

ASIGNATURA	Lenguaje y Comunicación	NIVEL	6° Básico
<b>UNIDAD</b>	<b>Texto Informativo</b>	<b>OA N°</b>	<p><b>OA 3:</b> Leer y familiarizarse con un amplio repertorio de literatura para aumentar su conocimiento del mundo, desarrollar su imaginación y reconocer su valor social y cultural.</p> <p><b>OA 4:</b> Analizar aspectos relevantes de las narraciones leídas para profundizar su comprensión.</p>
<b>OBJETIVO DE LA GUIA.</b>	<b>Producir una noticia</b>	<b>INDICADORES DE EVALUACION.</b>	<p>-Relacionan situaciones de la vida cotidiana con personajes o acciones de los textos leídos en clases o independientemente.</p> <p>-Relacionan aspectos de un texto leído y comentado en clases con otros textos leídos previamente</p> <p>-Explican, oralmente o por escrito, expresiones de un texto leído que tengan sentido figurado.</p>

<b>INSTRUCCIONES PARA EL DESARROLLO DE LA GUIA.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Realiza una lectura comprensiva de los contenidos que se te presentan.</li> <li>-Realizar lectura de una noticia.</li> <li>-Contestar todas las preguntas que tienen relación con el texto leído.</li> <li>-No olvides que debes apoyarte en el texto (volver a leer cada vez que sea necesario) para responder esta guía.</li> <li>-Utiliza lápiz grafito, así podrás corregir cada vez que te equivoques.</li> </ul>
-----------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

GUIA N° 10

FECHA: 03 al 07 de  
Agosto

NOMBRE DE  
LA GUIA

Producción textual

TEXTOS NO LITERARIOS

### TEXTO INFORMATIVO

**Recordemos contenido:** La finalidad de los textos informativos es entregar datos, antecedentes, hechos, características, clasificaciones, entre muchos otros elementos que permiten que un receptor (lector) se informe sobre un tema.

Por lo tanto, el propósito comunicativo es **INFORMAR**.



Ejemplos de textos informativos:

- Una Noticia
- Un reportaje
- Una entrevista
- Un artículo informativo

Se caracteriza por emplear un lenguaje **OBJETIVO**, es decir, se informa sobre la realidad tal cual es, evitando expresiones que lleven a confusión o a interpretaciones.

## TEXTOS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS

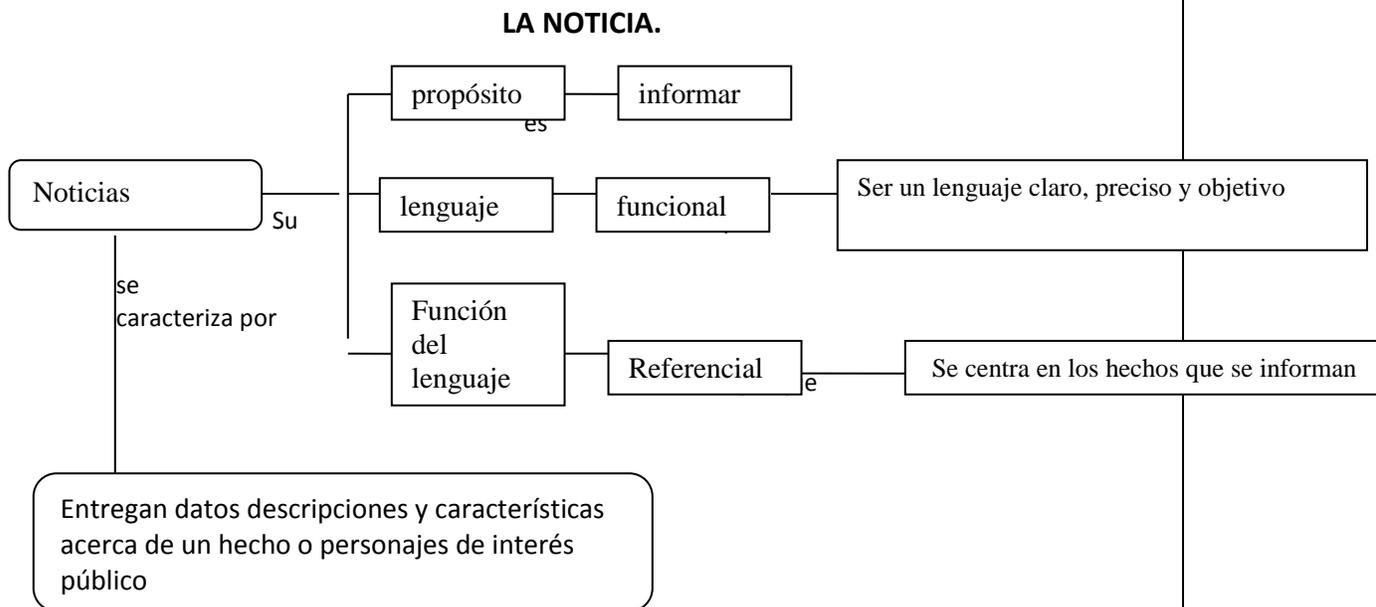
Estos textos los puedes encontrar en diferentes medios de comunicación como internet, diarios, revistas y son llamados Textos periodísticos informativos porque entregan datos descripciones y características acerca de un hecho o personajes de interés público a través de un lenguaje claro preciso y objetivo.

