



COLEGIO PABLO GARRIDO VARGAS
Formando líderes sin distinción

GUÍA DE APRENDIZAJE
“LENGUA Y LITERATURA”

NOMBRE:		FECHA: Semana 21 24-28 agosto 2020.	CURSO: Séptimo Año Básico.
OA 9 Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando: Los propósitos explícitos e implícitos del texto. Una distinción entre los hechos y las opiniones expresadas. Presencia de estereotipos y prejuicios. El análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos. Los efectos que puede tener la información divulgada en los hombres o las mujeres aludidos en el texto.	Unidad 7	Habilidades a desarrollar:	Analizar Evaluar Análisis Interpretar
	Medios de comunicación		
Objetivo de clase:			
<ul style="list-style-type: none"> Reconocer el afiche como medio publicitario. 			
Indicadores			
<ul style="list-style-type: none"> Identifican cuáles son los propósitos que un autor hace explícitos en un texto. Mencionan cuáles son los propósitos implícitos de un texto, argumentando a partir de elementos del mismo. Identifican estereotipos y prejuicios en la obra y los describen. Explican la información que aporta un elemento gráfico del texto. Explican qué información de un texto perjudica o beneficia a las personas a las que alude. 			
Instrucciones de la Actividad:			
<ul style="list-style-type: none"> Resolver actividades propuestos por el profesor en esta guía. Apóyate en tu texto pág.157-160 para alumnos con texto En una página de Word escribir el desarrollo de esta guía y enviársela al correo de la profesora. Tienes hasta el viernes 28 agosto para desarrollar tú guía. No olvides que cualquier consulta se debe hacer al correo. Utiliza el video de apoyo que se presenta a continuación. 			
Sitio web recomendado:			
<ul style="list-style-type: none"> https://institutonacional.cl/wp-content/uploads/2019/11/7-Lenguaje-Gu%C3%ADa-La-Publicidad-Unidad-4.pdf http://www.icarito.cl/2010/04/51-8789-9-afiche.shtml/ https://www.facebook.com/watch/?v=244502053577191 https://www.youtube.com/watch?v=hpcpbTQmiDs 			
Estrategias Conectividad Remotas:			
<ul style="list-style-type: none"> Conexión Vía Whasap : +56 9 5636 7087 			
Docente:		Correo:	Horario de Consultas: 8:30 a 17:00 horas.
<ul style="list-style-type: none"> Patricia Silva M. Paula Sandoval A. 		<ul style="list-style-type: none"> patricia.silva@colegio-pablogarrido.cl paula.aliaga@colegio-pablogarrido.cl 	



Estimados alumnos, seguiremos avanzando para el logro de tus aprendizajes.

*En esta clase aprenderás a **analizar y evaluar textos** de los **medios de comunicación**, interpretando textos e imágenes y los efectos que estos tienen sobre el lector.*

*Para cumplir con este propósito trabajarás con la página de tu libro de lenguaje **157-160** para aquellos alumnos que tienen su texto.*



🚦 **Lee, piensa y responde:**

- ¿**Qué** es publicidad?
- ¿**Para qué** se utiliza?

La publicidad tiene como objetivo ofrecer un servicio o vender un producto, es decir, su propósito comunicativo es convencer o persuadir al receptor para adquirir aquello que se promociona.

El mensaje publicitario recibe el nombre de anuncio y se transmite principalmente por los medios masivos de comunicación. No obstante, también ocupa un lugar importante en la vía pública y en otros espacios comunes. Por ejemplo, en el transporte colectivo.



Sobre la publicidad, Begoña Gómez (2017) señala: «La publicidad convierte el producto-objeto en producto-signo, es decir, que el consumidor compra no por lo que es en sí el producto, sino por lo que representa. No compramos un vehículo para ir de un sitio a otro: compramos estatus y clase social; no compramos una camiseta o vestido, compramos diseño y modernidad; no compramos una fragancia para oler bien, compramos seducción y belleza, y nos presenta ese mensaje en ocasiones de una forma brillante y extraordinaria».

Según esta cita (recuerda que las citas son textuales y están entre comillas) ¿ustedes están de acuerdo con estas afirmaciones y por qué?



