
 Liceo Bicentenario Politécnico de Ovalle	 Guía de aprendizaje N°4: La Divergencia noticiosa y crítica publicitaria	Fecha de entrega: <table border="1"> <tr> <td>02</td> <td>10</td> <td>2020</td> </tr> </table>	02	10	2020
		02	10	2020	
NIVEL: Primero Medio					
Depto. de asignatura Lenguaje y Comunicación	Link de video para explicación de la guía (optativo): https://youtu.be/2AEtNvinTdg	Carácter de la Evaluación: Sumativa			
Profesor/a: Rodrigo Linazasoro G.	Curso (A) rpoblete@liceopolitecnicodeovalle.cl Curso (B) erazo@liceopolitecnicodeovalle.cl Curso (C, D, E, F, G): rlinazasoro@liceopolitecnicodeovalle.cl	Nivel de Logro: Puntaje total: 40 pts. (100 %) Puntaje min. aprobación: 24 pts. (60%)			

Nombre: _____ **Curso I°** ____ **N° de Lista:** _____

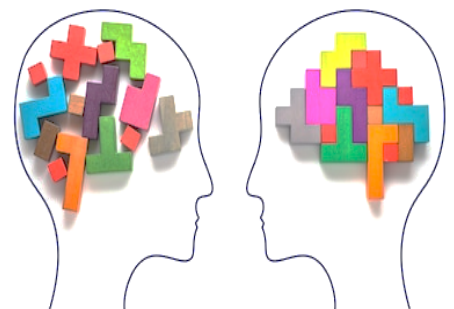
Objetivos de aprendizaje (OA):	OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, propaganda o crónicas, considerando: <ul style="list-style-type: none"> • La veracidad y consistencia de la información. • Similitudes y diferencias en la forma en que distintas fuentes presentan un mismo hecho. • Qué elementos del texto influyen en las propias opiniones, percepción de sí mismo y opciones que tomamos.
Indicador de evaluación:	<ul style="list-style-type: none"> • Comparan los recursos utilizados por diferentes medios de comunicación para comunicar la misma noticia. • Explican con ejemplos las estrategias de persuasión utilizada en un mensaje publicitario y una propaganda.
Habilidades:	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar textos periodísticos y mensajes publicitarios.

Instrucciones:	Te invito a que leas atentamente las instrucciones y realices las actividades presentes en este material. Si tienes dudas, en el encabezado de arriba encontrarás un Link en el que podrás observar una explicación más detallada de cómo desarrollar estas actividades. Recuerda que si no tienes como imprimir este material podrás desarrollar las respuestas en tu cuaderno y enviarlas al correo del profesor del curso que te corresponde.
-----------------------	--

I. A continuación, encontrarás dos títulos noticiosos que tienen el mismo hecho, pero explicado con distinta información. Lee atentamente y responde la pregunta que aparece a continuación:

Los avances aéreos sobre Kabul han provocado daños colaterales CNN, EE.UU.	Los bombardeos sobre Kabul han provocado víctimas civiles Al Jazeera, Qatar.
¿Qué diferencias encuentras en ambos títulos? ¿Por qué existe esa diferencia?	

Los textos anteriores corresponden a dos formas de tratamiento e interpretación de un mismo hecho. La CNN norteamericana utiliza “avances aéreos” y “daños colaterales” para referirse a lo que Al Jazeera denomina “bombardeos” y “víctimas civiles”. **Cada palabra convoca interpretaciones diferentes y se eligen para transmitir un punto de vista u otro.** “Bombardeos” sugiere guerra, destrucción; “víctimas” sugiere también muerte, ausencia de culpabilidad, y civiles se opone a militares. Con expresiones simples o abstractas como “avances aéreos” o “daños colaterales” se evitan estos efectos e incluso se esconde el significado original, con el fin de ofrecer una visión de los hechos más beneficiosa para los intereses de la cadena norteamericana.





