlisi, de reflexió i d'argumentació són elements referents a aquesta competència que es desenvolupen transversalment durant la programació. Un altre element rellevant és la producció de textos de manera col·lectiva, amb el guió de la falca de ràdio i el disseny del storyboard.

Per aquests motius, la programació incideix en la **competència bàsica de comunicació lingüística i audiovisual**.

➤ Competència artística i cultural

Tenint en compte que la programació fa referència a l'àrea d'educació artística, es treballa aquesta competència de manera específica. El desenvolupament d'aquesta competència requereix posar en funcionament la iniciativa, la imaginació i la creativitat per expressar-se mitjançant codis artístics i, en la mesura que les activitats culturals i artístiques suposen en moltes ocasions un treball col·lectiu, disposar d'habilitats de cooperació, i tenir consciència de la importància de donar suport i apreciar les iniciatives i contribucions dels companys.

D'altra banda, la unitat planifica la producció artística des d'una doble vessant. Una més tradicional, amb tècniques d'expressió artística més clàssiques, i l'altra incorporant les TIC a la producció artística i cultural.

El tractament d'aquesta competència:

➤ Tractament de la informació i la competència digital

Referent a la competència bàsica del tractament de la informació i la **competència digital**, els alumnes hauran de fer diverses activitats relacionades amb l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació, com ja s'ha comentat anteriorment.

En aquest sentit cal assenyalar l' storyboard com un format específic de representar la informació en el món de la publicitat. D'aquesta manera els alumnes hauran d'interpretar els diferents codis en els quals se'ls presenta la informació i per tant hauran d'utilitzar diferents procediments per a la seva comprensió. Aquesta competència té un pes específic en aquesta unitat.

➤ Competència matemàtica

Aquesta competència es treballa de manera indirecta, sobretot en les activitats referents a l'edició d'imatges i amb l'enregistrament de sons. Així, conceptes de percentatges o càlcul de temps tenen molta importància durant el desenvolupament de la unitat.

➤ Competència d'aprendre a aprendre

Aquesta programació pretén desenvolupar la **competència d'aprendre a aprendre**, ja que els alumnes rebran orientació sobre com planificar-me i quines estratègies d'organització podran triar durant les diverses tasques a desenvolupar.

Un altre element referent a aquesta competència és la planificació de dues xerrades i un taller. Amb el primer, s'accentua l'escolta activa com a element essencial dels

aprenentatges. I amb el segon, es potencia l'anàlisi com a estratègia d'aprenentatge i la reedició com un factor important per poder aprendre.

➤ Competència d'autonomia i iniciativa personal

Per tal que els alumnes adquireixin **autonomia i iniciativa personal**, es crearan moments en els quals sigui aquest/a qui decideixi com organitzar-se el temps de producció. Sobretot això es veurà palès en l'activitat de treball en grup en el qual hauran de ser els propis alumnes els qui s'organitzin i decideixin com planificar-se i organitzar-se les diverses activitats.

Competències específiques:

➤ Competència d'interacció amb el món físic

La **competència bàsica del coneixement i la interacció amb el món** s'estructura durant la unitat per tal que l'alumne interpreti la realitat i el món que l'envolta . En aquest sentit el món audiovisual, les TIC i la publicitat tenen especial rellevància tenint en compte la societat actual i futura. Per això, poder entendre els missatges publicitaris, així com també aprendre a definir estratègies comercials faran a l'alumne més competent en la interacció amb la realitat que l'envolta.

➤ Competència social i ciutadana

En aquesta programació es duran a terme activitats que crearan situacions de diàleg i de resolució de conflictes, i l'assertivitat que comporta l'ús de les convencions socials per a millorar la comunicació i el benestar del grup. Es reflexionarà sobre conflictes que afecten a la societat (sexisme-consumisme), i també conflictes que poden arribar a sorgir a classe en aplicar el raonament fet anteriorment a conflictes més globals. Per tant en aquests moments s'ajudarà a desenvolupar la **competència social i ciutadana** partint del coneixement proper fins al coneixement més global.

