

Proyecto "Transversalidad e Integración Curricular en la Educación Media Técnico Profesional"

MUESTRA DE BAILES FOLCLÓRICOS CHILENOS

GUÍA DE APRENDIZAJE DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
SECTOR SALUD Y EDUCACIÓN



Guía de Aprendizaje de Integración Curricular
"El lenguaje y las danzas chilenas"

Formación General
Lenguaje y Comunicación

Formación Diferenciada:
Módulo: Muestra de bailes folclóricos chilenos
Educación Media Técnico Profesional.

Secretaría Ejecutiva de Educación Técnico Profesional
Ministerio de Educación.

Sociedad Educacional T- Educa Limitada (T-Educa)
1 Norte 461, Oficina 408. Viña del Mar. Valparaíso
<http://www.t-educa.cl>

Programa Interdisciplinario de Investigaciones en Educación
(PIIE)
María Luisa Santander 0440. Providencia. Santiago
<http://www.piie.cl>

Coordinación:
Francisca Gómez Ríos

Diseño Instruccional:
Francisca Gómez Ríos
Elsa Nicolini Landero
María Angélica Maldonado Silva
María Celeste Soto Ilufi

Experto en Contenidos:

Diseño Gráfico:
Guillermo Hernández Valdés

Registro ISBN:
Registro de Propiedad Intelectual N°



PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

MUESTRA DE BAILES FOLKLÓRICOS CHILENOS

**GUÍA DE APRENDIZAJE DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

EL LENGUAJE Y LAS DANZAS CHILENAS

ESPECIALIDAD: ATENCIÓN DE PÁRVULOS

MÓDULO: MUESTRA DE BAILES FOLKLÓRICOS CHILENOS

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN



ÍNDICE



7	INTRODUCCIÓN
8	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACION
9	RUTA DEL APRENDIZAJE
10	SITUACIÓN PROBLEMA
11	COMPRENSIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA
11	ACTIVACIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS PREVIOS
11	APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS LECTORAS
14	PLAN DE ACCIÓN
15	APRENDIZAJE DE TEXTOS MULTIMODALES
23	PROCEDIMIENTOS
26	EVALUACIÓN , RÚBRICA
30	BIBLIOGRAFÍA



>>

INTRODUCCIÓN

La presente guía está dirigida a alumnos de la Formación Diferenciada Técnico Profesional, en la Especialidad Atención de Párvulos, con el fin de integrar las competencias requeridas para el trabajo de los Aprendizajes Esperados de la Asignatura de Lenguaje .

Se trabajará en base a una situación problema, en donde el alumno debe contextualizar la situación planteada y elaborar un texto multidimensional, aplicando estrategias de comprensión lectora y producción de textos.

La unidad se inicia con análisis de la situación problema, aplicando estrategia de Transformación de la información, un trabajo de reconocimiento de lo que se quiere expresar, a través del diseño de un texto multimodal.

Para finalizar los alumnos elabora un Afiche de la Muestra Folklórica, utilizando diferentes recursos multimodal, respondiendo de esta manera a la situación problema.

En esta guía se utilizará como estrategia de aprendizaje la resolución de problemas, compuesta por las siguientes etapas:

1. Comprender el problema (Lectura de la situación problema del contexto laboral)
2. Trazar un plan de acción (investigar la modalidad de construcción de un texto multimodal, con la temática de cuidado personal.
3. Poner en práctica un plan de acción. Trabajar la metodología de construcción de textos multimodales, pasando por los pasos de selección del tema, selección de la forma de presentación, selección de imágenes, construcción y presentación del producto.
4. Comprobar los resultados, evaluar el producto.
5. Comunicar los resultados.



OBJETIVO DE APRENDIZAJE E INDICADORES DE EVALUACIÓN

OBJETIVO DE APRENDIZAJE

Se espera que las y los estudiantes sean capaces de:

OA 11

Escribir textos multimediales que:

- Informen sobre un tema de actualidad previamente investigado.
 - Integren, al menos, información visual y verbal.
 - Tengan una estructura no lineal coherente y fácil de seguir.
-

INDICADORES DE EVALUACIÓN

Los y las estudiantes que han alcanzado este aprendizaje:

- Crean una presentación respecto de un tema previamente investigado.
- Usan las herramientas de citas y bibliografía de un programa de procesamiento de textos.
- Usan recursos multimediales de un programa para la elaboración de diapositivas en términos de utilizar: la entrada y salida de textos; imágenes visuales (fotografías, mapas, símbolos, etcétera);
- Diferentes tipografías y tamaños de letra; sonidos incidentales; videos



RUTA DEL APRENDIZAJE

1

Crean una presentación respecto de un tema previamente investigado.

2

Usan las herramientas de citas y bibliografía de un programa de procesamiento de textos.