En este tipo de texto prevalece la función referencial del lenguaje, debido a que se centran en los hechos que informan.

Es importante distinguir entre hecho y opinión. Los hechos son acontecimientos reales y comprobables; las opiniones son puntos de vista personales y no necesariamente refleja la realidad de lo sucedido.

Los tipos de textos informativos son:

Noticias – reportaje – entrevista.



Una noticia puede definirse como el relato objetivo de un hecho de interés público con economía de lenguaje.

La noticia privilegia la novedad y contingencia: Da cuenta de hechos “actuales” y de relevancia pública. La forma discursiva predomina en este género es la narración. La noticia es el género periodístico con menor presencia del emisor, por lo que podría calificarse como el más “objetivo”. Tanto el estilo como el formato textual corresponden a una convención periodística, por lo que el emisor tiene escasa libertad para imprimir un

sello personal a lo que escribe. La noticia se ajusta a un estricto modelo de organización textual denominado “pirámide inversa”.

**La noticia puede estar formada por las siguientes partes:**

\***Epígrafe:** Va escrito sobre el titular e indica el lugar o el tiempo en que ocurrió el acontecimiento

\*El **Titular:** Nos indica de que se trata la noticia. Pretende captar rápidamente la atención del lector, es por esto que la letra es grande, sobresaliente.

\***La Bajada del Titular:** Agrega detalles de la noticia y se escribe debajo del titular; va en negrita

\*El **Lead:** Se refiere al primer párrafo donde se expone de que trata la noticia, contiene las ideas principales

\*El **Cuerpo** de la noticia: Agrega ideas secundarias y otros detalles para completar la información.

\*La **Fotografía:** Puede ser opcional.

## Estructura de la noticia

**Palabra de honor**

«La música necesita la ayuda del público»

JOAQUÍN CARBONELL  
jcarbonell@aragon.esperiodico.com  
ZARAGOZA

El II Festival Roscón Rock salió a la calle el día de San Valero y se cubrió con éxito. Más de 70 grupos de todos los estilos se juntaron mañana y tarde en el paseo de Independencia para mostrar al gran público la vitalidad de la música joven. Y para reivindicar de paso espacios públicos y privados donde instalar escenarios. Carlos es miembro de Traveling Band y coorganizador del Roscón.

—¿El balance?

—Muy positivo. Han participado 70 grupos, no ha llovido, ha venido mucha gente... Algún medio no lo entendió bien, porque titulé *El Roscón se quedó sin sorpresa*. Hombre, la finalidad del festival no era la sorpresa sino que la gente viese la música en la calle.

—Una de las intenciones era la reivindicación.

—Exacto. Ya lo hicimos el año pasado y vemos que se va avanzando. Este año hemos solicitado mayor colaboración de Urbanismo para facilitar los permisos de los bares, donde se pueda tocar. Pero también hay una crítica directa al público, porque no acude demasiado a los conciertos locales. Es una pena...

—Quizás estamos asistiendo a un consumo de música basado exclusivamente en factores como la fama y la televisión...

—Sin duda, eso es. En Zaragoza hay verdaderos grupazos de todos los palos, pero o no tienen suerte o no conocen a padrinos. El caso es que hoy en día es muy importante la suerte. Porque ves cosas en esta profesión que no te lo explican. Casos como el de Paulina Rubio que directamente desafina y está ahí por su cara bonita...

—El mismo rock es un estilo en decadencia, casi sospechoso...

—Un poco, sí. La gente está muy dirigida, solo compra lo que sale en la tele. Te juzgan por las pintas, como si las pintas tuvieran algo que ver con las personas.

—¿Saben cuántos grupos hay en Zaragoza?

