



Máster de  
formación del profesorado  
de Educación Secundaria  
en Ecuador

ESTUDIO DE LOS TEXTOS DE LA VIDA  
COTIDIANA, CON LOS ESTUDIANTES DEL  
NOVENO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA  
ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA "FEDERICO  
PROAÑO MÁRQUEZ"

Trabajo de Fin de Máster de la maestría de Formación del Profesorado de  
Educación Secundaria en Ecuador

Nombre del docente: Angélica Marisol Rosado Rodríguez

Tutor: Dr. Joan Marc Ramos

Mención: Lengua y Literatura

Azogues, 2018

## RESUMEN

Para descifrar el sentido y función de los textos publicitarios es necesario conocer los elementos y cómo se relacionan en el contexto social y cultural de la comunidad, la unidad didáctica planteó crear un texto publicitario de la vida cotidiana en forma de tríptico, para favorecer el desarrollo de los niveles de comprensión literal e inferencial con los estudiantes del noveno año de Educación Básica de la Escuela de Educación Básica "Federico Proaño Márquez". Las limitaciones encontradas en las líneas de actuación de este trabajo son muchas, por lo tanto, se evidencia que es un material que tiene amplio radio de posibilidades pedagógicas, ofrecen un ejemplo lingüístico y comunicativo que lo convierte en un material muy fácil de utilizar en varios niveles educativos, es útil para trabajar contenidos muy variados e impulsa el desarrollo de competencias. Se sugiere visualizar las últimas tendencias en textos publicitarios para mejora de los mismos.

Palabras claves: Unidad didáctica, texto publicitario, tríptico.

## ABSTRACT

In order to decipher the meaning and function of advertising texts, it is necessary to know the elements and how they are related in the social and cultural context of the community, the didactic unit proposed creating an advertising text of daily life in the form of a triptych, to favor the development of the levels of literal and inferential comprehension with the students of the ninth year of Basic Education of the School of Basic Education "Federico Proaño Márquez". The limitations found in the lines of action of this work are many, therefore, it is evident that it is a material that has wide range of pedagogical possibilities, they offer a linguistic and communicative example that makes it a very easy material to use in several educational levels, it is useful to work with very varied contents and promotes the development of competences. It is suggested to visualize the latest trends in advertising texts to improve them.

Keywords: Didactic unit, advertising text, triptych.

## ÍNDICE

PORTADA .....	1
RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	2
ÍNDICE .....	3
CESIÓN DE DERECHOS .....	5
1. INTRODUCCIÓN .....	6
1. A. INTERESES Y CONTEXTUALIZACIÓN .....	6
1.B. ESTRUCTURA DEL DOSSIER O MEMORIA .....	7
2. UNIDAD DIDÁCTICA: TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA.....	7
2.A. OBJETIVOS.....	7
General .....	7
Específicos .....	7
Objetivos didácticos .....	8
2.B. CONTENIDOS Y SU CONTEXTUALIZACIÓN .....	8
2.C. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE.....	9
2.D. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN FORMATIVA.....	13
3. IMPLEMENTACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA.....	14
3.A. Adecuación de los contenidos implementados.....	14
3.B. Resultados de aprendizaje de los alumnos.....	14
3.C. Descripción del tipo de interacción .....	29
3.D. Dificultades observadas.....	30
4. VALORACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PAUTAS DE REDISEÑO DE LA UNIDAD DIDÁCTICA .....	31
4. A. Valoración de la unidad didáctica y propuestas de mejora .....	31
5. REFLEXIONES FINALES.....	34
5. A. En relación a las asignaturas troncales de la maestría.....	34

5. B. En relación a las asignaturas de la especialidad .....	34
5. C. En relación a lo aprendido durante el TFM .....	35
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	36
Autoevaluación.....	38
ANEXOS.....	40


## CESIÓN DE DERECHOS

Azogues, 04 de diciembre de 2018

Yo, Angélica Marisol Rosado Rodríguez, autora del Trabajo Final de maestría, titulado: ESTUDIO DE LOS TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA, CON LOS ESTUDIANTES DEL NOVENO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA "FEDERICO PROAÑO MÁRQUEZ", estudiante de la Maestría en Educación, mención en Lengua y Literatura con número de identificación 1204301871, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción.

1. Cedo a la Universidad Nacional de educación, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, pudiendo, por lo tanto, la Universidad utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, reconociendo los derechos de autor. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en formato virtual, electrónico, digital u óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra referida, yo sumaré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Universidad, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato digital o electrónico.

Nombre: Angélica Marisol Rosado Rodríguez

Firma: 

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1. A. INTERESES Y CONTEXTUALIZACIÓN

La comunicación en la vida cotidiana resulta ser muy fluida, especialmente cuando se utiliza el lenguaje oral; pero también es necesario considerar que existen diferentes tipos de textos que nos proporcionan distinta información; y de allí la necesidad de trabajar con textos periodísticos y textos publicitarios, que son los que más se observan diariamente; cada uno con sus propias características y con finalidades específicas, que el alumno debe reconocer sin dificultad cuando llega a la comprensión del texto.

La Escuela de Educación básica “Federico Proaño Márquez” del Cantón Vinces, Parroquia Antonio Sotomayor, Recinto Palizada, Institución que está conformada por 12 docentes y cuenta con 305 estudiantes los cuales están distribuidos desde el Inicial, básica elemental, media y superior. Es una zona rural donde se vive de la agricultura; arroz, maíz, banano y cacao, Hay mayor presencia de grupos étnicos denominados montubios y mestizos (PDyOT Parroquia Antonio Sotomayor, 2015).

Los textos publicitarios están inmersos en el currículo, para su comprensión en las aulas, hay que considerar que el mensaje publicitario está presente siempre en nuestras vidas, por ello, fomenta hábitos, modela actitudes y algunas veces deforma la realidad. La influencia de la publicidad en una sociedad de consumo es alta pero el conocimiento de sus características por parte de los alumnos redundará en una mejora significativa del proceso de enseñanza – aprendizaje, ellos viven en un entorno rural y pertenecen a familias de estrato sociocultural medio-bajo esto significaría favorecer la lectura crítica es lo que les puede alejar del conformismo e invitarles a dar el salto hacia un mejor conocimiento.

El Art. 11 de la Ley Orgánica de Educación Intercultural de Ecuador LOEI expone que el contenido del currículo nacional contenga “los conocimientos básicos obligatorios para los estudiantes del Sistema Nacional de Educación y lineamientos técnicos y pedagógicos para su aplicación en el aula, así como ejes transversales, objetivos de cada asignatura y perfil de salida de cada nivel” (Ministerio de Educación, 2017, pág. 4).

## **1. B. ESTRUCTURA DEL DOSSIER O MEMORIA**

El punto de partida es el texto publicitario, en este caso se alternó con el tríptico y que se ofrece a los alumnos como un producto elaborado para exponer información precisa sobre algo o alguien, dado que se necesita decodificarlo debidamente. Desde el punto de vista del contenido, al hablar de los textos publicitarios, se habla de una rica y variada información y materiales en que se combinan imagen, escritura, colores y signos. Por esta razón estos se prestan idealmente para el desarrollo de actividades de enseñanza – aprendizaje que en marco de los objetivos generales del aprendizaje que abarca el conocimiento, entendimiento, destrezas y actitudes deben servir de vehículo para la adquisición de competencias generales y de competencias comunicativas de la lengua (Alonso, 2007).

Con el fin de organizar el informe, se trabajó con la introducción, luego lo que es la unidad didáctica, para continuar con la aplicación de la misma en el aula y se definieran los resultados logrados en el desarrollo de la unidad; identificando además los obstáculos que se hicieron presentes para alcanzar el éxito en el trabajo con los estudiantes en el aula.

## **2. UNIDAD DIDÁCTICA: TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA**

### **2. A. OBJETIVOS**

Para descifrar el sentido y función de los textos publicitarios es necesario conocer los elementos y cómo se relacionan en el contexto social y cultural de la comunidad, la unidad didáctica propuesta plantea los siguientes objetivos.

#### **General**

Crear un texto publicitario de la vida cotidiana en forma de tríptico, para favorecer el desarrollo de los niveles de comprensión literal e inferencial con los estudiantes del noveno año de Educación Básica de la Escuela de Educación Básica "Federico Proaño Márquez".

#### **Específicos**

- Identificar y comprender textos periodísticos y publicitarios de la vida cotidiana.

- Conocer las características de los textos periodísticos y publicitarios.
- Redactar y componer textos publicitarios con temas y aspectos de la vida cotidiana.