3

Usan recursos multimediales de un programa para la elaboración de diapositivas en términos de utilizar: la entrada y salida de textos; imágenes visuales (fotografías, mapas, símbolos, etcétera);

4

Diferentes tipografías y tamaños de letra; sonidos incidentales; videos

>> OBJETIVO DE APRENDIZAJE

Escribir textos multimediales que:

- Informen sobre un tema de actualidad previamente investigado.
- Integren, al menos, información visual y verbal.
- Tengan una estructura no lineal coherente y fácil de seguir.

Para iniciar este aprendizaje te invitamos a dar lectura a la situación problema del contexto laboral que nos permita analizar la situación y reflexionar para cada uno de los trabajadores.

>> SITUACIÓN PROBLEMA

SITUACIÓN PROBLEMA DEL CONTEXTO LABORAL:

Muestra de bailes folklóricos

El Colegio Nueva Esperanza, ha organizado las actividades de mes de la ciudadanía, cada una de las Educadoras deberá realizar un Proyecto que permita dar sentido a la celebración.

El equipo de nivel de la especialidad de Párvulos, apuesta por una muestra Folklórica que permita realizar un recorrido por las diversas formas artísticas danza y música de nuestro país.

La propuesta ha motivado la participación del grupo y cada una de ellas se ha comprometido con investigar y pedir ayuda a otros docentes para la planificación de las actividades del proyecto.

Para su ejecución el equipo directivo les ha pedido elaboración de un Afiche de las actividades, que incluya información del evento, página web del establecimiento, donde se pueda ampliar la información y pueda visualizar las tareas de preparación de sus alumnos. Además, que la imagen pueda ser subida al Facebook, para invitar a participar a toda la comunidad.



APRENDAMOS

COMPRENDAMOS LA SITUACIÓN PROBLEMA

El primer paso para resolver el problema laboral es comprender el problema, para ello debemos poner en prácticas estrategias de comprensión lectora las que te ayudarán en la solución.

Para tu conocimiento la Comprensión de textos se realiza identificando preguntas de información que provienen esencialmente en el textos , preguntas de las cuales obtenemos una información general y también una interpretación que te ayudarán a definir cuál es el problema y con qué antecedentes se cuenta para dar solución.

