

"2020. "Año de Laura Méndez de Cuenca; emblema de la Mujer Mexiquense".

**ESCUELA OFTV.0666
"INDALECIO HERNANDEZ CORDERO"**

EVIDENCIA DE PORTAFOLIO

TEMA: LA CAMPAÑA

**PROFESORA:
ITZEL COLIN NIETO**

ÍNDICE

	Pagina
Datos de identificación	3
Información teórica	4
Folletos presentados	7
Rúbrica de evaluación	9

Asignatura

Lengua materna. Español Segundo Grado

Tercer trimestre

Secuencia 12

Diseñar una campaña para
prevenir o resolver un
problema

Tiempo de elaboración

2 sesiones

Aprendizaje esperado

Diseñar una campaña para proponer
soluciones a un problema.

Materiales:

Libro del alumno: lengua materna. español 2º,
hojas en blanco o de color, cartulina,
recortes de imágenes. Colores, plumas,
marcadores, pegamento, tijeras.

LA CAMPAÑA

En cualquier comunidad, sea urbana o rural, es frecuente encontrar situaciones que afectan a su población. Pueden ser problemas de salud (obesidad, influenza, tuberculosis), de tipo ambiental (deforestación, falta de agua, generación de basura) violación a los derechos humanos (de las mujeres, de los migrantes) o a los derechos lingüísticos de los pueblos indígenas (la comunicación en su lengua), etcétera.

Para combatir estas problemáticas, las instituciones públicas y los organismos no gubernamentales desarrollan campañas mediante las que buscan hacer consciente a la población sobre su participación para prevenir y solucionar dichos problemas. (SEP, 2019)

Las campañas dan a conocer un problema que afecta a la sociedad y tienen el propósito de sensibilizar y crear conciencia sobre dicha problemática. Promueven valores y actitudes que contribuyen al bienestar de la sociedad, informan sobre el problema e invitan a la población a participar con acciones de prevención y solución.

Una campaña involucra un conjunto de actividades que se realizan en un periodo determinado para conseguir un fin, Hablaremos de dos tipos de campañas:

Las campañas oficiales o públicas buscan dar solución a alguna problemática de tipo social; con ellas se logra informar y comunicar a la población de la existencia de un problema, y tienen la intención de persuadirla para que participe en su solución o prevención mediante un cambio de actitud.

Las campañas comerciales: buscan persuadir al público para que adquieran un bien o un servicio.

Distinción entre campaña pública y campaña comercial

En los medios de comunicación encontramos campañas oficiales o públicas y campañas comerciales, ambas buscan persuadir o convencer a sus destinatarios de realizar algo (un cambio de conducta) con cierto propósito. Sin embargo, es importante diferenciar qué tipo de cambio de conducta promueven los mensajes de cada una.

La clave de una buena campaña.

1.- un objetivo: es importante tener claro porque y para que quiero poner en marcha la campaña, es por ello que una vez definida la problemática a trabajar se establezcan muy bien los objetivos.

2.- el público: parte del éxito de una campaña se mide en este paso fundamental de la estrategia. Si conoces bien a tu público es fácil que tus objetivos se cumplan. La edad, el sexo, la clase social, estado civil, nivel de estudios, hábitos, gustos. Son algunas de las claves para que orientes tu campaña y pueda dar resultado.

3.- los medios de publicidad: existen muchas herramientas que se pueden utilizar en una campaña para alcanzar con tu mensaje al público elegido y en este punto necesitas definir cuales te funcionaran más. (radio, televisión, redes sociales, medios impresos (carteles, folletos).

4.- la comunicación: el mensaje que se transmite en una campaña es también un asunto fundamental para conseguir los mejores resultados; que sea natural, ordenado, claro, conciso, que tenga fluidez y cohesión. Puede parecer una tarea fácil, pero si a esto le sumamos que el mensaje debe ser breve para no aburrir a la audiencia, el asunto se

convierte en un asunto complicado.

5.- el diseño: tan importante es el mensaje a comunicar como la estructura o forma en la que se presentara, pues este debe ser llamativo y de interés a los ojos del público. (google, s.f.)