### **Objetivos didácticos**

Estos objetivos aportan mayor incidencia a los contenidos de procedimientos y actitudes, pues lo que se quiere es trabajar los procedimientos y actitudes/valores como medio para alcanzar un modelo de alumno crítico frente a la publicidad.

- Interpretar adecuadamente los mensajes publicitarios.
- Utilizar críticamente los medios de comunicación para obtener, interpretar y valorar informaciones de diversos tipos.
- Comprender discursos orales y escritos en los diversos contextos de la actividad social y cultural.

Se espera que el alumno pueda valorar el trabajo en equipo como aporte al conocimiento, favorecer la comunicación interpersonal entre los alumnos, motivar a ser protagonista de su propio aprendizaje y fomentar la responsabilidad social.

## **2. B. CONTENIDOS Y SU CONTEXTUALIZACIÓN**

Las Unidades Didácticas del currículo de lengua y literatura en el subnivel superior de la Educación General Básica perteneciente a Básica Superior vigente en Ecuador contienen una serie de temas y subtemas relacionados con la lengua y cultura, comunicación oral, lectura, escritura y literatura (Ministerio de Educación, 2016); dando cumplimiento a lo dispuesto para la elaboración del TFM, se seleccionaron los siguientes contenidos a ser tratados:

- Definiciones de textos publicitarios de la vida cotidiana
- Características de los textos publicitarios de la vida cotidiana
- Análisis de los textos periodísticos y publicitarios
- Definir los mensajes que nos entregan los textos periodísticos y publicitarios
- Textos publicitarios: El tríptico
- Construcción de textos publicitarios (Trípticos) con aspectos de la vida cotidiana



## 2. C. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Para el desarrollo de la temática escogida, se consideran actividades que deben implementarse en el aula para la enseñanza - aprendizaje de los estudiantes. El conjunto de actividades que se presentan corresponden a una actuación secuenciada que contempla lo siguiente:

**Tabla 1. Actividad secuenciada inicial de conocimientos previos**

Actividad	Detalle de actividades	Forma de organización
1. Detectar los conocimientos previos	<p>1.1. Contestar las siguientes preguntas:</p> <p>¿Has visto letreros en tu camino a la escuela o viceversa?</p> <p>¿Conoces que esos letreros indican algo?</p> <p>¿Estamos en un mundo lleno de publicidad?</p> <p>1.2. Dibuja publicidad que recuerdes</p> <p>Marca- Imagen –expresión- frase</p> <p>¿Indica qué te gusta de ellos?</p> <p>¿Qué no te gusta de ellos?</p>	<p>✓ Individual</p> <p>✓ Puesta en común en clase</p>
2. Crear motivación en el alumno hacia el tema a tratar	<p>2.1. Escribir individualmente y luego grupal los aspectos positivos y negativos de la publicidad.</p> <p>2.2. Realizar un debate de quienes están a favor y en contra de la publicidad.</p>	<p>✓ Individual para reflexión.</p> <p>✓ Grupal para intercambio de ideas.</p>
3. Plantear actividades de conocimientos	<p>3.1. Tarea para casa: durante los espacios comerciales en tres momentos del día, recoger datos de anuncios que emitan en radio o</p>	<p>✓ Individual la tarea para casa.</p> <p>✓ Grupal para compilar los resultados y formar una tabla.</p>

televisión, se expondrá en un mural en clase.

<b>Anuncio</b>	<b>Hora</b>	<b>Producto</b>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>A quien va dirigida</b>		
<input type="text"/>		

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <p>4. Establecer actividades de aplicación en la vida diaria</p> | <p>4.1. Con el siguiente esquema se analizará un spot publicitario televisivo o musical seleccionado previamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Personajes</li> <li>✓ Objetos</li> <li>✓ Lugar</li> <li>✓ Diálogo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Individual</li> <li>✓ En casa</li> </ul> |
| <p>5. Actividades de síntesis</p>                                | <p>5.1. Realizar un mural donde se aprecie los distintos procesos para elaborar una campaña publicitaria.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Grupal</li> <li>✓ En clase</li> </ul>    |
| <p>6. Actividades de evaluación</p>                              | <p>6.1. Realizar una propuesta de campaña publicitaria para mantener las aulas limpias.</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Grupal</li> </ul>                        |

**Tabla 2. Actividad secuenciada**

<b>Actividad</b>	<b>Detalle de actividades</b>	<b>Forma de organización</b>
1. Analizar anuncios publicitarios recortados de revistas o periódicos	1.1. Se presentó los anuncios textos periodísticos y publicitarios diferentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Grupal</li> <li>✓ En clase</li> </ul>



1.2. Responder a las preguntas de reflexión

¿Qué se ve?

¿Qué quieren vender?

¿De qué forma presentan las cualidades del producto?

¿Qué instintos nos despierta?

¿A quién dirige el anuncio?

¿Valores morales del anuncio?

¿Ayuda la publicidad a conocer mejor la lengua?

2. Tipos de publicidad existentes
- 2.1. Se explica los tipos de publicidad: según los medios, de producto o institucional y las diferencias entre ellas.
- 2.2. Redacción de mensajes publicitarios: recursos verbales e imágenes como recursos no verbales.
- ✓ Individual
  - ✓ Grupal

**Tabla 3. Actividad de concreción**

Actividad	Detalle de actividades	Forma de organización
1. Seleccionar textos periodísticos y publicitarios diferentes.	<p>1.1. Organizar talleres de lectura con textos periodísticos y publicitarios con la participación de los estudiantes.</p> <p>1.2. Establecer el propósito de la lectura, así como la búsqueda de vocabulario nuevo, adjetivos, verbos que ayuden a comprender el texto.</p> <p>1.3. Formular preguntas y releer los textos periodísticos y publicitarios con la finalidad de aclarar la información y llegar a la comprensión más profunda.</p>	<p>✓ Grupal y, por medio de una rúbrica, identificar en los textos asignados las relaciones explícitas entre estos.</p>
2. Clases de textos publicitarios	<p>2.1. Establecer las relaciones explícitas entre los textos periodísticos y publicitarios y contrastar las fuentes usadas.</p> <p>2.2. Identificar las ideas más importantes principales y secundarias.</p>	<p>✓ Individual</p>

- |   |  |                                     |
|---|--|-------------------------------------|
| <p>3. Mensaje de los textos periodísticos y publicitarios</p> | <p>3.1. Revisar recortes de periódico donde se encuentre anuncios y también textos publicitarios.</p> <p>3.2. Preguntas y respuestas sobre la diferencia entre ambas.</p>  | <p>✓ Grupal</p> <p>✓ Talleres</p>   |
| <hr/>   |  |                                     |
| <p>4. Textos publicitarios (Tríptico)</p>                     | <p>3.1. Seleccionar ideas para la elaboración de un texto publicitario (Tríptico).</p> <p>3.2. Compilar el material por orden de integración en el texto publicitario.</p> | <p>✓ Grupal</p> <p>✓ Individual</p> |

Se concluyó con una rúbrica donde se observó aspectos distintos en cada actividad propuesta a lo largo de la unidad didáctica, evaluando: interés, tolerancia, creatividad, responsabilidad, sensibilidad, colaboración, curiosidad, espíritu de trabajo, criticidad (Anexo 1).

## 2.D. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN FORMATIVA

Con el fin de realizar la evaluación formativa se consideraron las siguientes técnicas de evaluación:

- Observación
- Exposiciones orales de lo que son textos periodísticos y textos publicitarios y sus características
- Presentaciones de textos publicitarios, recopilados de los elaborados en los equipos de trabajo

En cuanto a instrumentos de evaluación empleados están:

- La observación en el aula a través de los registros: anecdótico, ficha de observación, escala numérica y lista de cotejo
- La evaluación final mediante rúbrica

### 3. IMPLEMENTACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

El método aplicado a la unidad propuesta es comunicativo debido a las muestras reales llevadas al aula donde se fomentó la realización de actividades significativas. Se aplicó el enfoque por tareas para cubrir las cuatro destrezas integradas.

#### 3.A. Adecuación de los contenidos implementados

Para el desarrollo de la unidad propuesta se realizó variaciones en el contenido de la asignatura de lengua y literatura de noveno año, el texto orientativo del estudiante contiene los siguientes temas:

- De la escritura cuneiforme al alfabeto latino
- Relatos sobre dioses y héroes
- Los lectores opinan
- Escribo para opinar
- Adjetivos connotativos y no connotativos
- Cohesión textual: sustitución pronominal
- Conversatorio

La opción por un currículo abierto permite que se adecúe la respuesta educativa al contexto para favorecer el contacto con la realidad y a partir de problemas reales y cercanos que posibilite incidir en la transformación, por lo tanto, la unidad didáctica propuesta cumple con este cometido.

