



LICEO
ELVIRA SÁNCHEZ
de GARCÉS
LA PUNTA

1° MEDIO LENGUA Y LITERATURA

PORTAFOLIO PARTE 3

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: _____

PROFESORA : EVELYN BUSTAMANTE

INSTRUCCIONES GENERALES

- 1.- El presente material tiene como finalidad que usted progrese en su aprendizaje.
- 2.- El Portafolio Parte 3 está dividido en secciones, cada uno de ellas tiene sus respectivas instrucciones que debe seguir para el desarrollo de las tareas.
- 3.- Cada apartado del portafolio tiene los puntajes asignados a las tareas que desarrollará.
- 4.- Aquellos que cuentan con las herramientas tecnológicas para hacer su trabajo en archivo digital tome esta opción, aquellos/as que no tengan las herramientas tecnológicas pueden hacer su trabajo a mano, con lápiz pasta y letra legible.
- 5.- Una vez terminado el desarrollo de este material, tiene que subirlo a su aula virtual de Lenguaje en Classroom (archivo digital para aquellos/as que usen computador, fotografías para los/las que lo realicen a mano)
- 6.- Aquellos que no tienen internet para subir sus trabajos contáctense con la profesora por whatsapp +56944445746 para activar el sistema de padrinos/madrinas virtuales
- 7.- La fecha tope para que usted pueda subir sus trabajos a la plataforma Classroom es el 07 de Septiembre.

TABLA DE CONTENIDOS

- *Presentación de la asignatura*
- *Palabras del estudiante*
- *Estudiemos*
- *Actividades*
 - *Proyecto Activación de la inteligencia en la comprensión lectora*
 - *Potenciando la Comprensión Lectora*
- *Para la evaluación*
- *Consideraciones Finales*

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

4



Trabajaremos en la

Unidad N° 4: Comunicación y Sociedad

Priorización: Nivel 1 – Eje Lectura

OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, publicidad y propaganda, considerando:

- Las estrategias de persuasión utilizadas en el texto (uso del humor, presencia de estereotipos, apelación a los sentimientos, etc.) y evaluándolas.
- Los efectos causados por recursos no lingüísticos presentes en el texto, como diseño, imágenes, disposición gráfica.

PALABRAS DEL ESTUDIANTE

YO Y MIS EMOCIONES : ELIJA 4 DÍAS DEL PERIODO QUE CONTEMPLA ESTE PORTAFOLIO PARTE 3 Y COMPLETE EL TERMÓMETRO EMOCIONAL. POR CADA EMOCIÓN EXPRESADA DEDIQUE ALGUNAS PALABRAS. (4 PTOS.)

Día (Fecha)	Emoción	Palabras en relación a mi emoción

Termómetro de Emociones/ Mi balance

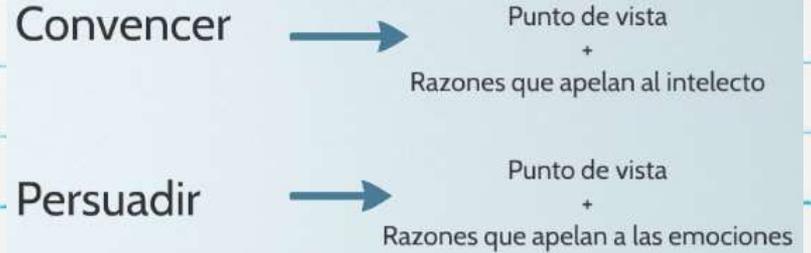


ESTUDIEMOS

Argumentación

Es un tipo de discurso que se fundamenta en dar motivos y razones para defender o rebatir un punto de vista, o bien, para convencer a un interlocutor de la autenticidad de una idea o tema determinado, por medio de un razonamiento; por lo tanto, es una técnica orientada hacia el receptor.

Propósitos Comunicativos de la Argumentación



Para que el **receptor** cambie de actitud, parecer, para que compre un producto, para que crea en una idea.

