



AURA™ DE MOTOROLA

El secreto de la inmortalidad

Mucho más que un móvil. Motorola ha utilizado los materiales más resistentes del planeta, el cristal de zafiro de 62 quilates y el acero inoxidable, para crear una pieza única que resiste las modas y el tiempo.

AURA™ de Motorola ha sido diseñado para resistir el paso del tiempo. Su impresionante pantalla, inspirada en la belleza de los relojes de lujo, está protegida por un cristal de zafiro de 62 quilates. Para la fabricación de su cubierta de acero inoxidable son necesarias dos semanas de minucioso trabajo. En ese tiempo, el acero inoxidable se esculpe, se graba y se pule dando lugar a una pieza que rompe convencionalismos.

Los engranajes y los cojinetes de bolas se aínan en AURA™ para unir la tapa de apertura asistida y puede verse a través de la ventana de cristal de la parte trasera del terminal. Con una leve pulsación la tapa rota, trazando un delicado arco en el aire. Esta función ha sido meticulosamente definida, y en la apertura 100.000, la tapa sigue deslizándose con la misma fluidez y gracia que la primera vez.

AURA™ es el primer móvil con display y menú completamente circular. Con 16 millones de co-

lores y una resolución de 300DPI, el interfaz de AURA™ es como una impresora fotográfica y mucho más vibrante que cualquier otro móvil de Motorola.

ELEGANCIA Y RESISTENCIA

AURA™ se ha creado con los mejores materiales. Su riqueza puede palparse literalmente, desde el peso de su acero inoxidable, las texturas y los dibujos químicamente grabados en su superficie, hasta su lente de cristal de zafiro de 62 quilates de grado 1, uno de los materiales más resistentes de la tierra.

Su cubierta de tungsteno y carbono, el mismo material que se utiliza en los motores de carreras, ayuda a proteger los engranajes de las condiciones adversas.

AURA™ estará disponible a principios de diciembre de 2008 en puntos de venta seleccionados y www.motorola.es



Diseño sin convencionalismos: AURA™ es el primer móvil con display y menú completamente circular.

ASIGNATURA	Lengua Castellana y Literatura
CURSO	3º ESO
CENTRO	IES Benjamín de Tudela
DEPARTAMENTO	Lengua Castellana y Literatura
PROFESOR / A	Inmaculada Villar/Sara Abascal
FUENTE	
AUTOR	Desconocido
TÍTULO	Shopping & Style (suplemento publicitario)
EDITORIAL	Suplemento publicitario elaborado por Progresia
AÑO	2009
PÁGINA	47
ISBN	---
TIPOLOGÍA	
SOPORTE	Texto impreso
FORMATO	discontinuo
TIPO	anuncio
USO	Público (publicidad)
ESTRATEGIAS DE LECTURA	
ANTES DE LA LECTURA	<p>La finalidad de la lectura es que el alumno aprenda a extraer la intencionalidad y los valores transmitidos por los anuncios publicitarios.</p> <p>El texto será proyectado en pantalla ante el grupo-clase.</p> <p>Activar conceptos previos</p> <p>Deducción de la finalidad o intención del anuncio. Se pueden recordar las distintas finalidades de los anuncios publicitarios: comercial, institucional, política; y situar el anuncio en la comercial.</p> <p>Analizar el lugar ocupado por la imagen o imágenes y el del propio texto dividiendo el texto en cuadrantes.</p> <p>Reflexionar sobre la estructura o formato de la secuencia en la que predomina el código lingüístico y la intencionalidad de esta apariencia formal. El texto está estructurado como una noticia: en titular, entradilla y cuerpo del artículo y su intencionalidad sería la de hacer llegar al lector la idea de que el nuevo móvil es noticia, además de ser el tema de un anuncio publicitario.</p>
DURANTE LA LECTURA	<p>Lectura individual con la ayuda del anuncio fotocopiado.</p> <p>Subrayado de tecnicismos del texto.</p> <p>Reflexión sobre la intencionalidad de la descripción que se realiza.</p>
DESPUÉS DE LA LECTURA	<p>Realizar inferencias en pequeño grupo sobre el significado de los tecnicismos y palabras subrayados (TM, terminal, tapa de apertura asistida, cojinetes de bolas, engranajes, display, menú circular, resolución 300DPI, interfaz, cristal de zafiro de 62 quilates de grado I, tungsteno y carbono).</p> <p>Relacionar el significado del título con el tipo de materiales que se utilizan para la elaboración del móvil.</p>

