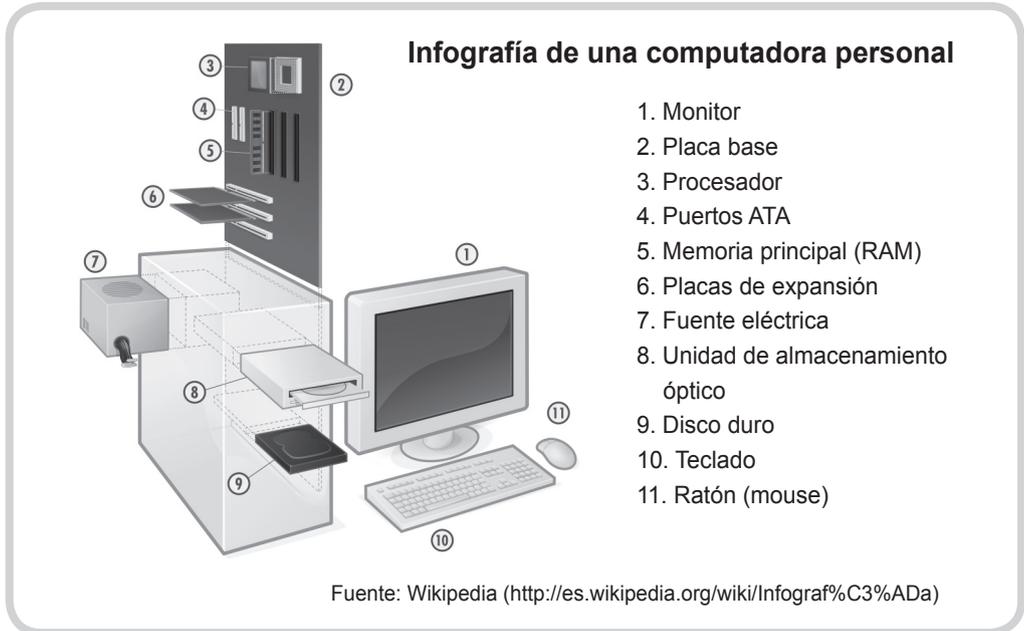


La infografía

1. Observen la siguiente infografía.



2. Señalen en la imagen las partes de la infografía que reconozcan (puede faltar alguna).

3. Respondan.

a. ¿Qué clase de infografía es (gráfico, mapa...)?

.....

b. ¿Qué códigos utiliza esta infografía?

.....

c. ¿Puede afirmarse que la infografía es un texto informativo? ¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

.....

4. Mencionen y describan brevemente otros dos tipos de infografía.

.....

.....

.....

.....

5. De la infografía, transcriban:

a. Una palabra con hiato:

b. Cinco palabras con diptongo:

.....

6. Escriban un texto breve sobre el tema: “la infografía”, que incluya, por lo menos, una definición y un ejemplo.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

7. Subrayen o resalten los verbos del texto que ustedes escribieron y luego respondan: ¿en qué tiempo, modo y persona están?

.....

.....

• ¿Por qué no habrán utilizado el modo imperativo en el texto que escribieron?

.....

.....

.....

La obra teatral

1. Lean esta escena teatral.

DOÑA CAMILA. -¿Por qué te has levantado de la mesa sin tomar el café?

¿Quieres que te lo haga servir aquí?

CARLOS. -No, tía, no. Me quita el sueño...

DOÑA CAMILA (*se sienta*). -De un tiempo a esta parte, te encuentro algo raro.

¿Qué tienes? ¿Estás enfermo? Tú debías venirte a dormir aquí. Estarías mejor cuidado...

CARLOS. -No es para tanto. Me siento un poco nervioso y nada más. Es que tengo una gran preocupación...

DOÑA CAMILA. -¿Preocupaciones tú? Y ¿por qué?

CARLOS. -¡Vaya una pregunta! ¿Lo que le dije esta tarde le parece poco?

