

# Guía Lengua y Literatura 8º año A - B Prof.: Vanessa Abarzúa Fuentes (semana 24)

Objetivo de la clase: Identificar características de la publicidad y la propaganda para analizar sus propósitos.

OA 10: 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.

Indicadores de Evaluación:

- Identifican cuáles son los propósitos que un autor hace explícitos en un texto.
- Mencionan cuáles son los propósitos implícitos que probablemente tiene un texto, argumentando a partir de elementos del mismo.

**\*Obligatorio**

1. Nombre y Apellido: \*

---

2. Curso: \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

Octavo A

Octavo B

## I. Retroalimentación:

Queridos estudiantes de octavo año: nos reunimos en una nueva semana de trabajo y aprendizajes, donde conoceremos conceptos y contenidos que no hemos visto anteriormente, te invito a leer...

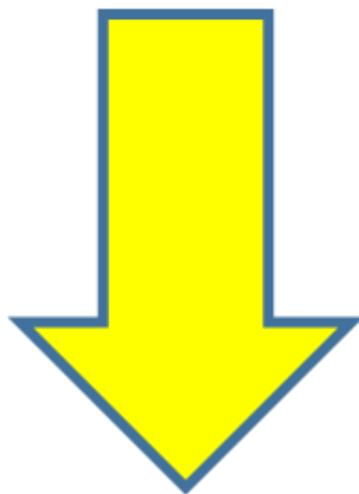
¡¡Manos a la obra!!

No olvides que siempre debes aplicar las estrategias de lectura, recuerda que diariamente nos encontramos con diversos textos y es imprescindible que comprendas cada uno de ellos.

## ESTRATEGIAS DE LECTURA



TE INVITO A CONOCER UN NUEVO CONTENIDO...¿TE GUSTARÍA SABER CUÁL ES?



## PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

### Publicidad

- Orientada a establecer **relaciones de tipo económico**
- El productor, comerciante o publicista busca convencer a otro (potencial cliente) para que **adquiera el producto, servicio o concepto** promocionado.
- Propósito comunicativo: **persuadir** al receptor para que **adquiera un determinado bien**.

### Propaganda

- Fundamento es de **carácter ideológico**, es decir, se basa en la **divulgación de ideas** con una orientación o tendencia definida.
- Propósito comunicativo: **persuadir** al receptor para que adhiera la **adhesión a una ideología**.

# Diferencia entre publicidad y propaganda



**Publicidad**

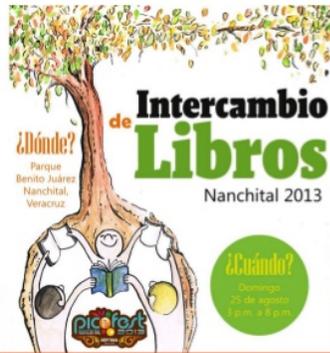
- Establece relaciones de tipo económico
- Emisor: productor, comerciante, publicista
- Receptor: público, destinatario, cliente
- Propósito: convencer al cliente para que adquiera cierto producto o servicio.



**Propaganda**

- Establece relaciones de tipo ideológico
- Divulgación de ideas que conforman una tendencia
- Propósito: Obtener la adhesión del receptor a una determinada ideología, forma de pensamiento, etc.
- Formas más frecuentes de propaganda: religiosa y política.

# Propaganda: No vende, sino más bien crea conciencia.



# Publicidad: Persuade a los receptores para que consuman o adquieran el producto ofrecido.



### III. Actividad:

Responde las siguientes preguntas de acuerdo al contenido visto hoy:

3. 1.- ¿Cuál es la diferencia entre una PUBLICIDAD y una PROPAGANDA? \*

1 punto

---



---



---



---



---

4. 2.- ¿Qué tienen en común una PUBLICIDAD y una PROPAGANDA? \*

1 punto

---

---

---

---

---

3.- Llegó el momento de crear, debes elegir entre una PUBLICIDAD y una PROPAGANDA y dibuja en tu cuaderno tú decisión. Recuerda respetar su estructura y propósito comunicativo (enviar tu fotografía a mi correo: [vanessa.abarzua@colegio-espana.cl](mailto:vanessa.abarzua@colegio-espana.cl))

\*\*\*TICKET DE SALIDA\*\*\*

Escribe si la imagen corresponde a una PUBLICIDAD o una PROPAGANDA:

5. \*

1 punto



---

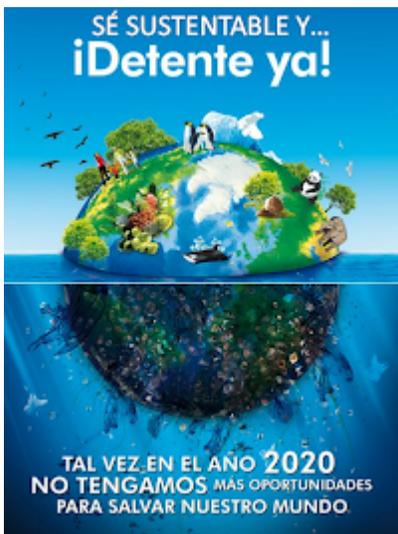
6. \*

1 punto



7. \*

1 punto





---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios