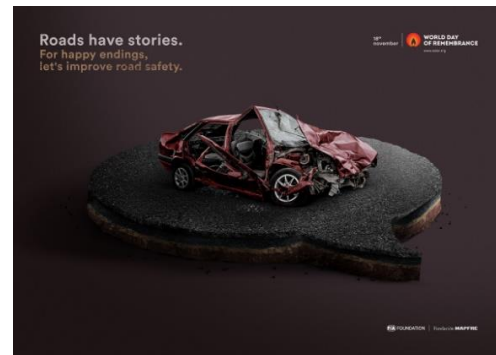


## Actividad de aprendizaje 5: A slogan for my campaign

### A. PRIMERA PARTE: Pre-viewing

- El docente presenta diversas imágenes relacionadas con campañas de apoyo a la comunidad y pregunta a los estudiantes:
  - What is the role of the images in these advertisements?*
  - What is the role of the text?*
  - What response from the audience is each ad trying to obtain?*
  - Are the ads persuasive? How?*
- Los estudiantes discuten en parejas y comparten las ideas con el docente.
- El docente consulta a los estudiantes si recuerdan algunos slogans en inglés y les pide que los comenten. Algunos estudiantes presentan slogans que conocen de productos o de servicios.



- El docente explica la importancia de un slogan dentro de una campaña publicitaria y señala: *A slogan is a creative phrase that summarizes the essence of a product, service or organization. Many slogans use sound devices such as simile, metaphor, repetition, alliteration or onomatopoeia to make the audience remember the message.*

<b>Onomatopoeia:</b> words whose sounds show their meaning.	<i>Splash! Pow! Punch! Gulp</i>
<b>Repetition:</b> repetition of certain words for effect	<i>I only want you to understand, I only want you to believe, I only want you to be free!</i>
<b>Hyperbole:</b> Exaggeration	<i>I almost died of the impression! This is the best ice cream in the world!</i>
<b>Alliteration:</b> repetition of initial sounds	<i>Kit-kat, misty mountain, forever free</i>
<b>Simile:</b> Comparison of two things using "like" or "as"	<i>My head is as round as the moon.</i>

<b>Metaphor:</b> <i>comparison in which something is said to be something else.</i>	<i>My head is the moon that watches you at night.</i>
---	---

**B. SEGUNDA PARTE: Viewing**

- El docente puede ejemplificar el uso de estos recursos en las imágenes de los avisos publicitarios. Como esto es algo visual, recurrir a: <https://prezi.com/j1a4nofvexyz/literary-devices-in-ads/>
- Los estudiantes, en grupos de a tres, realizan la siguiente actividad mientras el docente entrega la instrucción: *In your cell phones, find two slogans which advertise products, two which advertise services and two which advertise good social causes. Then, based on those slogans, complete the chart describing in a sentence the purpose, the rhetorical devices it uses and the level of effectiveness the slogan has.*

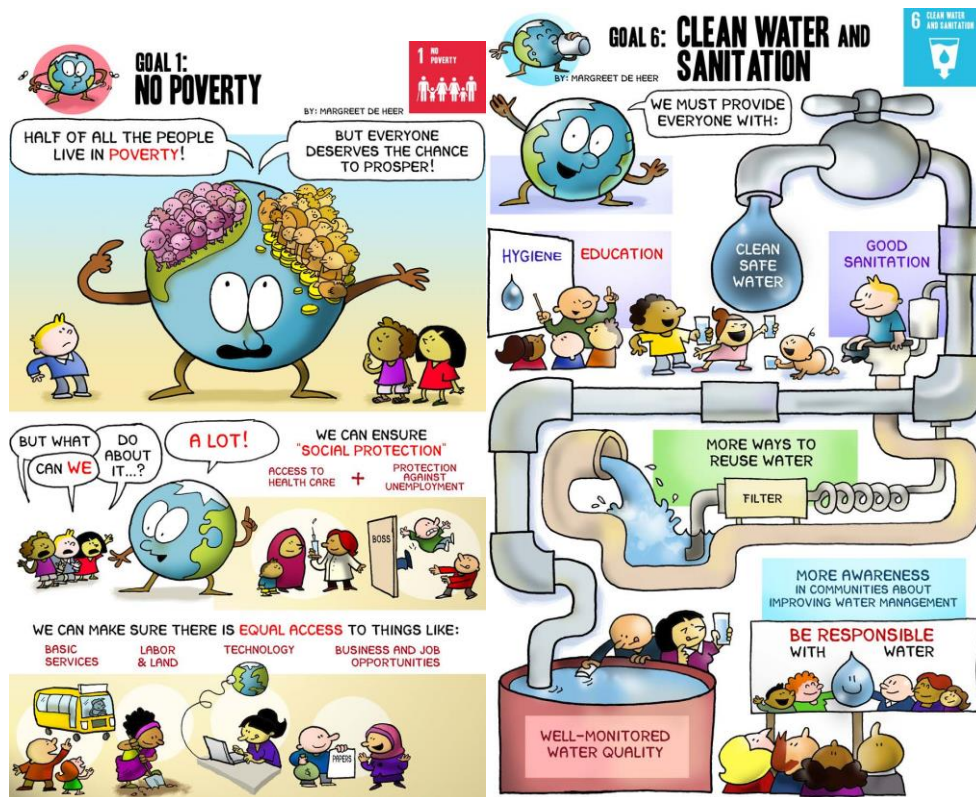
<i>Slogan (write it)</i>	<i>Purpose</i>	<i>Rhetorical devices</i>	<i>Effectiveness</i>

