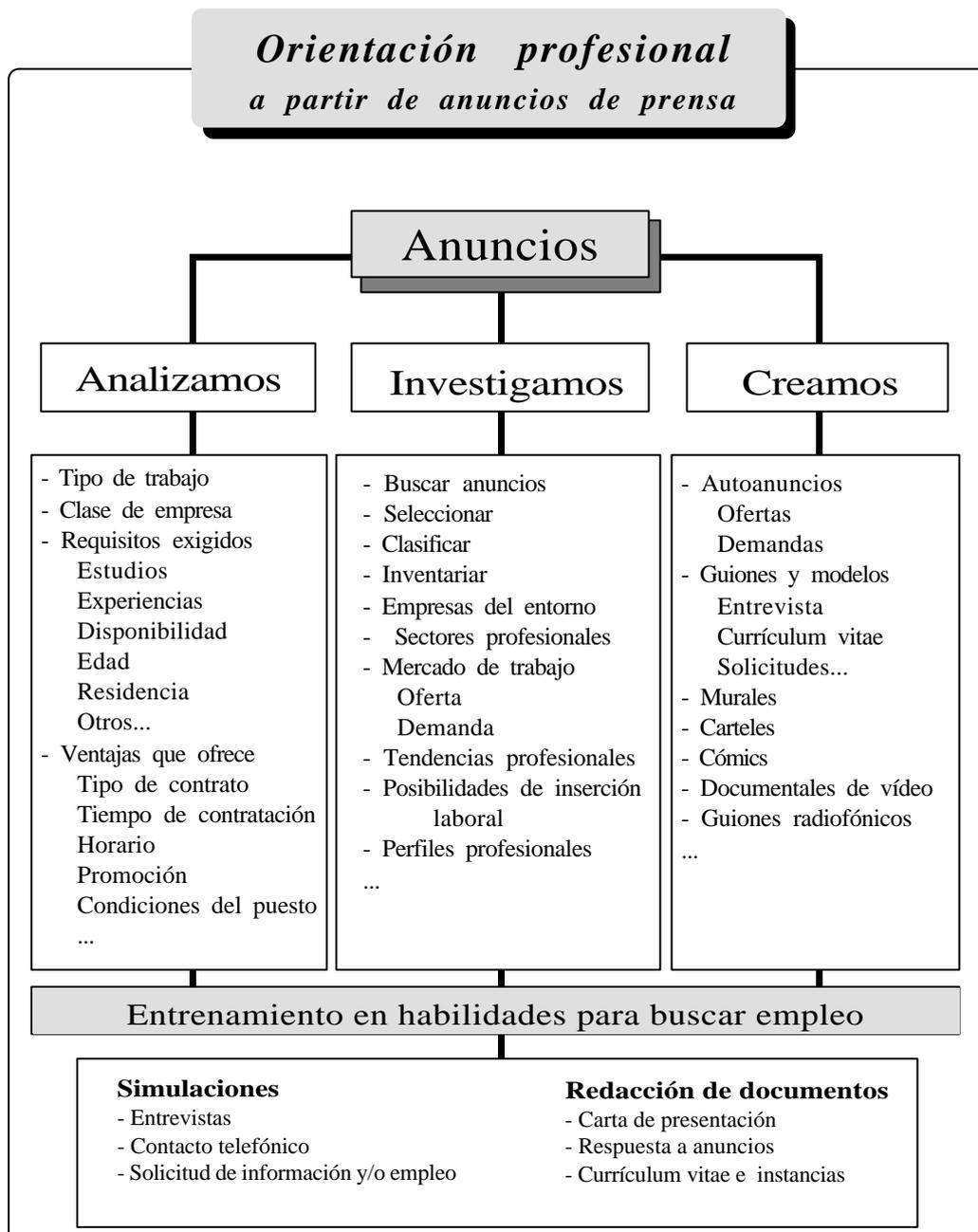


Prácticas

Fichas didácticas

Manuel Monescillo Palomo



Prácticas

F i c h a s d i d á c t i c a s .

Teresa Fernández Martínez

**Análisis y lectura crítica
del anuncio publicitario (imagen fija)**

A. Análisis previo

Quién anuncia:
 empresa anunciadora
Quién hace el anuncio:
 empresa publicitaria
Qué anuncia:
 producto y su necesidad/innecesariedad
Público al que va dirigido el anuncio
 (en primera aproximación)
Soporte que utiliza:
 prensa, radio, televisión, cartel...

B. Lectura objetiva: elementos en el anuncio

Lectura de imágenes
Signos básicos: punto; línea: recta/curva, grosor, perspectiva; forma...
Elementos de la imagen:
Luz: efectista/realista, natural/artificial, directa/difusa, puntual/dispersa, frontal/lateral/contraluz...
Color: tonalidad, saturación, luminosidad...
Encuadre: tamaño, formato...
Planos: americano, medio, detalle, primer plano...
Punto de vista: medio, picado, contrapicado, nadir...

Lectura de palabras

Uso de eslóganes, imperativos,

Metáforas, comparaciones...

C. Lectura interpretativa: denotación y connotaciones

Características de la imagen
 Iconicidad-abstracción
 Simplicidad-complejidad
 Monosemia-polisemia
 Originalidad-redundancia
Uso del sistema de valores: políticos, culturales...
Líneas de fuerza e interés: qué se ha querido resaltar en el anuncio y por qué
Mensaje del anuncio: ¿por qué compramos las

cosas que compramos?

D. Lectura subjetiva: lectura crítica

Opinión subjetiva: ¿encontramos ético el uso de los diferentes elementos utilizados en la elaboración del anuncio: valores, imágenes, mensajes...?

Elaboración propia de un anuncio para anunciar el mismo producto

Análisis del anuncio realizado

Prácticas

Fichas didácticas

Antonio Pradas López

Análisis de la noticia en la radio

Los alumnos en grupos, o de forma individual, seleccionan una noticia y sobre ella contestan a un cuestionario

Cuestionario:

1. Datos personales
2. Título del artículo
3. Nombre del periódico
4. Fecha del periódico
5. Ciudad donde se edita
6. Autor del artículo
7. Página donde va el artículo
8. Nº de columnas
9. Nº de centímetros
10. Cm² que ocupa
11. Estudio del título
12. Procedimiento utilizado para escribir el artículo
13. Localización del hecho
14. Personas
15. Organismos
16. Resumen de los hechos relatados
17. Sentimiento dominante
18. Consecuencias que aporta el hecho
19. Intencionalidad del autor
20. Fuente
21. Género periodístico
22. Ilustración
23. Público a quién se dirige el artículo
24. Palabras desconocidas
25. Comparamos esta misma información transmitida en otros diarios
26. Desarrollo
27. Actividades que se proponen realizar
28. Respuesta/s a la/s actividad/es propuesta/s
29. Observaciones y conclusiones personales
30. Cinco preguntas sobre todo lo desarrollado anteriormente para el programa de radio

Los trabajos son leídos en clase y los compañeros eligen democráticamente al que consideran que debe representarlos en la emisora de radio, cada semana

Emisión en la radio en directo

Después se monta un concurso entre la audiencia, sobre el tema desarrollado, consiguiendo así captar la atención de verdaderos grupos de trabajo en casa