

Guía 3 Unidad 2	ASIGNATURA: Lenguaje y Comunicación	
DOCENTE: Luis Rojas Peralta	FECHA: mayo 2021	CURSO: 8° A-B
NOMBRE ALUMNO(A):		

CONTENIDO	<p>TEXTOS LITERARIOS: GÉNERO NARRATIVO</p> <p>HABILIDADES: Lectura – Escritura – Comunicación Oral.</p> <p>OBJETIVO DE APRENDIZAJE: Leer independientemente y comprender textos no literarios (cartas, biografías, relatos históricos, libros y artículos informativos, noticias, etc.) para ampliar su conocimiento del mundo y formarse una opinión: extrayendo información explícita e implícita; haciendo inferencias a partir de la información del texto y de sus experiencias y conocimientos.</p>
CORREO ELECTRONICO	<p>PARA DUDAS O CONSULTAS ENVIAR CORREO A:</p> <p>LENGUAJE.ACADEMIAMALLOCO@GMAIL.COM</p>

+ Veamos el siguiente video relacionado a las actividades a desarrollar, para esto debes escanear con tu celular el siguiente código o ingresar al enlace y luego responder la pregunta:



<https://www.youtube.com/watch?v=fTeYfLUPsao&t=8s>

+ Ahora que ya viste el video, ¿Cuáles son las características de los textos no literarios?



I. TEXTOS NARRATIVOS NO LITERARIOS

Los **textos narrativos no literarios** son una clasificación general que contiene, a su vez, subclasificaciones, cada una de las cuales encierran manifestaciones textuales específicas. El elemento unificador de los textos narrativos no literarios es que en todos ellos predomina la **función representativa o referencial del lenguaje**, pues lo central es el relato de hechos, acontecimientos, sucesos o eventos que se enmarcan y desarrollan en un tiempo determinado.

A diferencia de los textos narrativos literarios, los no literarios **se basan en hechos reales** y en ellos **tiene mayor importancia la información** (el qué se dice) **que la narración en sí** (el cómo se dice). No obstante, hay textos no literarios que no son narrativos, tales como **los instructivos y normativos**. En estos casos influyen en las conductas del lector ya sea para instruirse en algo o para identificar el comportamiento que debo seguir.

Literarios		No literarios	
Narrativos	Cuentos.	Informativos	Noticia
	Fabulas.		Biografía
	Leyendas.	Instructivos	Receta
	Mitos.		Manual de uso.
Lírico	Canciones.	Normativo	Reglas
	Poemas.		Decretos
	Odas.		Reglamentos.
Dramáticos	Obras de teatro		

A. Textos informativos:

Los textos informativos son aquellos que buscan transmitir datos sobre un tema o un hecho en concreto. Su clave es la objetividad, ya que su único objetivo es el de conseguir que la persona que los lea se informe sobre el hecho acontecido. Derivado de esto podemos decir que deben ser sencillos de comprender y aportar detalles para que el lector pueda asimilar lo que le estamos exponiendo fácilmente.

1. ¿Cuáles son las características de un texto informativo?

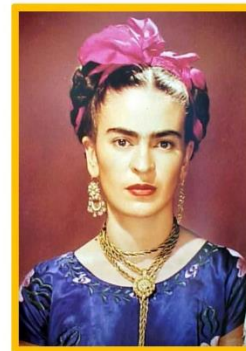
Ahora que ya conocemos qué es un texto informativo vamos a centrarnos en cuáles son sus características principales:

Se basan en la realidad: transmiten información de distintas temáticas, pero basados en hechos reales. La información se expone de la manera más clara posible evitando repeticiones de datos. Cuenta con una estructura basada en una introducción y desarrollo y una conclusión.

El lenguaje utilizado es directo, objetivo, sencillo y coherente para hacer llegar al lector la información de la manera más clara posible. Se han de evitar el uso de expresiones demasiado coloquiales. Los datos aportados deben ser precisos y deben estar expuestos de manera impersonal para poder explicar el hecho al lector. Es decir, que cuente con todos los datos esenciales tras leer el texto. Las ideas deben estar expuestas de manera ordenada.

Algunos textos informativos son:

- La noticia
- La carta
- Biografías
- Afiches



Frida Kahlo **nace** en México en 1907, y su vida se **caracteriza** por estar completamente marcada por la tragedia y el sufrimiento. A los seis años, en 1913, **sufre** un ataque de poliomielitis que **afecta** a su pierna derecha y, cinco años más tarde, **tiene** un accidente de autobús, razón por la cual **interrumpe** sus estudios de medicina.