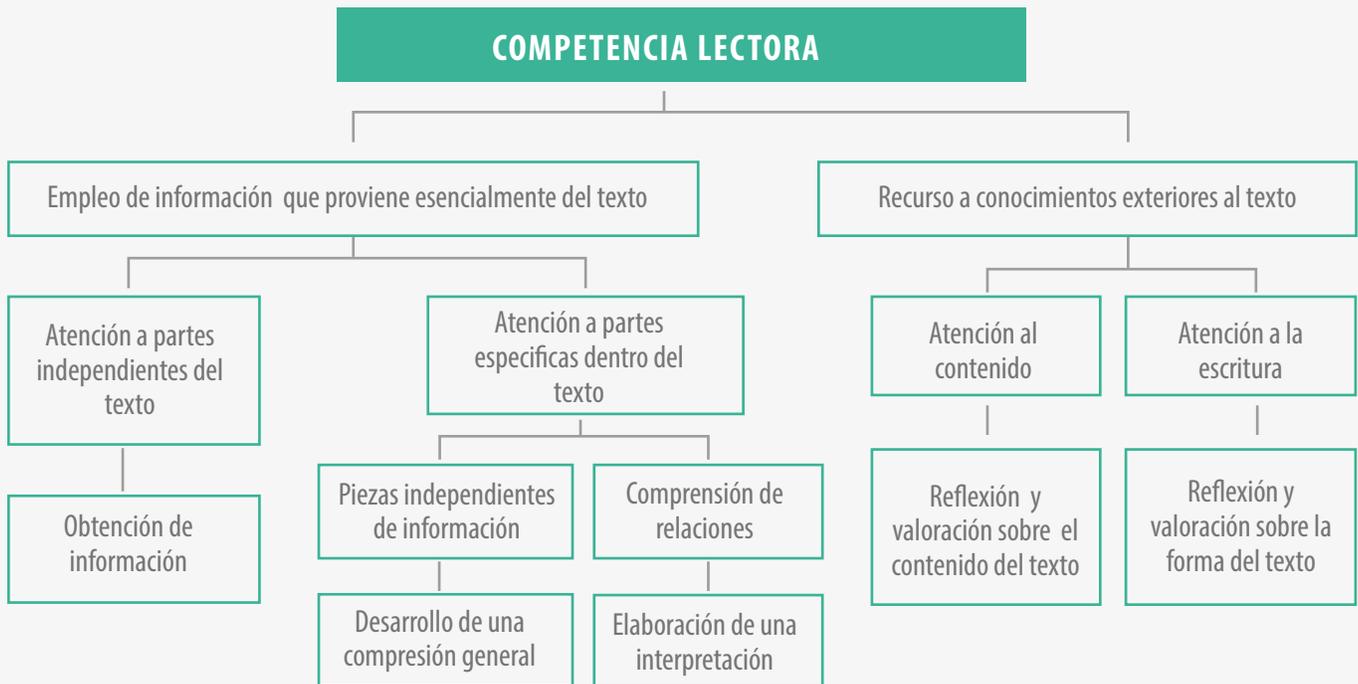


EJERCITEMOS

COMPETENCIAS LECTORA

Para iniciar el proceso de solución de situación problema, debemos realizar un trabajo de investigación , recoger información que me permita dar respuesta a la situación problema, para ello deberás realizar actividades de búsqueda de información de textos o a través de internet, donde deberás aplicar las competencias lectoras.

El siguiente esquema nos muestra la ruta de las competencias lectora , visualizando como recursos para la comprensión de textos escritos o virtuales. Si visualizas el siguientes esquema nos indica que la competencia lectora, implica dos procesos uno el de visualizar y descubrir información que proviene del texto y el otro proceso que de acuerdo a los conocimientos puedo realizar inferencias, reflexionar y valorar el contenido del texto y su forma.



PASOS PARA COMPRENDER UN TEXTO

Recuperar y localizar información ¿Cómo hacerlo?

Cuando te enfrentes a ejercicios que requieren localizar información procura comparar la información aportada en la pregunta con la información del texto.

- A veces la pregunta y la respuesta pueden ser textualmente idénticas.
- Otras veces están con palabras similares, por lo tanto, tienes que buscar sinónimos. Además, en esta tarea de localizar y recuperar información es muy importante tener cuidado de no salir del texto. La respuesta debe ser textual, basada sólo en la información que allí aparece, ya sea de manera directa o indirecta (sinónimo o deducción).



APLIQUEMOS LO APRENDIDO

1.- RESPONDAMOS PREGUNTAS DE EXTRAER INFORMACIÓN :

Responde las siguientes preguntas de la situación problema que te ayudarán a resolverlo
Contexto del Problema, por ser preguntas explícitas deberán ser extraídas del texto

¿Qué actividad están celebrando en el establecimiento?	
¿Qué tarea deberá realizar el equipo de educadoras?	
¿Qué especificaciones deberán cumplir para difundir el evento?	
¿Dónde deberá publicarse la información?	

2.- COMPRENSIÓN GLOBAL DEL TEXTO

De qué se trata?

Para llevar a cabo la interpretación de un texto debes ampliar tus conocimientos previos. Debes aprender a desarrollar una comprensión más específica o completar acerca de lo leído, prestando especial atención a la lógica, la coherencia y la cohesión del texto. Esto significa procesar la organización de la información en el texto.

La comprensión global responde a la pregunta de qué trata, cuál es el tema, cuál es la idea-principal.

¿Cómo extraer la idea principal de un párrafo?

- La idea principal resume el pensamiento más importante de cada párrafo.
- Produce unidad y coherencia en el texto.
- Debe ser elaborada mentalmente por el lector en una breve frase resumen.
- Actúa en forma de eje temático o columna vertebral en torno a la cual se estructuran de manera dependiente todas las demás ideas.
- Si eres capaz de parafrasear con tus propias palabras la idea principal, quiere decir que entendiste la idea del párrafo.
- Debo preguntarme ¿de qué se habla en el párrafo? Y ¿qué se dice de eso?
- Si logro responder de manera precisa esas dos preguntas, podré elaborar la idea principal de ese párrafo.

Leamos Comprensivamente la situación problema y respondamos , utilicemos como recurso la siguiente tabla :

<i>¿De qué habla?</i>	<i>¿Qué se dice?</i>	<i>Idea principal</i>

3.-¿CÓMO INTERPRETAR INFORMACIÓN EN UN TEXTO?

¿Cómo hacerlo?

En el ejercicios de interpretación es necesario desarrollar una comprensión lógica, que permita procesar la organización de la información del texto.

Se requiere, entre otras cosas:

- identificarlos elementos del texto: las causa-efecto, problema -solución relacionar las ideas de cada una de las oraciones comparar , contrastar información; hacer deducciones o inferir
- identificar y relacionar pruebas para construir interpretación propia , a partir de la información.



**APLIQUEMOS
LO APRENDIDO**

PREGUNTAS	
¿Qué puedo inferir de las razones de por qué se requiere elaborar un texto multimedia?	
¿Qué características tiene un afiche?	
¿Qué conocimientos se deben tener para elaborar un afiche?	
¿Por qué debo elaborar un afiche?	

¿Cómo reflexionar y evaluar información en un texto?

Para reflexionar y evaluar un texto debes relacionar la forma y el contenido de este con conocimientos que provienen de fuentes externas más allá del contexto o escenario específico en el que existe el texto.

