



En esta guía usted tuvo un desempeño:

Bueno Excelente Excepcional

GUÍA DE ESTUDIO 21 /UNIDAD II: ¿QUÉ ES UN ENIGMA?

OA10 Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando: los propósitos explícitos e implícitos del texto, una distinción entre los hechos y las opiniones expresados, presencia de estereotipos y prejuicios, la suficiencia de información entregada, el análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos, similitudes y diferencias en la forma en que distintas fuentes presentan un mismo hecho.

IE: Identifican cuáles son los propósitos que un autor hace explícitos en un texto.

IE: Explican la información que transmiten los elementos gráficos del texto.

INSTRUCCIONES

- Recursos para desarrollar esta guía **TEXTO DE ESTUDIO 8, 2020.**
Si no puedes imprimir esta guía, **responde las preguntas en tu cuaderno (solo respuestas)**
- **El trabajo realizado, se pedirá más adelante.**
- En cada parte de la guía se sugiere el tiempo que deberías utilizar para desarrollarla.
- Si no alcanzas, puedes seguir la próxima semana.
- **REVISAN NUESTROS NUEVOS CORREOS:** ↓

1.-8A Y 8C rita.delarivera@colegiosancarlosquilicura.cl

MARTES Y JUEVES, 10:00 A 11:00 AM.

2.-8B marlene.rodriquez@colegiosancarlosquilicura.cl

MARTES 17:00 PM Y VIERNES 11:00 AM

**¡SEMANA DEL 21 DE SEPTIEMBRE
ENIGMA 8 EVALUADO EN CLASSROOM!**

SESIÓN 1: LUNES 7 DE SEPTIEMBRE. TIEMPO ESTIMADO 45 MINUTOS.

En esta sesión te invitamos a revisar la retroalimentación del **ENIGMA 7** realizado en la clase **01 de septiembre** y que luego subiste a tu classroom para evidenciar tu participación en la clase. Revisa las respuestas y corrige si es necesario.

CUADRO COMPARATIVO

| CRITERIO | REPORTAJE 1 | REPORTAJE 2 |
|--|---|--|
| <p>→ ¿Cuál es el tema?</p> <p>¿De qué habla?</p> | <p>EL REPORTAJE HABLA SOBRE UN ESTUDIO QUE PRUEBA LA EFICACIA DEL USO DE LAS MASCARILLAS.</p> | <p>EL REPORTAJE HABLA SOBRE UN ESTUDIO QUE PRUEBA LA EFICACIA DEL USO DE LAS MASCARILLAS</p> |
| <p>→ ¿Dónde se encuentra?</p> <p>¿Cuál es el medio que la publica?</p>  | <p>SE ENCUENTRA EN LA REVISTA DIGITAL, QUÉ PASA Y LA PUBLICA LA TERCERA DIGITAL.</p> | <p>SE ENCUENTRA EL CANAL DE YOUTUBE DE CNN CHILE.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| <p>→ ¿Es confiable? Quién la escribe. Si busco la información, ¿la puedo encontrar?</p>  | <p>NO SE REGISTRA AUTOR DE LA NOTICIA. PERO SE, CONOCE LA REPUTACIÓN DEL MEDIO QUE LA PÚBLICA: LA TERCERA.</p> | <p>NO SE REGISTRA AUTOR DE LA NOTICIA. PERO SE, CONOCE LA REPUTACIÓN DEL MEDIO QUE LA PÚBLICA: CNN CHILE.</p> |
| <p>→ ¿Es actual? Indica si quien escribe hace referencias a investigaciones actuales sobre el tema.</p>  | <p>EL REPORTAJE HACE REFERENCIA A UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR LA REVISTA CIENTÍFICA THE LANCET HACE TAN SOLO UNOS DÍAS. ADEMÁS, SE INCLUYE OPINIONES DE EXPERTOS Ignacio Neumann, Holger Schünemann SOBRE EL TEMA TRATADO.</p> | <p>EL REPORTAJE HACE REFERENCIA A UNA INVESTIGACIÓN REALIZADA POR LA REVISTA CIENTÍFICA THE LANCET HACE TAN SOLO UNOS DÍAS. SIN EMBARGO, A DIFERENCIA DEL REPORTAJE 1, AQUÍ SOLO SE INCLUYE LA OPINIÓN DE UNO DE LOS MÉDICOS QUE PARTICIPÓ DEL ESTUDIO: Ignacio Neumann y un médico que no participó del estudio como Carlos Pérez. Así como también, la opinión del público en general.</p> |
| <p>→ ¿Es comprensible? Entiendo todo. Si no es así qué no entiendo y por qué.</p>  | <p>EL REPORTAJE 1, PESE A TENER CONCEPTOS PROPIOS DEL CAMPO DE LA MEDICINA SE COMPRENDE BIEN PORQUE LA INFORMACIÓN ESTÁ COMPLETA.</p> | <p>EL REPORTAJE 2, ES MÁS COMPRESIBLE PORQUE SE APOYA EN IMÁGENES CLARAS, PERO LA INFORMACIÓN ESTÁ INCOMPLETA.</p> |