EJEMPLOS: CARTELES SOBRE CAMPAÑAS

Campañas públicas



Campaña Comercial



(SEP, 2019)

PROCESO PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA

La actividad sobre la elaboración de una campaña se realizó durante la contingencia sanitaria covid-19 el día lunes 04 de mayo de 2020 para los alumnos de segundo grado, previamente se reporta la actividad al director escolar vía WhatsApp, al ser aprobada, se fotocopia para los alumnos y se les hace llegar a sus hogares junto con otras actividades para el desarrollo de las mismas, los videos propuestos se envían a los alumnos al grupo de WhatsApp que se formó durante este confinamiento, con la finalidad de mantener comunicación y resolver dudas. La actividad consiste en lo siguiente:

LUNES 4 DE MAYO FICHA 1

🇺🇸 LENGUA MATERNA. ESPAÑOL

SECUENCIA 12

DISEÑAR UNA CAMPAÑA PARA PREVENIR O RESOLVER UN PROBLEMA

Aprendizaje esperado: Diseñar una campaña para proponer soluciones a un problema

DIA 1

Actividad 1: Analiza la pág. 122 – 123 del libro de texto sesión 1 y 2 con la finalidad de conocer lo que se trabajara en esta secuencia, Complementa la información con el texto del anexo 1.

Actividad 2: analiza y elabora una lista de las problemáticas que están enfrentando la comunidad escolar o social en la actualidad, con la finalidad de poder proponer soluciones y crear conciencia de la solución por medio de una campaña, Para apoyarte puedes observar el audiovisual “campañas.

Actividad 3 con ayuda de un adulto elije una de las problemáticas establecidas con la finalidad de diseñar una campaña para resolver el problema elegido. “OJO: EL PROBLEMA DEBE SER ACTUAL”.

Puedes apoyarte de la tabla de la pág. 128 sesión 4 para el diseño de tu campaña.

Día 2

Actividad 4 PREPARA TUS RECURSOS PARA LA COMUNICACIÓN ESCRITA.

Puedes guiarte en los ejemplos que marca el libro de texto, lengua materna: español en la pág. 130 sesión 5. Y completa una tabla parecida a la que se encuentra en la pág. 132 ejercicio 2.

Actividad 5 Escribe en una cartulina, tríptico, video tu campaña y preséntalo a tu profesor. Posteriormente compártelo con tus amigos en algún lugar visible de tu comunidad (toma captura y envíala).

Producto: Cartel o Tríptico de la campaña realizada.

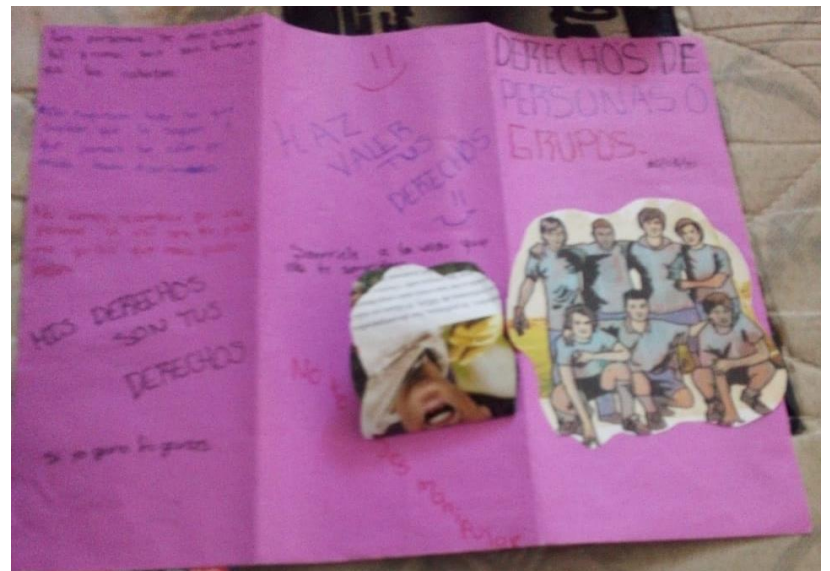
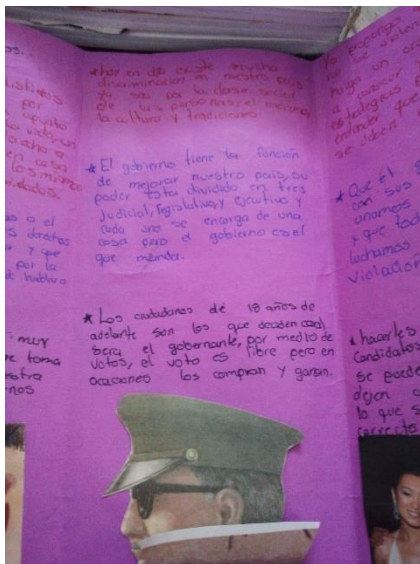
Recursos: audiovisual, libro de texto, marcador, revistas, pegamento, celular, cartulina,

hojas blancas, papel bond.