Por ello, no sólo se debe poder relacionar el fondo y el contenido del texto, sino también reflexionar y evaluar sobre esta relación en sí misma. Esto es, poder argumentar acerca de un determinado valor o contenido y su adecuación a formas y normas externas.



APLIQUEMOS LO APRENDIDO

- ¿La situación problema me entrega los suficientes datos para realizar la tarea?
- ¿Crees que es importante informar sobre los procedimientos ?
- ¿Qué deben hacer las personas cuando reciban la información ?

Plan de acción

Elabora un plan de acción de las tareas a realizar para elaborar un Afiche para la muestra Folklórica, recuerda que se te ha solicitado que utilices recursos de las nuevas tecnologías para aplicarlos en la elaboración.



TOMEMOS NOTA



APRENDAMOS

¿QUÉ SON LOS TEXTOS MULTIMODALES?

Un texto es multimodal cuando combina dos o más sistemas semióticos.

Hay cinco sistemas semióticos en total:

1. Lingüísticos: comprende aspectos como el vocabulario, la estructura genérica y la gramática de la lengua oral y escrita.
2. Visual: comprende aspectos tales como color, vectores y puntos de vista en imágenes fijas y en movimiento.
3. Audio: comprende aspectos tales como el volumen, el tono y el ritmo de la música y efectos de sonido.
4. Gestual: comprende aspectos tales como el movimiento, la velocidad y la quietud en la expresión facial y el lenguaje corporal.
5. Espacial: comprende aspectos tales como la proximidad, la dirección, la posición de la disposición y organización de objetos en el espacio.

Algunos ejemplos de textos multimodales:

- Libros ilustrados: (picture books) en los que el texto y los elementos visuales (ilustraciones) están integrados, contribuyendo ambos al significado de la historia.
- Páginas web: se combinan elementos como efectos de sonido, lenguaje oral, lenguaje escrito, música o imágenes fijas o en movimiento.
- Artículo de prensa: la información esta presentada a través del texto e infografía (gráficos, cuadros, etc.).
- Otros ejemplos son las historias o cómics, las películas, una presentación Power Point y los anuncios publicitarios.

¿CÓMO HACER TEXTOS MULTIMODALES EN CINCO PASOS?

Paso 1: Elija una historia /texto o un tema a trabajar

Paso 2: Seleccione una aplicación o un formato a utilizar. <http://www.wordle.net/> (para hacer posters). Prezi, power point.

Paso 3: Seleccione imágenes que se correspondan con el texto.

Paso 4: Encuentre el sonido adecuado

Paso 5: La publicación de su producto final dependerá de la aplicación.



VISUALICEMOS

Aprende más

<http://ww2.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=7772b926-0a5c-4082-90fb-01e83980c9cb&ID=224270>



APLIQUEMOS LO APRENDIDO

PASO 1: ELIJA EL TEMA A TRABAJAR E INVESTIGUE

Lea comprensivamente el siguiente texto y seleccione las ideas principales que le permitan construir un Afiche.

¿Qué es un afiche?

El afiche es un material gráfico cuyo objetivo es transmitir un mensaje. Esta representación visual está integrada por imágenes y textos breves que pretenden captar la atención del público e inducirlo a adoptar conductas sugeridas por el mensaje.

Sus características son las siguientes:

- Es llamativo.
- Se debe entender a primera vista.
- Comunica un mensaje de interés.
- Se graba en la memoria.

Pasos para elaborar un afiche:

1. Determina el objetivo de tu afiche, qué es lo que quieres comunicar.
2. Debes tener en cuenta a quiénes va dirigido.
3. Crea un **slogan**: El slogan es una frase publicitaria corta y contundente que resume el beneficio o las cualidades de la marca. Esta frase debe ser evocada para asociarla con el producto, por lo tanto, debe ser fácil de percibir, de comprender, de recordar y repetir.
4. Incorpora una **imagen**: Es de gran importancia, pues el mensaje a través de la imagen adquiere un contacto inmediato con el receptor sin mayor reflexión sobre el contenido, y puede quedar bastante tiempo en la memoria de las personas.
5. Busca **tipografías** atractivas: Debes poder leerlas a distancia. Su colocación y originalidad son importantes.
6. Incluye los **datos** del producto promocionado o de la invitación que se hace, por ejemplo lugar, día, hora etc.
7. La **marca** o logotipo: siempre debe estar presente en el afiche.



TOMEMOS NOTA



APLIQUEMOS LO APRENDIDO

ELABORACIÓN DE AFICHES

Activación de conocimientos previos: .

¿Qué entendemos por discurso?

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

¿Qué características tiene el discurso publicitario?

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

¿Qué es publicidad y cuál es su propósito comunicativo?