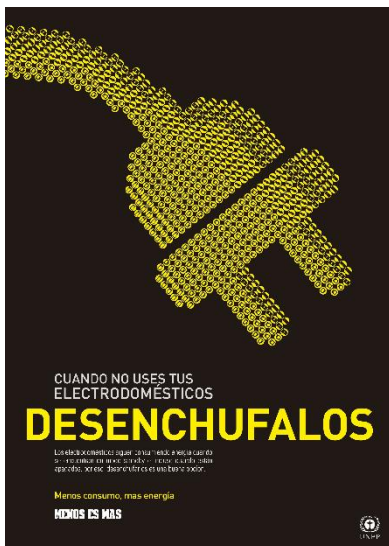
Dos años más tarde, **consigue** llevar una vida un tanto normal y **comienza** a frecuentar los círculos intelectuales de la capital, en los

que **conoce** a Diego Rivera, con quien **se casa** en 1929.

Poco a poco, **empieza** a ser conocida en el mundo artístico. En 1939, por ejemplo, **expone** su obra en París y pintores como Picasso **reconocen** el valor de sus cuadros. Los artistas del movimiento surrealista la **consideran** una integrante más de su movimiento aunque ella **protesta**. Frida Kahlo no **pinta** nunca sus sueños sino que **representa** en su obra su más dura realidad.

La artista **soporta** enormes dolores físicos toda su vida a causa del accidente de su juventud, esos dolores le **hacen** pintar y trabajar en la cama, y a medida **pasan** los años el dolor **empeora**. No **puede** tampoco tener niños y **padece** varios abortos.

Las operaciones se **suceden** durante los últimos años de su vida pero, finalmente, **mueren** en 1954, un año después de que le **corten** la pierna herida.



A. Afiches Publicitarios: Lee las siguientes definiciones y posteriormente desarrolla las actividades.

1- ¿Qué es un afiche?

Es un material gráfico cuyo objetivo es transmitir un mensaje.

Los afiches constituyen uno de los recursos más eficaces para la difusión masiva de un producto. El mensaje de éstos debe ser sumamente claro, específico y usar lenguaje persuasivo y de calculada elaboración lingüística, como juegos de palabras, rimas, figuras retóricas (literarias y gráficas) que concentren la atención del receptor al que está dirigido.

2- ¿Para qué se diseñan los afiches?

Los afiches están pensados y diseñados para dar a conocer un mensaje y para difundirlo. La intención es que el mensaje llegue al público y sea comprendido con claridad.

Se diseñan para ser leídos y comprendidos ágilmente. Necesitan captar la mirada y el interés del observador en forma rápida, y para eso se utilizan fundamentalmente dos elementos:

El texto y la imagen.



- **Texto**

Slogan: debe ser breve y fácil de recordar.

Texto complementario: entrega información adicional sobre el producto.

La marca: siempre debe estar presente en el afiche.

- **Imagen:** Debe ser atractiva, es decir, utilizar la forma, el tamaño de la imagen y el color para captar la atención del observador.

Los afiches se utilizan en campañas muy amplias a nivel nacional o regional, o bien dentro de un circuito cerrado; sirven para promover eventos, exposiciones y productos diversos, por consiguiente, deben exponerse en muchos lugares.

3- Tipos de afiche

- **El afiche propagandístico**

Es un texto que tiene como propósito persuadir o disuadir a los lectores sobre algún tema específico o alguna conducta. Por ejemplo, la protección de la naturaleza.



- **El afiche publicitario**

Es un texto que busca persuadir o convencer al público para que utilice, contrate o compre un producto o servicio.



Para saber más: Escanea o ingresa al enlace para observar un video relacionado al afiche y sus características.



<https://www.youtube.com/watch?v=UMUovBdxsA>

B. Conozcamos un movimiento popular relacionado a la publicidad.

- ¿QUÉ ES UN ÍCONO?

Según el campo de la semiótica y la semiología (disciplinas que estudian los signos) un **ícono** es un signo visual que representa a otro objeto por ser semejante a él. Gracias a esta relación, el ícono puede sustituir a lo que representa. Un ejemplo de esto es la obra de Joseph Kosuth *Una y tres sillas*, en la cual presenta un objeto (la silla real) y la representa a través de un "ícono" (fotografía de la silla) y a través del lenguaje escrito (definición de diccionario del concepto de silla).