#### 3.B. Resultados de aprendizaje de los alumnos

- Para la ejecución de la unidad didáctica se inició con la activación de los conocimientos previos mediante diálogo con los alumnos sobre los anuncios que ellos observan en su camino de regreso a casa y viceversa; se puso en evidencia que hay muchos letreros y anuncios que indican publicidad, orientación y alertas en las vías y calles de la localidad. Desconocían que esos anuncios corresponden a textos publicitarios de la vida cotidiana. Con estos antecedentes se realizó una prueba diagnóstica sobre lo expuesto y

conversado, tal como se aprecia en las imágenes (anexo

1). Al final de esta actividad inicial se llenó un anecdotario para recordar lo más relevante en esta primera intervención (anexo 2).

ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA "FEDERICO PROAÑO MÁRQUEZ"  
 NOVENO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA. LENGUA Y LITERATURA  
 EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA  
 TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA

¿Has visto letreros en tu camino a la escuela o viceversa?

¿Conoces que esos letreros indican algo?

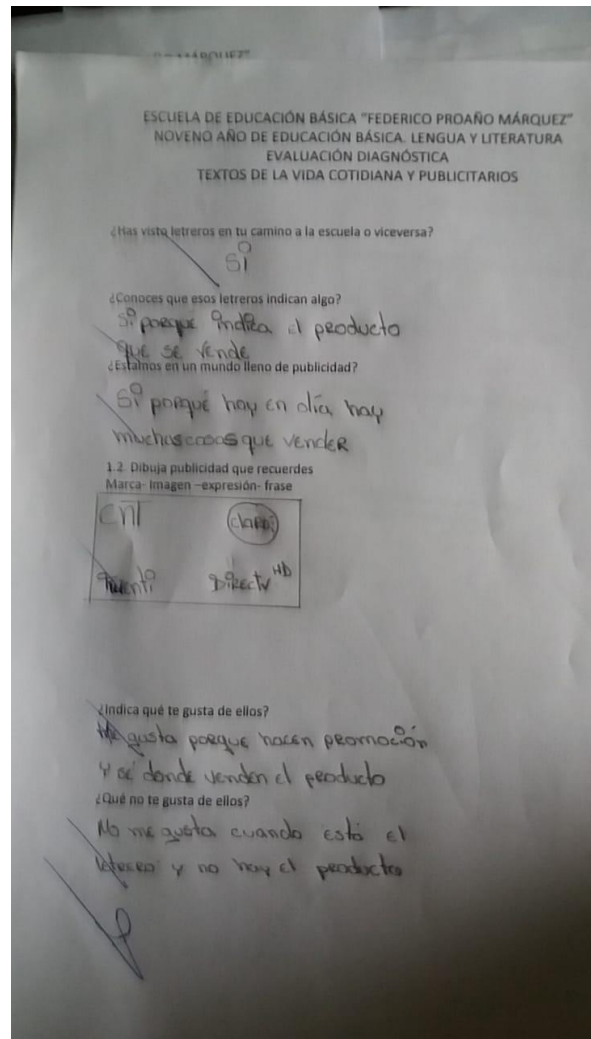
¿Estamos en un mundo lleno de publicidad?

Dibuja publicidad que recuerdes

Marca- Imagen -expresión- frase

¿Indica que te gusta de ellos?

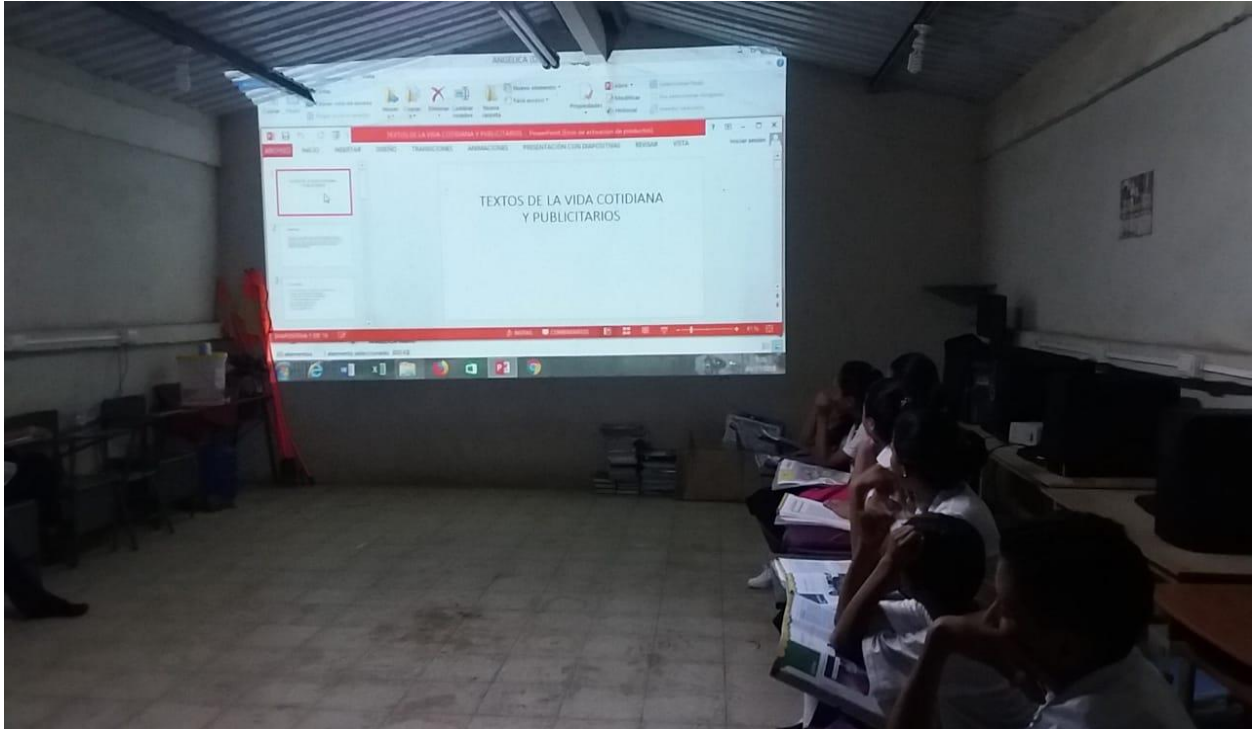
¿Qué no te gusta de ellos?