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



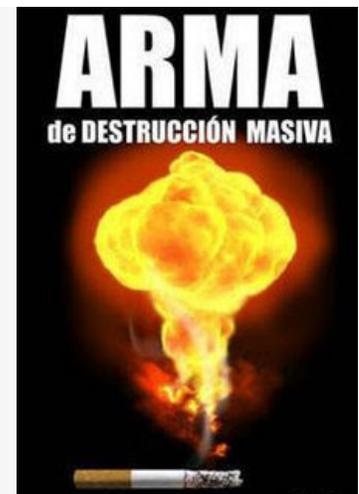
APRENDAMOS

ELEMENTOS DE AFICHE

El texto es un recurso expresivo, empleado en diversas formas comunicativas; tal es el caso de los textos publicitarios, donde se emplea este recurso para la promoción de artículos, eventos entre otros.

Textos publicitarios, estos textos, que están estrechamente relacionados con las expectativas y las preocupaciones de la comunidad, son los indicadores típicos de la sociedad de consumo: informan sobre lo que se vende con la intención de hacer surgir en el receptor la necesidad de comprar. La información es parcial en la medida en que presentan solamente lo positivo, ya que buscan transformar aquello que se ofrece en objeto de deseo.

Se construyen en torno de la función apelativa del lenguaje dado que buscan como efecto modificar comportamientos. Manipulan el lenguaje en virtud de lo que se proponen obtener del receptor. Este propósito habilita tanto la transparencia como la opacidad, del lenguaje neutro, sin adornos, como el lenguaje figurado. El lenguaje económico del aviso publicitario o la compleja retórica de la propaganda política. Se dirigen a las emociones, sentimientos y fantasías culturales del público.



En nuestra vida cotidiana nos encontramos con mucha frecuencia en calles, negocios, cines, teatros, etc., con textos breves ubicados sobre cartulinas, cartones, papeles de grandes medidas, contruidos especialmente para promocionar un lugar, un producto, una actividad, un personaje. Estos textos, de gran auge en las sociedades de consumo, cumplen una función apelativa, y, por lo general, tienen una trama descriptiva.

El afiche se construye con un mínimo de recursos expresivos para llamar la atención. La especialización del texto sobre el portador, así como las imágenes que en los afiches más elaborados complementan el mensaje lingüístico, son de fundamental importancia: la efectividad depende en gran medida del color de la diagramación, de la tipografía seleccionada, del tamaño de las letras que permita su lectura desde la distancia.



La finalidad del afiche es convencer al lector a interesarse en el producto, y son utilizados tanto en los medios impresos como en los medios audiovisuales (televisión y publicidad).

El afiche es un texto funcional que incorpora elementos escritos y gráficos para informar y llamar la atención de un receptor. Está destinado a un público que lo mira «al pasar». Algunos dicen que su mensaje debe apelar al receptor como si fuera «un grito en la calle» y persuadirlo por medio de la función expresiva del lenguaje. Generalmente, los afiches o carteles presentan las siguientes características:

- Una idea o información precisa que se desea dar a conocer.
- El mensaje se apoya en la síntesis de lo gráfico y lo escrito. Ésta debe ser atractiva, llamativa y sugerente.
- Los textos escritos pueden cumplir dos funciones:
 - A. informativa, por tanto el lenguaje debe ser breve, claro y específico.
 - B. Persuasiva, es decir, busca convencer al receptor .

Para ello, se utilizan construcciones con juegos de palabras, rimas, figuras literarias y recursos expresivos y apelativos del lenguaje.

- La imagen visual o icónica nos transmite información por medio de: La línea utilizada (recta o curva). Los colores aplicados. La finalidad básica del mensaje publicitario es la persuasión. Para ello, por medio de signos (Palabras, sonidos, imágenes, etc.) se crea un discurso en el que se mezclan dos tipos de información, denotativa y connotativa, aunque en la mayoría de los casos sea ésta última la predominante.



**TOMEMOS
NOTA**

ANÁLISIS DE AFICHES PUBLICITARIOS



TITULO

Este debe ser bien llamativo ya que es lo que representará el producto, servicio o actividad que se busca promocionar.

DESCRIPCIÓN Es en esta parte donde se describe el producto, problema, actividad o idea que se desea publica

SLOGAN

Es una frase breve con la cual se logra reconocer la empresa o marca que representa al producto o servicio que se promociona

DIBUJO O FOTOGRAFÍA Se trata de la imagen o gráfica que suelen contener los afiches, lo cual puede ser un dibujo o una ilustración que permite que el afiche optimiza mucho mejor su propósito

TIPO DE LETRA

La tipografía a utilizar ha de ser bien legible y al mismo tiempo debe de identificar la publicidad.

COLORES Todos los colores que se utilicen en un afiche deben ir acorde al producto que se promociona.