Una y tres sillas

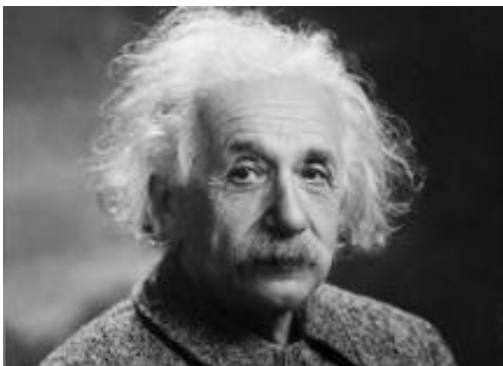
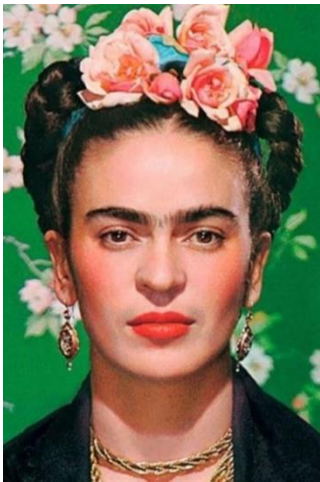
Joseph Kosuth

Instalación
conceptual

1965

- ¿QUÉ ES UN ÍCONO SOCIAL Y CULTURAL?

Un ícono cultural y/o social es una persona o un artefacto reconocido, por los miembros de una cultura o subcultura, como la representación de algún aspecto de su identidad. Estos ejemplos pueden variar ampliamente, y pueden ser íconos visuales, un objeto, comida, una persona o grupo de personas, etc.



- ¿QUÉ ES EL POP-ART?

El Pop-Art o Arte Pop es un movimiento que surge a fines de la década de los 50 en el Reino Unido y Estados Unidos. La primera obra considerada como Pop-Art, es *Just what is it that makes today's homes so different, ¿so appealing?*, que se puede traducir como *¿Qué es lo que hace a nuestros hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos?*, de Richard Hamilton.



*Just what is it that makes today's
homes so different, so
appealing?*
Richard Hamilton
Collage
1956

El Pop-Art hace uso de elementos de la cultura de masas, para hacer un tipo de arte más cercano a la población en general, a la cultura popular. Utiliza anuncios publicitarios, comic books, objetos culturales «mundanos» y del mundo del cine para configurar su arte. En otras palabras, su «materia prima» está conformado por íconos culturales y sociales propios de la cultura «pop».

Una de las obras más reconocidas, utilizadas, re-imaginadas y re-versionadas del Pop-Art, es el retrato de Marilyn Monroe, ícono pop de la cultura estadounidense, creado por Andy Warhol, uno de los artistas que mayor influencia tuvo en el movimiento artístico.



*Mari
lyn*Andy
Warhol
Serigrafía
1962

C. Actividades para complementar.

1. Desarrolla las siguientes preguntas referidas al Pop-Art y los íconos sociales y culturales

- ¿Qué características crees tú que necesita una persona, personaje, objeto, marca o artefacto, para considerarse un ícono cultural y/o social? Fundamenta.

- ¿Quiénes o qué artefactos pueden considerarse como íconos de nuestra cultura en la actualidad? Nombra al menos tres ejemplos contemporáneos que tú consideres icónicos, y explica por qué se consideran íconos culturales y/o sociales.

- Investiga por tu cuenta sobre obras que pertenezcan al movimiento Pop-Art (de la década del 60 y 70) cuyo tema sea un ícono social y/o cultural. Completa los siguientes datos:

TÍTULO DE LA OBRA	
AUTOR	
TÉCNICA APLICADA	
IMAGEN DE LA OBRA	

- ¿Qué ícono social o cultural aparece en la obra? ¿Cuál es su relevancia?

- ¿Por qué crees que el artista escogió a este ícono en particular? ¿Qué crees que quiso decir con ello?

- ¿Qué opinas de la obra? ¿Te gusta? ¿Por qué?

