



COLEGIO PABLO GARRIDO VARGAS

Formando líderes sin distinción

**GUÍA DE APRENDIZAJE
“LENGUA Y LITERATURA”**

| | | | |
|--|--|--|------------------------------|
| NOMBRE: | | FECHA: Semana 22 31-4 Septiembre 2020. | CURSO: Octavo Año Básico. |
| OA10. 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 expresados. --Presencia de estereotipos y prejuicios. --La suficiencia de información entregada. --El análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos. -- Similitudes y diferencias en la forma en que distintas fuentes presentan un mismo hecho. | Unidad 7 | Habilidades a desarrollar: | Analizar Evaluar |
| | . Reflexionar y hacer una lectura analítica y crítica de textos de los medios de comunicación, tanto orales como escritos. | | |
| Objetivo de clase: <ul style="list-style-type: none">• Analizar un anuncio publicitario. | | | |
| Indicadores de Evaluación: <ul style="list-style-type: none">• Identifican cuáles son los propósitos que un autor hace explícitos en un texto.• Identifican estereotipos y prejuicios en la obra y expresan su postura sobre el uso que se hace de ellos.• Señalan si la información entregada por el texto es suficiente para poder adoptar responsablemente una postura frente al tema abordado; en caso de que no sea así, indican qué información adicional requieren. | | | |
| Instrucciones de la Actividad: <ul style="list-style-type: none">• Resolver actividades propuestos por el profesor en esta guía. Apóyate en tu texto, páginas 168-169• Tienes hasta el viernes 04 Septiembre 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: https://conceptodefinicion.de/anuncio-publicitario/ Conectores codesin https://www.youtube.com/watch?v=0yK64bAjrOw | | | |
| Docente: Patricia Silva M. | Correo: patricia.silva@colegio-pablogarrido.cl | Horario de Consultas: 8:30 a 17:00 horas | |

Estimados alumnos, en esta clase aprenderás a analizar un anuncio publicitario, presentando tus hallazgos a través de la redacción de un informe.

Para cumplir con este propósito trabajarás con el texto en las páginas 168-169 de tu libro de estudio, aquellos alumnos que lo tienen.

Comencemos recordando, lo de años anteriormente, responde en tu cuaderno:

¿Qué son los conectores? ¿Qué tipos conoces?

Qué es un Anuncio publicitario:

Se conoce como anuncio publicitario a todo aquel mensaje que da a conocer, que difunde o promociona un producto, servicio o evento determinado.

Los anuncios publicitarios pueden ser de dos tipos fundamentalmente, según su finalidad:

Comercial, cuando su objetivo principal es mover al público a comprar o consumir cierto producto o servicio; es una de las herramientas claves de la mercadotecnia para potenciar las ventas y promover la imagen de una marca.

No comercial, cuando se enfoca principalmente en difundir o comunicar un mensaje: hacer un servicio público, promover la imagen de instituciones o fundaciones, o hacer propaganda política, entre otras cosas.

El anuncio publicitario se caracteriza por buscar siempre ser atractivo y convincente, y captar el interés del público al que va dirigido, para que tenga un efecto eficaz en su comunicación.

Los anuncios publicitarios aparecen, por lo general, en los medios de comunicación como la radio, la prensa o la televisión; en internet, dentro de páginas web, en banners y en redes sociales, o en vallas publicitarias en la vía pública.

El anuncio publicitario es la más importante fuente de ingresos de los medios de comunicación.

Conectores del discurso

Lenguaje
Y OTRAS LUCES

Sirven para...

| | | | |
|--|--|--|---|
| ORDENAR EL DISCURSO Antes de nada En primer lugar En segundo lugar En último lugar Por un lado/otro lado Por último Para empezar A continuación Primero/después/luego Finalmente Para terminar | INTRODUCIR UN TEMA En cuanto a Con relación a Con respecto a Por otra parte En relación con Por lo que se refiere a Acerca de | AÑADIR IDEAS Además Asimismo También Igualmente Al mismo tiempo Por otro lado Por otra parte Así pues | ACLARAR O EXPLICAR Es decir O sea Esto es En efecto Conviene subrayar Dicho de otra manera En otras palabras Con esto quiero decir |
| EJEMPLIFICAR Por ejemplo Concretamente En concreto En particular Pongamos por caso | INTRODUCIR UNA OPINIÓN PERSONAL Para mí En mi opinión Yo creo que A mi entender/parecer A mi juicio Según mi punto de vista Personalmente Considero que | INDICAR HIPÓTESIS Es posible Es probable Probablemente Posiblemente A lo mejor Quizá(s) Tal vez | INDICAR OPOSICIÓN O CONTRASTE Pero Por el contrario Aunque Sin embargo A pesar de No obstante En cambio Al contrario |
| INDICAR CONSECUENCIA Por esto Por tanto En consecuencia Por consiguiente Como resultado Por lo cual De modo/manera que De ahí que | INDICAR CAUSA Porque Ya que Como Puesto/dado que A causa de Debido a Visto que | RESUMIR En resumen En pocas palabras Para resumir En suma Globalmente En definitiva | CONCLUIR O TERMINAR En conclusión Para finalizar Para terminar Para concluir Por último En definitiva En resumen |

Actividad 1

TÚ ESCRIBES: ANALIZA – ESCRIBE EL INFORME

1-Escoge un anuncio publicitario actual para analizar y elaborar un informe, es decir, un texto expositivo en el que se describas ordenadamente las características y circunstancias de un asunto, con un enfoque objetivo y empleando un lenguaje preciso y directo.

Para escogerlo, puedes buscar en diarios, revistas, televisión o internet.

2- Una vez escogido el anuncio, desarrolla tu análisis en tu cuaderno, identificando los siguientes puntos: (página 168):

- Tipo de anuncio (gráfico, audiovisual o radial).
- Medio de difusión (televisión, internet, redes sociales, radio u otro).
- Producto y marca.
- Recursos verbales (eslogan y otros textos que se incluyan).
- Recursos visuales (elaboren una breve descripción).
- Recursos sonoros (elaboren una breve descripción)

3. Revisa el afiche con una mirada crítica. Comenta y registra en tu cuaderno cada uno de los puntos que te presentamos a continuación:

| | |
|------------------------------|--|
| Receptor o público objetivo. | Identifiquen quién es el posible consumidor y descríbanlo brevemente. Ejemplo: adultos que tienen mascota |
| Recursos persuasivos | ¿Qué promete el anuncio y mediante qué recursos? ejemplo: si usas estos lentes tendrás descuento (texto informativo) y estarás en onda |
| Prejuicios o estereotipos | Describan los prejuicios o estereotipos que reconozcan. ejemplo: Las abuelas se presentan como algo indeseable |
| Visión de la sociedad | ¿Qué valores, situaciones o actitudes aparecen como positivas o negativas? Ejemplo: Se valora el amor de los perros, se rechaza que los perros huelan mal. |
| Apreciación del grupo | Comenten y resuman si están de acuerdo con los valores o visión de la sociedad que se presenta y si observan prejuicios o estereotipo |

4. Escribe el borrador de tu informe considerando:

Debe cumplir con las siguientes características:

- Entregar la información ordenadamente, aportando una idea por párrafo.
- Ser objetivo; los comentarios deben apoyarse en evidencia.
- Emplear un lenguaje preciso, sin ambigüedades ni errores. Si tienen dudas de vocabulario cotejen en el diccionario.
- Incluir imágenes que ayuden a clarificar algunos aspectos.

5. Ordenen las ideas y redacten el informe. Sigán el modelo:

TÍTULO

Introducción → Introducción: propósito del informe y breve justificación del tema escogido.

Desarrollo → Desarrollo: exposición clara y ordenada del análisis, de acuerdo con el trabajo efectuado. Uso de párrafos no muy extensos y subtítulos que separen la información. Se incluyen imágenes de apoyo.

1. Subtítulo

2. Subtítulo

Conclusión → Conclusión: aspectos destacados del análisis y apreciación del grupo.

6- Releer y corregir

Para ello guíate por las siguientes preguntas:

¿Se distinguen la introducción, el desarrollo y la conclusión?

¿Cada párrafo desarrolla una idea clara y comprensible?

¿Los párrafos se relacionan en forma ordenada y coherente?

¿Se emplean conectores para relacionar las ideas?

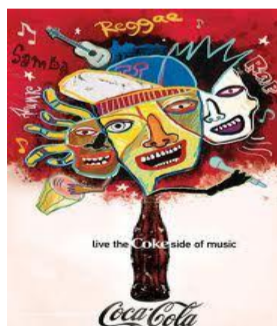
¿Se incluyen imágenes que apoyen el análisis?

TICKET DE SALIDA

NOMBRE. _____

¿Qué promueve el anuncio publicitario y el propagandístico?

Marca el afiche propagandístico con una P y el publicitario con un ojo (👁️), elige uno y analízalo, escribe sus características según lo visto en la guía de hoy



Solucionario semana 21

1. El estudiante activa sus conocimientos sobre textos publicitarios.

Actividad 1

1.

a) El estudiante debe recordar algún anuncio que le haya provocado alguna emoción y entender por qué ocurrió esto.

b) EL estudiante debe reflexionar sobre el objetivo de la publicidad y para qué se provocan emociones.

2- Respuestas:

a) Respuesta abierta: el estudiante expresa lo que a él le llamó más la atención. La justificación debe ser personal y buscar argumentos como imágenes o colores, también puede ser que se sienta identificado o apele a sus expectativas.

b) El estudiante debe reflexionar sobre los hechos indeseables: en el afiche 1, el perro con mal aliento y en el afiche 2 la abuelita, como alguien poco atractiva para ver cuando entregue una pizza. Debe determinar que el segundo afiche es discriminador, pues muestra la vejez como algo indeseable

c) Con el uso de la imagen, que refleja el mal aliento del perro en la expresión de la mujer.

d) Intenta persuadir relacionando el sabor de la pizza con la imagen familiar de la abuela, apelando así a los recuerdos y sabores conocidos.

e) El anuncio 3 usa la personificación del perro con anteojos para provocar humor. En el aviso 4 se usa el recurso del sarcasmo, pues burlándose de lo imposible que puede ser para alguien con acné ser deseado por otra persona, busca provocar humor. El estudiante debe determinar la efectividad para persuadir al público a través de las emociones que provocan.

Reflexión

Respuesta subjetiva.

La imagen del primer anuncio muestra la convivencia de una mujer con su perro y cómo esta se ve afectada por el mal aliento del animal.

Primero, el estudiante debe identificar el eslogan «La pizza de la abuela, pero sin la abuela». De acuerdo con él, el producto que se ofrece es una pizza tan rica como la que hace (o hacía) la abuela, pero sin tener que verla a ella, prescindiendo de su presencia.

La imagen del anuncio 3 reproduce el eslogan «irresistible para todos» de manera casi literal, demostrando que incluso un perrito estaría deseoso de usar los lentes de esta óptica.

Se espera que los estudiantes compartan sus conclusiones respecto a los recursos utilizados en cada anuncio:

- Anuncio 1: exageración.
- Anuncio 2: comparación, ironía.
- Anuncio 3: personificación.
- Anuncio 4: ironía o burla.