



LICEO
ELVIRA SÁNCHEZ
de GARCÉS
LA PUNTA

3° MEDIO LENGUA Y LITERATURA

PORTAFOLIO PARTE 2

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 2 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)
- 4.- La fecha tope para que usted pueda subir sus trabajos a la plataforma Classroom es el 17 Agosto

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: Evaluar y producir géneros discursivos

Priorización: Nivel 1 – Eje Lectura

OA 3: Analizar críticamente textos de diversos géneros discursivos no literarios orales, escritos y audiovisuales, considerando:

- La influencia de los contextos socioculturales de enunciador y audiencia.
- Las características del género discursivo al que pertenece el texto.
- Las relaciones establecidas entre las ideas para construir razonamientos.
- La selección y la veracidad de la información.

PALABRAS DEL ESTUDIANTE

EN ESTAS LÍNEAS TIENE LA OPORTUNIDAD DE EXPRESARSE DE FORMA LIBRE EN RELACIÓN A UNA TEMÁTICA QUE SEA DE SU INTERÉS. COMO REQUISITO SU TEXTO DEBE SER DE OPINIÓN O REFLEXIVO.

Aspecto	Bien (2 ptos.)	A mejorar (0 pto.)
1.- Aborda una temática		
2.- Su texto es de opinión/reflexión		
3.- Es coherente		
4.- Está bien cohesionado		

ESTUDIEMOS

LA ARGUMENTACIÓN

DEFINICIÓN

Tipo de texto en el que se alegan razones para justificar o probar una afirmación determinada.

FINALIDAD

Con la argumentación intentamos convencer o persuadir al posible receptor

EN RESUMEN

Argumentar consiste en justificar y apoyar una idea o tesis mediante razonamientos

ARGUMENTACIÓN

MARCO GENERAL

Parámetros que se relacionan con la situación comunicativa

Modalidad, tema, participantes y contexto.

Estructura Interna: ARGUMENTO

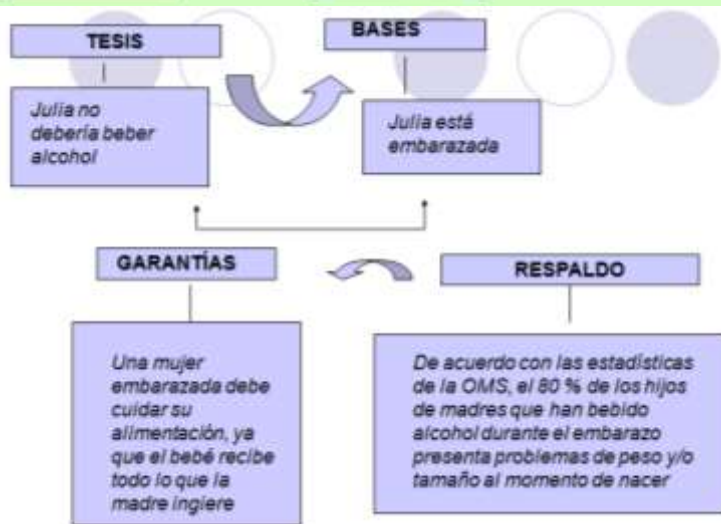
Partes del argumento

Tesis, bases, garantía y respaldo.

ETAPAS

Etapas que componen la argumentación

Introducción, desarrollo, conclusión.



ESTUDIEMOS: RECURSOS EMPLEADOS EN LA ARGUMENTACIÓN

7

Los recursos argumentativos son muchos y su principal función es la de reafirmar la posición de emisor al tomar parte o defender una tesis.

RECURSO	DEFINICIÓN	EJEMPLO
Ejemplificación	consiste en presentar un caso particular que sirva para ilustrar el punto de vista del emisor	"La crisis económica es un problema que preocupa a todos, por ejemplo Europa tiene países con una alta tasa de inflación"
Analogía	se comparan dos elementos que se relacionan por ser semejantes	"Las estatuas de los santos están solas y mudas; así deberían estar ciertas personas nocivas para el resto"
Cita de autoridad	se incluyen en el discurso las palabras de un especialista en el tema para apoyar con mayor fuerza la opinión del emisor	"Según Greenpeace la perforación del ártico ocasionará un daño irreversible para el planeta"
Pregunta retórica	es la clase de pregunta cuyo objetivo no es una respuesta por parte del receptor, sino que éste reflexione acerca de la misma.	"¿No sería importante reivindicar el proyecto solidario de los alumnos del secundario?"
Datos estadísticos	se utilizan para proporcionar información numérica real que ilustra una idea que se está sosteniendo	" 220 millones de correos electrónicos se envían en 24 horas"

RECURSOS EMPLEADOS EN LA ARGUMENTACIÓN: LOS MODALIZADORES O SUBJETIVEMAS

8

Los modalizadores o subjetivemas son palabras o expresiones en las que se transparenta la subjetividad del autor. Por ejemplo, no es lo mismo decir "en la ceremonia estuvieron presentes los gobernadores de tres provincias" que decir "en la polémica ceremonia estuvieron presentes los gobernadores de tres provincias".

En ese ejemplo, el adjetivo "polémica" permite percibir una perspectiva del autor sobre la ceremonia (está dando a entender que la ceremonia es cuestionable y genera posiciones encontradas entre las personas).

Ahora bien, si la expresión hubiera sido la siguiente: "en la largamente anhelada ceremonia estuvieron presentes los gobernadores de tres provincias", la expresión subraya también indica una visión subjetiva, pero diferente a la anterior, en este caso indica que la ceremonia era algo muy esperado y deseado por las personas.

Entonces, palabras y expresiones como "polémica" o "largamente anhelada" son modalizadores o subjetivemas, es decir, expresan la subjetividad del autor, sus juicios de valores, opiniones o comentarios.

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).

9

ACTIVIDADES

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRESIÓN LECTORA

INSTRUCCIONES GENERALES: ESTE APARTADO ESTÁ DIVIDIDO EN 3 ACTIVIDADES CADA UNA DE ELLA OTORGA 4 PUNTOS.

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

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRENSIÓN LECTORA

11

Instrucción: A continuación, observa la imagen y responde. Luego responde las 5 preguntas de metacognición indicadas debajo de la Ficha de lectura para que evalúes tu desempeño.

II. DESARROLLO DE HABILIDAD

Mis Respuestas

FICHA DE LECTURA N° 1



Calvo Atún Claro en aceite vegetal

Calvo Atún Claro en aceite vegetal

Calvo Atún Claro en aceite vegetal

Abre hop!

¡Nueva apertura (más fácil)!

Valor nutricional medio (por 100g de producto)

Energía	242 kcal
Proteínas	24,0 g
Azúcares de carbono	0,0 g
Grasas	0,0 g

Proteínas: 700 g L.
Por litro: 314 g
Capacidad: 110 ml

Calvo Atún Claro en aceite vegetal

Consumo profesionalmente autorizado desde de

L-P185 30/07/2010

OBSERVO Y CONTESTO:

1. ¿Cuál es el precio de la lata de ATÚN en aceite vegetal?
2. ¿Cuál es la fecha límite de consumo?
3. ¿Qué ingredientes tiene el contenido de la lata?
4. ¿Cuál es la capacidad de la lata?
5. ¿Cuántas proteínas tiene por 100 gr. de producto?
6. ¿Quién es el dueño de la fábrica?

PROYECTO ACTIVACIÓN DE LA INTELIGENCIA EN LA COMPRESIÓN LECTORA

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

13

Instrucción: Escribe lo que se te indique

III. ACTIVIDAD INTEGRAL

¿QUÉ TE GUSTARÍA SOSTENER CON TUS MANOS AHORA?



Trabajo Colaborativo
Psicóloga P.I.E
Leticia Echevarría

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA

INSTRUCCIONES: LEA LOS SIGUIENTES TEXTOS Y RESPONDA LAS PREGUNTAS QUE EN RELACIÓN A ELLOS SE REALIZAN. CADA RESPUESTA CORRECTA OTORGA 2 PUNTOS.

Ortografía en Internet: ¿llegó el fin de las reglas?

Por Matthias Erlandsen

La mensajería instantánea, la rapidez de publicación y un excesivo uso de anglicismos son los **determinantes** de que la ortografía en Internet esté cada vez más **deteriorada**.

Internet le está **ganando** al buen uso del lenguaje. No es un fenómeno que se esté dando únicamente en el español, sino que se ha trasladado a la mayoría de los idiomas. La rapidez con que se deben publicar los contenidos, la aparición de las redes sociales, los softwares de mensajería instantánea y -para el caso del castellano- la lucha por introducir palabras inglesas a como dé lugar en el léxico ya existente, han hecho que la calidad de los contenidos en línea se **vaya deteriorando**.

El fenómeno lleva mucho tiempo. De hecho, Gabriel García Márquez, en el I Congreso Internacional de la Lengua Española, hizo notar la **inutilidad** de la existencia de ciertas reglas ortográficas plasmándolas en un **polémico discurso** que proponía "jubilar la ortografía" y que algunos catalogaron de una **burla, una broma o una decisión frívola del Premio Nobel**.

Escribir de la forma correcta es un ejercicio que dejó de practicarse con la introducción masiva de los programas de mensajería instantánea y ahora, más recientemente, con las redes sociales. En un nuevo escenario donde la rapidez y la efectividad en la entrega del mensaje **prima**, se **pierde** la calidad del mismo, pasando por alto reglas y convenciones. Muchos abogan que la razón para acortar palabras o cambiar una letra por otra es la manera que se tiene de "personalizar el mensaje" cuando no se entrega cara a cara.

