

# LENGUA Y LITERATURA: RETROALIMENTACIÓN DE GUÍA 15

## Instrucciones de trabajo:

- En este documento se presentarán las respuestas esperadas para las actividades de la guía N°15: lee las respuestas y compáralas con las tuyas. En caso de ser necesario, corrige o complementa.
- Mantén a mano un diccionario, en caso de que sea necesario resolver dudas de vocabulario.

- Recuerda que si tienes dudas con respecto a los contenidos o ejercicios, puedes consultar a tu profesor correspondiente: Roberto Jury en [roberto.jury@colegiosancarlosquilicura.cl](mailto:roberto.jury@colegiosancarlosquilicura.cl) (II medio A), Mario Guerrero en [mario.guerrero@colegiosancarlosquilicura.cl](mailto:mario.guerrero@colegiosancarlosquilicura.cl) (II medio B y C).

## RETROALIMENTACIÓN DE ACTIVIDAD DE ANÁLISIS

### Caso 1:

#### 1. ¿Cuál es la tesis que se intenta exponer en el video?

Si bien no se menciona explícitamente, se puede inferir que la tesis del anuncio es que se debe tener cuidado con quién le entregamos información a través de Internet, pues eso puede llevar a situaciones de abuso.

#### 2. Selecciona dos recursos no lingüísticos del anuncio y explica cómo aporta cada uno al mensaje entregado en el video:

La respuesta es abierta. Se puede analizar aspectos como los actores/actrices, los colores utilizados, la música etc. Los elementos seleccionados deben ser explicados.

### Caso 2:

#### 3. ¿Cuál es el objetivo del anuncio?

El objetivo del anuncio es señalar que todas las acciones que nosotros realizamos tienen un efecto en el medioambiente y, al mismo tiempo, el daño que le hacemos al medioambiente puede influir también en nuestra calidad de vida. Por otra parte, un segundo objetivo que se presenta en este anuncio es motivar al receptor para que se haga socio de Greenpeace y, de esa forma, pueda ayudar a mejorar el planeta.

#### 4. Explica el sentido de la frase “Lo que le haces al planeta, te lo haces a ti”.

Esta frase busca señalar que el planeta depende de nosotros y, al mismo tiempo, nosotros dependemos del planeta. Por esa misma razón, se presenta la reiteración del verbo “hacer”, que en este caso señala las consecuencias para el medioambiente y las personas. Se puede considerar que es un argumento afectivo, pues se dirige a los sentimientos y emociones del receptor.

#### 5. ¿Qué recurso no lingüístico del afiche es el que más te llamó la atención? ¿Cómo aporta dicho elemento a la entrega del mensaje?

La respuesta es abierta. Se puede analizar aspectos como la imagen del hombre, los paisajes de fondo, los colores utilizados, etc. Los elementos seleccionados deben ser explicados.

Si tienes dudas, inquietudes, o si quieres profundizar en las respuestas, puedes consultar a tu profesor correspondiente: Roberto Jury [roberto.jury@colegiosancarlosquilicura.cl](mailto:roberto.jury@colegiosancarlosquilicura.cl) (II medio A), Mario Guerrero [mario.guerrero@colegiosancarlosquilicura.cl](mailto:mario.guerrero@colegiosancarlosquilicura.cl) (II medio B y C).