SON TEXTOS ARGUMENTATIVOS

Publicidad

- 1.- Los mensajes publicitarios tienen como finalidad práctica movilizar al receptor a la adquisición de un producto o de un servicio.
- 2.- Los mensajes publicitarios siempre tienen su origen en un interés económico.
- 3.- Son considerados una forma de discurso argumentativo.
- 4.- Emplea recursos verbales y no verbales (ej.: imágenes) que se combinan para generar el efecto deseado en el público de los mensajes publicitarios, lo que finalmente se traduce en conseguir la venta de productos, mantener el consumo o la fidelidad a la marca



Propaganda

- 1.- Los mensajes propagandísticos tienen como finalidad divulgar o difundir una doctrina que intenta influir en la decisión o la idea que hemos de seguir o tomar, así como influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta.
- 2.- Los mensajes publicitarios siempre tienen su origen en un interés ideológico.
- 3.- Son considerados una forma de discurso argumentativo.
- 4.- Emplea recursos verbales y no verbales (ej.: imágenes) que se combinan para generar el efecto deseado en el público de los mensajes propagandísticos, lo que finalmente se traduce en conseguir que el receptor se adhiera a la ideas que se quieren instalar.



ESTRATEGIAS PERSUASIVAS EN LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

- La estrategia persuasiva en publicidad y propaganda consiste en la elección del eje motivacional que accionará la atención, percepción y conducta del Receptor.
- Al persuadir se apela a métodos más sugestivos, menos directos y generalmente cargados de emocionalidad y subjetividad, de tal manera que el receptor (consumidor, público objetivo) normalmente no racionaliza el mensaje, simplemente lo disfruta comparte o comenta.

Ejemplos:

Lo inesperado.

Una imagen, un sonido, un concepto que se encuentre fuera del contexto natural de lo que ve, cuando lo ve y dónde lo ve el espectador.

Se rompe con su lógica natural para llamar su atención....

El humor.

Aunque el humor es un distractivo, en ciertas circunstancias (*sobre todo en aquellas donde el espectador no pensaba en reírse*) suele tener un efecto muy penetrante en cuanto a llamar su atención de manera efectiva.

El error forzado.

Se presenta ante el espectador una situación fallida. Un error clamoroso al punto de parecer tonto...

El espectador se pregunta entonces "si acaso no es él quien se habrá equivocado" (visto mal, leído mal)

Tipos de Argumentos

Estereotipos

TIPOS DE ARGUMENTOS EMPLEADOS EN LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

ARGUMENTOS DE AUTORIDAD

Consiste en respaldar la tesis (opinión sostenida) en el consejo de algún experto o especialista en el tema. Es común en las publicidades de medicinas, cremas, pastas dentales, etc. Ej.: Publicidad COLGATE

ARGUMENTO CASUAL

Se establece una relación de causa y consecuencia entre dos hechos. Por ejemplo, la necesidad de usar Biosal está dada por la razón de cuidar la salud y no sufrir hipertensión arterial.

ARGUMENTOS AFECTIVOS

Apelan directamente a los sentimientos y emociones de los receptores, con la finalidad de conmover y generar adhesión o el rechazo. Apelan a las dudas, deseos y temores del público. Por ejemplo en las campañas contra el cigarro.

ARGUMENTOS POR LO CONCRETO

Se trata en el empleo de situaciones familiares para los receptores. Puede ser una frase o el uso de imágenes que representen una situación cotidiana.

RECURSO DE LA FAMA

Es la utilización de un personaje famoso o bien valorado socialmente para respaldar alguna idea, producto, campaña, etc. Por ejemplo Alexis Sánchez en los productos Master Dog

ESTEREOTIPOS EN LA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

10

Estereotipos

Son representaciones simplificadas de grupos de personas. Es decir, es una generalización de un grupo de individuos sin atender a las diferencias individuales o culturales entre ellos. Existen tipos de estereotipos, los cuales a continuación se detallan.

- 1.- Sociales: Incluye distintos niveles socioeconómicos (clase alta, clase media, pobres)
- 2.- Raciales: Se relaciona con las distintas razas y/o etnias (Blancos, negros, indígenas, etc.)
- 3.- Género: Tiene que ver con las imágenes de mujeres y hombres que se presentan, con ciertas características para cada género. Apuntan a roles históricamente asignados.
- 4.- Etarios: Apuntan a distintos grupos relacionados con la edad (niños, jóvenes, adultos mayores)

ACTIVIDADES

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRENSIÓN LECTORA

INSTRUCCIONES GENERALES: ESTE APARTADO ESTÁ DIVIDIDO EN 4 ACTIVIDADES. ÉSTAS SERÁN EVALUADAS A PARTIR DE LA SIGUIENTE PAUTA:

Actividad	Lograda (3 pts)	Medianamente Lograda (2 pts.)	No Lograda (1 pto.)	No realizada (0 pto.)
1.- Atencional				
2.- Desarrollo de Habilidad				
3.- Metacognición				
4.- Viaje para transitar en las emociones				



Instrucción: A continuación, se presenta una imagen que debes observar poniendo tu nariz en la imagen y alejarla lentamente. Puedes probar también cerrando primero un ojo y luego cambiar al otro.