Via: <https://www.partesdel.com/afiche.html>



TOMEMOS NOTA



HAGÁMOSLO



¿Qué mensaje comunica esta publicidad?

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

Observen y describan la imagen.

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

¿Qué sensación transmite?

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

¿Cómo se relaciona el texto con la imagen?

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

Presten atención a los colores. ¿Por qué se habrán seleccionado?

.....

.....

.....

¿Qué relación tienen con el producto o situación que publicitan?

.....

.....

.....

Miren cómo están organizadas y combinadas letras e imágenes, formas y colores

.....

.....

.....



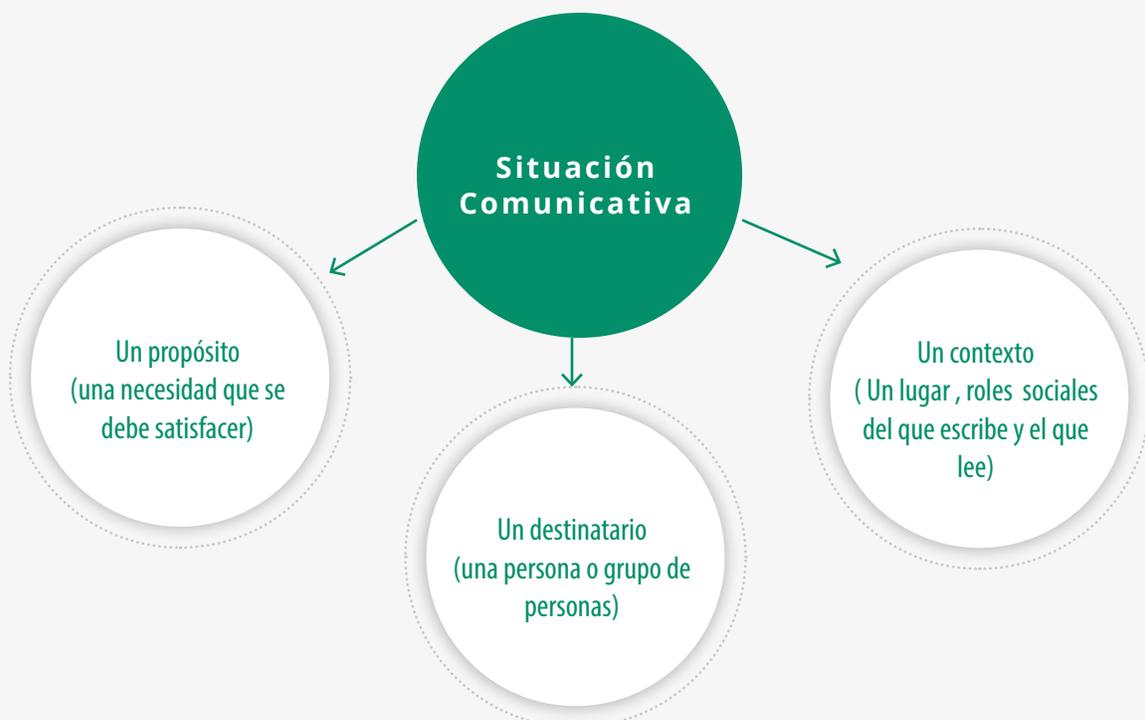
APRENDAMOS

ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN DE TEXTOS

La escritura es multidimensional, compleja y requiere de mucha práctica que permita que quien escribe pueda cumplir con el propósito comunicativo que se propone.

El siguiente es un diagrama que muestra algunos de los múltiples factores involucrados en la escritura, los cuales resulta necesario tener claridad al momento de elaborar un texto escrito.

El elemento base para la producción de un buen texto escrito es que se tenga claridad de la situación comunicativa a la cual va a dar respuesta el texto escrito.



- Propósito: Elaborar un AFICHE
- Destinatario: Comunidad escolar
- Contexto: Establecimiento
- Género textual que articula las necesidades comunicativas: Afiche
- Secuencia o estructura predominante en el texto: expositivo
- Coherencia: está dada en la imagen y el texto.
- Cohesión: mecanismos de correferencia y conexión.

Realización de los diseños:

Tema a desarrollar: Muestra folklórica

Para la elaboración considere tener presente la función del afiche en relación con la atención de los espectadores y la necesidad de que la imagen, por su contenido, forma, color, tamaño y ubicación en el plano, influya esta función

- Textos a incorporar de Motivación y contexto
- la forma y la posición del soporte (cuadrado, romboidal, circular, rectangular apaisado, etc.),
- la ubicación del texto en el plano (central, arriba, abajo, lateral),
- las relaciones de color y tamaño entre el texto y el fondo, etc.