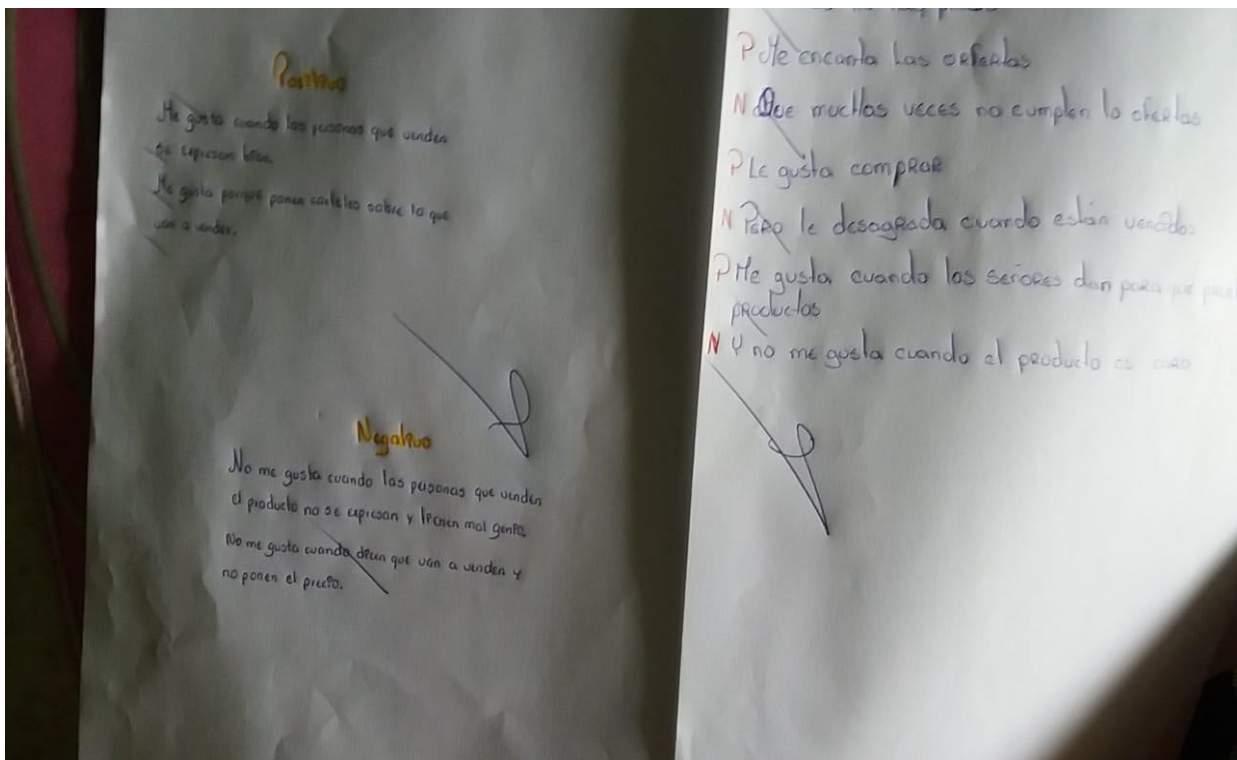


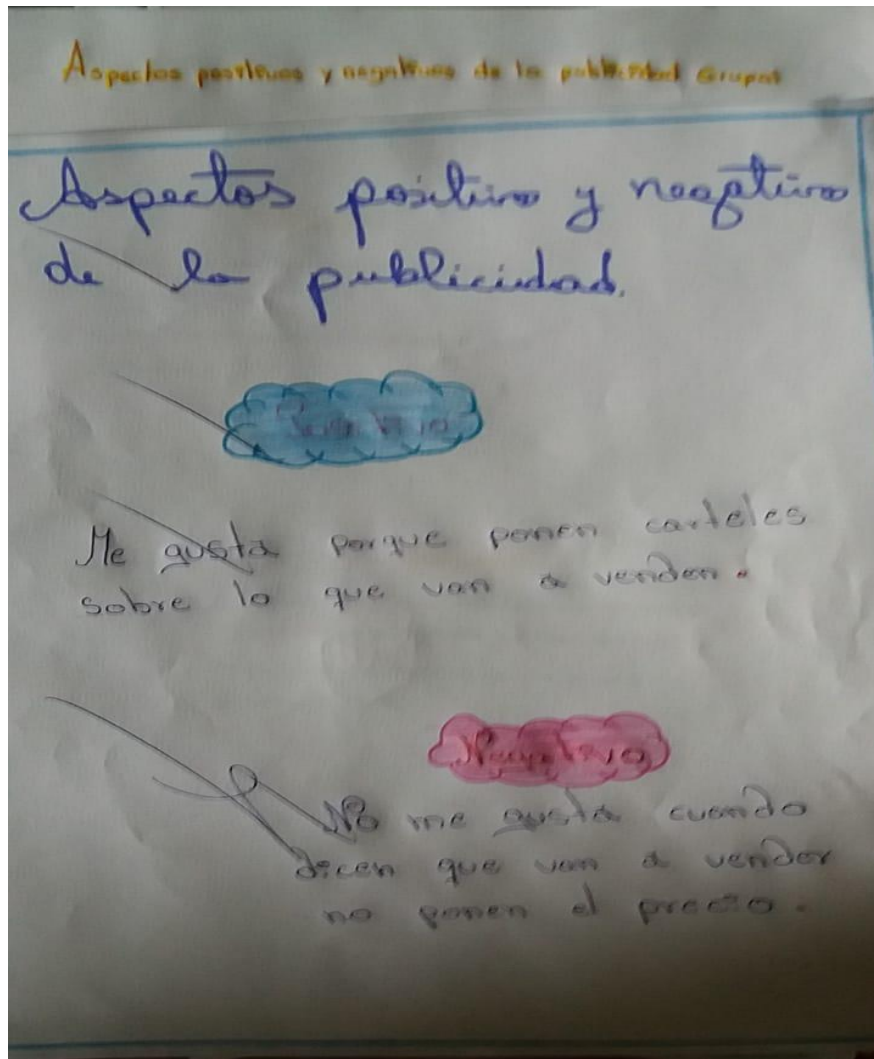
REGISTRO ANECDÓTICO		
ALUMNO: Medina Andrés		FECHA: 20-06-2019
LUGAR: Aula		HORA: 9:h.
ACTIVIDAD/ÁREA: Lengua - Preámbulo		
DESCRIPCIÓN DE LO OBSERVADO	INTERPRETACIÓN DE LO OBSERVADO	FIRMA
interviene frecuentemente describe letreros que ve. Recuerda slogan y Marca con facilidad	Conoce sobre la temática Identifica rápidamente toda la información sobre los letreros. Recita marca de productos que están anunciados en la vía. Toma en cuenta colores e imágenes de la publicidad.	Andrés Medina



- Seguido se motivó al alumno el tema a tratar mediante explicación sobre la publicidad; aquí se planteó interrogantes sobre los aspectos positivos y negativos que posee la publicidad en sí. Al final, cuando la mayoría argumentó su posición sobre los textos de la vida cotidiana, se realizó un debate para confrontar opiniones a favor y en contra de la publicidad. Aquí se realizó una ficha de observación para la actividad (anexo 3)









**ESCALA DE OBSERVACIÓN GRUPAL**

**Datos Informativos:** Debate aspectos positivos y negativos de la publicidad.

**Área:** Lengua

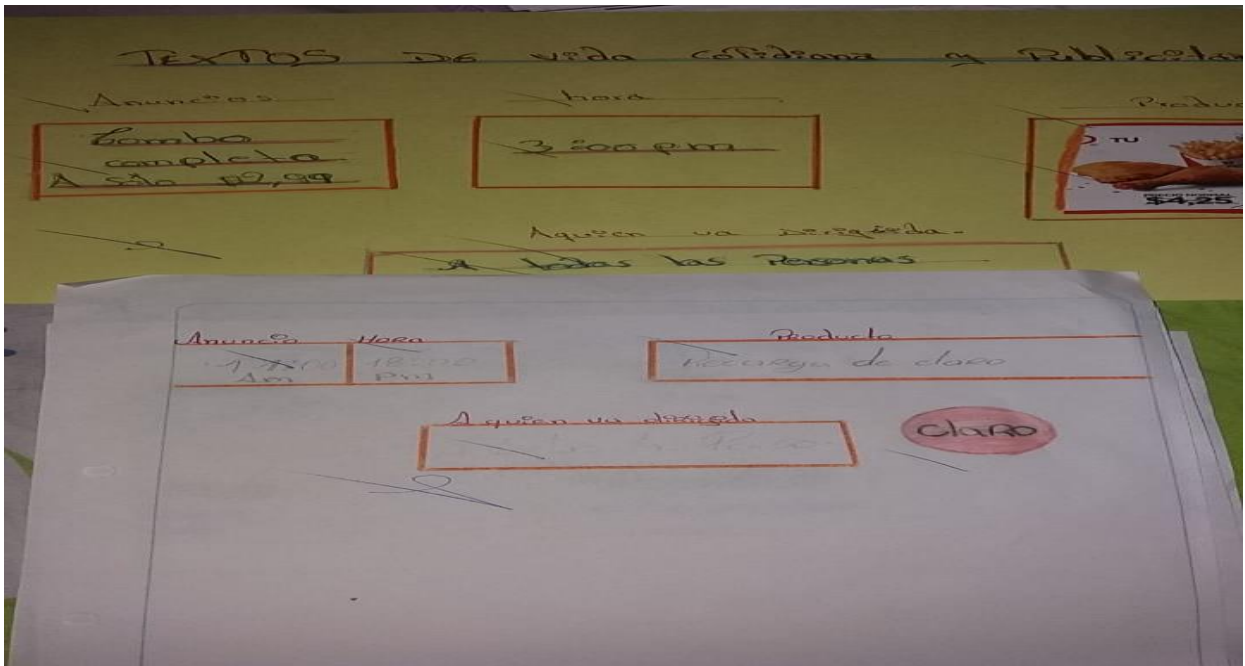
**Fecha:** 29-06-2018. Grupo 1.