DOÑA CAMILA. -¡Cómo! Pero... ¿hablas en serio, muchacho?

CARLOS. -¡Ya lo creo!

DOÑA CAMILA. -Mira que voy a creer que has perdido el juicio...

CARLOS. -¡Si lo que le digo es verdad! Don Lucas es *jettatore*...

DOÑA CAMILA. -Pero... ¿qué es eso de "*jettatore*"? Porque hasta ahora, a todo lo que me has venido diciendo, no le encuentro ni pies ni cabeza...

CARLOS. -¡Y, sin embargo, es muy sencillo! Los *jettatores* son hombres como los demás, en apariencia; pero que hacen daño a la gente que anda cerca de ellos... ¡Y no tiene vuelta! Si, por casualidad, conversa usted con un *jettatore*, al ratito no más le sucede una desgracia. ¿Recuerda usted cuando la sirvienta se rompió una pierna, bajando la escalera del fondo? ¿Sabe usted por qué fue? ¡Acababa de servirle un vaso de agua a don Lucas!

Gregorio de Laferrère, *¡Jettatore!*... (fragmento).

2. Indiquen si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

- a. En el texto, doña Camila y Carlos son madre e hijo.
- b. La escena ocurre en el comedor.
- c. Carlos está preocupado por don Lucas.
- d. El diálogo leído no tiene apertura ni cierre.
- e. En la orientación del diálogo, doña Camila le pregunta a Carlos qué le pasa.

- Reescriban correctamente los enunciados que consideraron falsos.

.....

.....

3. Elijan la opción correcta.

La expresión “has perdido el juicio” significa:

- a.** *que alucina, no sabe lo que dice.* **b.** *un juez lo consideró culpable de algo.*

La palabra juicio, en el caso anterior, es...

- a.** *un homónimo.* **b.** *un homófono.*

4. Describa brevemente la escenografía donde se desarrolla la escena. No olviden indicar dónde se deben ubicar los actores.

.....

.....

.....

.....

5. Del diálogo teatral transcriban un ejemplo de:

a. Rasgos de oralidad:

.....

b. Segunda persona en los verbos y en los pronombres:

.....

c. Uso del tiempo presente:

.....

6. Subrayen en el texto un ejemplo de presente atemporal.

7. Encierren en un círculo dos ejemplos de frases verbales.

8. Completen el cuadro:

	Tipo de texto
Obra teatral	
Diario de bitácora	
Normas de convivencia	
Cuadro sinóptico	

La publicidad

1. Observen la publicidad y luego respondan:



a. ¿Qué tipo de publicidad es, según el soporte utilizado?

.....

b. ¿Qué producto se publicita y cuál es la marca?

.....

c. ¿Qué parte de la imagen es más importante o se destaca más por el espacio que ocupa?

.....

d. ¿Qué recursos persuasivos utiliza? Den ejemplos.

.....

.....

.....

e. ¿A quién está dirigida la publicidad? ¿Cómo se dan cuenta?

.....
.....

f. El aro que lleva la modelo en la oreja tiene la forma de una hoja de árbol de olivo. ¿Por qué?

.....

g. ¿Con cuál de estos conceptos se puede asociar la oliva en esta publicidad: vida, comida o verde?

.....

h. ¿Cómo se representa en la imagen el concepto de fuerza que menciona el texto con el puño cerrado, con los envases del producto o con la hoja?

.....

i. ¿Por qué es una publicidad y no una propaganda?

.....
.....

2. Elijan la opción correcta.

- a.** Lo más importante es la imagen.
- b.** El texto tiene mayor jerarquía que la imagen.
- c.** Se complementan texto e imagen.

3. Señalen una forma verbal del texto. ¿Cuáles son las formas no conjugadas que corresponden a ese verbo?

.....

4. Escriban un nuevo texto para la publicidad. Debe contener una comparación o una hipérbole.

.....
.....
.....
.....