6-. Criteris d'avaluació:

- Identificar i reconèixer els diferents elements del llenguatge audiovisual.
- Conèixer el funcionament d'una agència i productora de publicitat.
- Dibuixar un storyboard i indicar tota la informació rellevant per a la realització del spot.
- Fer un guió sobre la falca de ràdio amb un processador de textos.
- Elaborar en grup una falca de ràdio amb suport TIC .
- Elaborar en grup un spot televisiu amb suport TIC.
- Dissenyar una tanca publicitària amb paper mural i pintures.
- Planificar els processos de producció pel que fa a previsió de recursos, materials, moments de revisió d'entrega i assumpció de responsabilitats en el treball cooperatiu.
- Mostrar respecte, responsabilitat i valoració crítica en el treball cooperatiu, i argumentar i resoldre les discrepàncies a l'hora de participar en projectes artístics col·lectius.
- Participar en els processos de reflexió grupal.

7-. Metodologia (estratègies, situacions i activitats d'aprenentatge i d'avaluació)

La base metodològica de la programació és la **concepció constructivista de l'ensenyament i aprenentatge** amb tots els principis que la fonamenten. Per tant, en el desenvolupament de cada unitat es tindrà en compte allò que l'alumne és capaç de fer en el procés ensenyament - aprenentatge, depenent de **l'estadi de desenvolupament** operatori en el qual es trobi (utilitzant terminologia Piagetiana).

La programació està pensada per cinquè, per tant ens trobem finalitzant l'estadi de les **operacions concretes** i iniciant l'estadi de les **operacions formals** depenent del grau de maduresa de l'alumne. Així, caldrà planificar progressivament durant el curs activitats relacionades en l'estadi de les operacions formals.

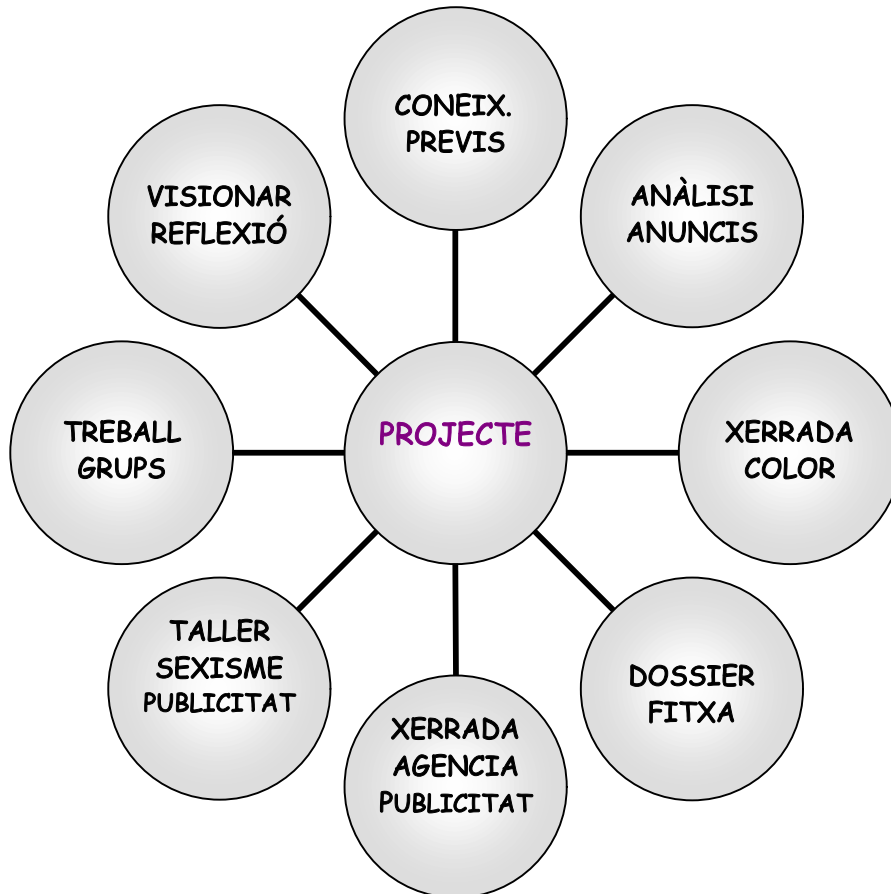
Durant la programació, el mestre procurarà **ambients** dins i fora de l'aula adients per tal que l'alumne, tenint en compte els seus ritmes d'aprenentatges i les seves experiències prèvies, pugui construir **aprenentatges significatius**. Per aquest motiu, és molt important considerar l'aprenentatge com un **procés social** on la interacció entre els companys en un ambient adient de treball potenciï aquest tipus d'aprenentatge. Per tant, en la programació tindrà un paper molt important el **treball en grups** col·laboratius de diversa tipologia en el plantejament de les activitats d'aprenentatge.

