

<b>Materia</b> Lenguaje	<b>Grado</b> 8	<b>Unidad de aprendizaje</b> Interpreta diferentes expresiones artísticas
----------------------------	-------------------	--

<b>Título del objeto de aprendizaje</b>	Comprensión de un texto informativo.
---	--------------------------------------

**Objetivos de aprendizaje**      Analizar el estilo y estructura de distintos textos.  
 Contrastar las características de diferentes tipos de textos informativos.

**Habilidad/ conocimiento**      1. Establece las diferencias entre un mensaje publicitario radial con un eslogan publicitario.

- 1.1 Identificar la superestructura del texto.
- 1.2 Analizar la estructura del texto.
- 1.3 Identificar el tema del texto.
- 1.4 Descubrir relaciones lógicas de los textos.
- 1.5 Extraer la información más importante.
- 1.6 Determinar la intención del texto.
- 1.7 Identificar el estilo del texto.
- 1.8 Establecer similitudes y diferencias.

**Flujo de aprendizaje**      Introducción. Textos informativos

- Objetivos
- Actividades principales.
- Actividad 1. Dos tipos de mensaje publicitario (S/K 1-3, 1-5, 1- 6, 1 -7).
- Actividad 2. Estructura de los mensajes publicitarios (S/K 1- 1, 1 -2, 1- 4, 1- 8).
- Resumen.
- Tarea

**Guía de valoración**      El estudiante debe establecer las diferencias entre las estructuras de un mensaje publicitario impreso y un mensaje publicitario radial.

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza/Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
-------	----------------------	--------------------------------------	-----------------------

**Introducción**



**Introducción**

**Textos informativos**

El docente presenta un video donde se muestra los diferentes tipos de mensajes publicitarios, y una reflexión sobre su uso en la ciudad. El objetivo es que el estudiante visualice cómo la ciudad se ha ido llenando de diversos tipos de publicidad, con el fin de ganar consumidores.

Los espacios urbanos son el escenario donde se concentran con mayor intensidad los mensajes publicitarios.

- A lo largo de la historia, formas y soportes consiguieron adaptarse a la silueta de las ciudades modernas.
  - Marcas y productos pujan por ocupar los lugares más visibles en el complejo entramado de signos urbanos.
  - Los mensajes publicitarios son piezas claves para el funcionamiento del mercado capitalista.
  - Buscan orientar las pulsiones sociales hacia el consumo masivo.
  - Aunque también los anuncios procuran llegar a las audiencias de modos cada vez más personalizados.
  - La publicidad es un componente central en los medios de comunicación:
- Está en los diarios, en la radio, en la TV, en el cine, en la internet, ahora también, en nuestros dispositivos móviles.
- Las ciudades concentran población.
  - Más población, igual más consumidores.
  - Por eso en la modernidad, incluso los planos de una ciudad se convierten en grandes pantallas para vender productos.
  - Donde lo que siempre se pone en juego es la creatividad para ocupar espacios y ganar minutos de atención.

Se presentan los objetivos de la clase.

**Video:  
Mensajes publicitarios en la ciudad.**

**Objetivos de la clase.**

**Desarrollo**



El docente presenta el tema

**Actividad 1. Dos tipos de mensaje publicitarios (S/K 1-3, 1-5, 1- 6, 1 -7).**

El docente presenta la definición de mensaje publicitario impreso y mensaje publicitario radial, haciendo hincapié en que ambos tienen la intención de informar.

**Mensaje publicitario impreso.**

Es una clase de texto informativo cuyo mensaje incluye un conjunto de textos, imágenes y símbolos que transmiten una idea. Su finalidad es captar la atención del receptor, comunicar efectivamente esa idea que responde al objetivo publicitario.

**Recurso Interactivo**  
Material del estudiante

Definición de mensaje publicitario impreso y mensaje publicitario radial.