🚦 **Recordemos:**

Los medios de comunicación son canales e instrumentos para informar y comunicar a la sociedad actual acerca de hechos o acontecimientos que suceden.

Los medios de comunicación se clasifican en las siguientes categorías:

Audiovisuales: Pueden ser escuchados y vistos al mismo tiempo. Los soportes que utilizan emiten imágenes y sonido cuyo objetivo final es transmitir información.

Radiofónicos: Se emiten exclusivamente bajo formato sonoro.

Impresos: Dentro de esta categoría se encuentran las revistas, periódicos, folletos y todos aquellos formatos que están realizados en papel.

Digitales: Surgen en la década de los 80 con el nombre de nuevas tecnologías. Internet



1. **Piensa** en lo que sabes.

- ¿**Qué propósito** tiene un afiche publicitario?
- ¿**Qué** afiches publicitarios **recuerdas**?
- ¿**Qué** te llamó la **atención** de ellos?



"EL AFICHE"



El afiche: Es un texto por medio del cual se difunde un mensaje con intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en algo o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector de algo determinado.

Se caracteriza por que puede ser leído rápidamente capturando la atención del lector. Es capaz de cumplir varias funciones logrando, a través de él, interactuar y comunicarnos con el exterior.

Características de un afiche

El afiche posee tres elementos importantes:

-**Imagen y/o gráfica:** todo afiche requiere de una imagen (ilustración, dibujo) que ayudará a enfatizar el propósito del afiche.

-**El Slogan** (frase breve), es fundamental ya que por medio de él se entrega el mensaje.

-**Datos del producto** promocionado o de la invitación que se hace.

Recordemos:

Antes de trabajar recuerda los siguientes pasos que pueden ayudarte al desarrollo de la actividad.

SOPORTE PEDAGÓGICO



COMUNICACIÓN PROCESOS DIDÁCTICOS

1

COMPETENCIA PRODUCCIÓN DE TEXTOS ESCRITOS

PLANIFICACIÓN

Propósito, el destinatario y el texto que se escribirá; su producto es el plan de escritura.

TEXTUALIZACIÓN

Es la escritura propiamente, en el cual las ideas se desarrollan en torno al plan de escritura.

REVISIÓN

Se considera la reescritura, la edición y publicación.

¿Cómo crear un afiche?

Desde el punto de vista del **slogan**

- Debes ser lo más directo posible, utilizando un **lenguaje sencillo**, para que sea fácil de **recordar**.
- El texto debe ser **breve**.
- Debes ser capaz de **jerarquizar** la información, es decir, organizarla por **orden de importancia** sintetizando las ideas.

Desde el punto de vista gráfico, **estético o de imagen**

- **Utiliza** un espacio de gran formato.
- Busca formas gráficas y tipográficas atractivas, llamativas, por ejemplo; diferentes tipos letras.
- Puedes utilizar técnicas manuales o de artes plásticas.

2. Lee la definición de “**publicidad**” y “**afiche**” (**página 157**) y responde, reflexionando sobre tu realidad:

- ¿**Quiénes** son los emisores de los afiches que acostumbras a ver?
- ¿**Cuál** es su propósito?
- ¿**Cuál** es el posible destinatario?



3-Observa los afiches 1, 2 y 3 de la página 158 detenidamente y luego responde en tu cuaderno:

- Cuándo ves un afiche, ¿en qué elementos centras la **atención**? ¿**Por qué**?
- ¿**Cuáles** de estos afiches son **antiguos**?, ¿cuáles son actuales? ¿**Cómo** lo sabes?

c. En el **primer afiche 1**:

- ¿**Qué** promociona la marca «Rita»?
- ¿Qué **asociación** puedes hacer entre la marca y el producto?
- ¿**Por qué** en el primer afiche aparece una mujer?
- ¿**Por qué** se plantea que la amistad incondicional con la mujer es una lavadora?
- ¿**Qué pasaría** si el **personaje** del afiche fuera un hombre o un adolescente?, ¿el eslogan sería el mismo?

f. ¿Qué **necesidades** cubren los productos ofrecidos en los afiches **2 y 3**?