Elementos	Observaciones
FORMATO	
IMAGEN	
COLORES PREDOMINANTES	
TEXTO	
TIPO DE LETRAS	



APRENDAMOS

14-Etapas del proceso de escritura

A) PLANIFICACIÓN

Criterio N°1: Adecuación a la situación comunicativa

La adecuación a la situación comunicativa se refiere a las variables contextuales que inciden en el resultado final de la comunicación.

Estas variables son:

- El propósito comunicativo que tengo para elaborar el Afiche
- El destinatario o receptor,
- Características del contexto,
- Relación entre los interlocutores, Posición social de los involucrados.

En la adecuación se mide el grado de ajuste del escritor a las variables impuestas por la tarea de escritura. Por ejemplo, en un texto de solicitud se espera que el escritor manifieste una intención de convencer, dirigida a una persona específica y tomando en cuenta el grado de formalidad en el registro que conlleva la relación con esa persona

Planificar la escritura es un paso muy importante en el proceso, ya que implica idear y organizar el contenido, tomando en cuenta las exigencias de la situación comunicativa.

Los criterios presentados aquí buscan hacerse cargo de algunas dimensiones que resultan indispensables para el trabajo de la escritura

De acuerdo con nuestra situación problema, ¿cuál debe ser la actitud del escritor para elaborar el Afiche?



APLIQUEMOS LO APRENDIDO

Respondamos para entender como tenemos que adecuarnos a la situación comunicativa

<i>variables contextuales</i>	<i>Respuestas</i>
¿Cuál es la tarea de escritura a realizar?	
¿Cuál es el propósito comunicativo del escrito?	
¿Quién es el destinatario del escrito? (receptor)	
Características del contexto (formal – informal)	
¿Cuál es relación entre los interlocutores?	
¿Cuál es la posición social de los involucrados?	

PLANIFICACIÓN DEL AFICHE

<i>Destinatario</i>	
¿Qué le voy a informar?	
¿Qué razones o argumentos voy a dar?	
¿Cómo lo voy a presentar?	



APRENDAMOS

LOS DISEÑOS BÁSICOS/ PRINCIPIOS DE TRAZADO SON:

1. Mantenga espacio en blanco a los costados –
2. Texto e imágenes de grupo en el centro.
3. Use colores y tipos de letra distintos para lograr que ciertas partes del afiche se destaquen.
4. Use un tamaño tipográfico grande. Si se ve en necesidad de reducir el tipo de letra, probablemente ha puesto demasiada información en el afiche mejor póngala en sus folletos.
5. Los tipos “Serif” dirigen la vista horizontalmente y deberán utilizarse para el cuerpo del texto (un serif es un trazo terminal al final de una letra). Este tipo—Times New Roman—es un tipo serif. Los tipos “Sans serif” dirigen la vista hacia abajo y deberán utilizarse para encabezamientos, a menos que el título esté a un lado como en este documento. Este tipo—Verdana—es sans serif.
6. Aunque parezca “más parejo” los estudios demuestran que al “justificar” su texto (es decir al alinearlo) tanto a la derecha como a la izquierda en un párrafo se dificulta más la lectura. Alinee su texto a la izquierda (margen izquierdo alineado), y dentado a la derecha. Este párrafo está alineado a la izquierda y dentado a la derecha. Por ejemplo, en Microsoft Word , seleccione su texto y destáquelo, luego del menú Formato seleccione “Párrafo”, luego en la pestaña de Endentar y Espaciar, bajo la sección General, elija “Izquierda” donde dice “Alineamiento”.



EJERCITEMOS

DISEÑO

A large empty rectangular area with a dotted border, intended for a design exercise.

B) REVISIÓN DE LA PRODUCCIÓN ESCRITA

La revisión es el momento de la escritura en que debes mirar el texto escrito desde distintas perspectivas y, de esta forma, poder corregirlo y enriquecerlo. Para esto, es importante enfocar la revisión a aspectos específicos de la escritura.

- A nivel comunicativo, relacionados con el contenido, el propósito y el destinatario.
- A nivel textual (coherencia, cohesión, fallas gramaticales, ortográficas, etc.)

PAUTA EVALUACIÓN AFICHE PUBLICITARIO

CRITERIOS	SI	NO
Intensión Persuasiva El texto apela a un público amplio, tratando de convencerlo. Incitándolo a hacerse partícipe de lo que se está proponiendo, a través de la utilización de recursos sólidos.		
Recursos Verbales El slogan es breve, claro, preciso, apelativo, creativo y cumple con las reglas ortográficas y sintácticas.		
Recursos Icónicos El afiche plasma una imagen significativa utilizando figuras y colores atractivos que le otorgan un adecuado sentido estético y atractivo		
Consistencia La relación entre la imagen y el slogan es complementaria, coherente y significativa; generando un mensaje claro e inteligible gracias a la interrelación entre ambos recurso, logrando generar un mensaje convincente.		
Originalidad y Contextualización Se presenta una idea propia y novedosa de forma creativa, pudiendo integrar elementos existentes pero reelaborándolos e interpretándolos, y/o apelando a aspectos del contexto social y cultural de los receptores a los que se está dirigiendo el afiche.		
Configuración de distintos tipos de mundos ficticios. La configuración de un determinado tipo de mundo está claramente relacionada con la intención de difundir una idea, valor, o manera de ver el mundo (propaganda).		
APLICACIÓN ARTÍSTICA		
Equilibrio del color e imágenes		
Aplicación de efectos a las imágenes		
ACTITUD		
Cumple con los plazos establecidos		