Para saber más

Material de apoyo para la actividad:

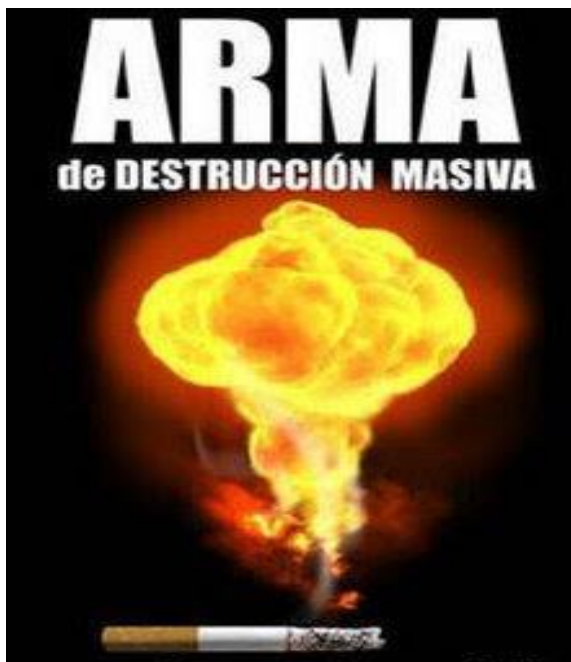
Observa el video, puedes ingresar al enlace o escanear el código QR



<https://www.youtube.com/watch?v=BIBXBOM7rW4>



2. **Análisis de una infografía:** Observa el siguiente afiche y luego responde



- ¿A qué denominaría “arma de destrucción masiva” en el afiche?

- A) Al fuego que se centra en la imagen.
- B) Al humo que desprende el cigarrillo.
- C) Al cigarrillo que está en el margen inferior de la imagen.

- ¿Cuál es el objeto que presenta este afiche?

- A) Promover el consumo de cigarrillos,
- B) Promover el no consumo de cigarrillos.
- C) Evitar los incendios por causa del cigarrillo.

C. ¿De qué manera se puede prevenir el consumo del cigarrillo?

D. ¿Qué hace el estado para prevenir un ambiente contaminado?

3. Lectura y comprensión: Lee y responde las preguntas relacionadas al texto presente.

Acortando distancias...

A lo largo de su historia, las personas han buscado diferentes formas para comunicarse.

En las comunidades primitivas, hombres y mujeres enviaban mensajes haciendo sonar cuernos y tambores, señales de humo o a través de emisarios que recorrían grandes distancias. Con el desarrollo del conocimiento humano, surgió la escritura como medio para transmitir información. La comunicación se hizo más amplia en el siglo XV, cuando se inventó la imprenta. A través de ella, muchas personas podían tener acceso a textos, aunque vivieran en lugares muy distantes.



El descubrimiento de la electricidad, en el siglo XVIII, dio un gran impulso a las comunicaciones. Permitió que en el siglo XIX se desarrollara el telégrafo, con el que comenzó la transmisión rápida de mensajes a distancia. A fines del mismo siglo se transmitió por primera vez la voz, a través del teléfono.

Durante el siglo XIX hubo otros inventos que facilitaron el desarrollo de los medios de comunicación, como la fotografía y el cine. A comienzos del siglo XX se logra por primera vez que un mensaje cruce el Océano Atlántico sin necesidad de utilizar un cable. Así se inicia una nueva etapa: nace la radio, que con el tiempo se convierte en el primer medio masivo de comunicación, presente en todos los hogares. El impacto de la radio es sólo comparable al que posteriormente tendrá la transmisión de imágenes por medio de la televisión.

En el siglo XXI, el mundo ha entrado en una etapa de comunicaciones casi instantáneas, a través de la computación y la red internet. Estos medios tecnológicos permiten, además, el acceso de millones de personas a una inmensa cantidad de información.

Las formas de comunicación primitivas, como las señales de humo, el sonido de tambores y cuernos, y las personas que recorrían grandes distancias para transmitir noticias y mensajes, fueron reemplazadas por la escritura. La escritura facilitó el desarrollo del comercio, quedando por escrito los hechos y sucesos, el intercambio de bienes, las herencias, los versos y creaciones literarias de las sociedades. Así comienza el hombre a registrar su historia, pudiendo las generaciones venideras conocer el pasado a través de los escritos antiguos. El imprimir libros permitió que comenzara a ser más fácil la comunicación escrita, pudiendo llegar a más personas. Por esto hoy podemos comprar un diario, una revista o un libro como algo habitual en nuestras vidas.

-Desarrollo: Contesta de manera clara y ordenada, respeta la ortografía y recuerda justificar tus respuestas.

1. ¿Cuáles fueron las primeras formas de comunicarse usadas por sociedades primitivas?

2. ¿Cuántas formas de comunicarse del hombre primitivo se señalan en el texto?

3. ¿En qué siglo se inventó la imprenta?