Un element cabdal és entendre el procés d'aprenentatge de l'alumnat com un **procés actiu** en el qual l'error té un gran valor per la construcció d'aprenentatges nous. Utilitzant terminologia Piagetiana de nou, **l'error** serà important pels mecanismes per l'aprenentatge: l'assimilació, l'acomodació i l'equilibri.

Un altre element metodològic destacable d'aquesta unitat és el referent a la potenciació de l'ús de les **tecnologies de la informació i comunicació** dins dels processos d'anàlisi, creatius i productius.

8-.ACTIVITATS:

El desenvolupament de les activitats es resumeixen en aquest diagrama:



Explicació de les activitats de manera més detallada:

- **Coneixements previs sobre publicitat.** Fem una pluja d'idees i anotem en un mural tots els coneixements referents al món de la publicitat. Per fer-ho utilitzarem els projectors i la pissarra digital.
- **Analitzar anuncis** televisius reals i identificar els elements de qualsevol spot televisiu fent especial referència als elements formals. Analitzar diversos logotips de marques conegudes.

- **Xerrada** sobre la importància del **color** al món de la televisió. La conferència es farà a càrrec d'una mare que treballa a TV3 i que ha estat la directora de la sèrie de programes del Canal 33 anomenada Colors. Aquesta xerrada es farà amb suport audiovisual i contarà amb divers material portat per la conferenciant.
<http://www.tv3.cat/coloursenserie/galleries/>
- **Lectura d'un dossier** de treball on s'especifiquen els següents continguts: història de la publicitat, el llenguatge de la imatge i publicitari, el funcionament d'una agència publicitària, i les campanyes publicitàries.
- **Anàlisi** dels elements d'un **logotip** real en un full D3. Cada alumne selecciona un logotip existent i l'analiza responent les diverses qüestions de la fitxa. **Creació** d'un logotip.
- **Xerrada** sobre el **funcionament d'una agència de Publicitat**. La conferència es farà a càrrec d'una mare que és copropietària d'una de les productores de publicitat catalanes més importants (Nestle, Iberdrola, Henkel, Audi, Ford). Aquesta xerrada farà especial referència a l'explicació dels diversos professionals que intervenen durant el procés de creació d'un anunci i l'anàlisi del procés de creació d'un storyboard. Cal anotar que l'explicació es farà amb el suport de la pissarra digital smart <http://www.magnoliafilms.es/>
- **Taller sobre el sexisme** a la publicitat a càrrec del CRP del Baix Llobregat. Les principals activitats d'aquest taller són: analitzar anuncis amb continguts sexistes i reinventar un anunci en grup. Aquest taller té una durada de 2h.
- L'activitat central de la unitat consisteix en un **treball cooperatiu** subdividit en tres parts:
 1. **Creació d'un anunci televisiu.**
 2. **Realització d'una falca de ràdio.**

3. Disseny i elaboració d'una tanca publicitària.

Formació de grups. Cada grup classe es divideix en quatre grups, per tant es creen un total de 8 grups de treball. Els grups els creen el mateixos alumnes tenint en compte un únic criteri: cada grup ha d'estar format per nois i noies.

Selecció tema. La segona fase del treball és la selecció del tema per cada grup. Amb l'objectiu d'obtenir treballs més plurals i per tant més enriquidors s'estableix que cada grup-classe haurà de tenir: dos productes, una campanya institucional i una promoció d'un espectacle. La tria del tema es fa de manera democràtica i pactada.

Redacció del guió de les falques de ràdio en grup.

Elaboració de l'storyboard en grup.

Disseny de la tanca publicitària. Cada membre fa un disseny i els membres de cada grup voten i seleccionen la millor proposta.

