

### Formato de Guía de Trabajo N°22

| Nombre docente: | Paula Quezada Oliva |  |  |
|-----------------|---------------------|--|--|
| Curso:          | 6°                  |  |  |
| Guía número     | Asignatura          | Objetivo de Aprendizaje contemplado  | Indicador de evaluación  |
| 22              | Artes Visuales      | Analizar e interpretar obras de arte y objetos en relación con la aplicación del lenguaje visual, contextos, materiales, estilos u otros (OA4) | Interpretan posibles significados de imágenes publicitarias. (articulación con Lenguaje) |

#### CUADRO DE INSTRUCCIONES

Para desarrollar el siguiente ticket en el formulario online, deberás:

1. Seleccionar tu curso
2. Seleccionar tu nombre
3. Leer, observar y responder
4. Relacionar conceptos
5. Responder Ticket de Salida

#### GUIÓN METODOLÓGICO

Para responder tu ticket de salida. Debes ingresar al siguiente link:

<https://forms.gle/98VpskTdFFYCL3hR7>

1. En esta actividad, debes leer, observar y relacionar conceptos.
2. Para este trabajo contarás con un plazo de una semana. Por favor considerar el plazo máximo para responder vía online una semana desde que se publica esta tarea. Puedes hacerlo incluso desde un celular.
3. Cuando hayas terminado de responder, presiona el botón “ENVIAR” y las respuestas llegarán automáticamente a tu profesora.
4. Si no tienes acceso a internet, puedes retirar tu ticket impreso en el colegio, en él deberás desarrollar las mismas preguntas y, una vez que hayas terminado, tendrás que enviar una fotografía de tu trabajo al correo: [paula.quezada@colegio-educododegeyter.cl](mailto:paula.quezada@colegio-educododegeyter.cl)

#### CONCEPTOS CLAVES:

**PUBLICIDAD:** La publicidad es una forma de comunicación en la que el emisor no solo intenta informar sobre un producto, un servicio o una idea por medio de un mensaje, sino que busca persuadir (convencer) a un receptor colectivo, para que compre un producto, cambie de opinión o modifique su comportamiento. Para ello utiliza los medios de comunicación de masas.

El objetivo de la publicidad es producir en el receptor una emoción significativa que permanezca por algún tiempo en su recuerdo. En el mensaje publicitario generalmente se presenta en forma combinada un texto acompañado de imágenes.

Vídeo de apoyo: <https://youtu.be/Y8uDm4Go28Q>