Pero, los errores ortográficos, **¿también son una personalización?** Aunque a veces podemos cometer errores de tipeo, o simplemente saltarnos una tilde, los errores ortográficos más frecuentes vistos en Internet corresponden a la confusión de letras V-B, C-S-Z, Q-K, o algunas faltas de H. Estas son muchas veces **inofensivas**, pero pueden confundir al lector.

Las tildes son, sin duda, uno de los **grandes baches** en la web. Dado que los buscadores reconocen su falta o su mala ubicación dentro de la palabra, mucha gente ha optado por suprimirlos de su gramática, lo que a la larga genera posibles **problemas** para el lector al no poder comprender fácilmente el mensaje.

Álvaro Peláez, miembro de la Fundación del Español Urgente, dijo a El País que "en este proceso en que la escritura se convierte en pública, adquiere un **valor diferenciador**. Si leemos una opinión bien escrita, otra mal escrita y en ningún caso conocemos al autor, lo normal es hacerle más caso a la primera. Mucha gente es consciente de esto y hace el esfuerzo en mejorar".

En una sociedad tan poco **preocupada** de estos detalles, respetar la ortografía es una carta de presentación **completamente válida**. De hecho, en los foros de discusión en línea corre el dicho "si no puedes con su argumento, métete con su ortografía", demostrando que aún quedan personas **preocupadas** de recuperar el lenguaje en su forma original.

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA

1.- ¿Qué idea defiende el emisor de este texto?

2.- ¿Qué recurso argumentativo está destacado de color morado en el texto? ¿Qué efecto tiene este recurso?

3.- ¿Qué recurso argumentativo está destacado en color naranja en el texto? ¿Qué efecto tiene este recurso?

4.- ¿Qué recurso argumentativo está destacado en rojo en el texto? ¿Qué efecto tiene este recurso?

5.- ¿Logra su propósito comunicativo el emisor de este texto? ¿Por qué?

6.- La información seleccionada por el emisor fue la adecuada para defender su tesis ¿por qué?

7.- ¿Es apropiada la relación que se establece entre las ideas en la construcción del razonamiento? ¿Por qué?

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA

¿ME HACES ESPERAR COMO TONTO MIENTRAS SURCES TUS MEDIAS!



EVITE ESTA ESCENA

USANDO
“My Lady”
FABRICACION CHILENA

EL LIQUIDO QUE EVITA QUE SE CORRAN LOS PUNTOS DE LAS MEDIAS



UNICOS DISTRIBUIDORES:
Recart & Cia. Ltda.
CENTRAL 40 - TELEF. 64087 - CASILLA 2069

NECESITAMOS AGENTES EN PROVINCIAS

8.- ¿Qué quiere vender esta publicidad? ¿Qué recursos utiliza?

9.- ¿Cree que esta publicidad podría ser valorada en el 2020?
¿Por qué?

10.- ¿Qué opinión tiene frente a esta publicidad? ¿Por qué?

POTENCIANDO LA COMPRENSIÓN LECTORA

Muéstrale que es un mundo de mujeres



Muéstrale que es un mundo de hombres



11.- ¿Qué quiere vender la Marca? ¿Qué recursos utiliza?

12.- ¿Qué se puede inferir en relación a la Marca al mirar las 2 imágenes?

13.- ¿Cree que la Marca logra su propósito de venta en estas publicidades? ¿por qué?

14.- ¿Concuerda con lo que plantea la marca en sus textos? ¿por qué?

PARA LA EVALUACIÓN

INSTRUCCIONES:

RESPONDA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS PENSANDO EN SU PROCESO DE LECTURA. CADA RESPUESTA OTORGA 2 PUNTOS.

Metacomprensión

1.- *Pensando en su proceso de lectura ¿qué pasos realiza para poder dar respuesta a las preguntas de comprensión?*

2.- *De las preguntas de comprensión respondidas en el apartado "Potenciando la comprensión lectora" ¿Cuál se le hizo más simple y cuál más compleja? ¿Por qué?*

3.- *¿Cree que es un lector competente? ¿por qué?*

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 pts.)	NUNCA (0 pts.)
Lectura			
1.- Distingo tesis			
2.- Distingo argumentos			
3.- Reconozco recursos argumentativos			
4.- Evalúo discursos argumentativos			
5.- Reconozco la influencia de los contextos en la argumentación			
6.- Comprendo la globalidad de los textos que leo			
Tareas			
7.- Me organizo para realizar mis tareas			
8.- Realizo mis tareas en los tiempos asignados			
9.- Solicito ayuda cuando lo necesito			

