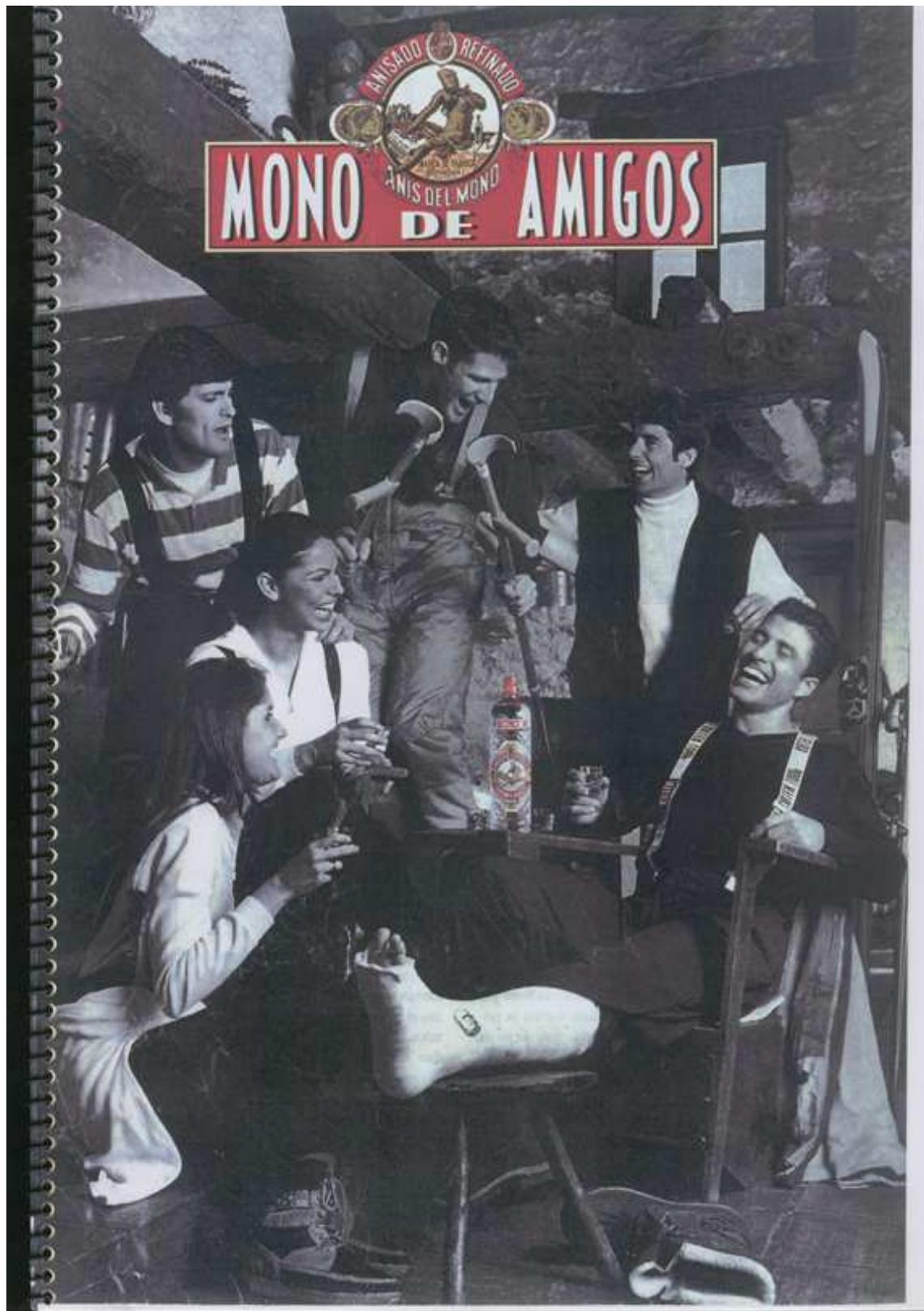


Tarea 2. Plan de mejora de las competencias lectoras en la ESO.

TEXTO.



ASIGNATURA	EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA
CURSO	3º E.S.O
CENTRO	I.E.S MENDILLORRI
DEPARTAMENTO	FILOSOFÍA
PROFESOR / A	Mª YOLANDA SALINAS Y AMAYA UHARTE
FUENTE	
AUTOR	
TÍTULO	MONO DE AMIGOS
EDITORIAL	
AÑO	2000
PÁGINA	
ISBN	
TIPOLOGÍA	
SOPORTE	Texto impreso
FORMATO	DISCONTINUO
TIPO	ANUNCIO PUBLICITARIO
USO	PÚBLICO
ESTRATEGIAS DE LECTURA	
ANTES DE LA LECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recordar el concepto de polisemia, detectar en el texto alguna palabra polisémicas y definir sus distintos significados. Explicar en qué consiste el alcoholismo y el síndrome de abstinencia. 2. Explicación de la importancia que para esta marca, líder en el mercado, siempre ha tenido la publicidad, desde sus comienzos con la polémica imagen del mono con la cara de Darwin. 3. Explicar a los alumnos dónde estaba ubicado el anuncio en la revista y el por qué de esa ubicación. Cómo explican los publicistas qué tendemos a leer en los anuncios, qué lugares son los idóneos para resaltar el objeto anunciado, el valor del eslogan en un anuncio...
DURANTE LA LECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comenzaremos el análisis con la descripción del soporte: una cabaña en la montaña, un grupo de amigos en alegre conversación, una lesión esquiendo, la escayola y otra vez el dibujo de Darwin, vestimenta deportiva, risas... Señalaremos también cómo el objeto anunciado ocupa el lugar central del grupo de amigos de un modo llamativo. 2. Comentario entre todos los alumnos de lo que cuenta la imagen, resaltando las ideas más importantes que vayan apareciendo.
DESPUÉS DE LA LECTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Preparación entre todos de un pequeño diálogo que seis alumnos representarán reproduciendo la escena. 2. Señalar el objeto anunciado, definirlo y elaborar entre todos un esquema en la pizarra (sol conceptual) en el que el centro sea el objeto anunciado y establezca