- El docente, a continuación, pide a los estudiantes aplicar los conceptos de Ethos, Logos y Pathos previamente estudiados en el análisis de uno de los *leaflets* de *Global Goals* que se presentan. Se muestra un modelo de escritura del análisis:

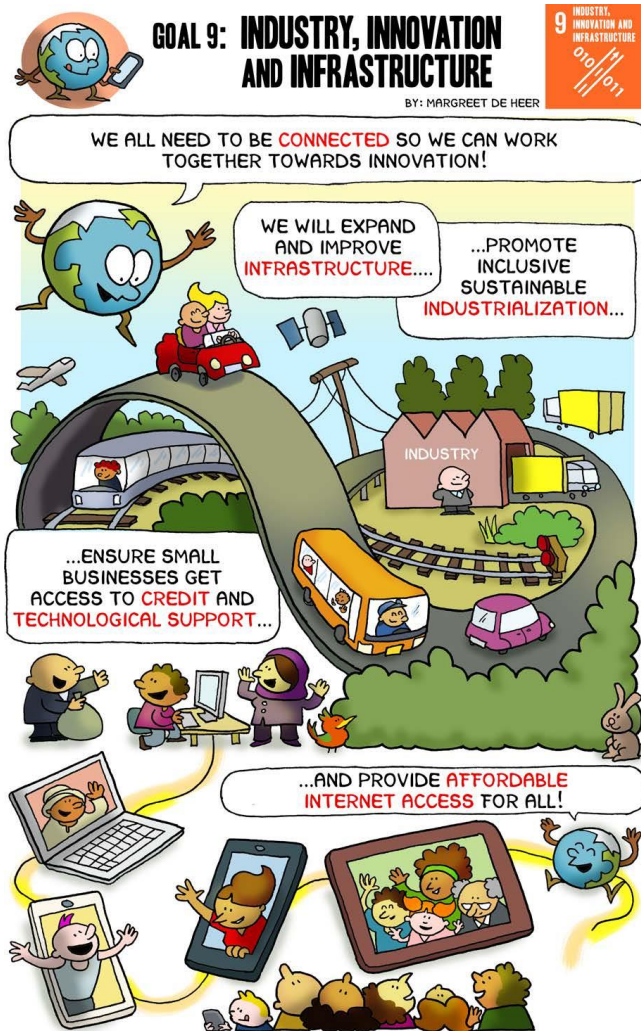
*Now look at these three leaflets about global goals, choose one and analyse it in terms of Ethos, Logos and Pathos. Remember to justify your views with reasons and examples.*

➤ *Use this example as a guide:*

Leaflet N°... appeals to pathos when it says.../when it shows... Regarding ethos, it is credible because when it says... it makes you believe that...



[http://cdn.worldslargestlesson.globalgoals.org/2016/05/A-To-Do-List-for-the-Planet\\_Page\\_02\\_Image\\_0001.jpg](http://cdn.worldslargestlesson.globalgoals.org/2016/05/A-To-Do-List-for-the-Planet_Page_02_Image_0001.jpg)

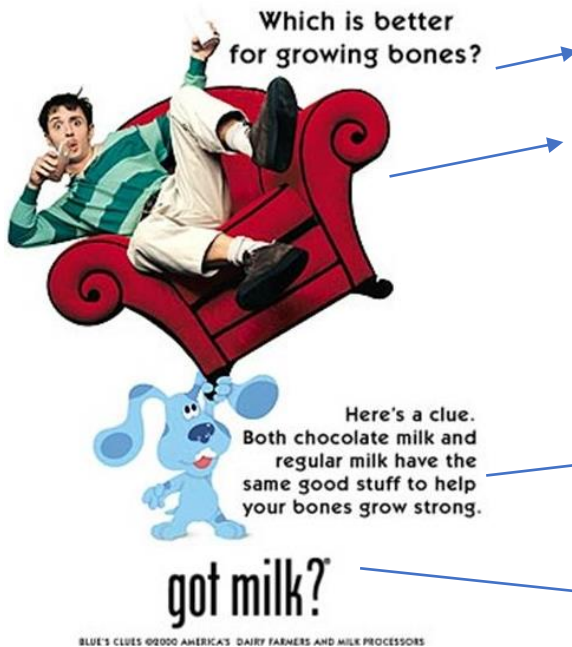


<https://www.yumpu.com/en/document/read/60062391/rise-of-the-plate-pioneerz-english>

- A continuación, con el propósito de corroborar la relación **imagen – lenguaje** en la publicidad, los estudiantes reciben un aviso publicitario impreso con la explicación de las partes que lo componen y desarrollan una actividad para aplicar todo lo visto y revisado.