II.- Lee los siguientes pares de titulares y encabezamientos y explica cómo difieren en la interpretación:

<p>Quedaría en \$191 mil al mes: Gobierno ofrece subir el sueldo mínimo en 5%, basado en el aumento de la productividad e IPC</p> <p>Ejecutivo replicó la fórmula de reajuste propuesta en 2010 por la comisión asesora laboral, que se creó para este tema. Comisión de Hacienda vota hoy el proyecto, que pasará después a la Cámara Baja. La CUT insiste en incremento en torno al 37%.</p> <p style="text-align: right;">El Mercurio</p>	<p>Rechazo de diversos sectores ante reajuste de nueve mil pesos al salario mínimo</p> <p>El Gobierno ingresó a la Cámara un incremento de cinco por ciento que generó diversas críticas. Mientras desde el sindicalismo hablaron de "reajuste migaja", especialistas y parlamentarios plantearon que la cifra no se condice con la situación económica.</p> <p style="text-align: right;">El Rancahuaso</p>
<p>Diferencia de interpretación:</p>	
<p>Presidente Lugo tras ser destituido: "La democracia ha sido herida profundamente"</p> <p>En su último discurso como Presidente de Paraguay, Fernando Lugo dijo que el juicio político en su contra "transgredió todos los principios de la defensa, de manera cobarde alevosa y espero que sus ejecutores tengan presentes las gravedad de sus hechos".</p> <p style="text-align: right;">La Tercera</p>	<p>PRESI FERNANDO LUGO FUE DESTITUIDO POR "MAL DESEMPEÑO"</p> <p>Cientos de personas se manifiestan en el Congreso de Paraguay por la decisión parlamentaria.</p> <p style="text-align: right;">La Cuarta</p>
<p>Diferencia de interpretación:</p>	



III.- A continuación, aparecen dos posturas que critican y defienden la publicidad, lee atentamente y luego responde la pregunta que aparece al final de la página:

La publicidad no se limita a vender productos, sino que también **promueve ideas, valores, hábitos, etc.**, por eso, diversos detractores alegan que la publicidad **vulnera los derechos** de las personas.



Crítica a la publicidad	Defensa de la publicidad
Fomento de la sociedad de consumo Mantiene el modelo capitalista, donde el éxito depende de los bienes materiales.	Desarrollo del sistema económico Fomenta la competencia entre anunciantes y ayuda a que las empresas mejoren sus servicios.
Es engañosa Promete mejorar la calidad de vida, belleza, salud, popularidad, etc. si el producto es adquirido.	Ayuda a la decisión del consumidor Entrega información sobre el producto o servicio para elegir el mejor.
No respeta la privacidad Es invasiva y está en todas partes, incluso en los espacios no públicos como el correo electrónico y la telefonía móvil.	Fortalece la democracia Sostiene económicamente a los medios masivos de comunicación. La difusión de noticias permite la libertad de expresión.
Fomenta prejuicios Difunde estereotipos negativos acerca del hombre, la mujer, la familia, los abogados, los chinos, la belleza, el estudio, la comida, los logros, etc.	Difunde valores Transmite mensajes alusivos a conductas deseables (como los comerciales de cervezas que invitan a beber con moderación).
Explota a los niños Los niños son altamente influenciables y no tienen la capacidad para discriminar el valor de los mensajes.	Entregan información Permiten que las personas se informen de algunos contenidos importantes como seguridad e higiene.

La marca de relojes Mariner pidió disculpas públicas por los afiches que se presentan a continuación, ¿Cuál crees que son los motivos de estas disculpas? Fundamenta tu respuesta utilizando una de las posturas que leíste anteriormente.



Tu respuesta



IV.- A continuación, encontrarás estrategias que te servirán para analizar críticamente la publicidad. Lea atentamente y observa la imagen del afiche publicitario de Falabella y determina que estrategia(s) es o son la(s) indicada(s) para examinar críticamente esta publicidad fundamentando tu respuesta:

Estrategias para examinar críticamente la publicidad

1.-Reconocer si el anuncio engaña entregando información vaga, ambigua o limitada. Por ejemplo, "el diario de mayor circulación nacional" no significa el más leído, sino el que posee la tirada más grande. Un producto que "ayuda a aliviar el estrés", no significa que lo evite, sino que puede ser uno de los muchos factores que ayude a reducirlo.

