

LENGUA Y LITERATURA II MEDIO: GUÍA N°13

Nombre: _____ Curso: _____

Objetivos de aprendizaje a ser trabajados en esta guía:

OA 9 Analizar y evaluar textos con finalidad argumentativa, como columnas de opinión, cartas al director, discursos y ensayos, considerando: >>La tesis, ya sea explícita o implícita, y los argumentos e información que la sostienen. >>Los recursos emocionales que usa el autor para persuadir o convencer al lector, y evaluándolos. >>Fallas evidentes en la argumentación, por ejemplo, exageración, estereotipos, generalizaciones, descalificaciones personales, entre otras. >>El efecto que produce el uso de modalizadores en el grado de certeza con que se presenta la información. >>La manera en que el autor organiza el texto. >>Con qué intención el autor usa distintos elementos léxicos valorativos y figuras retóricas. >>Su postura personal frente a lo leído, refutando o apoyando los argumentos que la sustentan.

OA 20 Evaluar el punto de vista de un emisor, su razonamiento y uso de recursos retóricos (vocabulario, organización de las ideas, desarrollo y progresión de los argumentos, etc.).

OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, propaganda o crónicas.

PUBLICIDAD Y PROPAGANDA



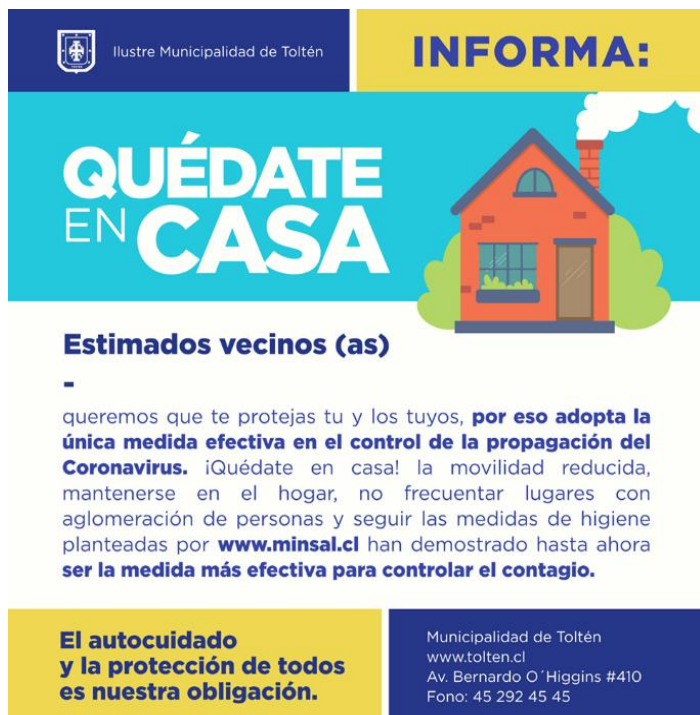
Tanto la **publicidad** como la **propaganda** se consideran dentro de la categoría de los textos argumentativos, pues ambas formas de comunicación tienen como finalidad **convencernos** o **persuadirnos** de una determinada idea.

La diferencia que existe entre ambas se encuentra en que la publicidad tiene como objetivo dirigir nuestras preferencias hacia el consumo de un determinado producto, mientras que la propaganda busca orientar nuestra conducta, nuestros valores y nuestra forma de pensar.

En los casos que se expondrán a continuación, tendrás la oportunidad de analizar diferentes elementos propios de la argumentación aplicados a mensajes publicitarios y propagandísticos. Sigue las instrucciones de las actividades.

Resuelve las siguientes preguntas y envíalas al correo electrónico de tu profesor correspondiente: Roberto Jury en sancarlosjury@gmail.com (II medio A), Mario Guerrero en consultas.mguerrero@gmail.com (II medio B y C). Las respuestas se recibirán hasta el día miércoles 1 de julio a las 18:00 hrs. Puedes enviar las respuestas en un archivo Word o, en caso de que hayas hecho la actividad en tu cuaderno, tomando una fotografía a tus respuestas.

Caso 1:



Ilustre Municipalidad de Toltén

INFORMA:

QUÉDATE EN CASA

Estimados vecinos (as)

queremos que te protejas tu y los tuyos, **por eso adopta la única medida efectiva en el control de la propagación del Coronavirus.** ¡Quédate en casa! la movilidad reducida, mantenerse en el hogar, no frecuentar lugares con aglomeración de personas y seguir las medidas de higiene planteadas por www.minsal.cl han demostrado hasta ahora **ser la medida más efectiva para controlar el contagio.**

El autocuidado y la protección de todos es nuestra obligación.

Municipalidad de Toltén
www.tolten.cl
Av. Bernardo O'Higgins #410
Fono: 45 292 45 45

1. ¿Cuál es el objetivo del emisor de este mensaje?

2. Basándote en tu respuesta anterior, ¿este mensaje corresponde a un caso de publicidad o propaganda? Justifica brevemente.

3. ¿Por qué se menciona al Ministerio de Salud (Minsal) en el anuncio?

4. ¿Cuál es la relación existente entre emisor y receptor del anuncio?

Caso 2:

LA UNIVERSIDAD CON LA MISMA TECNOLOGÍA FULL HD UTILIZADA EN LOS PRINCIPALES CANALES DE TELEVISIÓN

EMPLEABILIDAD
TECNOLOGÍA
CALIDAD DOCENTE

ADMISIÓN 2013
- CARRERAS DIURNAS
- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (TV, CINE, QUINCE)
- TEATRO Y COMUNICACIÓN ESCÉNICA
- DANZA Y COCROGRAFÍA
- DISEÑO DE IMAGEN
- MÚSICA Y SONIDO
- DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIA
- ARTES VISUALES
- COMUNICACIÓN DIARIA
- ARQUITECTURA (DIURNO/SEMPRENO)
- PUBLICIDAD
- PERIODISMO (DIURNO/ONLINE)
- RELACIONES PÚBLICAS CORPORATIVAS
- TRADUCCIÓN E INTERPRETADO BILINGÜE INGLÉS/ESPAÑOL

CARRERAS ONLINE:
- PSICOLOGÍA (SEMIPRESENCIA)
- INGENIERÍA COMERCIAL
- CONTADOR AUDITOR

¡INFORMATE SOBRE ESTAS Y OTRAS CARRERAS EN NUESTRO SITIO WEB!

UNIACC
LA UNIVERSIDAD DE LAS COMUNICACIONES

UNIACC, CONVIERTE TU TALENTO EN PROFESIÓN. (02) 2640 6151 / difusion@uniacc.cl **UNIACC.CL**

5. ¿Cuál es el objetivo del emisor de este mensaje?

6. Basándote en tu respuesta anterior, ¿este mensaje corresponde a un caso de publicidad o propaganda? Justifica brevemente.

7. ¿De qué manera se relaciona el dibujo de la persona con la universidad presentada en el anuncio?

8. ¿Qué característica en común tienen las carreras presentadas en el costado derecho del anuncio?

9. ¿Qué función cumple el uso de los conceptos “empleabilidad”, “tecnología” y “calidad docente” dentro del anuncio?

CLASES ANTERIORES



En caso de que no hayas podido estar en alguna clase previa, revisa la siguiente lista de reproducción de YouTube. En ella, se respaldan tanto las videoclases explicativas como las sesiones online.

Lengua y Literatura, II medio:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLTmjOc4ebTFY5fKsLPVkJMn2S7MqvGWreO>