

TU ESCUELA EN CASA

Ministerio de
EDUCACIÓN



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
CÓRDOBA



¡Afiches! Una estrategia para promocionar ideas

NIVEL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA / 2.º AÑO
LENGUA Y LITERATURA

Palabras clave: afiches / publicidad / propaganda / argumentación /
discurso publicitario / análisis del discurso



¡Afiches!

Una estrategia para promocionar ideas



Fuente: [Indie Hoy](#)

:: Presentación

Todos los días, ya sea a través de los medios de comunicación, en las redes sociales o en la vía pública, mediante cartelería, nos encontramos rodeados de **propagandas y publicidades** con muy diferentes formatos y propósitos.

Así como negocios y empresas recurren a la publicidad para ofrecer sus productos, **la propaganda es una estrategia para convencer** a los receptores de optar por una determinada idea, adoptar una conducta o abandonar un hábito.

En las actividades propuestas en esta secuencia, se plantean:



:: Parada 1. Si de avisos se trata...

A diario nos encontramos atravesados por un gran caudal de información; pensemos en todos los avisos que nos muestran productos, servicios, causas sociales y que podemos encontrar en la vía pública, en Internet, en las redes sociales, entre otros tantos sitios.

🤔 ¿Qué vemos, realmente, cuando se nos presentan estos avisos?

🤔 ¿Nos centramos en las características de lo que se está mostrando, en el mensaje que se transmite a través de las imágenes que eligen y las palabras que emplean?

🤔 ¿Advertimos si están intentando convencernos de algo o de hacer algo?

Hagamos juntos un recorrido...

ACTIVIDAD 1 | Nos detenemos a mirar

Les proponemos que observen estas intervenciones en la vía pública a través de cartelera y afiches, realizadas en Argentina:



Fuente: [Argentina Forestal](#)



Fuente: [Humartia](#)



Fuente: [Infobae](#)



Fuente: [DW](#)



Después de haber visualizado las intervenciones realizadas en la vía pública, **piensen, analicen y escriban** sus conclusiones a partir de estas preguntas:

 ¿Cuál creen que es el objetivo de estas intervenciones? ¿Cuál es el mensaje o idea que transmiten?

 ¿Qué se está “mostrando”? ¿Se venden o se ofrecen productos?

 Presten atención a las imágenes: el uso de figuras, colores o íconos, ¿qué sensaciones les generan?, ¿les recuerda o evoca alguna idea o sentimiento?

El o la docente les indicará dónde entregarán o compartirán la actividad resuelta.

:: Parada 2. Afiches por aquí, afiches por allá

En la parada anterior nos detuvimos a observar algunos afiches. A partir de los interrogantes que les planteamos, ustedes pudieron conversar y llegar a algunas conclusiones. Ahora, los invitamos a continuar pensando a partir de algunos conceptos:

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Seguramente, han escuchado a menudo las palabras “publicidad” y “propaganda” empleadas como sinónimos, como si significaran lo mismo. Revisemos lo que sabemos hasta aquí.

La **publicidad** tiene como propósito vender y la **propaganda**, concientizar. A pesar de esto, poseen un rasgo en común: **ambas intentan convencer** acerca de algo a las personas.

Las publicidades tienen como finalidad que las personas elijan un producto o servicio ofrecido; en cambio, el propósito de las propagandas es que los receptores opten por una determinada idea, adopten una conducta o abandonen un hábito.

PROPÓSITO TIPO	VENDER	CONCIENTIZAR	CONVENCER
PUBLICIDAD	<input checked="" type="checkbox"/>	X	<input checked="" type="checkbox"/>
PROPAGANDA	X	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

CAMPAÑAS

Tanto para realizar la publicidad de un producto como para difundir ideas a través de una propaganda, quienes llevan adelante estas acciones planifican “campañas”. ¿De qué tipos?:

- Campaña publicitaria.
- Campaña de prevención.
- Campaña de concientización.
- Campaña electoral.
- Campaña de promoción.

LOS AFICHES COMO RECURSO PUBLICITARIO Y PROPAGANDÍSTICO

Los afiches son imágenes pensadas y diseñadas para hacer público un mensaje y difundirlo masivamente. A través de esta difusión se pretende llegar al receptor, y es importante saber que este puede ser el público en general o un determinado sector. Además, entre sus principales objetivos, tiene que ser comprendido por el destinatario con absoluta claridad.