I. ACTIVIDAD ATENCIONAL



Escribe aquí lo que ves:



Trabajo Colaborativo
Psicóloga P.I.E
Leticia Echevarría

FICHA DE LECTURA Nº 2

A

A. Lorena se acurrucó entre las sábanas para seguir durmiendo.

B. Era un día estupendo, de esos en los que no hay colegio.

C. Sonó el teléfono. La niña se desperezó en la cama, mientras su madre lo atendía.

D. Su mamá tenía que ir, de forma urgente, a un sitio donde los niños no pueden entrar.

E. ¿Sabrás vestirme y desayunar sola? –le preguntó su mamá, algo preocupada.

F. En un ratito vendrá Inés a cuidarte.

G. Claro que sí –contestó Lorena contenta de poder demostrar que se había hecho mayor.

H. Inés era una chica muy simpática que la llevaba al colegio por la mañana.

I. Lorena sólo tuvo que calentar el desayuno que le había dejado su madre.

J. Oculto en la servilleta encontró un bombón.

B

1. Estiró
2. Intranquila
3. Manifestar
4. Encogió
5. Encantadora
6. Maravilloso
7. Escondido
8. Momentito
9. Apresurada
10. Preparado

Vocabulario y ortografía

OBSERVO Y CONTESTO:

- En el recuadro **A** tienes unas frases del texto en las que aparecen subrayadas algunas palabras.
- En el recuadro **B** hay palabras que deberás relacionar con la subrayadas en el **A** según su significado.



Preguntas de Metacognición:

- 1 • ¿QUÉ HAS HECHO O APRENDIDO?
- 2 • ¿CÓMO LO HAS HECHO O APRENDIDO?
- 3 • ¿QUÉ DIFICULTADES HAS TENIDO?
- 4 • ¿PARA QUÉ TE HA SERVIDO?
- 5 • ¿EN QUÉ OTRAS OCASIONES PODRÍAS UTILIZAR LO QUE HAS APRENDIDO/ESTA FORMA DE APRENDER?

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRESIÓN LECTORA

16

III. VIAJE PARA TRANSITAR EN LAS EMOCIONES

Instrucción: Escribe o dibuja lo que se te indique

ALGO QUE TE GUSTE ACARICIAR



Trabajo Colaborativo
Psicóloga P.I.E
Leticia Echevarría

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA

INSTRUCCIONES: MIRE LAS SIGUIENTES PUBLICIDADES Y PROPAGANDAS Y RESPONDA LAS PREGUNTAS QUE EN RELACIÓN A ELLAS SE REALIZAN . CADA RESPUESTA CORRECTA OTORGA 2 PUNTOS.



1.- ¿El afiche corresponde a una publicidad o a una propaganda? ¿Por qué?

2.- ¿Cuál es el propósito de este afiche?

3.- ¿Qué estrategia/s persuasiva se emplea/n en este afiche?

4.- ¿Cree que las estrategias empleadas en el afiche son las más apropiadas para que Teletón logre propósito? ¿Por qué?

5.- ¿Qué efecto logran los recursos no lingüísticos en el afiche?



6.- ¿Qué recursos utilizan estas publicidades de perfume para persuadir a sus consumidores? ¿Son adecuados?

