

## I y II Guía de trabajo autónomo

El **trabajo autónomo** es la capacidad de realizar tareas por nosotros mismos, sin necesidad de que nuestros/as docentes estén presentes.

Centro Educativo: Liceo Nocturno Juan Santamaría

Educador/a: Gina Gómez Gutiérrez

Nivel: **noveno** año

Asignatura: **Español**



### 1. Me preparo para hacer la guía

Pautas que debo verificar **antes de iniciar** mi trabajo.

Materiales o recursos que voy a necesitar	Internet, televisión u otro medio donde ver un anuncio publicitario. Además, requiere de dos herramientas de la cotidianidad: el bolígrafo y un cuaderno u hojas.
Condiciones que debe tener el lugar donde voy a trabajar	Espacio cómodo, según la preferencia de cada estudiante y las posibilidades en el hogar.
Tiempo en que se espera que realice la guía	Dos semanas



### Voy a recordar lo aprendido en clase.

Indicaciones Preguntas para reflexionar y responder

Todos los días nos encontramos ante videos con anuncios publicitarios. Es muy probable que en años anteriores, así como al inicio de este, usted haya analizado alguno en la clase de Español.

Entonces...

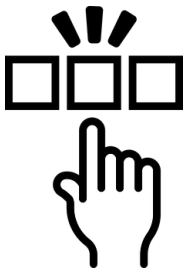
¿Qué es un anuncio publicitario?



## Pongo en práctica lo aprendido en clase

### Indicaciones

Con base en lo recordado y aprendido, trabaje esta guía. Para ello, determine los recursos con que cuenta sin salir de la casa, y trabaje con el **video del anuncio publicitario de Movistar**.



A continuación retome lo aprendido para analizar el video. Esta actividad tiene dos momentos:

### Primer momento: análisis del video publicitario "Movistar"

Tome como base la siguiente lista de aspectos e interrogantes y ponga su creatividad en acción.

1. El nombre de la marca o el producto publicitado, ¿qué razón o razones encuentra que justifican ese nombre o título?, ¿cuáles sentimientos piensa que podrían generar en el consumidor o espectador?
2. En el caso del anuncio, las frases u oraciones o el eslogan: la intención que transmiten.
3. Si hay presencia de voz en off (La voz en off: se retransmite la voz de un individuo que no está visualmente delante de la cámara), las razones que justifican su presencia.
4. El espacio y el ambiente.
5. Las características de cada personaje: aspectos físicos (características de los personajes), aspectos psicológicos (estado de ánimo), rol que desempeña (padre, hijo, compañero), actitudes que evidencia (positivas y negativas), posiciones o lugar que ocupa en el espacio (personaje principal, secundario), valores que proyecta, profesión u oficio, posición social (clase baja, clase media y clase alta).



6. La relación que tienen todos los aspectos anteriores con la marca o el producto: ¿si apoyan el mensaje que se promueve en el video?

7. Los motivos que podrían justificar el estado de ánimo, la edad y la cultura del personaje: el tipo de consumidor o espectador para quien está dirigido el mensaje del anuncio o de la canción.

8. El uso del espacio como complemento de las imágenes.

**Segundo momento**

Con base en todas las pesquisas recabadas y lo repasado, ¿qué tal si hace un guion de un video sobre algún asunto de interés para usted? Para ello, tome en cuenta algunos elementos básicos:

- la marca o el producto (un producto o una actividad novedosa)
- el destinatario para quien va dirigido el anuncio publicitario.
- las ventajas y las razones que se comunicarán para convencer al consumidor
- las frases u oraciones que se van a comunicar frente a la cámara y las que se dirán con voz en off (si estima conveniente utilizarla)



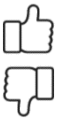



- el eslogan
- la forma de tratamiento adecuada para el destinatario (voseo, tuteo, ustedeo).
- el escenario o paisaje (el dónde, el cuándo)
- la acciones que van ocurrir, acordes con el texto verbal
- la música de fondo

Durante el proceso, revise sus apuntes sobre la normativa lingüística y cuide aspectos (estudiados en séptimo y en octavo) tales como:

- a. La concordancia entre los diversos elementos del grupo vistos en séptimo minal, y entre el núcleo del sujeto (expreso y desinencial) y el verbo de la oración en la escritura de diversos tipos de texto.
- b. El uso de léxico variado, preciso y con propiedad.
- c. El uso de sinónimos, antónimos y homónimos, la polisemia y la monosemia, para evitar las repeticiones y las redundancias.
- a. El uso del lenguaje inclusivo.

**Revise los anexos que están al final de la autoregulación.**

## Autorregulación

Reviso las acciones realizadas <b>durante</b> las actividades.	
Marco una X encima de cada símbolo al responder las siguientes preguntas	
¿Leí las indicaciones con detenimiento?	
¿Me devolví a leer las indicaciones cuando no comprendí qué hacer?	
¿Revisé mi trabajo para asegurarme si todo lo solicitado fue realizado?	
¿Me siento satisfecho con el trabajo que realicé?	

## Anexos

### Formas de tratamientos

Forma de tratamiento	Tuteo	Voseo	Ustedeo
Responde a	Tú: "Tienes hambre."	Vos: "Tenés hambre."	Usted: "Tiene hambre."
Pronombres	Tú	Vos	Usted
Valor social	Familiaridad, relación de iguales	Familiaridad, relación de iguales	Respeto, relación de jerarquía. En Costa Rica se utiliza en todos los casos.