



COLEGIO PABLO GARRIDO VARGAS

Formando líderes sin distinción

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

NOMBRE:		FECHA: Semana 23 7-11 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 Reconocer Interpretar Crear
	Medios de comunicación.		
Objetivo de clase: <ul style="list-style-type: none">• Analizar un texto publicitario.			
Indicadores de Evaluación: <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 que probablemente tiene un texto, argumentando a partir de elementos del mismo.• Explican por qué una información presente en el texto corresponde a un hecho o una opinión.• 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.• Explican las similitudes y diferencias que hay entre la presentación que hace un texto de un hecho y cómo lo presenta otro.			
Instrucciones de la Actividad: <ul style="list-style-type: none">• Resolver actividades propuestos por el profesor en esta guía. Apóyate en tu texto, páginas 170-176• Tienes hasta el viernes 11 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://www.portaleducativo.net/octavo-basico/188/Textos-publicitarios www.scuolaitalianalaserena.cl			
Docente: Patricia Silva M.	Correo: patricia.silva@colegio-pablogarrido.cl	Horario de Consultas: 8:30 a 17:00 horas	

En esta clase analizarás y evaluarás un texto publicitario, determinando su propósito, la presencia de estereotipos o prejuicios, y los efectos que puede tener en el receptor.

Para cumplir con este propósito trabajarás con el texto en las páginas 170-176 de tu libro de estudio, aquellos alumnos que lo tienen.

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

¿Qué tipo de mujer y de hombre se presenta?

¿Qué opinas de lo que se presenta en la imagen?

El estereotipo

Los estereotipos son reproducidos por las culturas y se transmiten en varios medios, como la televisión, Internet, y a menudo se representan en programas humorísticos. Generalmente usamos estereotipos inconscientemente, ya que son conceptos relacionados con la historia, la geografía, las culturas y las creencias de varias sociedades.



Algunos estereotipos son:

1. Sociales: referido al ámbito socio-económico
2. Étnicos: de tipo racial.
3. De género: referido a hombres o mujeres.

Estereotipo: qué es, tipos de estereotipos:

Es un concepto, idea o modelo de imagen atribuido a personas o grupos sociales, a menudo de manera prejuiciosa y sin fundamento teórico.

ESTEREOTIPO DE BELLEZA

Cuando nos acercamos al tema del estereotipo, está claro que un tema muy recurrente es el famoso “estereotipo de belleza”. Es decir, ese modelo estándar inculcado en las mentes de las personas sobre los aspectos físicos de los individuos.

ESTEREOTIPO SOCIAL Y ECONÓMICO

Principalmente relacionado con la clase social a la que pertenece, este tipo de estereotipo es muy popular en los medios de comunicación.

ESTEREOTIPO DE GÉNERO

Muy practicado por la sociedad, desde que nacimos se atribuyen muchos estereotipos, por ejemplo, el color azul es infantil y el color rosado es femenino.

ESTEREOTIPOS ÉTNICOS Y CULTURALES

Otro estereotipo muy desarrollado es el asociado con razas, etnias y culturas.

ESTEREOTIPO Y PREJUICIO

Si los estereotipos son impresiones utilizadas para juzgar a las personas y sus comportamientos, podemos intuir que a menudo estas evaluaciones están estrechamente relacionadas con los prejuicios.

El prejuicio, como el estereotipo, surge de las atribuciones hechas a las personas. Por lo tanto, los juicios de valor se basan en un aspecto particular de la sociedad, ya sea clase social, cultura, religión, etnia, color de piel, preferencia sexual.

Por lo tanto, llegamos a la conclusión de que los estereotipos fortalecen las ideas prejuiciosas, es decir, son la base de muchos tipos de prejuicios., que generan violencia verbal o física entre individuos.

Desarrollemos



1. Observa detalladamente el aviso publicitario y responde:

a. ¿Qué te parece el afiche? Fundamenta tu respuesta.

b. ¿Consideras que el afiche cumple su objetivo? ¿Por qué?

c. A partir de lo que observas en el anuncio, ¿te interesaría adquirir este producto?
¿Por qué?

d. ¿Crees que el anuncio es ofensivo? ¿Por qué?

e. Identifica qué producto o servicio se difunde y el receptor al que se dirige.

f. ¿Qué recursos verbales se emplean en el anuncio? Regístralos y explica si proporcionan información o apelan a las emociones del receptor.

g. ¿Qué recursos visuales se emplean? Descríbelos y explica qué función cumplen.

h. A partir de lo anterior, ¿qué argumento plantea el anuncio para persuadir al receptor?

i. ¿De qué forma se emplea el humor en este anuncio?

2. Analiza la presencia de prejuicios y estereotipos en el anuncio y escribe un texto de media página explicando los siguientes aspectos:

a. Prejuicios o estereotipos que se reconocen y cómo se expresan.

b. Efectos que podrían tener estos prejuicios o estereotipos en los receptores.

c. Pertinencia de usar estos prejuicios o estereotipos en función de la efectividad del anuncio (¿persuadirá a los receptores de que asistan a este gimnasio?)

3. Desafío

Crema un texto publicitario cuyo tema es: "La semana de la Chilenidad"

Recuerda que nuestro país en este mes muestra sus tradiciones, bailes, comidas típicas de las cuales se hace partícipe a todo un país.

Manda este trabajo para evaluación



TICKET DE SALIDA

NOMBRE. _____

¿Qué aprendiste sobre lo que nos hace reír en la literatura?

¿Cómo y por qué el humor puede aportar una mirada crítica y transformadora de la sociedad?

Solucionario semana 22

1. El estudiante revisa conocimientos previos sobre conectores.

Actividad 1

1. El estudiante escoge un anuncio publicitario para analizar.

2. El estudiante analiza el texto escogido a partir de las preguntas guía. Es importante que responda de forma detallada, fijándose en todos los componentes del afiche.

3. El estudiante revisa el afiche buscando estereotipos, recursos persuasivos y la sociedad que presenta.

4. El estudiante escribe su borrador poniendo atención en que el contenido esté completo.

5. El estudiante organiza su texto con la estructura del informe.

6. El estudiante corrige la ortografía y redacción.

7. El estudiante utiliza las preguntas para corregir nuevamente su texto.