**Rasgo a observar:**

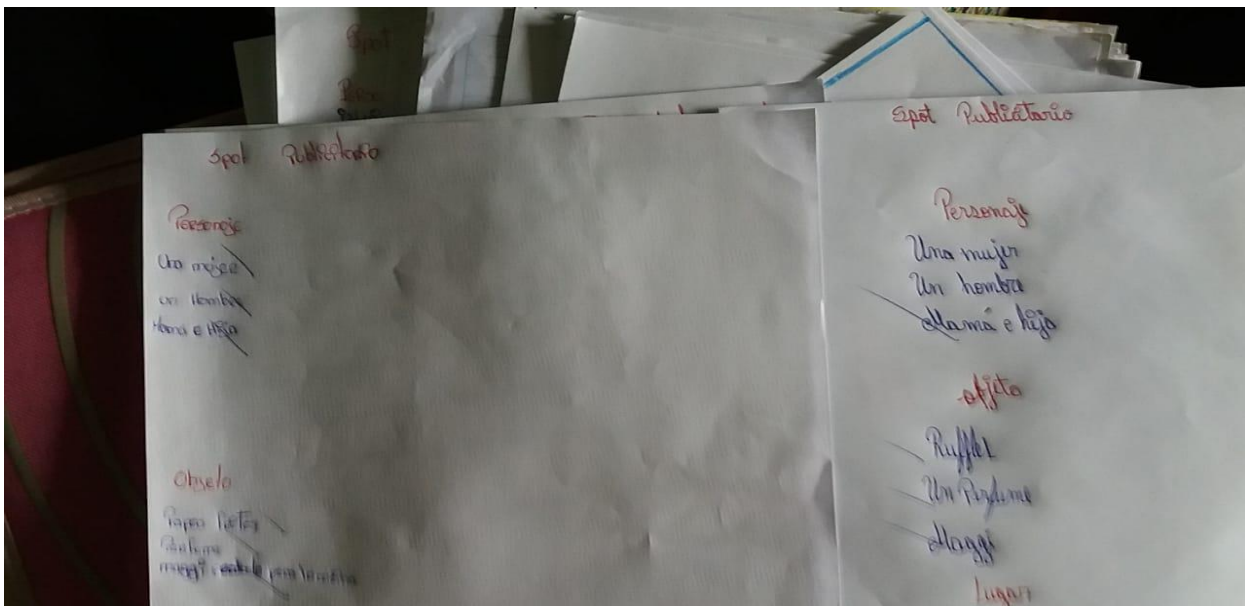
- \* Disposición del alumno para participar
- \* Fundamento coherentemente su posición
- \* Respeto los turnos de palabras.

Alumnos	Nada	Poco	Bastante	Mucho	Demasiado
Lasho Torani Inés	X ✓				
Riós Quirós Suronda		X ✓			
Penullo Campesano Hilior				X ✓	
Bargas Díaz Roxanna				X ✓	X ✓

- A continuación, para refuerzo, se envió tarea sobre la observación de espacios comerciales para recoger datos específicos prediseñados sobre anuncios. Parte de los resultados están en las siguientes figuras.



- De igual manera se consideró el análisis de un spot publicitario seleccionado, descripción de personajes, objetos, lugar y diálogo establecido con el fin de entender el proceso para una campaña publicitaria.



- Con los alumnos motivados, se planteó la realización de un mural donde conste los distintos procesos para crear una campaña publicitaria, esta actividad fue evaluada mediante una ficha de cotejos (anexo 4).



Evidencia: Discurso de 5 minutos

Nombre del participante: *Bungo Romero Pedro*

Tema: Mural con los distintos procesos para crear una campaña publicitaria

Indicadores	Lo presenta	No presenta	Puntos	Sugerencias
Expone con claridad el contenido	X		2	<i>Falta un poco en la exposición</i>
Razonas las preguntas al exponer oralmente		X	1	<i>de faltó argu-mento a los preguntas realizadas</i>
Mantiene relación lo expuesto con el tema	X		4	

- Se concluye esta sesión con una propuesta grupal sobre la campaña publicitaria para mantener las aulas limpias como refuerzo a todo lo expuesto en esta fase, esta actividad fue evaluada mediante una ficha de escala numérica (anexo 5).



4. Siempre 3.Generalmente 2. Ocasionalmente 1.Nunca

Participación de trabajo en grupo: *Campaña para mantener las aulas limpias*

	1	2	3	4
Ayuda a organizar el grupo		X		
Acepta los roles asignados			X	
Coopera con las tareas comunes	X			

Grupo 3=

Burgos Romero Pedro  
Rivas Laje Yamelly  
Peralta Campuzano Milady  
Escandon Rodríguez Anderson.

Todas estas actividades de esta unidad fueron evaluadas mediante rúbrica de aspectos cualitativos (anexo 6)

Criterio de evaluación	1	2	3	4	Observaciones
Muestra interés por el tema expuesto al preguntar y cuestionar				✓	
Se refleja tolerancia en las exposiciones de sus compañeros			✓		No en todos los casos respetan las ideas de los demás.
Demuestra creatividad al presentar sus trabajos				✓	
Antepone la responsabilidad en sus tareas		✓			Muchos no cumplen sus obligaciones
Muestra sensibilidad ante los temas tratados			✓		No en todos los temas.
Está presto(a) colabora en acciones conjuntas				✓	
Demuestra curiosidad por conocer más sobre la temática planteada				✓	
Se refleja el espíritu de trabajo en los trabajos grupales				✓	
Muestra criticidad como aporte a los trabajos realizados		✓			Aunque a veces no les agree algo lo aceptan.

- Se formó grupos de trabajos y, por medio de una rúbrica, identificó en los textos asignados las relaciones explícitas entre estos (anexo 7). Además de verificar las fuentes de consulta, libros y páginas de internet, también la comprensión de los textos periodísticos y publicitarios mediante el uso de una rúbrica. Finalmente se relacionó el propósito de la lectura con las actividades realizadas, los objetivos de la unidad y los conocimientos aprendidos.



Cuestionario de autoevaluación. Completar con la valoración adecuada añadiendo las propuestas de mejora que se considere.

4= siempre; 3= en la mayoría de las ocasiones; 2= pocas veces; 1= en ninguna ocasión

Ítems	1	2	3	4	Observaciones
Reconozco y distingo los textos publicitarios				X	
Reconozco contenido lingüísticos formales vistos en unidades anteriores			X		
Capto el mensaje y poder de convicción como función principal de los textos publicitarios				X	<i>de esa manera los anuncios que hay</i>
Reconozco el uso de recursos lingüísticos: juegos de palabras, antítesis.		X			
Reconozco lo positivo y negativo de los textos publicitarios			X	X	
Distingo las partes principales de un texto publicitario.			X	X	
Sé trabajar en grupo de manera colaborativa.				X	
Comprendo la idea general y los detalles de un texto escrito			X	X	
Comprendo la idea general y los detalles de un spot publicitario		X		X	

*Nombres: Pedro Burgos Romero*



- Esta actividad se realizó mediante lluvia de ideas sobre el tipo de texto publicitario que queremos saber, lo que nos interesa a cada uno y entre todos concordamos en elegir el tema para el texto “*La Unidad Educativa Federico Proaño Márquez*”. Se planeó en clase, dispuestos en grupos para favorecer la atención individualizada. Después de la lluvia de ideas y elegir el tema se estableció la recopilación de información con ayuda del internet, relatos de autoridades, libros entre otras. De ahí se sacó elementos básicos para el tríptico.
- Con todos los elementos conocidos e indagados, planificamos el contenido a incluir en el tríptico:
  - ✓ Reseña de la institución
  - ✓ Aspectos informativos de la Unidad Educativa (ubicación, recinto, aspectos generales)
  - ✓ Los espacios que posee y cómo son utilizados (patio, jardín, bar)
  - ✓ Cómo llegar (pequeño croquis o mapa)
  - ✓ Aspectos más destacados





### 3.C. Descripción del tipo de interacción

Cuando se tiene a cargo el proceso de aprendizaje de jóvenes se presentan interacciones sociales que son producto de la influencia recíproca entre la maestra y sus alumnos, de igual manera entre los mismos estudiantes. Este proceso se convierte en un ciclo continuo de experiencias y sentimientos del entorno de la institución. En esta ocasión presenté una propuesta variada de una unidad didáctica sobre los textos publicitarios; estos textos están inmersos en nuestra vida, tal como lo describe Vellón (2007:376) “no vienen caracterizado por el idioma, ni por el medio, sino por su orientación y finalidad perlocutiva y desde la perspectiva genérica, responden a cualidades cuya finalidad es incitar a hacer”.

Con estos antecedentes programé la unidad didáctica luego de investigar algunos artículos referentes al tema, con lo que pude plasmar las actividades a realizar. Llegó el día de exponer a mis alumnos lo planteado por algunas semanas. Al inició, cuando emprendí el tema a tratar en la unidad propuesta no estaba muy segura de la reacción a preguntas previas, inclusive en algún momento realicé unas preguntas previas para entregar a los alumnos; estas fueron revisadas y se presentan sus resultados más adelante. Con calma decidí incursionar en la introducción a la unidad con preguntas sencillas de su diario vivir.

