



DEG
División
Educación
General

**ESCUELAS
ARRIBA**
Que todos los
niños aprendan

OA 10 - 1° Medio

Actividades de apoyo 1° Medio

Guía para docentes

Tema:

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

FICHA N°3

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

Objetivo de aprendizaje: (OA10) Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, propaganda o crónicas.

Indicador de aprendizaje: Infieren la función de los elementos no verbales de un afiche publicitario, mediante la relación con el sustrato verbal, el tema, el propósito y el público al que se dirige el texto

Estándar Nivel elemental: Localizar información explícita que se encuentra en el cuerpo de un texto.

Habilidad: Localizar información explícita

Nudo de aprendizaje: Conocer la noticia y su estructura.

A continuación, te guiamos en el uso de estos ejercicios.

Estudiante

1º Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

Ficha 3: Describe la eficacia de los recursos no verbales en un mensaje publicitario.

NOTAS

Conceptos clave para la sección "Recuerda"

- 1.- Recuerde brevemente la situación comunicativa de los medios de comunicación (emisor, propósito, receptor y mensaje).
- 2.- Profundice en las características de los géneros publicitarios.
- 3.- Comente los recursos no verbales del afiche y su función.

RECUERDA

Recuerda el **afiche publicitario**, leyendo la siguiente información. Mientras lees, **subraya las ideas que te parezcan importantes**. También puedes **tomar notas** al margen del texto.

El afiche publicitario

El afiche publicitario es un tipo de texto discontinuo, pues nos entrega ideas a través de recursos verbales (palabras y oraciones), no verbales (las imágenes) y paraverbales (tipografía, color y tamaño de las letras) como parte de un mensaje completo.

Su finalidad es convencer o persuadir al lector para que adquiera o compre un determinado producto, por ende, la función del lenguaje que predomina en este tipo de texto es la apelativa.

Se dirige al público de modo directo, resaltando las características del producto y además, incitando al público a sentir diversas emociones que lo llevarán a comprar. Por ejemplo: sentimiento de éxito, belleza, admiración etc.

Entre sus características estructurales principales, tenemos las siguientes:

- Uso de frases breves y que apelan al lector.
- Existencia de un slogan, que es una frase pegajosa que permite al público recordar el producto.
- Letras de diferentes tamaños, coloridas.
- Imágenes sugestivas que resaltan el producto.

Observa el siguiente afiche y lee la información que se presenta en él sobre los recursos no verbales en la publicidad.

Actividad adicional

Observe junto a sus estudiantes el siguiente vídeo sobre los elementos no verbales de la publicidad, en el siguiente link: <https://www.youtube.com/watch?v=1Wp69Ih1nrg>

NOTAS

Gestión alternativa de la sección "Recuerda"

- 1.- Solicite a sus estudiantes reconocer los recursos verbales de texto.

Estudiante

1° Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación



Uso de diferentes colores en las letras para persuadir al lector.

Lea con sus estudiantes al afiche y reconozcan las características del afiche.

Utilización de fotografías e ilustraciones relacionadas con las cualidades del producto.

Explique que este texto será el que se trabajará a lo largo de la sesión.

Uso de distintos tamaños y tipos de letra.

https://www.curriculumnacional.cl/614/articles-32905_recurso_pdf.pdf

Actividad adicional

LEE, REFLEXIONA Y COMENTA

Realice un trabajo interdisciplinario con el docente de Artes Visuales para crear un afiche que involucre los modismos actuales, distintas tipografías, colores de letras e ilustraciones.

1. Relee el texto anterior y luego responde la pregunta asociada, pensando en los pasos mentales que realizas para llegar a la alternativa que consideras correcta.

¿Por qué resulta eficaz el uso de diferentes colores en la publicidad leída?

- A. Porque representa los diferentes sabores que tiene la bebida.
- B. Porque apela a la fuerza y energía que entrega el producto.
- C. Porque apela al público femenino al que se dirige el producto.
- D. Porque representa los colores que tendrán las latas de la bebida.

Respuesta correcta: Alternativa B.



2. Comparte con tus compañeros y compañeras de modo oral:

¿cuál fue tu respuesta a la pregunta anterior?, ¿qué pasos realizaste para responderla?

NOTAS

Gestión alternativa de la sección "LEE, REFLEXIONA Y COMENTA"

Realice preguntas para antes de la lectura y durante la lectura para monitorear el proceso de comprensión de sus estudiantes. Sugerimos realizar estas actividades de modo oral. Algunas preguntas pueden ser:

Antes de la lectura:

Pregunte a sus estudiantes conocen las bebidas energéticas.

Durante la lectura:

¿Cuál es el nombre de la bebida energética?

¿Cuál es el eslogan de la bebida energética?

¿Qué aspecto del afiche les llama más la atención?

Estudiante

1º Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

APRENDAMOS UNA ESTRATEGIA

- Te invitamos a conocer una estrategia para describir la eficacia de los recursos no verbales, usados en un mensaje publicitario para persuadir al receptor. Para lograrlo, lee con atención cada paso y realiza las actividades que te proponemos.

Paso 1: Lee la pregunta e intenta comprenderla, luego, escríbela en el espacio asignado, con tus propias palabras.

¿Por qué resulta eficaz el uso de diferentes colores en la publicidad leída?

Respuesta correcta:

El estudiante no puede perder de vista la idea de evaluar el nivel de apoyo que prestan los colores para la entrega del mensaje.

Paso 2: Lee el afiche publicitario y responde en el espacio asignado: ¿Qué producto nos presenta? ¿Cuáles son sus características?

Respuesta correcta:

Es una bebida que da energía.