Para tener cuenta

Los afiches:

- Están destinados a ser leídos y comprendidos ágilmente.
- Necesitan captar la mirada y el interés del observador en forma rápida.
- Utilizan, fundamentalmente, dos elementos: el texto y la imagen.
- Buscan captar la atención del espectador, lograr que se detenga, observe y, de este modo, efectivizar la comunicación.

Adaptado de Carabajal, 2011

ACTIVIDAD 2 | Comenzamos a pensar nuestros propios afiches



Fuente: [Pixabay](#)

¿Sabían que quienes se encargan de la publicidad y la propaganda, antes de realizar sus producciones, dedican un tiempo importante a **planificar, diagramar, escribir y corregir** el mensaje, diseñar la imagen, combinar colores, entre otras tareas? Los invitamos a pensar en la **realización de afiches** para una campaña propagandística:

¿Qué tema les gustaría difundir a través de estos afiches?

Pueden pensar en alguna necesidad del curso, del colegio o del barrio, o algún tema de convivencia que les parezca necesario hacer notar a los demás: desde lavarse las manos, reciclar residuos o la adopción responsable de mascotas. ¡Todos los temas pueden resultar interesantes para nuestras campañas!

Pensar, anotar, planificar

Siempre que comenzamos a diagramar, pensar o planificar algo que haremos, es muy importante que tomemos algunas primeras decisiones que nos ordenen en nuestro quehacer.

Para pensar sus afiches propagandísticos, les proponemos que, en pequeños grupos (de ser posible, de 3 o 4 integrantes), **discutan y tomen nota** de las ideas que vayan surgiendo a partir de las siguientes preguntas orientadoras:



<p>Punto de partida</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué temas nos interesan? - ¿Qué necesidades tenemos en el curso, la escuela, el barrio...? - ¿Hay hábitos (alimenticios, de salud, de convivencia, etc.) sobre los que necesitemos generar conciencia?
<p>¿Qué podemos leer para informarnos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Textos continuos y discontinuos (gráficas, tablas, infografías, cuadros) en soportes diversos. - Textos publicados en páginas <i>webs</i>. - Cartas de lectores que desarrollen la temática que creemos que elegiremos. - Editoriales. - Propagandas en diferentes soportes (papel o digital).
<p>¿Para qué leeremos?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Para buscar información sobre el tema elegido. - Para relevar diferentes opiniones sobre la problemática abordada. - Para explorar diferentes propagandas —en soportes diversos sobre temas comunitarios—.
<p>¿Qué posibles funciones sociales tendrán los afiches?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reflexionar sobre comportamientos anteriores en relación con el tema seleccionado. - Dar a conocer un punto de vista sobre el tema. - Proponer posibles soluciones en relación con la problemática elegida.

¡Atención!

Recuerden que su propósito no será ofrecer un producto para venderlo, sino incentivar a los receptores para que opten por una determinada idea, adopten una conducta o abandonen un hábito.

ACTIVIDAD 3 | Ordenar ideas y tomar decisiones



En pequeños equipos de trabajo, **completen** los siguientes cuadros para ordenar algunas ideas y tomar decisiones acerca del contenido de sus afiches.

Sobre el mensaje

Aspectos para tener en cuenta	¿Qué decidimos?, ¿qué nos parece?
A qué población se dirigirá el mensaje (adultos, jóvenes, población escolar u otra).	
Cuáles serán los objetivos del mensaje: brindar información, prevenir, alertar, generar reflexiones, etc.	
Qué tipo de lenguaje se utilizará (lenguaje científico, popular, etc.).	
Qué función del lenguaje será la predominante: <ul style="list-style-type: none">- Referencial: predomina lo informativo.- Conativa: predominio de la exhortación y del carácter imperativo (orden) marcado por formas pronominales y verbales de la segunda persona.- Expresiva: abundancia de sensaciones y emociones del emisor del mensaje.- Poética: centrada en el mensaje mismo y los aspectos estilísticos que se utilizan para formularlo, como metáforas u otras figuras retóricas.	
Cómo se posicionará el emisor del mensaje respecto del destinatario: en una posición de autoridad (hablando e informando en tanto especialista o experto en el tema), desde un lugar de par (como si fuera uno más de la población) u otro.	