El texto argumentativo

1. Lean el siguiente artículo periodístico.

La bronca productiva

Algunas grandes creaciones humanas fueron producto de la reacción visceral ante la injusticia, el desengaño y hasta el odio entre hermanos.

Son innumerables los casos de empresarios, políticos, expedicionarios, y hasta próceres que se han movido por el mundo impulsados por el enojo. Se han fundado ciudades, ganado elecciones y descubierto geografías gracias al impulso del malestar.

El triunfo del discriminado. Hubo una noche, a mediados del siglo XIX, cuando el empresario indio Jamsetji Tata terminaba su jornada laboral con pretensiones de descansar en el hotel *Watson's* de Bombay. A pesar de su condición económica encumbrada, no fue hospedado en el hotel porque la empresa prestaba servicios “exclusivos para blancos”.

La venganza fue lenta, trabajosa, pero magnífica. El discriminado mandó a levantar el mejor hotel del país, un orgullo nacional para los indios. Se trata nada menos que del lujoso y tradicional Taj Mahal Palace de Bombay. Fue inaugurado el 16 de diciembre de 1903. Estaba equipado con ascensores alemanes, bañeras francesas y toda clase de refinamientos procedentes de aquella centenaria globalidad técnica. Cuenta con 565 habitaciones y 46 suites. La estadía —aunque todas las razas son bienvenidas— tiene precios prohibitivos a partir de 300 euros (1.700 pesos) la noche.

Todo por el embrague. Parece increíble que el auto superdeportivo Lamborghini, uno de los

sueños más deseados por los poderosos de todo el mundo, paradigma de la perfección mecánica, potencia y velocidad sobre ruedas, haya surgido de la ira de su fundador.

La historia oficial dice que en 1963 el fabricante de tractores Ferruccio Lamborghini (1916-1993) poseía un Ferrari 250 GTB que iba al taller permanentemente a causa del embrague (sigue pareciendo increíble, pero sigue siendo verdad).

Harto del mecánico, el mismo Ferruccio Lamborghini desarmó el costoso vehículo corroborando que algunas piezas eran idénticas a las utilizadas en sus tractores. Indignado llamó a Enzo Ferrari para quejarse.

Como respuesta, Ferrari le espetó: “Un constructor de tractores no entiende mis coches”. Ferruccio pateó el suelo e invirtió toda su fortuna en fundar su propia empresa de autos.

La cólera tuvo su sede a pocos kilómetros de la mítica fábrica de Ferrari, y, desde entonces, los Lamborghini se transformaron en los autos más atractivos de las pistas, y destronaron a los Ferrari.

Fuente: Pancho Marchiaro,
“Bronca productiva” (adaptación),
en *La voz del interior*
(<http://www.lavoz.com.ar/suplementos/temas/la-broncaproductiva>)

2. Elijan la respuesta correcta.

- a. La idea que se quiere defender es que...
 - el Lamborghini es mejor auto que el Ferrari.
 - la bronca puede ser productiva.
 - los grandes empresarios tienen mal carácter.
- b. Para defender esa idea, utiliza...
 - ejemplos.
 - preguntas retóricas.
 - primera persona del plural.
 - cita de autoridad.
- c. El texto es...
 - una carta de lectores.
 - una noticia.
 - un texto de opinión.

3. Respondan. ¿Es informativo o argumentativo el texto leído? ¿Por qué?

.....

.....

.....

4. Subrayen y clasifiquen los circunstanciales.

Fue inaugurado el 16 de diciembre de 1903.

Estaba equipado con ascensores alemanes, bañeras francesas y toda clase de refinamientos procedentes de aquella centenaria globalidad técnica.

5. Marquen los subjetivismos.

La venganza fue lenta, trabajosa, pero magnífica. El discriminado mandó a levantar el mejor hotel del país, un orgullo nacional para los indios.

- Reescriban la información en forma objetiva.

.....

.....

.....