

Guía de trabajo n° 16

Nombre docente:	Nadia Aguilera –Guillermina Carreño	
Curso: 8 año Básico	Fecha : desde el lunes 10/08 hasta el lunes 17/08	
Guía número	Asignatura	Objetivo de Aprendizaje contemplado
16	Lengua y Literatura	<p>OA 10</p> <p>Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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.

CUADRO DE INSTRUCCIONES

- Lee toda la información de este guión metodológico
- Reconoce las características de los textos publicitarios y propagandas.
- Lee textos publicitarios y analízalos respondiendo las preguntas del texto.

GUIÓN METODOLÓGICO

ACTIVIDAD 1 :

Lee cada slogan y determina si corresponde a una publicidad o una propaganda.

ACTIVIDAD 2 :

Observa los afiches y responde las preguntas.

Información implícita paso a paso:

PASO 1: Lee el afiche y fijate en las imágenes.

PASO 2: Lee las preguntas

PASO 3: Utiliza tus conocimientos previos sobre el tema y busca las pistas en los afiches

PASO 4: Responde tu texto.

ACTIVIDAD 3:

Lee la información de este guión metodológico cuidadosamente y reconoce qué son los estereotipos y prejuicios, luego responde las preguntas relacionadas con este tema en los afiches que encontrarás.

CONCEPTOS IMPORTANTES:

Publicidad

* Promociona un producto o servicio.

* Su fin es económico

* Apela a las necesidades de las personas

Propaganda

* Difunde una idea.

* No tiene fines económicos, es más ideológico.

* Aboga por la conciencia de las personas.

Utilizan medios de comunicación

Usan la psicología

Usan lenguaje atrayente

Buscan convencer o influir en el lector.

LOS ESTEREOTIPOS.

Muchas veces, alguien se hace la idea fija o inmutable de cómo es una persona que pertenece o tiene el aspecto de pertenecer a un determinado grupo social. En eso consiste el estereotipo. Expresado de otro modo, es el conjunto de creencias acerca de las características de las personas de un grupo determinado, que es generalizado a casi todos los miembros de ese grupo. Ciertamente, implica una visión simplificada, estática y falsa de la realidad. Por ejemplo:

¿Si a usted le piden describir “un flaite”, podría hacerlo? Piense que al responder, usted no se referirá a una persona en particular, sino al “estereotipo”.

Es posible distinguir varias clases de estereotipos. Algunas de ellas son:

- Sociales: ricos, pobres, clase media.
- Étnicos: gitanos, mapuches, judíos, etc.
- Sexistas: tienden a menoscabar lo femenino y a sobrevalorar lo masculino, sin que exista razón alguna para eso.

Principales estereotipos sociales que aparecen en los anuncios publicitarios:

- Ama de casa.
- Intelectual.
- Triunfador.
- Deportista.
- Niños.
- Mujer bella.

OTROS CONCEPTOS IMPORTANTES:

PUNTO DE ATRACCIÓN: La parte de la imagen que más destaca y da énfasis a lo que quiere lograr el emisor.

¡Ánimo, tú puedes aprender esto y mucho más !