



**PLANIFICACIÓN**  
**ASIGNATURA: Lengua y literatura/ Lenguaje y comunicación.**

PLANIFICACIÓN DIDÁCTICA DE CLASES. SEMANA 23

CURSO: 2ºA.	FECHA: Semana 13 de octubre.	PROFESORA: Andrea González Rebolledo.
-------------	------------------------------	---------------------------------------

APRENDIZAJES ESPERADOS	CONTENIDOS	ACTIVIDAD	MATERIALES
<p>OA 10: Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, propaganda o crónicas, considerando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los propósitos explícitos e implícitos del texto, justificando con ejemplos sus afirmaciones sobre dichos propósitos.</li> <li>• Las estrategias de persuasión utilizadas en el texto (uso del humor, presencia de estereotipos, apelación a los sentimientos, etc.) y evaluándolas.</li> <li>• Las evidencias que se entregan o se omiten para apoyar una afirmación.</li> <li>• Los efectos causados por recursos no lingüísticos (como diseño, imágenes, disposición gráfica y efectos de audio) y lingüísticos (uso de imperativo, figuras literarias, expresiones populares, palabras en otros idiomas, intertextualidad,</li> </ul>	<p>Medios de comunicación.</p> <p>Propaganda.</p> <p>Persuasión.</p>	<p><b>Inicio:</b> Luego de saludar y presentar el objetivo de la clase pregunta sobre la defición de publicidad, propaganda y persuasión.</p> <p><b>Desarrollo:</b> Se presenta un video que define los conceptos y se presenta un afiche sobre la propaganda del plebiscito, se comenta y se presentan algunas estrategias de persuasión. La actividad consiste en que los y las estudiantes analicen de forma autónoma con los contenidos entregados uno de los afiches que se presentarán (ambas campañas)</p> <p><b>Cierre:</b> Para finalizar la clase, los alumnos y alumnas responden preguntas de metacognición.</p>	<p>Guía,  Internet.  Presentaciones.  Cuadernos.  Texto de estudio</p>

modalizaciones, etc.) presentes en el texto. • 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.