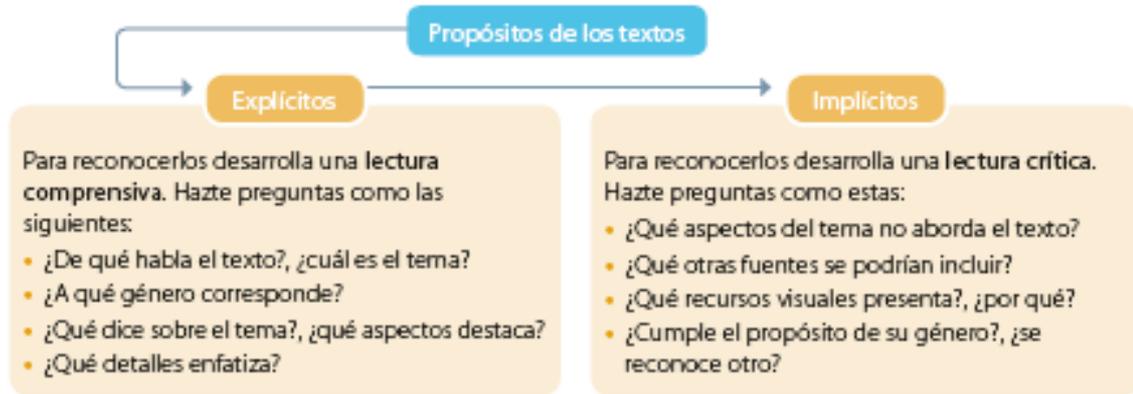
CONCLUSIONES: ¿CUÁL DE LOS DOS REPORTAJES ESCOGERÍAS PARA TU INVESTIGACIÓN? Explica.



DE ACUERDO A LOS CRITERIOS EXPUESTOS: FUENTE, CONFIABILIDAD, ACTUAL Y COMPRESIBLE, LOS DOS REPORTAJES PODRÍAN SER USADOS PARA UNA INVESTIGACIÓN, PERO EL ÚLTIMO, SE VUELVE INCOMPRESIBLE PORQUE ESTÁ INCOMPLETO Y LAS REFERENCIAS USADAS NO SON PERTINENTES A LA INFORMACIÓN.

Además de informar, ¿qué otros efectos puede tener un texto informativo? Los textos se producen con una finalidad o propósito, es decir, buscan generar algo en el receptor. Según su género, tienen un propósito explícito, pero también puede haber propósitos implícitos.

ESTRATEGIA PARA RECONOCER LOS PROPÓSITOS DE UN TEXTO



Explícitos

- Para reconocerlos desarrolla una lectura comprensiva. Hazte preguntas como las siguientes:
- ¿De qué habla el texto?, ¿cuál es el tema?
 - ¿A qué género corresponde?
 - ¿Qué dice sobre el tema?, ¿qué aspectos destaca?
 - ¿Qué detalles enfatiza?