4- Revisa tu **comprensión**

1. Responde en tu cuaderno:

a. ¿Qué **producto** promociona cada uno de los afiches?

b. ¿Qué **característica** del producto se destaca en cada afiche? *Construye el sentido del texto.*

2. **Analiza** los elementos gráficos y verbales de los afiches. ¿A **qué** público va **dirigido** cada uno? *Menciona en qué basas tu respuesta.*

3. ¿Qué imagen de la mujer se **representa** en los afiches **1 y 4**? **Explica** por qué en la **actualidad** esa visión resulta cuestionable.

4. La agencia de publicidad que creó, en la década de 1940, los afiches 1 y 4 quiere **actualizar** la forma de promover esos productos. Te llaman y te preguntan cómo pueden hacerlo, ¿qué **ideas** les darías?

5- **Reflexiona:**

¿En qué sentido la publicidad es un **tipo de texto** que puede hablarnos sobre la sociedad del presente y del pasado?, ¿por qué?

Estereotipos y prejuicios en la publicidad

El uso de **estereotipos** es un recurso habitual en la publicidad. Los estereotipos corresponden a una imagen o representación simplificada de un grupo de personas con ciertas características en común.

Un aspecto problemático de los estereotipos es que transmiten una visión reducida de la realidad, ya que le otorgan a un conjunto de individuos ciertos rasgos que no necesariamente los caracterizan a todos. Esto sucede porque los estereotipos se basan en **prejuicios**, opiniones previas y generalmente negativas que se tienen acerca de algo que no se conoce bien.

Según el tipo de prejuicio que predomina, es posible reconocer al menos cuatro clases de estereotipos:



Étnico: se asocia con una serie de rasgos positivos o negativos de la apariencia física de una persona. Por ejemplo, según los patrones de belleza occidentales, se considera que las personas rubias, con ojos de color azul o verde son más bellas que las morenas.

Etario: dependiendo de su edad, se les atribuyen ciertas características a las personas. Por ejemplo, los jóvenes son considerados alegres, despreocupados y bellos, mientras que a los adultos se les muestra enfocados en su trabajo y preocupados de mantener a su familia.



De género: tiene que ver con los roles que se les asignan a lo femenino y a lo masculino. Por ejemplo, la mujer es vista como la dueña de casa, madre, sensible y siempre bella. En el caso del hombre, aparece en el papel del proveedor, profesional e inteligente.

Económico: se relaciona con el nivel de ingreso económico. Generalmente a las personas de escasos ingresos se les considera incultas y vulnerables y, a las con altos ingresos, como cultas, exitosas y agraciadas.



6- Vuelve a **analizar** los afiches de las páginas **157 y 158**.

- ¿Qué otros **prejuicios** puedes **reconocer**?