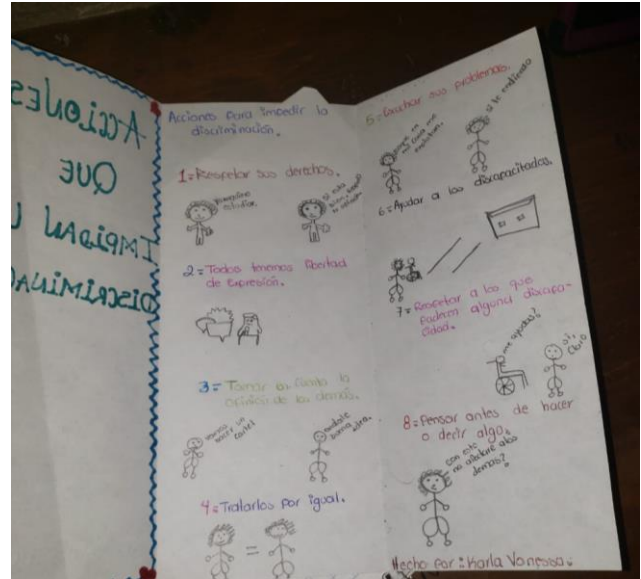
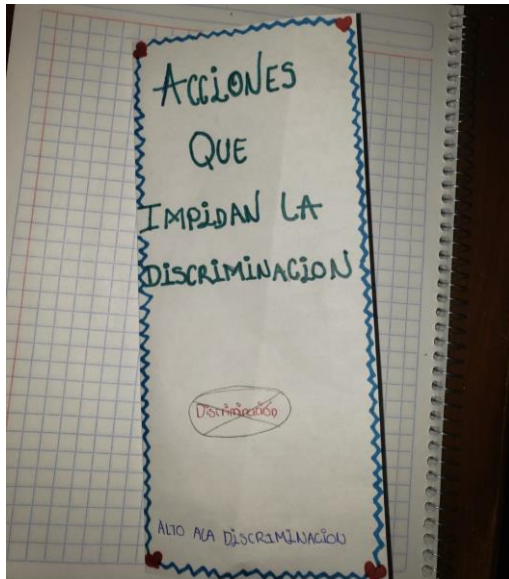
-Audiovisual enviado a los alumnos. "La campaña" por medio del grupo de WhatsApp.



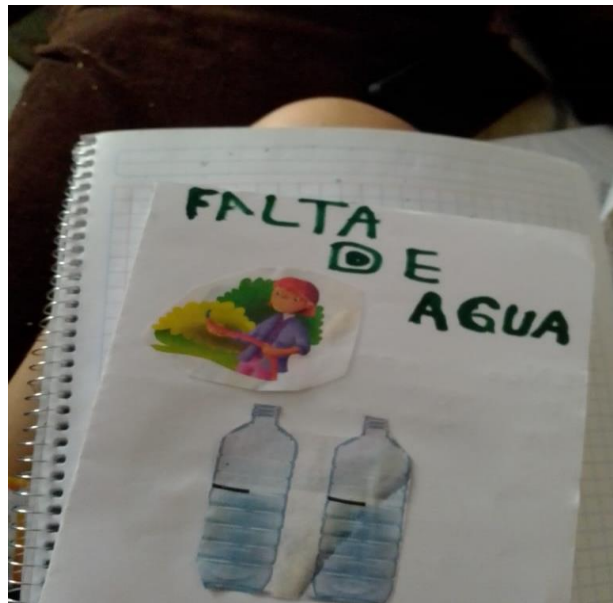
Folleto elaborado por la alumna Alma Gloria López Ortega. 2º