	<p>relaciones con el resto de conceptos abstractos que aparecen asociados a este objeto (amistad, alegría, belleza, deporte, juventud, comunicación...) desenmascarando así las falsas relaciones que se pretenden establecer entre un licor de alta gradación y conceptos altamente valorados en nuestra sociedad.</p> <p>3. Explicar la importancia de la publicidad en la sociedad de consumo, las falsas necesidades y los peligros del consumismo haciendo hincapié en la ilusoria sensación de felicidad, el deterioro del planeta y la explotación de países empobrecidos.</p>	
PROCESOS LECTORES		
RECUPERAR - OBTENER INFORMACIÓN	1.	¿Qué dibujo se repite en el anuncio?
	Respuesta	<i>La misma cara (la de Darwin) aparece, arriba, en la botella y en la escayola de la pierna del herido.</i>
	2.	Identifica qué elementos de la imagen nos indican la cercanía de lo sucedido o narrado y por ende la inmediatez de los amigos en acompañar al herido.
	Respuesta	<i>Los protagonistas están todavía en el refugio de montaña, con la ropa de esquiar, incluso el lesionado; están presentes los esquís y la bota recién quitada del esquiador herido.</i>
COMPRENSIÓN GLOBAL	1.	<p>¿Cuál te parece el eslogan más adecuado a este anuncio?</p> <p>a) Si te caes... ¡Nada como anís el Mono!</p> <p>b) Lo importante no es caerse, sino saber levantarse.</p> <p>c) Anís el mono, el apoyo de los amigos.</p> <p>d) Para quitar el frío... un buen anís</p>
	Respuesta	<i>c) Anís el mono, el apoyo de los amigos.</i>
	2.	Con independencia del objeto anunciado, ¿qué mensaje nos quiere transmitir esta imagen?
	Respuesta	<i>Los amigos están cuando los necesitamos, en los momentos difíciles y hacen que las penas se tornen alegrías.</i>

INTERPRETACIÓN INFERENCIAS	1.	¿Qué conclusión se puede deducir de esta imagen? Elige la más adecuada:
	Respuesta	<p>a) <i>El alcohol ayuda en los malos momentos.</i></p> <p>b) <i>Los amigos han regalado una botella de anís al amigo que ha sufrido un accidente para que no esté triste.</i></p> <p>c) <i>Aunque se tengan problemas, con amigos y un “chupito” se puede estar alegre.</i></p> <p>d) <i>También en las desgracias podemos ser apreciados.</i></p>
	2.	A partir del eslogan: mono de amigos, deduce la relación del eslogan con la escena.
	Respuesta	<i>Cuando se añora a los amigos, se los necesita (mono de amigos), ahí están compartiendo una botella de anís. El anís es el reclamo que hace que los amigos estén inmediatamente a nuestro alrededor cuando los necesitamos. La necesidad queda satisfecha por el anís, el síndrome de abstinencia (mono) desaparece con el consumo.</i>
VALORACIÓN - REFLEXIÓN FORMA	1.	Explica cómo y para qué ha utilizado los colores el autor del anuncio.
	Respuesta	<i>El soporte en blanco y negro y el eslogan y el objeto anunciado en color, destaca el color rojo. El color rojo resalta especialmente en el blanco y negro resaltando así el objeto anunciado, que además ocupa el centro de la escena, la marca (el mono), y la amistad (de amigos), valor con el que se quiere relacionar este licor.</i>
	2.	Para destacar el objetivo del anuncio, ¿dónde han colocado lo anunciado?, ¿qué forma geométrica conforman los personajes?
Respuesta	<i>El eslogan, la marca, su anagrama y el dibujo de la escayola están en medio del anuncio. Todos los jóvenes forman un círculo alrededor de la botella.</i>	

VALORACIÓN - REFLEXIÓN CONTENIDO	1.	Explica las falsas ideas que el anuncio transmite en torno al “mono”: compañerismo y práctica de deportes de riesgo, en relación con el consumo de alcohol.
	Respuesta	<i>El consumo de alcohol puede llevarnos al alcoholismo y el alcoholismo es una enfermedad que obliga a consumir. No consumirlo lleva al enfermo al síndrome de abstinencia (mono), que precisamente no se caracteriza por ser placentero y puede llevar también a la pérdida de los amigos, al desarrollo de conductas agresivas y, por supuesto, la práctica de un deporte de riesgo no es en absoluto recomendable. De modo que el consumo de alcohol dificulta enormemente las relaciones de compañerismo, impide la práctica de un deporte de riesgo y no consumirlo cuando se es alcohólico provoca síndrome de abstinencia.</i>
	2.	Si comparásemos este anuncio con los que se hacen actualmente sobre bebidas alcohólicas. ¿Le faltaría algo? ¿Sería hoy admisible? Razona tu respuesta.
	Respuesta	<i>Este anuncio no sería hoy admisible porque no cumple la ley:</i> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Obligación de mencionar la adicción que puede crear en letras grandes y claras, al igual que la gradación alcohólica de la bebida.</i> – <i>Inclusión en el anuncio de alguna de las posibles consecuencias del consumo (igual que se hace con el tabaco).</i> – <i>Mencionar que la venta a menores está penada por la ley y la prohibición de éstos de consumirlo.</i>
PUESTA EN PRÁCTICA - OBSERVACIONES		