		Reflexionar sobre las imágenes seleccionadas para el texto y el tipo de destinatario en el que está pensado el texto.
PROCESOS LECTORES		
RECUPERAR - OBTENER INFORMACIÓN	1.	¿A qué tipo de prueba ha sido sometida la tapa del teléfono?
	Respuesta	<i>Se ha abierto hasta 100.000 veces y la tapa sigue intacta.</i>
	2.	¿Por qué se afirma que el producto que se anuncia es “mucho más que un móvil”?
	Respuesta	<i>La respuesta viene a continuación: “Motorola ha utilizado los materiales más resistentes del planeta... para crear una pieza única que resiste las modas y el tiempo”.</i>
COMPRENSIÓN GLOBAL	1.	Analizando las marcas tipográficas (mayúsculas, negritas, tipo y tamaño de fuente) y forma, ¿qué género periodístico te recuerda éste?
	Respuesta	<i>El texto obedece a la estructura de la noticia periodística: antetítulo, título, entradilla y cuerpo en dos columnas.</i>
	2.	Los avances tecnológicos en la telefonía móvil son muy rápidos. ¿Por qué se nos vende este Aura TM de Motorola como “el secreto de la inmortalidad”?
	Respuesta	<i>Porque no va a pasar de moda tan pronto como otros por sus materiales resistentes e innovación.</i>
INTERPRETACIÓN INFERENCIAS	1.	Observa las tres imágenes y deduce: ¿de qué sexo, edad aproximada y poder adquisitivo es el comprador? Razónalo.
	Respuesta	<i>El alumnado deducirá por el maletín de cuero, el tomavistas, los textos escritos uno a mano y otro mecanografiado, que se dirige a un hombre adulto, aventurero y con bastante poder adquisitivo.</i>
	2.	¿En qué tipo de publicación y época del año ha podido aparecer este anuncio?
	Respuesta	<i>En una publicación dirigida a un sector muy restringido de público (consumidor de productos de lujo). Además, la publicación cuida la calidad de la imagen. Como se deduce de la lectura del último párrafo, se incluirá en la campaña navideña.</i>
	1.	Haz un listado de los elementos y componentes del aparato que se resaltan en cada párrafo.

VALORACIÓN - REFLEXIÓN FORMA	Respuesta	<i>Párrafo 1º: la pantalla y la cubierta de acero inoxidable. Párrafo 2º: los engranajes y los cojinetes de bolas y la tapa de apertura. Párrafo 3º: el display e interfaz. Párrafos 4º y 5º: materiales: acero inoxidable, cristal de zafiro, tungsteno y carbon., etc.</i>
	2.	Observa las siguientes expresiones del primer párrafo: “ <i>impresionante pantalla, belleza de los relojes de lujo, minucioso trabajo, pieza que rompe convencionalismos</i> ”. ¿Qué quiere conseguir el autor con la utilización de este vocabulario?
	Respuesta	Por los adjetivos valorativos y vocabulario connotativo, el alumnado deducirá la subjetividad del autor dirigida a convencer al receptor sobre la adquisición del móvil.
VALORACIÓN - REFLEXIÓN CONTENIDO	1.	¿A qué se quiere asemejar el móvil cuando se dice “ <i>se esculpe, se graba y se pule</i> ”?
	Respuesta	<i>El receptor quiere identificar el móvil con una obra de arte o una joya. Para ello utiliza la metáfora (se esculpe, como las esculturas, se graba y se pule, como las piedras preciosas). Algún alumno puede ver una enumeración de acciones en gradación.</i>
	2.	¿Tú te comprarías este móvil? ¿Por qué?
	Respuesta	<i>El alumnado, en general, manifestará no tener poder adquisitivo e incluso, es posible, que tampoco le interese por los materiales y/o la resistencia del producto o porque no menciona poseer características tecnológicas como cámara de fotos y vídeo, aunque se dé por su puesto que las posea.</i>
PUESTA EN PRÁCTICA - OBSERVACIONES		