Consejo de escritura



Puedes utilizar punto seguido para separar las dos partes de esta pregunta o unirlos, mediante el uso de un conector.

NOTAS

Gestión alternativa de la sección "APRENDE UNA ESTRATEGIA"

- Escriba en la pizarra la pregunta del paso 1 y solicite a sus estudiantes que indiquen las palabras clave a subrayar.
- Luego, invítelos a comparar sus respuestas con la información que presenta la guía del estudiante.

Estudiante

1º Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

Paso 3: Vuelve a leer el afiche y responde: ¿Cuál es su propósito? ¿A qué público va dirigido?



¿Cuál es el propósito?
(Entrega tu respuesta)

El lenguaje y la imagen indica que el afiche se dirige a un público joven.

Paso 3:

Lea con sus estudiantes el público al que se dirige el afiche y solicíteles que respondan cuál es su propósito (convencer)

Paso 4: Observa los colores y letras del afiche y responde: ¿Cuáles son sus características?



Los colores del afiche se caracterizan por imprimir fuerza y energía, ya que son colores vivos.

¿Cómo son las letras del afiche? (Entrega tu respuesta)

Paso 4:

Las letras con juveniles apoyando la idea de público al que va dirigido.

Paso 5: Relee los pasos anteriores y responde: ¿Cómo se relacionan las características de los colores; con el producto, con sus cualidades y el público al que va dirigido?

Respuesta correcta:

Los colores utilizados en la publicidad son vivos e imprimen fuerza, lo que se relaciona con el producto que corresponde a una bebida energética. Además, se vinculan con el público juvenil al que se dirige el afiche.

Actividad adicional para la sección “APRENDE UNA ESTRATEGIA”

1. Proponga a sus estudiantes buscar en internet, en diarios o revistas un afiche y pegarlo en el cuaderno para reconocer y destacar todos los recursos no verbales.

Estudiante

1° Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

Paso 6: Teniendo como base el paso anterior, lee las alternativas y marca la aquella que sea correcta.

¿Por qué resulta eficaz el uso de diferentes colores en la publicidad leída?

- A. Porque representa los diferentes sabores que tiene la bebida.
- B.** Porque apela a la fuerza y energía que entrega el producto.
- C. Porque apela al público femenino al que se dirige el producto.
- D. Porque representa los colores que tendrán las latas de la bebida.

PRACTICA

- 4. Responde las siguientes preguntas sobre el texto, aplicando todos los pasos de la estrategia aprendida.

1. ¿Con qué objetivo se utilizan signos de exclamación en esta palabra del afiche?

NOTAS

Gestión alternativa de la sección "PRACTICA"

- 1. Lea las preguntas con sus estudiantes y pídale que, de modo oral, las expliquen.
- 2. Relea el texto con sus estudiantes y pídale que encierren en un círculo, la imagen que hace referencia al tema del texto.
- 3. Pida a sus estudiantes que lean cada alternativa y expliquen por qué es incorrecta.



- A. Destacar el slogan que tiene el afiche publicitario.
- B.** Representar la fuerza que entrega el producto.
- C. Describir los componentes que tiene la bebida.
- D. Presentar el público al que apela la publicidad.

Respuesta correcta: Alternativa B.

2. ¿Por qué resulta eficaz la tipografía o tipo de letra utilizada en el afiche?

NOTAS

Gestión alternativa de la sección "PRACTICA"

Pregunte a sus estudiantes qué otros recursos no verbales podrían resultar efectivos para agregar al afiche trabajado durante la sesión. Escuche las respuestas de sus alumnos y alumnas, pidiéndoles justificar sus ideas.

- A. Porque fue creada especialmente para ese producto.
- B. Porque una tipografía que se puede leer con claridad.
- C. Porque es una letra que simboliza la paz y la fuerza.
- D.** Porque el producto apela a un tipo de consumidor joven.

Respuesta correcta: Alternativa D.

NOTAS

Posibles errores en la respuesta

En la pregunta 1 puede suceder que algunos de sus estudiantes seleccionen **la alternativa D**, considerando el lenguaje verbal de la frase que es juvenil, aludiendo al grupo al que se dirige el producto. En este caso, destaque que la pregunta se refiere al uso de signos de exclamación y no, al término "filete".

En la pregunta 2 algunos estudiantes se pueden inclinar **por la alternativa B**, que se refiere a la claridad de la letra. Para remediar la situación, relea todas las estrategias aprendidas con sus alumnos y alumnas, a fin de que puedan descubrir que el fin de la publicidad se relaciona con el público consumidor de la bebida.

Estudiante

1º Medio

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

Comparte de modo oral, tu respuesta y los pasos que realizaste para llegar a ella

Actividad adicional para la sección “PRACTICA”

¿QUÉ APRENDÍ?

1. Pida a sus estudiantes que dibujen otras ilustraciones para el afiche, pero sin modificar la intención del texto.

5. **Responde en el espacio asignado:** ¿Qué elementos no verbales tiene un afiche publicitario?

NOTAS

Sugerencias para trabajar la sección “¿QUÉ APRENDÍ?”

Dada la importancia de la metacognición en el cierre de una sesión de aprendizaje, puede complementar la pregunta 7, con las siguientes interrogantes:

- ¿Qué recursos no verbales utilizas en tu vida cotidiana para persuadir al receptor?



DEG
División
Educación
General

**ESCUELAS
ARRIBA**
Que todos los
niños aprendan

OA 10 - 1° Medio

Actividades de apoyo 1° Medio

Guía para docentes

Estrategias de Comprensión: Medios de Comunicación

FICHA N°3