

## Guía de trabajo n° 16

<b>Nombre docente:</b>	Nadia Aguilera –Guillermina Carreño	
<b>Curso: 8 año Básico</b>	Fecha : desde el lunes 17/08 hasta el VIERNES 21/08	
Guía número	Asignatura	Objetivo de Aprendizaje contemplado
16	Lengua y Literatura	<p><b>OA 10</b></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> <p>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.</p>

### CUADRO DE INSTRUCCIONES

- Recuerda los conceptos trabajados en clase y que también encontrarás en esta guía.
- Observa y lee cuidadosamente los afiches  
Analiza su contenido y piensa
- ¿En qué se relaciona el texto con la imagen?
- ¿Es suficiente la información para poder persuadir?
- ¿Qué opinas de la imagen de la mujer en la publicidad?

Reflexiona antes de responder y fíjate en tu ortografía.

### GUIÓN METODOLÓGICO

En este ticket de salida se evaluará tu capacidad para analizar un texto publicitario a partir de la información entregada en la tarea 16 en la clase online y además el repaso presentado en esta guía.

Es importante que pienses bien antes de responder, que reflexiones y analices, además debes leer bien las preguntas, eso es fundamental, ya que si no logras entender bien la pregunta podrás enfocar tu respuesta en otra cosa, por eso debes detectar lo más importante de la pregunta.

**AHORA LEE LOS CONCEPTOS TRABAJADOS PARA QUE PUEDES RESPONDER LAS PREGUNTAS CORRECTAMENTE.**

### 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 atractivo

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 ¡**