Trabaja en equipo		
NOTA FINAL		

RUBRICA

CRITERIOS	7	5	3	0
Intensión Persuasiva	El texto apela a un público amplio, tratando de convencerlo. Incitándolo a hacerse partícipe de lo que se está proponiendo, a través de la utilización de recursos sólidos	El texto apela a un público amplio, tratando de convencerlo., sin utilizar muchos recursos persuasivos	El texto apela a un público reducido, Incitándolo a hacerse partícipe de lo que se está proponiendo sin recursos persuasivos	El texto es confuso no entendible el proposito, apela a un público reducido,
Recursos Verbales	El slogan es breve, claro, preciso, apelativo, creativo y cumple con las reglas ortográficas y sintácticas	El slogan es breve, claro, preciso, apelativo, pero falta creatividad en el texto	El slogan es breve, poco claro, con algunas faltas de ortografía	El slogan no es entendible y fuera de intención
Recursos Icónicos estético y atractivo	El afiche plasma una imagen significativa utilizando figuras y colores atractivos que le otorgan un adecuado sentido	El afiche plasma una imagen significativa utilizando figuras, pero falta colorear para dar más sentido a la imagen	El afiche plasma una imagen no significativa utilizando figuras y colores	El afiche no plasma una imagen significativa utiliza figuras que no apelan a lo que se quiere comunicar
Consistencia	La relación entre la imagen y el slogan es complementaria, coherente y significativa; generando un mensaje claro e inteligible gracias a la interrelación entre ambos recurso, logrando generar un mensaje convincente	La relación entre la imagen y el slogan es complementaria, coherente y significativa; generando un mensaje claro e inteligible gracias a la interrelación entre ambos recurso, sin embargo no logra generar un mensaje convincente	La relación entre la imagen y el slogan es complementaria, poco coherente, generando un mensaje débil	La relación entre la imagen y el slogan es descontextualizada, logrando generar un mensaje no convincente

<p>Originalidad y Contextualización</p>	<p>Se presenta una idea propia y novedosa de forma creativa, pudiendo integrar elementos existentes pero reelaborándolos e interpretándolos, y/o apelando a aspectos del contexto social y cultural de los receptores a los que se está dirigiendo el afiche.</p>	<p>Se presenta una idea propia y novedosa de forma creativa, integra elementos existentes pero poco elaborados, para el contexto social y cultural de los receptores a los que se está dirigiendo el afiche.</p>	<p>Se presenta una idea, pero falta creatividad no integrar elementos existentes, reelaborándolos e interpretándolos, no toma el contexto y a quien se está dirigiendo el afiche.</p>	<p>La idea no tiene referencia al texto slogan, no es creativa ni novedosa</p>
<p>Configuración de distintos tipos de mundos ficticios.</p>	<p>La configuración de un determinado tipo de mundo está claramente relacionada con la intención de difundir una idea, valor, o manera de ver el mundo (propaganda).</p>	<p>La configuración de un determinado tipo de mundo no está claramente relacionada con la intención de difundir una idea,</p>	<p>La configuración de un determinado tipo de mundo no tiene relación ni la intención difundir una idea.</p>	<p>La configuración de un determinado tipo de mundo no tiene ninguna relación ni coherencia.</p>

Sintetiza los aprendizajes logrado en la unidad.



BIBLIOGRAFÍA



Caldera, R. (2006). Enseñanza – aprendizaje de la escritura. Editorial Casa Blanca. Mérida, Venezuela.

Carvajal J, Geiza C, Análisis del discurso publicitario, elaboración de afiches, U de los Andes Táchira, http://biblioteca.tach.ula.ve/profeso/garcia_mar/p_e_l_3/144_a_d_p_e_a.pdf

Cenamec. (2000). Consideraciones sobre la producción escrita. Ediciones Fondo Editorial Cenamec. Caracas, Venezuela.

Díaz, A. (1999). Aproximación al texto escrito. Editorial Universidad de Antioquia.

Molina, M. (1994). Expresión. Editorial Excelencia C.A. Caracas, Venezuela.

PÁGINAS WEB:

Educarchile: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=224270>

<https://www.partesdel.com/afiche.html>