—Uf, muchísimo. Como se sabe. Yo creo que hay más de 70 grupos. Al festival acudieron más de 70 grupos, pero ya montón sin venir. Hay grupos que ya tienen cierto nombre que acuden a estos eventos, otros que no consiguen a tiempo, otros que no se sentaron...

—¿Cuántas mantas pusieron?

—Pusimos 3 por la tarde y la mañana. Incluso había unos jóvenes de Huesca que eran Retranca, y debutaban ante el público. No tendrían más de 16 años.

—¿Van a reunirse con el Ayuntamiento de Zaragoza?

—Sí, queremos hablar con ellos, porque ahora hay elecciones y queremos saber si van a colaborar con los músicos. Y queremos también destacar que esto no lo organiza el ayuntamiento, que solo nos da los permisos y nos pone los enchufes. ■

COMERCIAL  
«No te lo explican. Casos como el de Paulina Rubio que directamente desafina y está ahí por su cara bonita...»

MÚSICA EN VIVO  
«Este año hemos solicitado mayor colaboración de Urbanismo para facilitar los permisos de los bares»

Carlos pertenece al grupo Traveling Band

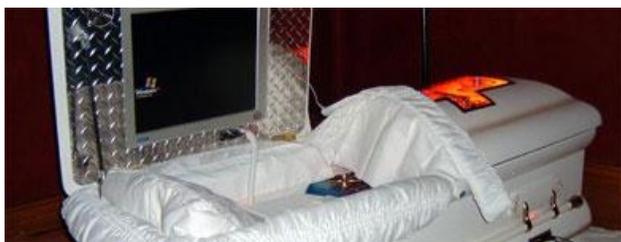
La fotografía



**Actividad:**

1.- Lee la siguiente noticia, luego responde las preguntas que se encuentran a continuación.

Ataúd con internet permite enviar pésames desde cualquier parte del mundo



**Noticias EFE | 31/10/2007 | 07:42h**

**Un inventor filipino ha presentado un "ataúd multimedia" que cuenta con un aparato de vídeo conectado a internet, de manera que los parientes y allegados del difunto que se encuentren en el extranjero podrán mandar sus condolencias durante el tiempo que dure el velatorio.**

El inventor, Antonio Andes, señaló que la pantalla también puede ser configurada para mostrar el retrato del difunto, vídeos con estampas de su vida o expresando sus últimos deseos. Además, la pantalla, instalada frente al rostro del difunto, en la parte interior de la puerta del sarcófago, puede emitir música y películas para hacer más amena la ceremonia.

Andes, de 42 años, indicó que el monitor se alquila al precio de 5.000 pesos (114 dólares) por un plazo de cinco días, siendo más caro si supera ese periodo. El precio no incluye el alquiler del gran sarcófago metálico en cuyo interior se introduce el ataúd de

madera donde descansa el muerto, que es el que finalmente será enterrado en el cementerio. El alquiler de ese envoltorio de metal tiene un costo de 8.500 pesos (194 dólares), por debajo de los 60.000 pesos (1.368 dólares) que el que ofrecen las funerarias filipinas.

Según informa hoy el rotativo "ThePhilippinesStar", Andes patentó su invento el pasado año, tras diseñarlo con la ayuda de un fondo de 500.000 pesos (114.000 dólares) aportado por una oficina del Ministerio filipino de Ciencia y Tecnología. El nuevo modelo sigue a otro patentado por Andes: el ataúd confeccionado como un coche.

1.- ¿Cuál es la intención comunicativa de este texto?

---

---

---

2.- Según la noticia, ¿cuál es la finalidad del ataúd con internet?

---

---

---

3.- ¿Quién inventó el ataúd con internet?

---

---

---

4.- Según el texto, ¿Cuál de los siguientes inventos fue patentado primero?

- A. El ataúd multimedia.
- B. El gran sarcófago metálico.
- C. El ataúd con pantalla.
- D. El ataúd confeccionado como un coche.

5.- ¿Cuántos párrafos tiene este texto?

- A. 2
- B. 3
- C. 4
- D. 5

6.- En el texto, el término “sarcófago” es empleado como sinónimo de:

- A. Alquiler
- B. Ataúd
- C. Cementerio
- D. Pantalla

✓ Para aclarar tus dudas, envíame tus consultas al correo [lorena.concha@colegiofernandodearaon.cl](mailto:lorena.concha@colegiofernandodearaon.cl) En el **asunto** debes indicar tu nombre, curso o escríbeme al **+56977078491**.