Implícitos

- Para reconocerlos desarrolla una lectura crítica. Hazte preguntas como estas:
- ¿Qué aspectos del tema no aborda el texto?
 - ¿Qué otras fuentes se podrían incluir?
 - ¿Qué recursos visuales presenta?, ¿por qué?
 - ¿Cumple el propósito de su género?, ¿se reconoce otro?

¿De qué te sirve en tu vida cotidiana poder captar los propósitos implícitos en un texto informativo?



Ver la diferencia y realizar un análisis crítico de lo que leo, construyendo mi propia opinión.

LEE CON ATENCIÓN LAS SIGUIENTES NOTICIAS Y FÍJATE EN LOS PROPÓSITOS EXPLÍCITOS E IMPLÍCITOS QUE TIENE. **REPASA LA ESTRATEGIA.**

| NOTICIA 1 | NOTICIA 2 |
|---|---|
| <p>Este cachalote muerto tenía seis kilos de plástico en el estómago</p> <p>Un cachalote muerto ha aparecido varado en Indonesia oriental con casi seis kilos de plástico en el estómago. Entre los restos había 115 vasos, 25 bolsas de plástico, dos chanclas y más de 1000 fragmentos de cuerda. Se desconoce la causa exacta de la muerte de la ballena, pero los observadores afirman que esta pone de manifiesto la crisis global del plástico.</p> <p>(27-11-2018). En <i>National Geographic</i> (en línea, fragmento)</p> | <p>El plancton se ve obligado a convivir con el plástico</p> <p>Los microplásticos, fragmentos de plástico de menos de cinco milímetros, están presentes en todos los océanos del mundo. Fluye por ríos continentales y alcanza las fosas oceánicas más profundas. El microplástico es el resultado de la descomposición de los desechos plásticos en partículas aparentemente invisibles por el desgaste y la luz ultravioleta.</p> <p>Los científicos intentan averiguar cómo los microplásticos podrían resultar perjudiciales para los humanos y los seres marinos. En 2017, un estudio desveló que las anchoas confunden el plástico con comida, posiblemente atraídas por el olor de las algas que cubren la basura. Como otros peces más grandes consumen estos pececillos, a los científicos les preocupa que puedan acabar en nuestros platos.</p> <p>Gibbens, S. y Parker, L. (30 de enero de 2018).</p> |

| | |
|--|--|
| | National Geographic. Recuperado de: https://www.nationalgeographic.es/ . (Fragmento). |
| <p>¿Cuál es el propósito <u>explícito</u> del texto?</p> <p>A. Entregar datos y cifras sobre las ballenas. B. Informar sobre las ballenas y de qué se alimentan. C. Indicar el hábitat de las ballenas. D. Alertar sobre las consecuencias de la contaminación por plástico en los océanos.</p> | <p>¿Qué propósito <u>implícito</u> se reconoce en esta noticia?</p> <p>A. Alertar sobre el uso excesivo de plástico y sus consecuencias. B. Informar sobre el microplástico que se encuentra en el océano. C. Sensibilizar sobre el consumo de alimentos marinos contaminados. D. Demostrar la cantidad de plástico que consumen los seres humanos.</p> |

Sin embargo, no solo en los géneros periodísticos de información como el reportaje y la noticia, encontramos propósitos explícitos e implícitos, sino que también en aquellos textos que permiten a los medios subsistir, como es la PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA.

RECORDEMOS...

La publicidad y la propaganda, son formas de comunicación persuasiva, que tienen como propósito crear o modificar las actitudes, las acciones o la visión de mundo del receptor. Para lo cual se valen de palabras, sonidos, imágenes, siendo este último recurso fundamental para su efectividad.

La publicidad por un lado busca convencer al receptor de consumir un producto o servicio y por otro lado, la propaganda, busca cambiar nuestra postura ideológica o nuestra conducta. Ambas utilizan mecanismos suasorios para lograr atraer a su público objetivo. ¿Cómo lo logra? Profundizando en lo deseos implícitos, en las necesidades del ser humano: seguridad, salud y apariencia física, autorrealización, acogida y respeto social, proteger y cuidar a los seres queridos, indignación, o marcar la diferencia.

LEE Y OBSERVA CON ATENCIÓN

EJEMPLO 1

Este es un ejemplo de publicidad, ya que el emisor desea que adquiramos un servicio. Un plan de teléfono.