Luego nos fuimos adentrando en las actividades que programé con preguntar sobre la publicidad que ven diariamente en la televisión, se preguntó con qué fin fueron hechas y cuál es su objetivo principal de algunas publicidades que son conocidas por todos, como ejemplo Coca Cola. Recalqué que no toda publicidad es buena pero tampoco mala, es el fin que persigue el producto que lo catalogamos, revisamos el caso de las marcas de licores que anuncian en televisión con los estereotipos utilizados (mujeres sensuales) que provoca reacción al individuo o de las marcas de ropa que ofrecen sus diseños con modelos delgadas como símbolo de belleza y elegancia, lo que podría causar baja autoestima en poblaciones susceptibles (jóvenes) que no están dentro de ese precepto definido. Con esto se realizó la actividad donde deben describir lo positivo y negativo de la publicidad.

Para las actividades de conocimientos se envió una tarea para casa para que observen espacios comerciales y que procedan a llenar una ficha prediseñada para el efecto donde expone el tipo de anuncio, la hora, el producto y a quien va dirigida la publicidad. Al regreso se compiló estas

actividades individuales y formamos una tabla donde se definió todas las publicidades observadas por los alumnos y fueron clasificadas por tipo.

### **3.D. Dificultades observadas**

En la realización de este trabajo de fin de Máster en la que se centró en los textos publicitarios como recurso didáctico, se encontraron limitaciones que al final sirvieron de experiencia con las que se puede enfrentar eventualmente en cualquier actividad propuesta para los alumnos. El hecho que la propuesta didáctica se haya desarrollado y puesto en práctica hace suponer que los intereses, decisiones y características reales de los alumnos se valoraron. Hay que hacer modificaciones que podrían afectar a los objetivos, contenidos o incluso tiempos previstos para cada actividad.

También se recalca el limitado acceso a recursos tecnológicos con lo que la propuesta hubiese tenido más actividad y entusiasmo por parte de los alumnos, se considera además que el acceso a tecnología debe estar acorde al grado de alfabetización digital de los alumnos por lo tanto se hizo todo en medida de lo disponible. Se acota que el material preparado tiene esencia volátil, pues los textos publicitarios muestran la cotidianidad de la sociedad en un determinado tiempo, pero cambian y va quedando obsoleto con el paso de los años. Lo esencial es que el alumno no olvide el aporte de los textos publicitarios en nuestro medio y cómo ellos influyen en las decisiones de las personas sobre un tema en específico.

Una limitación observada en el transcurso de la ejecución de la propuesta es el poco interés mostrado por algunos alumnos en lo referente a los textos publicitarios, no asimilaban el mensaje de la importancia de estos en nuestra vida y cómo condicionan el comportamiento o tendencia en el uso, compra o aspiraciones de las personas; podría ser más gráfico el acercamiento a ellos, es decir presentar imágenes y publicidad en revistas para que reconozcan lo que utilizan y lo que recuerdan de esas publicidades.

Otro aspecto a resaltar es que no se enlazó plenamente las actividades propuestas con la vida cotidiana de los alumnos para que valoren el sentido de lo que estudian y su aplicación en la vida diaria. Hay que poner en valor que con los textos publicitarios se entienden situaciones de tendencias de consumo a las que se enfrenta diariamente la comunidad. Las dificultades al tener que encuadrar las sesiones y completar los objetivos de cada actividad, por el tiempo limitado

de clase no se hicieron esperar. Además, ante cualquier imprevisto o duda conceptual por parte de mis alumnos se tuvo que estacionar y no avanzar en más conceptos hasta que la duda quedó resuelta definitivamente.

Acoto, además, que un grupo de trabajo de alumnos fue reacio a integrarse para la compilación de los trípticos, presentaban señales de aburrimiento al recortar, pegar y escribir el texto propuesto en el documento; para ellos según comentarios, es más fácil diseñarlo en una hoja de Word en el computador. Son de los pocos jóvenes de ese curso que manejan mucho el computador.

#### **4. VALORACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PAUTAS DE REDISEÑO DE LA UNIDAD DIDÁCTICA**

##### **4. A. Valoración de la unidad didáctica y propuestas de mejora**

Las limitaciones encontradas en las líneas de actuación de este trabajo son muchas, por lo tanto, se evidencia que es un material que tiene amplio espectro de posibilidades pedagógicas, los textos publicitarios en el aula de la unidad educativa ofrecen un ejemplo lingüístico y comunicativo que lo convierte en un material muy fácil de utilizar en varios niveles educativos, de la misma manera, es útil para trabajar contenidos muy variados e impulsa el desarrollo de competencias. El enfoque escogido por tareas en el diseño de la unidad didáctica pretendió convertir el aula en un contexto para la toma de decisiones, trabajo colaborativo, donde todos participaron en su propio aprendizaje, se pretendió integrar todas las destrezas con el único objetivo de mejorar el nivel de competencia de los alumnos, logrando apenas la mitad de lo propuesto.

En cuanto a futuras modificaciones en la unidad didáctica destaco lo siguiente:

- Incluir además temas sobre los anuncios publicitarios impresos y spots publicitarios, anuncios en otros soportes como internet, mailing, radio, etc. Sin olvidar que los textos publicitarios incluyen los mismos elementos que cualquier otra forma comunicativa. Saber identificar estos elementos sin olvidar cuál es el objetivo de persigue la comunicación, faltó de agregar a la unidad propuesta; defino estas opciones para que en las actividades se pueda incluir.

- Adicionar la comunicación no verbal como parte a explorar en los textos publicitarios; es la tendencia en lo referente a imágenes que encierran mucho contenido. Sugiero incorporar a la unidad un apartado donde se detalle los textos publicitarios formados por elementos no verbales; se puede incursionar en un estudio tipológico de este tipo de texto, pero sin dejar atrás el propósito de los textos publicitarios.
- Relacionar la comunicación no verbal y la música con el texto publicitario como parte del contenido de toda la publicidad que tenemos en nuestro medio por los canales auditivos y visuales.
- Atendiendo el contenido lingüístico se podría ampliar el material con anuncios publicitarios de otros países de habla hispana y analizar las variedades del castellano o español. Mi punto de partida terminológico es la lingüística del texto publicitario, concretamente en lo que se refiere a la tipología textual de los productos y servicios ofertados en textos publicitarios.
- Añadir el componente verbal como componente de los textos publicitarios que caracterizan el lenguaje utilizado por los anuncios, estos pueden ser rasgos sintácticos, semánticos y retóricos.

Tras las sugerencias prácticas señaladas en la modificación de la unidad didáctica propuesta, a modo de facilitar el trabajo del profesor a la hora de exponer el documento es necesario la revisión y análisis de los puntos positivos más destacados en la actividad de aula. Pretendo, bajo mi experiencia exponer cómo hacer la presentación del tema en el aula y sobre la cual intentamos posteriormente actividades relacionadas con cada una de las áreas del currículo. Secuencio la presentación con arreglo a las siguientes tareas:

- Antes de la presentación en el aula, hay que apoyarse en fichas de imagen o texto con el vocabulario básico que aparece en el libro de lengua para el estudiante y hacer más fácil la introducción al tema, recurriendo a la frase *“una imagen dice más que mil palabras”*.
- Relatar una historia que centra el tema, conversar, debatir con todos los alumnos. Para ello la incorporación de las imágenes, fotografías, carteles, etc., contruidos



previamente. La conversación ha de sacar a la luz los conocimientos previos sobre el tema y será mucho más fácil avanzar en este aspecto. Sin olvidar que una de las limitaciones en la aplicación de la propuesta fue las preguntas sobre el tema sin tener el apoyo audiovisual que volvió un poco difícil el avance.

- Una vez que los estudiantes están familiarizados con el tema, conceptos y palabras clave, hay que centrar el interés en la unidad para ello se hace uso de recursos expresivos, corporales. Cada situación debe ser reforzada mediante el apoyo de imágenes.
- Un aspecto importante a valorar en la unidad didáctica es en los conocimientos activos y pasivos del alumno, se los motivó haciéndoles tomar conciencia de lo que saben, por lo que algunos resultaron muy espontáneos al expresar sus comentarios.

Uno de los aspectos que se debe mejorar en la unidad propuesta es asumir el hecho que la tecnología ha cambiado, los medios y recursos con los que antes contábamos ahora ya no existen, hasta el punto que mucha de la información publicitaria ya no hay en los tradicionales canales de comunicación; se han disparado hacia soportes virtuales donde cada día hay millones de usuarios, entonces debemos estar atentos a esto y los alumnos deben saber que los textos publicitarios han evolucionado muchísimo desde que se hicieron presentes en la comunidad.

