



BITÁCORA DE TRABAJO N°5 PARA ESTUDIANTES

Sector/ Subsector de aprendizaje/ Especialidad	Lengua y Literatura	Cursos	7° A-B
Profesor(a)	Norma Galindo		
Nombre Estudiante			
Curso Estudiante		Letra	
Objetivo de Aprendizaje Priorizado	<p>OA 9: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando diversos elementos.</p> <p>OA 12: Expresarse en forma creativa por medio de la escritura de textos de diversos géneros (por ejemplo, cuentos, crónicas, diarios de vida, cartas, poemas, etc.), escogiendo libremente: • el tema • el género • el destinatario</p> <p>OA 20: Comprender, comparar y evaluar textos orales y audiovisuales tales como exposiciones, discursos, documentales, noticias, reportajes, etc.</p> <p>OA 21: Dialogar constructivamente para debatir o explorar ideas:</p>		
Indicadores de evaluación	<p>Comprensión lectora</p> <p>Análisis de textos periodísticos</p> <p>Producción textual</p>		
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos compositivos de los medios de comunicación. - Análisis de textos no literarios - Producción textual 		



Contacto docente



ngalindo@incoblascanas.cl



[profalenguayliteratura](https://www.instagram.com/profalenguayliteratura)

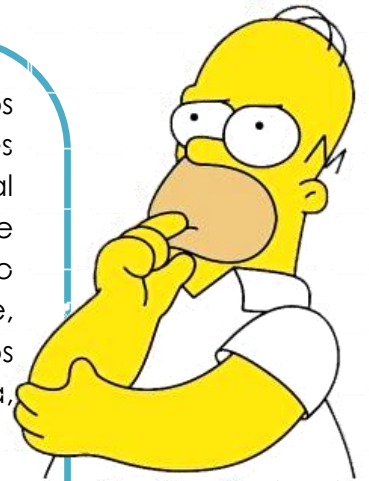
Semana n°1

Desde el día	16 de noviembre de 2020	Hasta el día	20 de noviembre de 2020
--------------	-------------------------	--------------	-------------------------

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: INFORMACIÓN 24/7

Según lo trabajado las últimas semanas, reconocemos los medios de comunicación como un conjunto de múltiples plataformas que nos brindan información respecto al acontecer nacional e internacional. Además, este tipo de medios se ajusta a las necesidades de sus usuarios, variando de contenido según lo que se busca. Sabemos también que, tras tener acceso ilimitado a este tipo de recursos, nos vemos expuestos a una serie de riesgos como información falsa, cyberbullying, entre otros.

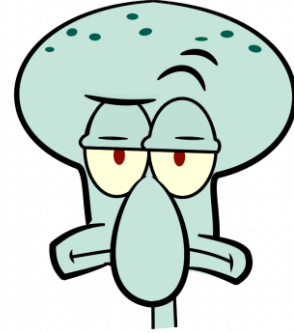
Finalmente, debemos ser capaces de cuestionar, investigar y profundizar sobre la información que recibimos a diario, ya que este tipo de ejercicio nos ayudará a poder construir un pensamiento argumentado y sólido según nuestros ideales.



Dado lo anterior, como una nueva etapa de trabajo, conoceremos y analizaremos los elementos relacionados a la **PUBLICIDAD Y PROPAGANDA...**

¡Vamos!

Publicidad y propaganda: Mensajes que marcan tendencia...



¿Sabes que no
son lo mismo?

Veamos por
qué..

Propaganda: Forma de comunicación basada en la difusión de ideas y opiniones de tal forma que el objetivo principal es conseguir un cierto grado de persuasión en los individuos.

La propaganda intenta a través de sus medios cambiar la actitud de las personas y dirigir sus miradas y opiniones hacia la corriente representada en la acción informativa. Para ello, puede valerse de diversas maneras para influir a nivel sentimental, ideológico o de conciencia.



Publicidad: Se entiende por publicidad todas aquellas acciones destinadas a **hacer difusión de un producto o un servicio con el objetivo de atraer compradores o usuarios.**

Actividad 1

Instrucciones: A continuación te presentaremos distintas campañas de propaganda y publicidad. Debes identificar a qué categoría pertenecen según sus características visuales y describir cuál es su objetivo (mínimo de extensión 6 líneas).

1



2



3

10ª Semana
lucha contra el
Cáncer



UN LLAMADO A LA PREVENCIÓN

1 AL 6 DE OCTUBRE DE 2017

4



5



6



7





Los estilos de las campañas publicitarias han ido evolucionando con el tiempo. Se ha tomado conciencia respecto al nivel persuasivo que tiene en las personas el establecer ciertos patrones de belleza irreal e inalcanzable.