IMAGEN: se presenta la imagen de un mimo acariciando un celular, para acompañar el mensaje central del anuncio: *“Si tu compañía no te mima.”*

ESLOGAN: *“WOW, nadie te da más.”*

PROPÓSITO EXPLÍCITO: cambiar de compañía.

PROPÓSITO IMPLÍCITO: El ser humano es mimado desde la niñez y con este mensaje se busca reforzar emocionalmente, para que distinga quién en realidad le está haciendo un “cariño.”

EJEMPLO 2: Este es un ejemplo de propaganda ya que el emisor desea que cambiemos una conducta: **DEJAR DE FUMAR.**

IMAGEN: se presenta la imagen de un mano empuñada, triturando cigarrillos, para reforzar el mensaje central del anuncio: **¿Por qué dejar de fumar?**



¿Por qué dejar de fumar?

1. Ahorras dinero.
2. Mejoras tu aliento, dientes y onchas.
3. Evitas el envejecimiento prematuro.
4. Disminuyes la probabilidad de desarrollar un cáncer.
5. Bajas el riesgo de sufrir un infarto.
6. Recuperas tu energía y vitalidad.
7. Aumentas la fertilidad.

COOP
SANTO

PROPÓSITO EXPLÍCITO: cambiar una conducta.

PROPÓSITO IMPLÍCITO: en este anuncio no hay propósito implícito porque el mensaje que se quiere comunicar se encuentra explícito.

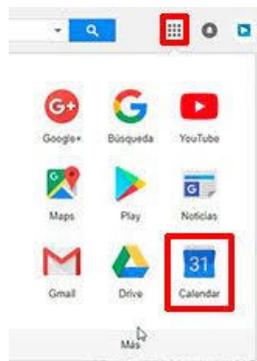
SESIÓN 2: MARTES 08 DE SEPTIEMBRE. TIEMPO ESTIMADO 45 MINUTOS.

TE ESPERAMOS EN LA CLASE ON LINE, DONDE REVISAREMOS LA RETROALIMENTACION DEL **ENIGMA 7**, VEREMOS LOS PROPÓSITOS EXPLÍCITOS E IMPLÍCITOS PRESENTES EN LOS MEDIOS.

**¡SEMANA DEL 21 DE SEPTIEMBRE
ENIGMA 8 EVALUADO EN CLASSROOM!**

APROVECHA EL TIEMPO Y REPASA EL ENIGMA 7, LA ACTIVIDAD DE APLICACIÓN 1 Y LAS GUIAS 20 Y 21.

**CLASE ON LINE 14 8ABC POR MEET CON RETROALIMENTACIÓN ENIGMA 7 Y
PREPARACIÓN ENIGMA 8 EVUALUADO.**



8 BASICO A PROFESORA RITA DE LA RIVERA

DIA: MARTES 08 DE SEPTIEMBRE / HORA: 10:00 AM

EL LINK PARA INGRESAR SE ENCUENTRA EN TU CALENDARIO

8 BASICO B PROFESORA MARLEN RODRIGUEZ

DIA: MARTES 08 DE SEPTIEMBRE / HORA: 11:00 AM

EL LINK PARA INGRESAR SE ENCUENTRA EN TU CALENDARIO

8 BASICO C PROFESORA RITA DE LA RIVERA

DIA: MARTES 08 DE SEPTIEMBRE / HORA: 12:00 PM

EL LINK PARA INGRESAR SE ENCUENTRA EN TU CALENDARIO

IMPORTANTE

Con el objetivo de optimizar tu tiempo y el de tus compañeros, podrás ingresar a la clase en dos accesos.

1 ACCESO: 5 MINUTOS ANTES DE LA HORA DE INICIO.

2 ACCESO: HASTA 10 MINUTOS COMENZADA LA CLASE.

NO HABRÁN MÁS ACCESOS PARA INGRESAR

REVISAR PROTOCOLO PARA EL BUEN USO DEL AULA VIRTUAL

<https://colediosancarlosquilicura.cl/2020/05/24/4126/>