Hasta aquí todos los aspectos a mejorar en la unidad propuesta, sugiero incrementar estos detalles descrito; en los temas ya expuestos y evaluados considero que se puede mejorar con inclusión de más actividades por tema con la finalidad que el estudiante investigue y conozca sobre los textos publicitarios desde el punto de vista práctico. Incorporar sesiones en internet para visualizar las últimas tendencias en textos publicitarios inclusive se puede llegar a plantear la revisión de textos publicitarios en 3D.

Además, propongo motivar a los alumnos mediante el uso de las TICs para la búsqueda individualizada de información. También informar a los alumnos de la existencia de premios y reconocimiento anual de parte muchos organismos a las empresas publicitarias que hayan destacado en propuestas innovadoras y motivadoras en el orden publicitario.

Debo tener en cuenta para la realización de una posterior unidad didáctica, establecer tiempos de margen para problemas inesperados que puedan surgir durante las clases. Hay que estar preparado para cambiar o posponer una actividad si se observa inconvenientes en su realización.

## **5. REFLEXIONES FINALES**

### **5. A. En relación a las asignaturas troncales de la maestría**

Quisiera poner de manifiesto que en el conjunto de docentes que impartieron las asignaturas troncales de la maestría de formación del profesorado de Educación Secundaria en Ecuador concurren profesionales con gran trayectoria en el campo psicopedagógico que enriquecieron el desarrollo de competencias en los alumnos en los cometidos de su desempeño docente. En este sentido, aunque existió dificultad (al menos para mí) en algunas materias, fueron superadas a medida del asesoramiento permanente por parte de los tutores.

Las asignaturas troncales que corresponden a: Sociología de la educación, Psicología, tutoría y orientación educativa, Metodología didáctica de la enseñanza, Sistema de educación ecuatoriana y de último el Seminario de investigación fueron los pilares para las asignaturas de la especialidad que continuaron más adelante. En este contexto todas estas asignaturas contribuyeron a reforzar y encaminar mi actuar docente, aunque, en especial metodología didáctica de la enseñanza fue eficaz como recurso didáctico en el aula. Con esto tengo más clara la infinidad de actividades que se puede realizar con los chicos en cuanto a las formas de abordar un tema específico de una unidad.

### **5. B. En relación a las asignaturas de la especialidad**

Gramática y pragmática: enfoques actuales en la descripción de las lenguas; La literatura hispanoamericana en relación con la literatura universal; Didáctica de las habilidades comunicativas escritas; Planificación y evaluación de la lengua y la literatura; Las tecnologías y la innovación docente en lengua y literatura; Didáctica de la literatura y Didáctica de las habilidades comunicativas orales son las asignaturas de la especialidad, todas en su conjunto permitieron el desarrollo de competencias en el ámbito de investigación; fue bastante productivo darse cuenta que manuales, textos de estudio, libros, capítulos de libros

especializados, proyectos, artículos de investigación y especialmente los foros orientaron la didáctica de la enseñanza para implementarlo en los establecimientos de educación secundaria. Surge a colación que el lenguaje es la base de las demás áreas del saber en esta sociedad moderna; este hecho concentra y enriquece las herramientas didácticas de los tutores para que nosotros como formadores de juventudes brindemos la oportunidad que el estudiante interactúe de manera efectiva en diversas situaciones comunicativas a través de distintos textos y discursos.

Lo que he aprendido en estas asignaturas especializadas ha sido principalmente a valorar, de manera más atenta, la necesidad que pueden presentar los alumnos, una vez ejercida la clase. La importancia que realmente tiene la acción docente y la metodología a la hora de llevar a cabo la acción de enseñanza – aprendizaje y me ha ayudado a desarrollar más la habilidad de buscar recursos diferentes y la creatividad para presentar mis clases.

### **5. C. En relación a lo aprendido durante el TFM**

No es muy común que se trate con profundidad este tema de los textos publicitarios en el aula de noveno año de educación general básica, sin embargo, hay que recordar que el mensaje publicitario está presente en nuestras vidas, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos: crea y fomenta hábitos, modela actitudes y puede inclusive distorsionar la realidad. La influencia de los textos publicitarios sobre el individuo en la sociedad actual de consumo no está sujeta a contradicciones, sobre todo cuando se trata de personas en etapa de formación, por eso al diseñar esta unidad didáctica el mensaje que se exterioriza es la interrelación de códigos lingüísticos, visual y auditiva.

La unidad didáctica, por tratarse del primero de este tipo presentado a los alumnos sobre los textos publicitarios de la vida cotidiana, contiene temas interesantes según lo manifestado por los mismos alumnos; esta experiencia permitió plantearme algunas interrogantes sobre el conocimiento que tienen sobre este tipo de textos, pero sobre todo la forma en que abordé el tema con los alumnos. Resultó interesante y anecdótico la cantidad de recursos que se pueden plasmar en un folleto publicitario (tríptico), mis alumnos se entusiasmaron en la propuesta de elaboración del documento sobre su institución.

Me quedo con la satisfacción que el entusiasmo demostrado en el transcurso de las clases de la unidad corresponde a la captación del mensaje que se desea difundir en los textos publicitarios, en este caso específico el tríptico.

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, M. (2007). Didáctica con la imagen y los medios audiovisuales. *CEPA Nalón (Sotrondio)*, 1-9.
- Ministerio de Educación. (2016, marzo 04). *Lengua y Literatura en el subnivel Superior de la Educación General Básica*. Retrieved from <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/4-LL.pdf>
- Ministerio de Educación. (2017, febrero). *Reglamento general a la ley orgánica de educación intercultural*. Retrieved from <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Reglamento-General-a-la-Ley-OrgAnica-de-Educacion-Intercultural.pdf>
- PDyOT Parroquia Antonio Sotomayor. (2015). *Plan de Ordenamiento territorial de la Parroquia Antonio Sotomayor*. Retrieved from [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1260028820001\\_documento%20final%20aprobado\\_30-10-2015\\_23-05-02.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1260028820001_documento%20final%20aprobado_30-10-2015_23-05-02.pdf)
- Vellón, L. (2007). Estrategias argumentativas del texto publicitario: los mecanismos de atenuación. *Revista Universidad de León. ULE. Estudios Humanísticos Filología*. Núm. 29, 375-411.



## Autoevaluación

	Apartados	Indicadores	A	B	C	D	Puntuación (0-10)
AUTOEVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE	Actividades realizadas durante la elaboración del TFM	Tutorías presenciales	Falté a las tutorías sin justificar mi ausencia.	Falté a las tutorías presenciales y sí justifiqué mi ausencia.	Asistí a las tutorías presenciales sin prepararlas de antemano.	Asistí a las tutorías presenciales y preparé de antemano todas las dudas que tenía. Asimismo, planifiqué el trabajo que tenía realizado para contrastarlo con el tutor/a.	10
		Tutorías de seguimiento virtuales	Ni escribí ni contesté los mensajes del tutor/a.	Fui irregular a la hora de contestar algunos mensajes del tutor/a e informarle del estado de mi trabajo.	Contesté todos los mensajes virtuales del tutor/a y realicé algunas de las actividades pactadas en el calendario previsto.	Contesté todos los mensajes virtuales del tutor/a realizando las actividades pactadas dentro del calendario previsto y lo he mantenido informado del progreso de mi trabajo.	10
	Versión final del TFM	Objetivos del TFM	El trabajo final elaborado no alcanzó los objetivos propuestos o los ha logrado parcialmente.	El trabajo final elaborado alcanzó la mayoría de los objetivos propuestos.	El trabajo final elaborado alcanzó todos los objetivos propuestos.	El trabajo final elaborado alcanzó todos los objetivos propuestos y los ha enriquecido.	10
		Estructura de la unidad didáctica implementada	La unidad didáctica implementada carece de la mayoría de los elementos de la programación (objetivos, contenidos según el currículum, actividades de enseñanza y aprendizaje y actividades de evaluación).	La unidad didáctica implementada contiene casi todos los elementos de la programación (objetivos, contenidos según el currículum, actividades de enseñanza y aprendizaje y actividades de evaluación).	La unidad didáctica implementada contiene todos los elementos de la programación (objetivos, contenidos según el currículum, actividades de enseñanza y aprendizaje y actividades de evaluación).	La unidad didáctica implementada contiene todos los elementos de la programación (objetivos, contenidos según el currículum, actividades de enseñanza y aprendizaje y actividades de evaluación) y además incluye información sobre aspectos metodológicos, necesidades educativas especiales y el empleo de otros recursos.	10
		Implementación de la unidad didáctica	El apartado de implementación carece de la mayoría de los aspectos solicitados (adecuación de contenidos, dificultades de aprendizaje advertidas, observación de la interacción sobre las dificultades halladas inherentes a la actuación como profesor).	El apartado de implementación contempla casi todos los aspectos solicitados (adecuación de contenidos, dificultades de aprendizaje advertidas, observación de la interacción sobre las dificultades halladas inherentes a la actuación como profesor).	El apartado de implementación contempla todos los aspectos solicitados (adecuación de contenidos, dificultades de aprendizaje advertidas, observación de la interacción sobre las dificultades halladas inherentes a la actuación como profesor).	El apartado de implementación contempla todos los aspectos solicitados (adecuación de contenidos, dificultades de aprendizaje advertidas, gestión de la interacción y de las dificultades en la actuación como profesor), además de un análisis del contexto y de las posibles causas de las dificultades.	10