Redacció del guió de les falques de ràdio amb Word.

Refer l'storyboard tenint en compte les correccions fetes.

Elaborar la tanca publicitària. Seleccionar el color del mural, les mides, tallar el paper mural corresponent i començar el procés de creació de la tanca (dibuixar, pintar, vernissar).

Buscar el sons necessaris per a cada falca de ràdio i per a cada anunci.

Gravar la falca de ràdio.

Gravar les imatges amb càmera de vídeo.

Edició dels anuncis televisius amb suport informàtic.

- **Participació en el concurs** del logotip de l'AMPA de l'escola.
- Penjar al passadís les tanques publicitàries resultants i fotografiar-les.
- Visionar els anuncis televisius i escoltar les falques de ràdio dels 8 grups de treball.
- Fer una reflexió grupal del projecte, destacant les principals aportacions i comentant aspectes a millorar.
- Avaluació del procés mitjançant una graella d'avaluació (annex). Votar els millors treballs: falca, tanca i anunci. Comentar els aspectes a millorar de l'activitat.

8-. Reflexió sobre la pràctica

La valoració global del projecte és molt positiva, destacant els següents punts:

1-. **La coordinació.** El punt vertebrador del projecte. La coordinació és un element cabdal per a portar a terme un projecte d'aquest tipus en un trimestre. En aquest sentit, cal fer referència a les múltiples reunions formals i sobretot no formals que s'han hagut de portar a terme.

2-. **Autoformació.** El fet d'assistir a diverses conferències (Fundació Impuls²) i a l'Expolearnig aporta als responsables del projecte un anàlisi d'experiències similars en altres centres. Aquest tipus de formació es considera veritablement rellevant perquè recau directament en els alumnes. D'altra banda, durant el procés els responsables han valorat la possibilitat de formar-se en algun element de software.

3-. **La motivació.** Sens dubte, un altre element important del projecte. Els mateixos alumnes comenten en les seves reflexions finals que han estat molt motivats. D'altra banda, els responsables del projecte s'han engrescat. Aquest binomi alumnes-mestres ha estat essencial per l'elaboració real del projecte.

4-. **Vinculació famílies.** El fet de fer participis a les famílies de manera presencial amb les xerrades ha estat molt ben valorat, tant per part dels alumnes com per part dels propis pares. Aquest tipus d'activitat d'ensenyament - aprenentatge promou uns aprenentatges globals i una vinculació molt positiva de les famílies en els projectes escolars.

5-. **Tallers.** Aquest tipus de tallers queden sovint descontextualitzats i perden protagonisme en els aprenentatges dels alumnes. En el cas del nostre projecte no ha estat així, sinó que ha consolidat el procés d'aprenentatge. Per això es valora positivament la seqüenciació de

² <http://www.f-impuls.org/>

les activitats d'ensenyament - aprenentatge. En aquest sentit, cal destacar la valoració molt positiva feta pels monitors del taller programat per l'Ajuntament..

6-. **Divulgació del projecte.** En relació al context social en el qual vivim (pas de l'escola analògica a l'escola digital), els responsables del projecte es van plantejar des d'un inici la necessitat de publicar i compartir el projecte amb tota la comunitat educativa. Aquests tipus de projectes impulsen i donen sentit a les webs escolars³.

7-. **Concurs.** Tenint en compte la motivació dels alumnes esmentada anteriorment, i relacionant-ho amb la divulgació del projecte, es presenta el projecte a la Mostra de Produccions Audiovisuales Escolars⁴ del Departament d'Educació. En el mateix sentit, es presentarà aquest treball a la mostra d'activitats del CRP Baix Llobregat 2008.

8-. **Recursos.** Durant els projectes els alumnes han utilitzat tecnologia, aparells, programes, etc, en definitiva, recursos materials que l'escola disposa. Per part dels responsables del projecte aquest punt és molt important ja que un cop es tenen els recursos cal utilitzar-los dins d'un context d'ensenyament - aprenentatge. Aquest projecte vol ser un exemple d'optimització de recursos.

³ <http://www.xtec.cat/ceip-canigo-santjust/index2.htm>

⁴ <http://phobos.xtec.cat/audiovisuales/lamostra/008/>

ANNEX