Sobre las imágenes

Aspectos para tener en cuenta	¿Qué decidimos?, ¿qué nos parece?
<p>Para la creación de la imagen de nuestra propaganda, utilizaremos imágenes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prediseñadas (recortes de diarios o revistas, fotografías, etc.). - Diseñadas con materiales (pinturas al agua —como témperas y acrílicos—, tintas, fibras, objetos para realizar un <i>collage</i>, etc.). - Creadas con programas de diseño. 	
<p>Las imágenes que usaremos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Serán figurativas o abstractas? - ¿Usarán muchos colores o reflejarán una gama de colores determinada? 	
<p>Relación con el fondo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Habrá una división clara entre figura y fondo? - ¿Optamos por unir ambos como para que no se noten? O, al contrario, ¿destacamos nítidamente figura y fondo? 	
<p>¿Utilizaremos esquemas, flechas, gráficos, etcétera?</p>	

:: Parada 3. Un asunto de afiches

En las paradas anteriores, ustedes observaron afiches de distintas campañas, realizaron la distinción entre publicidad y propaganda, pensaron una campaña de propaganda y planificaron sus propios afiches para llevarla adelante.

Ahora, ¡es momento de concretar sus afiches y presentarlos públicamente!

ACTIVIDAD 4 | Afiches listos para colgar/mostrar/exponer



Confeccionar y editar

De acuerdo con las decisiones que tomaron en la parada 2, elaboren sus afiches eligiendo la técnica que consideren más adecuada o la que más les guste:



Afiche realizado manualmente con técnica de *collage*, ilustraciones, fotografías, dibujos propios, etc.



Diseño en computadora a través de algún programa como Publisher, Photoshop, Canva, Corel, Power Point, entre otros.



A continuación, les acercamos la siguiente **grilla** para que puedan evaluar su propuesta y detectar puntos por mejorar:

Fuente: [Pixabay](#)

GRILLA DE AUTOCORRECCIÓN

ASPECTOS POR EVALUAR	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS POR FORTALECER
<p>Elección del tema (¿resulta interesante?, ¿responde a nuestro análisis de necesidades?, ¿nos comprometimos con el tema?).</p>		
<p>Búsqueda de materiales teóricos y ejemplos (¿trabajamos de manera comprometida?, ¿investigamos, preguntamos, debatimos o lo resolvimos lo más rápidamente posible?).</p>		
<p>Análisis de propagandas (¿nos comprometimos con las tareas propuestas?, ¿nos tomamos el tiempo de ver y analizar las propagandas?).</p>		
<p>Redacción y edición del texto del afiche (¿el texto es claro y acorde al mensaje que se quiere transmitir?, ¿se entiende con facilidad?, ¿es correcto desde el punto de vista gramatical y normativo?).</p>		
<p>Utilización de soportes digitales o técnicas de collage para las imágenes (¿el resultado es vistoso, llama la atención, convoca?, ¿por qué?).</p>		
<p>Planificación y organización del trabajo en grupos (¿nos repartimos las tareas equitativamente?, ¿nos organizamos con las lecturas y los tiempos de trabajo?).</p>		

Ahora, ¡a compartir!

¿Cómo será posible mostrar nuestras producciones? Dependiendo de si optaron por el modelo A o B, pueden exhibir sus producciones en la galería de la escuela, en una aplicación como Padlet, en formato video, en las redes sociales, etc. ¡Las posibilidades son muchas!

:: Referencias

- Carabajal, A. (2011). *Imágenes y frases que atrapan*. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación. Disponible en <https://bit.ly/3PGeKSK>
- Córdoba. Secretaría de Educación. Subsecretaría de Estado de Promoción de Igualdad y Calidad Educativa. Área de Políticas Pedagógicas y Curriculares. Desarrollo Curricular. (2014). *Mejora en los aprendizajes de Lengua, Matemática y Ciencias. Una propuesta desde el desarrollo de capacidades fundamentales. Fascículo. 3: Lengua y Literatura. Educación Inicial, Primaria y Secundaria*. Disponible en <https://bit.ly/3ZghPfP>
- Educ.ar. (2015a). Afiches con mensajes preventivos. Disponible en <http://bit.ly/3TMckV6>
- Educ.ar. (2015b). Imagen y comunicación: los afiches. Disponible en <http://bit.ly/3TOgXht>
- Lobello, S. (2010). *A gusto del consumidor*. Buenos Aires: Ministerio de Educación de la Nación. Disponible en <https://bit.ly/42I2xU4>
-

