



LICEO
ELVIRA SÁNCHEZ
de GARCÉS
LA PUNTA

2° 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° 2: Ciudadanía y trabajo

Priorización: Nivel 1 – Eje Lectura

OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, publicidades y propagandas 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 (como diseño, imágenes, disposición gráfica y efectos de audio) y lingüísticos (uso de imperativo, figuras literarias, expresiones populares, palabras en otros idiomas, intertextualidad, modalizaciones, etc.) presentes en el texto.

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

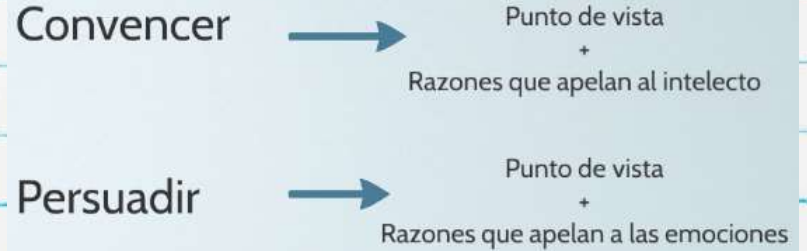


ESTUDIEMOS

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.

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

RECURSOS LINGÜÍSTICOS

9

Modalizadores o subjetivemas

Los modalizadores o subjetivemas son palabras o expresiones en las que se transparenta la subjetividad del autor. Los subjetivemas o modalizadores no son una clase de palabra, sino que este concepto agrupa a varias clases de palabras, porque son todas aquellas expresiones en las que se transparenta la subjetividad. Pueden ser:

- **Adjetivos:** moderado, inentendible, acertado, genial, ansiado, excelente, nefasto, entre otros.
- **Adverbios y frases adverbiales:** satisfactoriamente, largamente anhelado, lamentablemente.
- **Sustantivos:** corrupción, delincuente, sabiduría, error.
- **Verbos:** violentaron, infringió, tergiversó, manipularon, celebraron, ignoraron, lamentaba (por supuesto pueden ser muchos otros, dependiendo del contexto en el que se los utilice).

El imperativo se usa para:

- *Dar órdenes: ¡**Siéntate** ahora mismo!*
- *Dar consejos: **Estudia** un poco más para comprenderlo mejor.*
- *Dar instrucciones: **Echa** el arroz y **déjalo** cocer.*
- *Ser amable (dar permiso o invitar): **Pasa, pasa** y **siéntate** donde quieras; Toma, **sírvete** más paella.*
- *Expresar condiciones: **Cierra** la ventana y verás qué calor hace [si cierras la ventana, verás que hace mucho calor].*

ACTIVIDADES

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRENSIÓN LECTORA

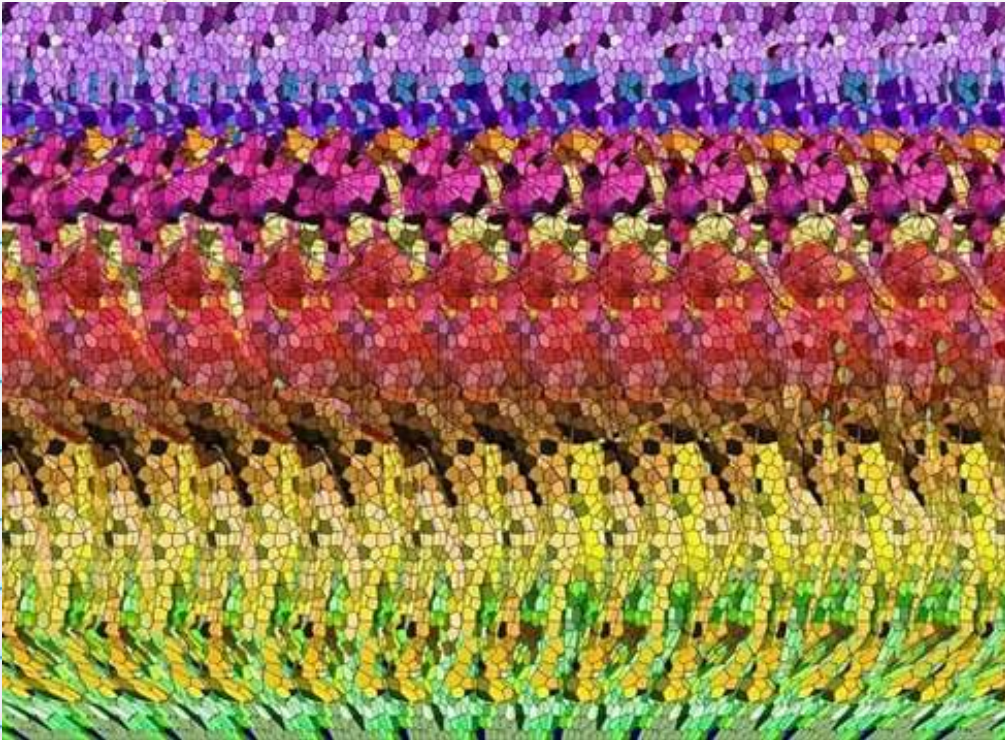
INSTRUCCIONES GENERALES: ESTE APARTADO ESTÁ DIVIDIDO EN 4 ACTIVIDADES. ÉSTAS SERÁN EVALUADAS A PARTIR DE LA SIGUIENTE PAUTA:

Actividad	Lograda (3 ptos)	Medianamente Lograda (2 ptos.)	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

15

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 COMPRESIÓN LECTORA

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



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

2.- ¿Qué recurso lingüístico se usa en este afiche? ¿Con qué finalidad se usa?

3.- ¿Qué efecto causa la imagen en el receptor de esta propaganda?

4.- Con los recursos utilizados ¿Logra este afiche cumplir su propósito comunicativo?

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA



Las familias que comen juntas comparten más tradiciones.



destapá felicidad



Las comidas, mejor juntos.



destapá felicidad



Las comidas, mejor juntos.



destapá felicidad

5.- ¿Qué tipo de argumentos utiliza Coca-Cola en las publicidades que esta viendo? ¿Por qué cree que los usa?

6.- ¿Qué estrategia de persuasión usa Coca-Cola? ¿Es efectiva? ¿Por qué?

7.- ¿Qué efectos producen en el consumidor las imágenes que se presentan en la publicidades de Coca-Cola?

8.- ¿Cree que las imágenes de las publicidades representan a la sociedad chilena actual? ¿por qué?



9.- ¿Qué propósito tienen estas propagandas?

10.- ¿Las estrategias de persuasión de estas propagandas están centradas en la apelación a los sentimientos del receptor? Ejemplifique

11.- Según usted ¿Qué capta más la atención del receptor : el lenguaje verbal o no verbal? ¿Por qué?

12.- Si usted tuviese la posibilidad de aportar a Teletón y COANIQUEM ¿ estas propagandas lo persuadirían para hacerlo? ¿Por qué?

13.- ¿Qué significa que “Las quemaduras de los niños se superan con “Calor Humano”?



14.- En esta propaganda se presentan modalizadores discursivos ¿Cuáles? ¿Por qué se utilizan?

15.- Si la propaganda no tuviese la imagen de la niña ¿generaría en mismo efecto en el receptor? ¿Por qué?

16.- ¿Por qué cree que se hace esa elección de colores en la propaganda?

17.- ¿Son apropiadas las estrategias de persuasión utilizadas en la propaganda? ¿Por qué?

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?	

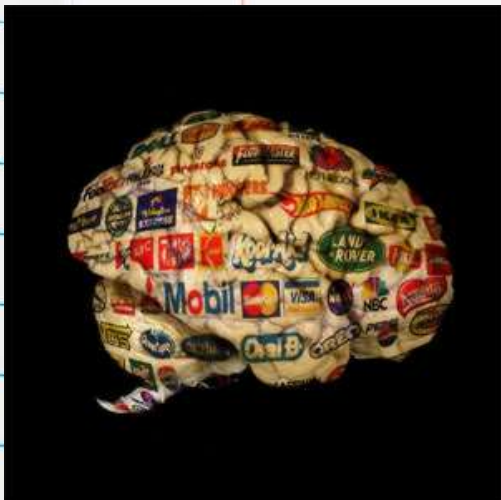
PARA LA EVALUACIÓN

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 estrategias de persuasión en las publicidades y propagandas			
2.-Evalúo estrategias de persuasión en las publicidades y propagandas			
3.-Reconozco los efectos de los recursos verbales y no verbales en las publicidades y propagandas			
4.-Reconozco propósitos de las publicidades y propagandas			
5.- Tengo una postura crítica frente a los mensajes que leo			
7.- Reconozco distintos recursos verbales y no verbales			
Tareas			
7.- Me organizo para realizar mis tareas			
8.- Realizo mis tareas en los tiempos asignados			
9.- Solicito ayuda cuando lo necesito			

CONSIDERACIONES FINALES



CONSIDERANDO LO TRABAJADO EN EL PORTAFOLIO REALICE UNA INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN QUE EN ESTA LÁMINA SE PRESENTA.

Aspectos	Sí (2 ptos.)	No (0 pto)
1.- Interpreta la imagen relacionándola con lo trabajado en el Portafolio		
2.- Elabora un párrafo con al menos 3 ideas para dar respuesta a las interrogantes		
3.- Usa correctamente conectores		
4.- Su texto es coherente		

Para la Evaluación

LOGRADO	MEDIANAMENTE LOGRADO	NO LOGRADO
7.0 - 6.0	5.9 - 4.0	3.9 - 2.0
58 a 50 pts.	49 a 34 pts.	33 a 0 pts.