¿Sabes qué son los estereotipos?

Un estereotipo es una **imagen, idea o noción inmutable que tiene un grupo social respecto de otro**, al que le son atribuidos de forma generalizada conductas, cualidades, habilidades o rasgos distintivos.

La palabra se compone de las raíces griegas στερεός (*stereós*), que significa 'sólido', y τύπος (*týpos*), que se traduce como 'impresión' o 'molde'.

Ejemplo

- Un hombre debe hacerse cargo de la economía del hogar.
- La mujer nace para ser madre y cuidar de su familia.
- Todos los que habitan en la zona sur de Santiago son delincuentes.
- Signo de belleza implica estar delgada.
- La mujer que no se maquilla es poco femenina.



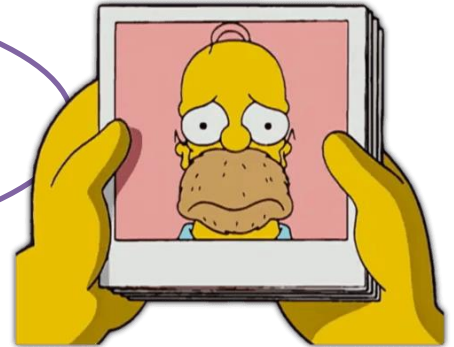
Lo anterior se puede vincular directamente con los PREJUICIOS... pero ¿Qué son?

Un prejuicio es una **opinión, por lo general de índole negativa, que nos hemos formado sobre algo o alguien de manera anticipada y sin el debido conocimiento**. En este sentido, el prejuicio es la acción y efecto de prejuzgar.

Semana n°2

Desde el día	23 de noviembre de 2020	Hasta el día	27 de noviembre de 2020
--------------	-------------------------	--------------	-------------------------

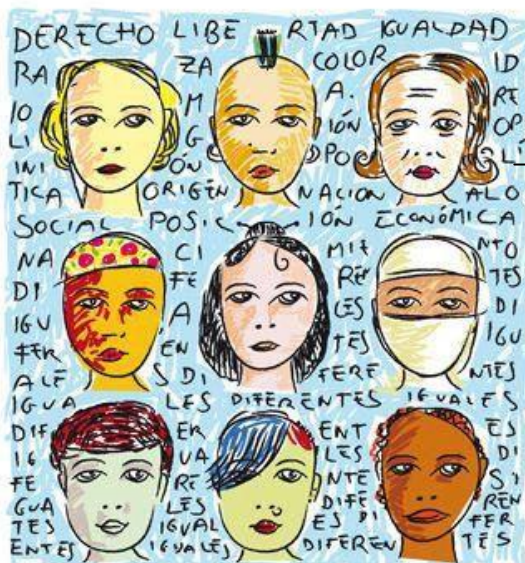
¡llegamos a nuestra última semana de trabajo!



Recapitulando, logramos conocer qué es la **PUBLICIDAD Y LA PROPAGANDA**, reconociendo sus objetivos y la forma en que interpelan a los emisores. Además, abordamos la problemática que subyace en torno a los estereotipos, ya que crea categorizaciones e ideales con perspectivas que reproducen un sistema discriminatorio, excluyente y de mercado, donde la valoración y reconocimiento muchas veces se valida a través del poder adquisitivo de grandes marcas o el ideal de una belleza perfecta.

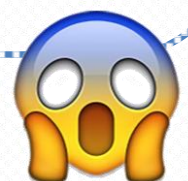
- 1) ¿De qué manera nos afecta esto?
- 2) ¿Cómo y de qué manera inciden en nosotros los estereotipos sociales?
- 3) Busca el concepto de persuasión y explícalo con tus palabras.

SIN ESTEREOTIPOS

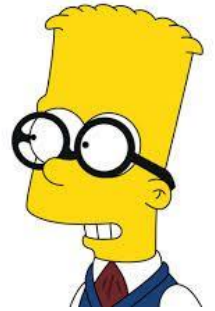


Observa el afiche y responde las siguientes preguntas:

- a) ¿A qué categoría pertenece, publicidad o propaganda? Justifica (mínimo de extensión: 4 líneas)
- b) ¿Cuál es el mensaje que se entrega? (mínimo de extensión: 6 líneas)
- c) Rescata tres palabras que aparezcan en el anuncio y busca su significado.



S í n t e s i s



Propaganda - Publicidad

La **propaganda** consiste en el lanzamiento de una serie de mensajes que busca influir en el sistema de valores del ciudadano y en su conducta.

Se articula a partir de un discurso persuasivo que busca la adhesión del otro a sus intereses.

Cabe destacar que en ocasiones se confunde el término "publicidad" con el de "propaganda", a este respecto es importante comprender que la **propaganda** busca la propagación (y persuasión) de ideas políticas, sociales, morales y religiosas sin fines directamente económicamente compensatorios.

El objetivo fundamental de la **publicidad** es informar al público sobre la existencia de bienes o servicios a través de medios de comunicación con el objetivo de obtener una compensación prefijada.

Además hace uso de numerosas disciplinas tales como la psicología, la sociología, la estadística, la comunicación social, la economía y la antropología a fin de recordar (para crear imagen de marca) y /o persuadir para producir, mantener o incrementar las ventas.

La **publicidad** llega a su público objetivo a través de los medios de comunicación.



 PARTIDO POR LA DEMOCRACIA
SECRETARÍA DE LA MUJER



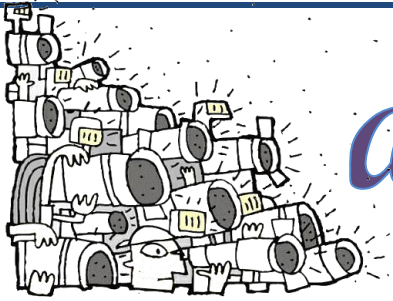
El aislamiento social por el COVID19, ha generado un **aumento en la violencia de género**.



NO ESTÁS SOLA
ESTAMOS CONTIGO

En esta pandemia, hemos sido testigos de diferentes casos de **violencia extrema**





Actividad 2

Como propuesta final, te invito a crear un afiche de **PROPAGANDA** en contra de la discriminación, ya sea de género, por raza, social, entre otras.

Puedes crearla con los elementos que tú dispongas; recortes, aplicaciones, dibujos, etc.

Debes considerar los siguientes elementos para el diseño y elaboración de tu proyecto:

- Identificar el tipo de discriminación trabajado.
- Utilizar imágenes y/o dibujos nítidos con el fin de contribuir a la comprensión de tu trabajo.
- La dimensión mínima debe ser de 30 cm. de alto por 30 cm. de ancho, en el caso de que sea manual o digital.
- Debe contener un eslogan (frase o mensaje) comprensible y coherente con la temática.
- Realiza una descripción que explique el sentido de tu proyecto y tu punto de vista en relación al tema (opinión), señalando a qué tipo de público está dirigido, la problemática que se trabajó y otros elementos que respalden y permitan complementar la comprensión del trabajo visual realizado (mínimo de extensión 10 líneas).



Imagen que complementa y enriquece el trabajo visual.

Eslogan (frase) que interpela al emisor.

Información complementaria que respalda la campaña propagandística.

Hace referencia a la problemática abordada.



Autoevaluación estudiante

Este instrumento te invita a autoevaluar tu proceso de aprendizaje en este periodo. Para ello debes consignar una X en la casilla que corresponda según el trabajo realizado frente a cada acción descrita. Escala

de valoración: 1= Escasamente 2=Medianamente 3= Totalmente

Indicadores a considerar	1	2	3	Observaciones que complementan tus apreciaciones
Actitudinal				
1) Cumplí con el plan de trabajo semanal propuesto.				
2) Organicé mis tiempos para realizar el trabajo de manera efectiva.				
Procedimental/ Conceptual				
1) Comprendí las funciones de los medios de comunicación.				
2) Logré identificar las características de los medios de comunicación.				
3) Comprendí los conceptos de estereotipo social y su relación con diversas temáticas contingentes.				
4) Comprendí qué es la PUBLICIDAD y PROPAGANDA.				
5) Logré diseñar una campaña PROPAGANDÍSTICA basada en la temática propuesta.				
6) Logré justificar y argumentar mi propuesta de trabajo con ideas claras para su mayor comprensión.				
7) Realicé consultas a la docente y/o participé de actividades complementarias (repasos semanales).				

- Querida estudiante: Quiero agradecer tu esfuerzo y constancia en todo momento. Recuerda que ante cualquier consulta puedes escribirme a mi correo electrónico.
- ✓ No olvides que cada semana nos reuniremos para trabajar en conjunto el contenido de nuestra bitácora de trabajo.



Profesora Norma Galindo