ORIENTACIONES PARA LA FAMILIA

- Pensar en familia sobre los modos de organizar nuestros mensajes es muy importante porque ayuda a los chicos a ser más conscientes de sus propias formas de comunicarse.
- Los adultos que acompañan pueden orientar a los estudiantes para reconocer cada uno de los momentos de esta actividad, así como ayudar a seguir las pistas.
- Acompañar a los alumnos no significa resolver las actividades por ellos, sino, justamente, leer, explicar, reorientar las respuestas.
- El adulto que acompaña debe generar un clima de confianza en el cual los errores sean comprendidos como parte natural y necesaria del proceso de aprendizaje. Los errores ayudan a los chicos a ajustar sus ideas sobre la actividad y a descubrir formas nuevas de comprensión.
- También es importante destacar las nuevas posibilidades que ofrecen estas instancias de aprendizaje conjunto entre los estudiantes y adultos.
- Estas propuestas buscan lograr un clima de intercambio en el que los chicos y los grandes escuchen y sean escuchados. Un excelente acompañamiento puede consistir en leer con ellos en voz alta, por turnos, y conversar sobre los materiales ofrecidos (audios, videos, textos). Aportar nuestras miradas y experiencias en relación a la lengua y el lenguaje resultará, seguramente, enriquecedor.

ORIENTACIONES PARA LOS Y LAS DOCENTES

Esta **secuencia didáctica** corresponde al eje “Lectura y producción escrita”. Está orientada a incentivar en los estudiantes la capacidad de abordar y gestionar un proyecto de escritura en relación con el discurso publicitario, con foco en la propaganda como estrategia de comunicación.

Las actividades propuestas tienen como objetivo que los estudiantes puedan distinguir los propósitos del discurso publicitario (diferenciando las intencionalidades de la publicidad y la propaganda), gestionar la planificación de una campaña de propaganda acerca de un tema de interés para la escuela o comunidad y evaluar su propio proceso.

El o la docente podrá tomar la propuesta completa, trabajar solamente alguna/s de la/s parada/s, complementar con otros recursos, integrar a una propuesta más amplia con otros espacios curriculares y demás decisiones metodológicas que considere pertinentes para su grupo de estudiantes.

FICHA TÉCNICA:

Actividad: ¡Afiches! Una estrategia para promocionar ideas

Nivel: Secundario - Ciclo Básico

Curso sugerido: 2.º año

Área: Lengua y Literatura

Materia: Lengua y Literatura

Eje curricular: Lectura y producción escrita.

Objetivos

- Apropiarse de prácticas de lenguaje diversas que permitan una participación cada vez más plena en el contexto, tanto escolar como extraescolar.
- Abordar proyectos de escritura (de narraciones, exposiciones, cartas y argumentaciones) atendiendo al proceso de producción y con ajuste cada vez más satisfactorio a las condiciones discursivas, textuales, gramaticales y ortográficas.
- Ampliar las posibilidades de participación en la cultura escrita mediante la interacción con textos de complejidad creciente con propósitos diversos.

Aprendizajes y contenidos

- Profundización de saberes específicos en relación con géneros discursivos propios del ámbito personal (cartas, mensajes en soporte papel y electrónico, notas personales, anécdotas, autobiografías) y social (crónicas de viajes, noticias, cartas de lectores, géneros publicitarios editoriales, artículos de opinión).
- Participación en situaciones de lectura de textos informativos y de opinión que divulguen temas específicos del área y del mundo de la cultura, en diferentes soportes y con propósitos diversos.

Sobre la producción de este material

Los materiales de *Tu Escuela en Casa* se producen de manera colaborativa e interdisciplinaria entre los distintos equipos de trabajo.

Autoría: Noelia Agüero y Noelia Doria

Acompañamiento disciplinar: Valeria Daveloza

Didactización: Raquel Eguillor Arias

Corrección literaria: Sebastián Rodríguez

Diseño: Carolina Cena

Coordinación de *Tu Escuela en Casa*: Flavia Ferro y Fabián Iglesias

Citación:

Agüero, N.; Doria, N. y equipos de producción del ISEP. (2021). ¡Afiches! Una estrategia para promocionar ideas. *Tu Escuela en Casa*. Para el Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba.

*Este material está bajo una licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.*



La Comunidad de prácticas es un espacio de generación de ideas y reinención de prácticas de enseñanza, donde se intercambian experiencias para hacer escuela juntos/as. Los/as invitamos a compartir las producciones que resulten de la implementación de esta propuesta en sus instituciones y aulas, pueden enviarlas a: tuescuelaencasa@isep-cba.edu.ar



Los contenidos que se ponen a disposición en este material son creados y curados por el Instituto Superior de Estudios Pedagógicos (ISEP), con el aporte en la producción de los equipos técnicos de las diferentes Direcciones Generales del Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba.