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza/Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
-------	----------------------	--------------------------------------	-----------------------

Desarrollo



El docente presenta el tema

### Mensaje publicitario radial

Es una clase de texto informativo cuyo objetivo es mostrar una información de cualquier tipo (educativa, política, comercial, de entretenimiento) para persuadir al público, llamar su atención, y convencerlo de dicho mensaje. Está dirigido a todo tipo de público.

A continuación, el docente le indica el estudiante que observe y escuche, según corresponda, los mensajes publicitarios propuestos en el recurso interactivo.

#### Ejercicio

El estudiante, compara los anteriores mensajes de publicidad (radial e impreso), completando la información requerida de la tabla, propuesta en el Material del estudiante. Allí debe analizar la intención, el tema tratado y el estilo que se maneja en cada uno.

Durante la explicación de la actividad, el docente amplía la información sobre el estilo de un mensaje publicitario con la siguiente información.

Estilo: el estilo publicitario es la manera de expresar el mensaje. Se refiere tanto a las características del mensaje, como al tono, al lenguaje, la música o forma de apelar al destinatario. Algunos elementos estilísticos son: frases populares, presentar solución a un problema, promociones, expresiones de felicidad ante el producto, informar acerca de los beneficios y bondades del servicio o producto, ilustraciones llamativas, animación, promesa de diversión y felicidad, etc.

### Actividad 2. Estructura de los mensajes publicitarios (S/K 1- 1, 1 -2, 1- 4, 1- 8)

El docente explica la estructura del mensaje publicitario impreso, y el mensaje publicitario radial.

#### Mensaje publicitario impreso

**Titular o encabezado.** Texto colocado en una parte bien visible del anuncio. Su objetivo es captar la atención del consumidor al mismo tiempo que identifica al producto.

**Ilustración.** Imagen que intenta captar la atención y mostrar el producto.

**Cuerpo del texto.** Explica y se desarrolla lo expresado en el titular, al mismo tiempo que da detalles sobre el producto.

**Elementos de la firma.** Es decir, la marca del producto, el nombre de la empresa, logotipo y un eslogan.

Recurso interactivo

Material del estudiante

Definición de mensaje publicitario impreso y mensaje publicitario radial.

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza/Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
<p data-bbox="121 220 263 252"><b>Desarrollo</b></p> 	<p data-bbox="316 220 457 315">El docente presenta el tema</p>	<p data-bbox="488 220 852 252"><b>Mensaje publicitario radial</b></p> <p data-bbox="488 283 1261 378"><b>La llamada de atención.</b> Por medio de ella se capta la atención del oyente. Suele ser una frase original o un recurso sonoro sorprendente.</p> <p data-bbox="488 378 1261 441"><b>La presentación.</b> Es la parte informativa del texto a través de la cual se da a conocer el producto.</p> <p data-bbox="488 441 1261 535"><b>La argumentación.</b> En ella se justifica por medio de argumentos adecuados la necesidad de adquirir un producto.</p> <p data-bbox="488 535 1261 609"><b>La implicación.</b> Es el cierre del texto publicitario. Se apela a los receptores y se les pide que compren lo anunciado.</p> <p data-bbox="488 630 625 661"><b>Ejercicio 1</b></p> <p data-bbox="488 693 1261 892">El estudiante establece las diferencias y semejanzas entre los elementos de las estructuras del mensaje de publicidad radial, y el mensaje de publicidad impreso, en su respectivo material. Analiza, ¿qué elementos cumplen las mismas funciones?, ¿en qué elementos se diferencian?, ¿cómo se muestra el producto en ambos tipos de publicidad?</p> <p data-bbox="488 913 657 945"><b>Semejanzas:</b></p> <p data-bbox="488 976 1261 1144">El titular o encabezado del mensaje publicitario impreso cumple la misma función de La llamada de atención del mensaje publicitario radial. Ambas partes tienen por objetivo captar la atención del consumidor por medio de una frase original que identifique al producto. Así mismo, El cuerpo del texto (en mensaje publicitario impreso) y La presentación (en el mensaje publicitario radial), son equivalentes en cuanto a su función. Esta parte de los anuncios, presentan con detalles los productos.</p> <p data-bbox="488 1291 649 1323"><b>Diferencias:</b></p> <p data-bbox="488 1354 1261 1753">El mensaje publicitario impreso y el radial, presentan recursos estilísticos diferentes para promocionar sus productos. El mensaje publicitario impreso muestra el producto mediante una imagen; en cambio, en el mensaje publicitario radial, mediante una descripción que se hace, ya sea en La presentación o en la argumentación. Por otro lado, en el anuncio publicitario impreso aparecen Los elementos de la firma (logo, eslogan, nombre del empresa) de manera gráfica en un lugar reservado del anuncio; por el contrario, en el mensaje publicitario radial, estos elementos son presentados de manera oral y con una apelación directa a la compra del producto.</p> <p data-bbox="488 1774 625 1806"><b>Ejercicio 2</b></p> <p data-bbox="488 1837 1261 1995">El estudiante retoma los mensajes publicitarios planteados en la Actividad 1. Observa nuevamente el mensaje publicitario impreso, y escucha varias veces, el mensaje de publicidad radial. Escribe en la tabla propuesta en el Material del estudiante, los elementos presentados en cada mensaje,</p>	

