GUÍA DE REPASO: CONTENIDOS FUNDAMENTALES

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NOMBRE ESTUDIANTE:**  | **CURSO:**  4° Medio \_\_\_\_ | **CALIFICACIÓN** |
| **PUNTAJE TOTAL: 30 PUNTOS** | **PUNTAJE OBTENIDO:**  | **60% = 18 PUNTOS CALIFICACIÓN: 4,0** | **Fecha:** OCTUBRE DE 2020 |

|  |
| --- |
| **Objetivo*** Aplicar los contenidos y conocimientos referentes a argumentación, discurso público y publicidad en la resolución de ejercicios variados.
 |
| **Instrucciones generales:**\* Realice la siguiente guía de manera individual, procurando leer atentamente cada una de las preguntas planteadas; y utilizando todos sus apuntes. \* Responda de manera clara, ordenada y sintetizada. \* La presente guía una vez resuelta debe ser enviada al siguiente correo electrónico: **diego.rios@colegioprovidencialaserena.cl** el cual puede ser utilizado para hacer llegar sus consultas hasta el docente.  |

**Sección I.- Argumentación (términos pareados):** Vincule el concepto de la columna ‹A› con su correspondiente definición en la columna ‹B› escribiendo su número según corresponda a la derecha de la columna ‹B›.(12 puntos, 2 c/u).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **COLUMNA A (CONCEPTOS)** |  | **COLUMNA B (DEFINICIONES)** | **N°** |
| **1.-** Contraargumentación | Tipo de razonamiento con el que se pretende persuadir al interlocutor/a apelando a su capacidad sensitiva y afectiva, conmoviéndolo para que adhiera al punto de vista planteado y defendido.  |  |
| **2.-** Argumento emotivo-afectivo | Información que sostiene o justifica los argumentos planteados (datos duros, estadísticas, citas de expertos o instituciones especializadas).  |  |
| **3.-** Respaldo  | Opinión o punto de vista frente a un tema polémico que busca ser defendido y validado con razonamientos argumentativos.  |  |
| **4.-** Argumentos | Tipo de razonamiento con el que se pretende convencer al interlocutor/a apelando a su capacidad mental para que establezca en su cerebro una relación lógica entre la opinión defendida y su justificación.  |  |
| **5.-** Tesis | Planteamiento de razonamientos contrarios al punto de vista defendido por el emisor del mensaje o discurso, realizado con el fin de invalidar el punto de vista contrario.  |  |
| **6.-** Argumento lógico-racional | Razonamientos que prueban la validez de una tesis sobre la cual se busca convencer al interlocutor con el que se experimenta una situación comunicativa específica. |  |

**Sección II.- Discurso público:** Verdadero o falso: Anteponga una ‹V› clara y legible frente al enunciado correspondiente si lo considera verdadero o una ‹F› si lo considera falso. Debe reescribir correctamente el enunciado en caso de que lo considere falso. (8 puntos, 2 c/u).
A.- [\_\_] La estructura interna del discurso público considera: Exordio, exposición, peroración, desenlace y conclusión.
Corrección:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
B.- [\_\_] Las estrategias persuasivas le permiten al orador hacer carismática y graciosa su enunciación del discurso.
Corrección:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
C.[\_\_] Este tipo de discurso es una práctica social, puesto que contempla la participación de una colectividad.
Corrección:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
D.- [\_\_]El discurso público debe ser pronunciado en cualquier lugar sin importar si trata un tema de interés general o no.
Corrección:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Sección III: Publicidad:** Responda resumidamente las siguientes preguntas.

|  |
| --- |
| 1.- ¿Cuáles son los principales objetivos de la publicidad? (2 puntos) |
| 2.- ¿Cuáles son los tipos de argumentos que predominan en el mundo publicitario?, ¿por qué? (3 puntos) |
| 3.- ¿De qué recursos y estrategias se vale la publicidad para concretar sus objetivos? (5 puntos)  |