Look at the following print ad and study the parts that compose it and what they mean. This will be useful for the final evaluation of the unit which will include the creation of an advertising campaign.

### PARTS OF A PRINT AD



1. **SUB HEADLINE** Used to break up text. Larger than copy letters. Set in bold or italic.

2. **ILLUSTRATION** The photographs or drawing used in a print advertisement.

3. **COPY/BODY** The selling message in a written advertisement.

4. **SIGNATURE** The distinctive identification symbol and/or slogan for a business.

### C. TERCERA PARTE: Actividad de aplicación

- Luego de revisadas las partes de una imagen publicitaria, el docente presenta el trabajo a realizar en grupos de tres y entrega las siguientes instrucciones:
  - a. *Create one slogan either for products, services or social issues for each of the three elements of the pyramid. Be creative!!*
  - b. *Now create the text of a print ad to advertise one of the following products or services:*
    - *Toothpaste*
    - *Soft drink*
    - *Insurance company*
- Los estudiantes presentan alguno de sus slogans a sus compañeros. Se seleccionan los más novedosos y se despliegan dentro de la sala de clases con el propósito de que haya una discusión sobre cuán atractivos y efectivos son, si es que son fáciles de recordar y qué elementos que conforman estos slogans contribuyen a su efectividad.

## D. CUARTA PARTE: Actividad adicional

### DESAFÍO

- Finalmente, con el objetivo de expresarse de manera oral, se extiende la actividad y, basado en las ideas del ejercicio anterior, se desarrolla un aviso publicitario por medio de una frase radial o un comercial. Esto se puede presentar mediante un podcast, grabación o en el celular. Los estudiantes, de esta manera, integran la práctica del inglés oral con la creatividad y sus conocimientos y dominio de herramientas digitales y de edición.

### RECURSOS Y SITIOS WEB

#### Sitios sugeridos para apoyar el trabajo de campañas publicitarias

<https://www.teachitenglish.co.uk/searchresults?keyword=advertising>

<https://www.pinterest.es/tzuniga/social-awareness-campaigns/>

<https://www.hongkiat.com/blog/creative-public-awareness-ads>

## ORIENTACIONES DE EVALUACIÓN FORMATIVA PARA LAS ACTIVIDADES 1, 2, 3, 4 y 5

- ¿Qué observar?

### Indicadores de evaluación:

- Comunican sus ideas, en forma oral y escrita, en contextos de especialidad seleccionando las estructuras adecuadas con el léxico preciso.
- Fundamentan sus posturas sobre los textos leídos o escuchados.

### Actitudes:

- Promover una conciencia reflexiva y ética con el uso de internet y sus aplicaciones.

### Consideraciones en la evaluación formativa

- Es importante que los estudiantes comprendan la estructura de un informe acerca de una problemática. Si es necesario reforzar, mostrar más ejemplos y pedir a los estudiantes identificar el propósito, lenguaje utilizado y estructura de este tipo de informes.
- Es vital también que los estudiantes afiancen los conceptos y técnicas utilizados en las campañas publicitarias, así como las partes que componen los distintos avisos impresos. Además, es necesario que los estudiantes comprendan bien que todo mensaje es construido por alguien con alguna intención, que el mensaje tiene un propósito el que se logrará apelando a una cierta audiencia elegida. Los estudiantes deben estar familiarizados con las técnicas del lenguaje retórico el que produce mensajes más originales y, por ende, con mayor recordación.

- Posibles adecuaciones de la actividad:

#### A. Reforzar procedimiento:

Para reforzar los conceptos de ethos, logos y pathos, los estudiantes pueden hacer el ejercicio **How Persuasive Can You Be?** y **Persuasive Techniques Review** que se encuentran en el anexo al final de este Programa.

**B. Mayor desafío:** Se sugiere, a modo de práctica, la creación de una mini campaña publicitaria en la que se incluya una frase radial o un comercial que promueva un producto o servicio para venderlo al público de forma convincente. Mientras un grupo presenta, el resto de la clase puede analizar la efectividad de la campaña usando el *chart* de análisis anteriormente utilizado.

También se pueden practicar los conceptos de ethos, logos y pathos, realizando los siguientes ejercicios de identificación:

<http://carlsonenglish2017.weebly.com/uploads/1/3/5/5/13550043/ethos-pathos-logos-worksheet.pdf>