4. ¿Qué cambio permitió el inventar la imprenta?

5. ¿En qué siglo se descubrió la electricidad?

6. ¿Qué es un telégrafo?

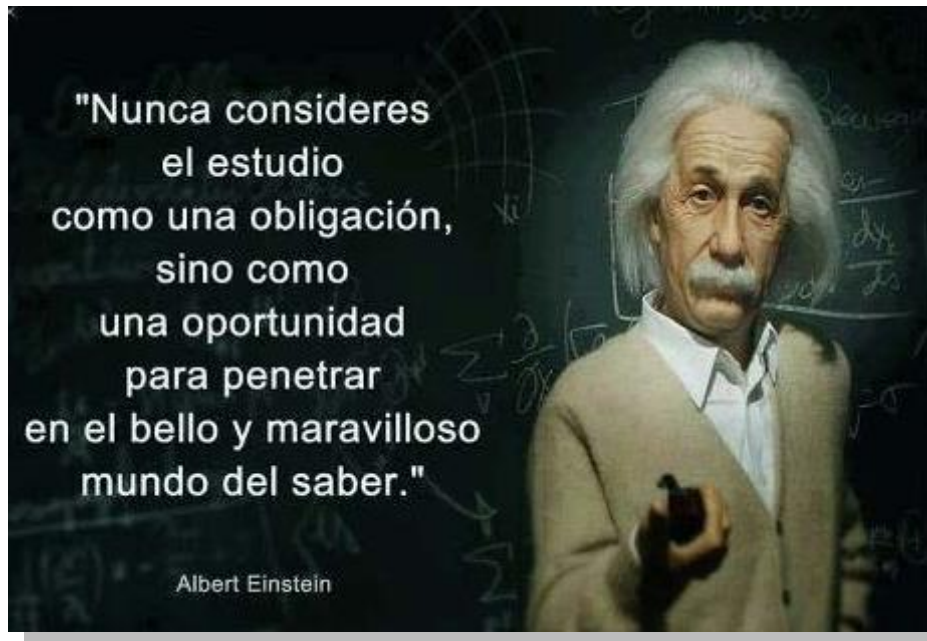
7. ¿Qué es un teléfono?

8. ¿Qué diferencia hay entre descubrir e inventar?

9. En el texto aparecen mencionados varios siglos, escríbalos comenzando por el más antiguo:

--	--	--	--	--

Interpretación: Lee e interpreta el siguiente texto.



¿Qué quiere decir este mensaje?

Redacta tu respuesta e interpretación sobre el mensaje del texto 3, procura de utilizar el máximo de recursos en explicar lo que comprendes.

D. Trabajemos en el texto de estudio.

1. En esta actividad te invito a leer textos periodísticos informativos.
2. Utilizaremos las páginas desde la número 104 hasta la 110.
3. Debes seguir las instrucciones paso a paso y ver el video sugerido para complementar la actividad.
4. Las preguntas y actividades las debes desarrollar en tu cuaderno.
5. Cada sección de preguntas debe llevar su título correspondiente para ordenar tus respuestas.

Material de apoyo para la actividad:

Observa el video, puedes ingresar al enlace o escanear el código QR



<https://www.youtube.com/watch?v=fwZPgKKD1jc>



EVALUACIÓN GUÍA 3 DEPARTAMENTO DE LENGUAJE			
N° de guía: 3 Curso: 8vos básicos.	Mes: mayo Puntaje: _____	Nivel exigencia 60% Nota	
Docente: Luis Rojas. Estudiante: _____			
O.A evaluados: 10 – 12 – 21 – 26			
	Logrado 2 puntos	Medianamente logrado 1 punto	No logrado 0 punto
• ESCRITURA			
- Escribe creativamente de forma legible.			
- Escribe diferentes tipologías textuales			
- Extrae información explícita e implícita.			
- Formula una opinión.			
• GRAMÁTICA (Hasta tres errores)			
- Aplica su uso de correcto en frases explicativas.			
• ORTOGRAFÍA (Hasta tres errores)			
- Acentúa las palabras de manera correcta.			
- Respeta la ortografía literal en sus respuestas.			
• ASPECTOS GENERALES			
- Entrega el trabajo a tiempo.			
- Limpieza.			
- Orden.			
- Presenta su trabajo en texto de estudio por medio de evidencia fotográfica.			
- Su guía está desarrollada en su totalidad			
PUNTAJE TOTAL		24 pts.	