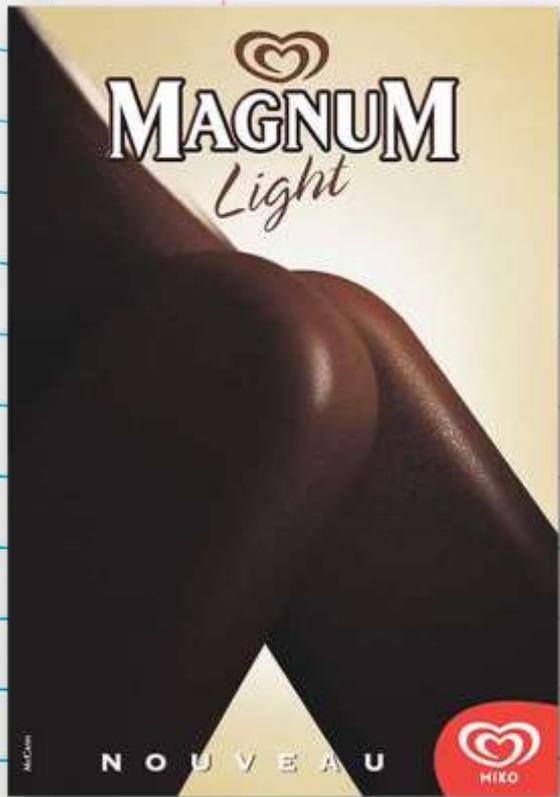
7.- ¿Qué imagen muestran del hombre estas publicidades?

8.- ¿Se podría decir que en la segunda publicidad la mujer es un objeto? ¿Por qué?

9.- ¿Comparte la visión que se quiere mostrar de la mujer en la segunda publicidad? ¿por qué?

10.- ¿Se presentan estereotipos en estas publicidades? ¿Cuáles?





11.- ¿El afiche corresponde a publicidad o propaganda? ¿por qué?

12.- ¿Por qué cree usted que la marca decidió colocar esa imagen?

13.- ¿Qué efecto causa en el consumidor del helado la imagen que se presenta?

14.- Si afirmara que se presenta un estereotipo de género en la imagen ¿usted apoyaría esa idea? ¿por qué?

15.- ¿Qué crítica (positiva o negativa) haría a esta publicidad?



16.- Considerando las publicidades que en esta lámina se presentan y las que ha visto a lo largo de su vida ¿Cree que las publicidades influyen en la percepción de las personas en relación a ellas mismas? ¿Por qué?



17.- ¿Cree que las publicidades contribuyen a encasillar a hombres y mujeres en ciertos roles? ¿Por qué? ¿Cuáles?



18.- ¿Por qué cree que en las publicidades colocan a personas famosas? ¿Es un recurso efectivo para persuadir al receptor?

METACOMPRENSIÓN

CONTESTE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PENSANDO EN SU PROCESO DE LECTURA.

Preguntas	Respuestas
1.- ¿Soy un lector/a competente? ¿Por qué?	
2.- ¿Logré el objetivo de lectura de este portafolio? ¿Por qué?	
3.- ¿Puedo mejorar mi habilidad lectora?	

PARA LA EVALUACIÓN

Autoevaluación

INSTRUCCIONES: MARQUE CON UNA X EL CASILLERO QUE MEJOR REPRESENTA LA OPCIÓN DE CADA INDICADOR.

Indicadores	SIEMPRE (2 pts.)	ALGUNAS VECES (1 pto.)	NUNCA (0 pto.)
Lectura			
1.-Reconozco publicidades			
2.- Reconozco propagandas			
3.- Reconozco estrategias de persuasión en las publicidades y propagandas			
4.- Evalúo estrategias de persuasión en las publicidades y propagandas			
5.- Reconozco los efectos de los recursos no verbales en las publicidades y propagandas			
7.- Reconozco propósitos de las publicidades y propagandas			
Tareas			
7.- Me organizo para realizar mis tareas			
8.- Realizo mis tareas en los tiempos asignados			
9.- Solicito ayuda cuando lo necesito			

CONSIDERACIONES FINALES

RESPONDA LA SIGUIENTE INTERROGANTE ¿POR QUÉ LAS PUBLICIDADES Y PROPAGANDAS SON TEXTOS ARGUMENTATIVOS? ¿QUÉ EFECTOS CAUSAN EN LA SOCIEDAD LAS PUBLICIDADES Y PROPAGANDAS?

Aspectos	Sí (2 ptos.)	No (0 pto)
1.- Explica correctamente por qué publicidad y propaganda son textos argumentativos		
2.- Explica los efectos que las publicidades y propagandas causan en la sociedad		
3.- Elabora un párrafo con al menos 3 ideas para dar respuesta a las interrogantes		
4.- Usa correctamente conectores		
5.- Su texto es coherente		

Para la Evaluación

LOGRADO	MEDIANAMENTE LOGRADO	NO LOGRADO
7.0 - 6.0	5.9 - 4.0	3.9 - 2.0
62 a 54 pts.	53 a 37 pts.	36 a 0 pts.