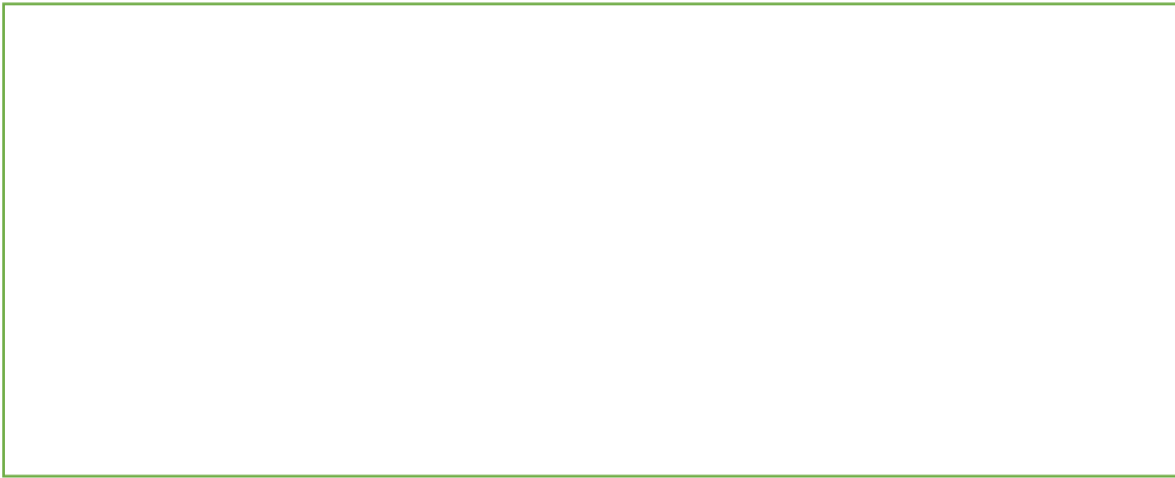
TICKET DE SALIDA

Nombre

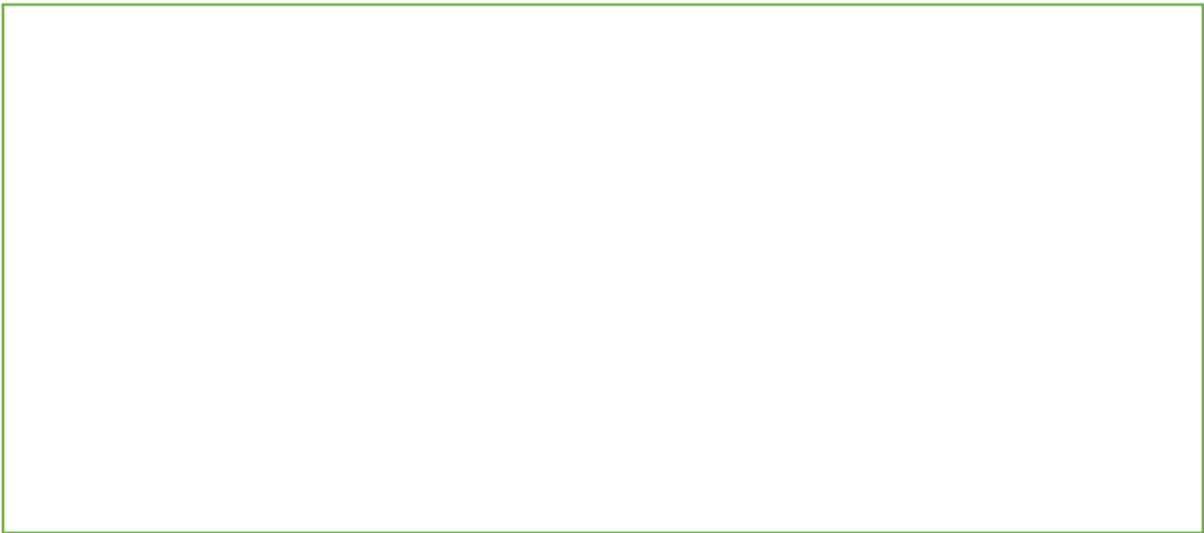
¿Qué **características** debe tener un afiche para **beneficiar** a las personas que publicitan?



Nombra los **propósitos** que el autor usa en **forma explícita e implícita** en sus afiches



¿Cuál es la **función** del elemento gráfico?



Solucionario semana 20

1. El estudiante recuerda la estructura de la décima y algunos contenidos importantes de métrica.

Actividad 1

1. Lectura de una décima.
2. Respuestas:
 - a. 10 versos.
 - b. 8 sílabas métricas.
 - c. Rima consonante.
 - d. ABBAACCCDDC.
3. El estudiante escoge el tema para escribir su décima.
4. Escritura de la décima, según la siguiente tabla.

Indicadores de evaluación	Nivel 3 logrado	Nivel 2 En proceso	Nivel 1 por lograr
Estructura formal	El poema tiene las características de la décima, pero presenta un máximo de tres errores en la composición de la rima.	El poema tiene las características de la décima, pero hay más de 3 errores en la composición de la rima	No sigue la estructura formal de la décima.
Lenguaje Poético.	Utiliza el lenguaje poético e incorpora algunas figuras literarias y/o recursos poéticos como la sinalefa o la rima (al menos tres).	Utiliza el lenguaje poético, pero solo se identifican dos figuras literarias o sinalefas.	No se identifica el uso de lenguaje poético.
Tema	Compone un poema en décimas sobre hechos de actualidad y de interés popular, pero la información es escasa.	Compone un poema que toca temas de actualidad, pero no se apoya en información investigada en la prensa	No se rige por el tema propuesto.
Presentación del poema	Recita o canta su poema con adecuadamente, manteniendo el ritmo, pero no incorpora gestos.	Recita o canta su poema, pero sus gestos, modulación y pronunciación denotan timidez y/o poca preparación.	Lee el poema sin expresividad.