		Conclusiones de la reflexión sobre la implementación	Las conclusiones a las que he llegado sobre la implementación de la unidad didáctica son poco fundamentadas y excluyen la práctica reflexiva.	Las conclusiones a las que he llegado están bastante fundamentadas a partir de la práctica reflexiva, pero algunas resultan difíciles de argumentar y mantener porque son poco reales.	Las conclusiones a las que he llegado están bien fundamentadas a partir de la práctica reflexiva, y son coherentes con la secuencia y los datos obtenidos.	Las conclusiones a las que he llegado están muy bien fundamentadas a partir de la práctica reflexiva porque aportan propuestas de mejora contextualizadas a una realidad concreta y son coherentes con todo el diseño.	<b>10</b>
		Aspectos formales	El trabajo final elaborado carece de los requisitos formales establecidos (portada con la información correcta, índice, paginación, diferenciación de apartados, interlineado que facilite la lectura, etc.) y no facilita su lectura.	El trabajo final elaborado casi cumple los requisitos formales establecidos (portada con la información correcta, índice, paginación, diferenciación de apartados, interlineado que facilite la lectura, etc.), pero su lectura es posible.	El trabajo final elaborado cumple los requisitos formales establecidos (portada con la información correcta, índice, paginación, diferenciación de apartados, interlineado que facilite la lectura, etc.) y su lectura es posible.	El trabajo final elaborado cumple los requisitos formales establecidos (portada con la información correcta, índice, paginación, diferenciación de apartados, interlineado que facilite la lectura, etc.) y ha incorporado otras que lo hacen visualmente más agradable y facilitan la legibilidad.	<b>10</b>
		Redacción y normativa	La redacción del trabajo, la distribución de los párrafos y los conectores textuales dificultan la lectura y comprensión del texto. El texto contiene faltas graves de la normativa española.	La redacción del trabajo, la distribución de los párrafos y los conectores textuales facilitan casi siempre la lectura y comprensión del texto. El texto contiene algunas carencias de la normativa española.	La redacción del trabajo, la distribución de los párrafos y los conectores textuales ayudan a la lectura y comprensión del texto. El texto cumple con los aspectos normativos de la lengua española, salvo alguna errata ocasional.	La redacción del trabajo, la distribución de los párrafos y los conectores textuales ayudan perfectamente a la lectura y comprensión del texto. El texto cumple con los aspectos normativos de la lengua española y su lectura es fácil y agradable.	<b>10</b>
		Bibliografía	Carece de bibliografía o la que se presenta no cumple los requisitos formales establecidos por la APA.	Se presenta una bibliografía básica que, a pesar de algunos pequeños errores, cumple los requisitos formales establecidos por la APA.	Presenta una bibliografía completa y muy actualizada, que cumple los requisitos formales establecidos por la APA.	Presenta una bibliografía completa y muy actualizada, que cumple los requisitos formales establecidos por la APA de forma excelente.	<b>10</b>
		Anexo	A pesar de ser necesaria, falta documentación anexa o la que aparece es insuficiente.	Hay documentación anexa básica y suficiente.	Hay documentación anexa amplia y diversa. Se menciona en los apartados correspondientes.	La documentación anexa aportada complementa muy bien el trabajo y la enriquece. Se menciona en los apartados correspondientes.	<b>10</b>
		Reflexión y valoración personal sobre lo aprendido a lo largo del máster y del TFM	No reflexioné suficientemente sobre todo lo que aprendí en el máster.	Realicé una reflexión sobre lo aprendido en el máster y sobre la realidad educativa.	Realicé una buena reflexión sobre lo aprendido en el máster y sobre la realidad educativa. Esta reflexión me ayudó a modificar concepciones previas sobre la educación secundaria y la formación continuada del profesorado.	Realicé una reflexión profunda sobre todo lo aprendido en el máster y sobre la realidad educativa. Esta reflexión me ayudó a hacer una valoración global y me sugirió preguntas que me permitieron una visión nueva y más amplia de la educación secundaria y la formación continuada del profesorado.	<b>10</b>

## ANEXOS

### Anexo 1. Evaluación diagnóstica

ESCUELA DE EDUCACIÓN BÁSICA “FEDERICO PROAÑO MÁRQUEZ”

NOVENO AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA. LENGUA Y LITERATURA

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

TEXTOS DE LA VIDA COTIDIANA

¿Has visto letreros en tu camino a la escuela o viceversa?

¿Conoces que esos letreros indican algo?

¿Estamos en un mundo lleno de publicidad?

Dibuja publicidad que recuerdes

Marca- Imagen –expresión- frase

¿Indica que te gusta de ellos?

¿Qué no te gusta de ellos?

### Anexo 2. Registro anecdótico.

REGISTRO ANECDÓTICO		
ALUMNO	FECHA	
LUGAR	HORA	
ACTIVIDAD/ÁREA:		
DESCRIPCIÓN DE LO OBSERVADO	INTERPRETACIÓN DE LO OBSERVADO	FIRMA



### Anexo 3. Ficha de observación grupal

ESCALA DE OBSERVACIÓN GRUPAL						
<b>Datos informativos:</b>						
<b>Área:</b>						
<b>Fecha:</b>						
<b>Rasgo a observar:</b>						
<b>Alumnos</b>	<b>Nada</b>	<b>Poco</b>	<b>Bastante</b>	<b>Mucho</b>	<b>Demasiado</b>	

### Anexo 4. Ficha de Lista de cotejo.

**Evidencia:** Discurso de 5 minutos

**Nombre del participante:**

**Tema:** Mural con los distintos procesos para crear una campaña publicitaria

<b>Indicadores</b>	<b>Lo presenta</b>	<b>No presenta</b>	<b>Puntos</b>	<b>Sugerencias</b>
Expone con claridad el contenido				
Razona las preguntas al exponer oralmente				
Mantiene relación lo expuesto con el tema				

### Anexo 5. Ficha de Escala numérica.

4. siempre 3. Generalmente 2. Ocasionalmente 1. Nunca

Participación de trabajo en grupo:

	1	2	3	4
Ayuda a organizar el grupo				
Acepta los roles asignados				
Coopera con las tareas comunes				

### Anexo 6. Rúbrica de indicadores de logro cualitativo

Los logros cualitativos que aparecen en esta hoja de registro se evaluaron de la siguiente manera.

Criterio de evaluación	1	2	3	4	Observaciones
Muestra interés por el tema expuesto al preguntar y cuestionar					
Se refleja tolerancia en las exposiciones de sus compañeros					
Demuestra creatividad al presentar sus trabajos					
Antepone la responsabilidad en sus tareas					
Muestra sensibilidad ante los temas tratados					
Está presto a colaborar en acciones conjuntas					
Demuestra curiosidad por conocer más sobre la temática planteada					
Se refleja el espíritu de trabajo en los trabajos grupales					
Muestra criticidad como aporte a los trabajos realizados					

4= siempre; 3= en el mayor de los casos; 2= pocas veces; 1= en ninguna ocasión

### Anexo 7. Rúbrica de autoevaluación de los aprendizajes adquiridos

Cuestionario de autoevaluación. Completar con la valoración adecuada añadiendo las propuestas de mejora que se considere.

4= siempre; 3= en la mayoría de las ocasiones; 2= pocas veces; 1= en ninguna ocasión

Ítems	1	2	3	4	Observaciones
Reconozco y distingo los textos publicitarios					
Reconozco contenido lingüísticos formales vistos en unidades anteriores					
Capto el mensaje y poder de convicción como función principal de los textos publicitarios					
Reconozco el uso de recursos lingüísticos: juegos de palabras, antítesis.					
Reconozco lo positivo y negativo de los textos publicitarios					
Distingo las partes principales de un texto publicitario.					
Sé trabajar en grupo de manera colaborativa.					
Comprendo la idea general y los detalles de un texto escrito					
Comprendo la idea general y los detalles de un spot publicitario					