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza/Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
-------	----------------------	--------------------------------------	-----------------------

Desarrollo



El docente presenta el tema

según corresponda.

### Mensaje publicitario impreso

- **Titular o encabezado.** ¿Te aburres en tu trabajo?
- **Ilustración:** se muestra a un hombre joven con actitud tranquila y relajada. Tiene una expresión alegre y triunfal.
- **Cuerpo del texto.** No te preocupes, desestrésate, pásala bien con Chest.
- **Elementos de la firma.** Es hora de pasarla bien Chest

### Mensaje publicitario radial

- **La llamada de atención:** [música popular] Ven a disfrutar las fiestas patrias a Pelarco
- **La presentación.** Desde el 17 al 22 de Septiembre en la media luna de Pelarco. Te esperamos con la gran fonda oficial como todos los años.
- **La argumentación.** La Pelarquina con el ritmo de los inseparables, los apasionados, los príncipes de la cumbia y los sicarios del Sur. Además, todos los días juegos populares, fiestas de la chileridad, tomadura, mucho folclore, gastronomía típica, circo gratis.
- **La implicación.** Invita municipalidad de Pelarco y Taller producciones.

Resumen



Resumen

### Mensajes de publicidad

#### Impreso

Es un texto informativo cuyo mensaje incluye un conjunto de textos, imágenes y símbolos que transmiten una idea.

#### Estructura

- Titular o encabezado
- Ilustración
- Cuerpo del texto
- Elementos de la firma

#### Radial

Es un texto informativo cuyo objetivo es mostrar una información de cualquier tipo (educativa, política, comercial, de entretenimiento).

#### Estructura

- La llamada de atención
- La presentación
- La argumentación
- La implicación

Recurso interactivo

Material del estudiante.

Etapa	Flujo de aprendizaje	Enseñanza/Actividades de aprendizaje	Recursos recomendados
<p><b>Tarea</b></p> 	<p>Tarea</p>	<p>Los estudiantes deben consultar un mensaje publicitario radial y un mensaje publicitario impreso. Luego, analizar su estructura completando las tablas propuestas en el Material del estudiante con los siguientes datos.</p> <p><b>Mensaje publicitario impreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Titular o encabezado</li> <li>• Ilustración</li> <li>• Cuerpo del texto</li> <li>• Elementos de la firma</li> </ul> <p><b>Mensaje publicitario radial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La llamada de atención</li> <li>• La presentación</li> <li>• La argumentación</li> <li>• La implicación</li> </ul>	<p><b>Material del estudiante.</b></p>