2.-Reconocer si el anuncio promueve una sociedad donde los valores máximos son la adquisición de bienes materiales y un estilo de vida opulento.

3.-Reconocer si el anuncio dirige su mensaje hacia los niños, de modo que estos presionen a sus padres para adquirir los productos.

4.-Reconocer si el anuncio promueve la discriminación, como la de género (lo que es de hombre y es de mujer), de raza (blanco, negro, asiático, etc.), de etnia (lugar de origen), social (pobre y rico), etaria (edad) entre otras.

5.- Reconocer si el anuncio suprime o tergiversa valores como la solidaridad, la justicia, el amor, el respeto, la verdad y la dignidad del ser humano, los derechos de los animales, el cuidado del medio ambiente, etc.

6.- Reconocer la existencia de cláusulas o explicaciones importantes que se entregan camufladamente en forma rápida al final de un anuncio o en **letra pequeña**. Se debe estar atento a expresiones como "solo por tiempo limitado", "solo tiendas adheridas", "solo presentando cupón", "no incluye baterías", "no incluye despacho", "más IVA", etc.



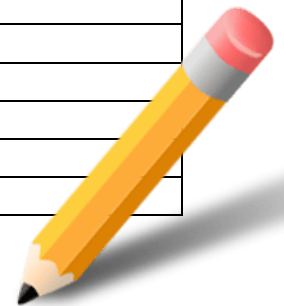
Estrategia(s) para el examen crítico:
--

Fundamentos:



V.- A partir de las 2 imágenes anteriores (*Old Spice*), sigue las marcas textuales y escribe una breve crítica sobre el mensaje que emiten los dos afiches anteriores, utiliza las estrategias para fundamentar críticamente un anuncio publicitario:

En las imágenes se observa...
El mensaje publicitario comunica que...
Pienso que esta publicidad es... (incluye una estrategia en esta respuesta)
Porque... (fundamenta tu opinión)



PAUTA DE EVALUACIÓN *(Uso exclusivo del profesor)*

Criterio	Descriptor	Logrado (4)	Medianamente logrado (3)	Por lograr (2)	No Logrado (1)
SABER (Actividad I, II, III, IV)					
Compara información	Distingue la divergencia en la información presentadas en títulos noticiosos.				
Relaciona ideas	Identifica el conflicto de la publicidad relacionandolo con una crítica publicitaria				
Reconoce idea principal	Reconoce el tema principal del anuncio publicitario y el mensaje que emite.				
Identifica estrategia	Identifica la(s) estrategia(s) para el análisis crítico publicitario de manera eficiente y fundamentada				
SABER HACER (Actividad V)					
Utiliza información	Utiliza las estrategias para analizar críticamente una publicidad en su análisis crítico				
Fundamentación	Construye una crítica fundamentada en argumentos o razones bien definidas				
Redacción	Se observa coherencia y cohesión de las ideas en la escritura de la crítica				
Ortografía	Cuida su redacción obteniendo menos de tres faltas de ortografía en su escritura.				
SABER SER (Cumplimiento y dedicación)					
Respeto a otras ideas u opiniones	Demuestra respeto a la diferencia de ideas u opiniones en el desarrollo de este material.				
Responsabilidad	Cumple la fecha establecida para la entrega del material .				
		Puntaje Obtenido:			

Puntaje Total (100%): 40 puntos = 7,0

Puntaje mín. de aprobación (60%): 24 puntos = 4,0

Tramo de desempeño		
No Logrado 0-23 puntos	Medianamente Logrado 24- 29 puntos	Logrado 30-40 puntos

Calificación	
--------------	--