Folleto elaborado por: Peñalosa Tinoco Karla Vanessa 2º



Folleto elaborado por: Vilchiz Ortega Joana Yadira 2º



INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN
LISTA DE COTEJO CONTENIDO DE LA CAMPAÑA

Aspecto a revisar en los textos	Sí	No	Cómo lo pueden mejorar
Contenido del texto, según su tipo ¿Incluye la información necesaria para comunicar el mensaje propuesto?, ¿el mensaje es claro?			
Estructura y partes del texto ¿Tiene las partes necesarias de acuerdo con el tipo de texto? (Por ejemplo, si elaboraron una infografía, verifiquen que tenga apartados con distintos aspectos del tema).			
Presentación gráfica del texto, según su tipo ¿Tiene título, subtítulos, diferentes tipos de letra, viñetas? ¿Hay una relación clara entre texto e imagen?			
Recursos para persuadir ¿Da información objetiva con la intención de convencer? ¿Usa sentimientos y emociones para convencer?			
Recursos del lenguaje ¿Las metáforas textuales y visuales expresan en sentido figurado una relación de semejanza con otro elemento? ¿En la rima se usan palabras que tienen un sonido final semejante, lo que permite dar ritmo y musicalidad a las expresiones? ¿El lema es corto, logra sintetizar la idea y tiene elementos que permiten aprenderlo fácilmente?			

(SEP, 2019)

RÚBRICA PARA EVALUAR UN FOLLETO

CATEGORÍA	Excelente (4)	Bueno (3)	Suficiente (2)	Deficiente (1)
Organización y Atractivo	El tríptico tiene un formato muy atractivo y original, presenta información concreta relativa a las ideas principales del tema y éstas se encuentran muy bien organizadas. Muy buen uso de listados y viñetas.	El tríptico tiene un formato atractivo, presenta información concreta y bien organizada relativa a las ideas principales del tema. Emplea adecuadamente listados y viñetas	El tríptico ofrece información adecuada y concreta, en su mayor parte organizada y relacionada con el tema. Emplea listados y viñetas aunque no siempre de manera adecuada	El formato y la organización del material contenido en el tríptico, puede resultar confuso para el lector. No emplea listados ni viñetas para destacar lo más relevante de la información. Exceso de contenido textual o ausencia de información clave.
Precisión y pertinencia del contenido	El tríptico contiene toda la información requerida y ésta es precisa, pertinente y válida. Destaca las ideas principales e incluye información adicional importante.	El tríptico tiene toda la información requerida y ésta es en lo general apropiada y precisa. Destaca las ideas principales del tema.	El tríptico contiene sólo parte de la información requerida; destaca la mitad de las ideas principales del tema.	El tríptico contiene muy poca información requerida o ésta presenta inconsistencias y errores. Omite ideas principales que son importantes.

<p>Estilo y corrección en la escritura</p>	<p>Toda la información escrita muestra una sintaxis, ortografía y puntuación adecuadas. El vocabulario empleado y el estilo del texto resultan pertinentes (muy motivantes y significativos) para la audiencia a la que se dirige el tríptico</p>	<p>La mayor parte de la información escrita muestra una sintaxis, ortografía y puntuación adecuadas. El vocabulario empleado y el estilo del texto resultan en su mayoría pertinentes para la audiencia a la que se dirige el tríptico.</p>	<p>Por lo menos la mitad de la información escrita muestra una sintaxis, ortografía y puntuación adecuadas. Sólo en algunas secciones del tríptico se emplea un vocabulario y estilo apropiado a los destinatarios, o bien, no resulta claro quién puede ser la población-meta.</p>	<p>La información escrita muestra considerables errores de sintaxis, ortografía y puntuación. No hay claridad de quién es la audiencia-meta a la que se dirige el tríptico, por lo que no se identifica un vocabulario o estilo definido, o bien, se abusa de términos técnicos poco comprensibles al lector.</p>
<p>Gráficas e Imágenes</p>	<p>Se incluyen tres o más elementos gráficos o imágenes de calidad y pertinentes al texto del tríptico, que contribuyen significativamente a la comprensión del contenido, así como a realzar su atractivo y motivar al lector.</p>	<p>Se incluyen al menos dos elementos gráficos o imágenes de calidad y pertinentes al texto del tríptico, que contribuyen a la comprensión del contenido.</p>	<p>Se incluyen al menos dos elementos gráficos o imágenes, pero éstos no siempre son pertinentes al texto o no tienen la calidad o nitidez debida.</p>	<p>No se incluyen elementos gráficos o imágenes que apoyen la representación o comprensión del contenido del tríptico.</p>

	Excelente (4)	Bueno (3)	Suficiente (2)	Deficiente (1)
	Total 16	Total 12	Total 8	Total 4

Evaluación del folleto presentado				
Organización y Atractivo				
Precisión y pertinencia del contenido				
Estilo y corrección en la escritura				
Gráficas e Imágenes				
Subtotal de puntaje				
Puntaje total				

(google, s.f.)