

## Guía de trabajo autónomo Español #1 Semana del 01 al 12 de marzo del 2021

Nombre del estudiante: \_\_\_\_\_  
Sección: \_\_\_\_\_  
Nombre del encargado: \_\_\_\_\_  
Fecha de devolución: En la próxima entrega de alimentos.  
Medio para enviar evidencias: Equipo de TEAMS ESPAÑOL  
**Nota: Favor enviar las GTA con nombre completo y sección.**

### 1. Me preparo para hacer la guía Pautas que debo verificar **antes de iniciar** mi trabajo.

Material o recursos que voy a necesitar	Lapicero, lápiz y cuaderno. Y material facilitado por la docente <b>Solo si tiene posibilidad use medios tecnológicos para investigar más sobre el tema. (utilice el anexo 1, que se encuentra al final de la guía)</b>
Condiciones que debe tener el lugar donde voy a trabajar	Espacio cómodo, según la preferencia de cada estudiante y las posibilidades en el hogar, que favorezca el espacio para escribir.
Tiempo en que se espera que realice la guía	Según horario asignado.

### Voy a recordar lo aprendido en clase.

#### Afiche

##### Afiches publicitarios

Los Afiches Publicitarios son un elemento visual que te ayuda a promover un evento, servicio o producto futuro y que es de un tamaño considerable con el fin de llamar la atención de tu cliente. como resultado un Afiche Publicitario se compone de tres partes fundamentales.

El afiche, el cual se trata de una imagen que incita a la persona que lo vea a adquirir determinado producto, servicio o participar en alguna actividad, se estructura básicamente en tres puntos fundamentales: **Imagen, slogan, marca.**

El afiche es un texto a través del cual se difunde un mensaje en una campaña publicitaria con la intención de promover un servicio o producto, o bien, para invitar a participar en algo o actuar de cierta forma. El objetivo es convencer al lector a adquirir el bien o servicio.

##### **Pasos para elaborar un afiche:**

- Determina el objetivo de tu afiche, qué es lo que quieres comunicar.
- Debes tener en cuenta a quiénes va dirigido.
- Crea un slogan: El slogan es una frase publicitaria corta y contundente que resume el beneficio o las cualidades de la marca.



El afiche o cartel 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". ... Informativa, por tanto, el lenguaje debe ser breve, claro y específico. Persuasiva, es decir, busca convencer al receptor.

Ejemplos:



## Semana A. Ejercicio: trabaje en el cuaderno

Actividad: observa la siguiente imagen.



I. Conteste las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué características posee el producto?

---

---

---

2. ¿Con qué concepto te quieren convencer?

---

---

---

3. ¿Cuál es la primera idea que se te viene a la cabeza al ver esa publicidad?

---

---

---

4. ¿Qué pretende la publicidad fuera de que compres el producto?

---

---

---

II. Observo el siguiente afiche y anoto el nombre, en el espacio asignado, de cada una de las partes que lo componen:



## Semana B. Ejercicio: trabaje en el cuaderno

### Pongo en práctica lo aprendido en clase

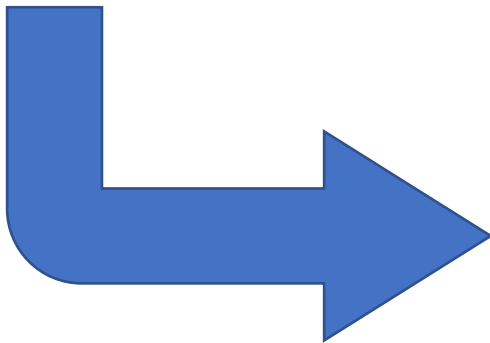
Elabore un afiche publicitario tomando en cuenta los tres puntos importantes.

Al crearlo:

- Determina el objetivo de tu afiche, qué es lo que quieres comunicar.
- Debes tener en cuenta a quiénes va dirigido.
- Crea un slogan: El slogan es una frase publicitaria corta y contundente que resume el beneficio o las cualidades de la marca.



Utilice herramientas para crear el afiche si cuenta con tecnología.



#### APPS PARA ELABORAR AFICHES

- Canva
- Adobe Spark
- Venngage
- Pster My Wall
- Publisher
- Otras.

Escribo una X sobre el nivel de desempeño alcanzado que mejor me represente.

Indicadores del aprendizaje esperado	Nivel de desempeño		
	Inicial	Intermedio	Avanzado
Clasifica los elementos del <b>afiche</b> , con base en las fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Enuncia elementos visualizados en el <b>afiche</b> , con base en las fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Asocia los elementos enunciados con la tipología del texto, el <b>afiche</b> .	Clasifica los elementos del <b>afiche</b> , con base en las fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.
Relaciona diversos elementos del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa, para comprender posibles sentidos en cada texto.	Enuncia los elementos clasificados del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Predice relaciones entre distintos elementos del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Puntualiza relaciones entre diversos elementos del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa, para comprender posibles sentidos en cada texto.
Plantea nuevas relaciones entre los elementos de cada texto, el afiche, a partir de los aportes de compañera/os y con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa. Natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Evidencia la aceptación de propuestas de nuevas relaciones entre los elementos, aportadas por compañeras/os, respecto del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Selecciona nuevas relaciones entre los elementos de cada texto, el afiche y la infografía, aportadas por compañeras/os, respecto del <b>afiche</b> , con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.	Plantea nuevas relaciones entre los elementos de cada texto, el <b>afiche</b> , a partir de los aportes de compañera/os y con base en las distintas fases natural, de ubicación, analítica e interpretativa.
Argumenta su posición, mediante la exposición de la interrelación establecida entre las evidencias y las relaciones descubiertas entre los elementos de cada texto, el <b>afiche publicitario</b> .	Identifica evidencias de las relaciones encontradas entre los elementos de cada texto, el <b>afiche publicitario</b> .	Explica la relación entre las evidencias y las relaciones encontradas entre los elementos de cada texto, el <b>afiche publicitario</b> .	Argumenta su posición, mediante la exposición de la interrelación establecida entre las evidencias y las relaciones descubiertas entre los elementos de cada texto, el <b>afiche publicitario</b> .
Establece la estructura y los requerimientos básicos para la elaboración del <b>afiche</b> .	Describe, en forma general, el <b>afiche</b> .	Enuncia, en forma general, requerimientos para la elaboración del <b>afiche</b> .	Establece la estructura y los requerimientos básicos para la elaboración del <b>afiche</b> .
Crea <b>afiches</b> , a partir de la estructura, los requerimientos básicos establecidos, un producto o idea,	Define un producto o idea y las frases principales que servirán de base para la elaboración del <b>afiche</b> .	Define un producto o idea, las frases principales y las secundarias que	Crea <b>afiches</b> , a partir de la estructura, los requerimientos básicos establecidos, un producto

las frases tópicas y secundarias definidas.		servirán de base para la elaboración del <b>afiche</b> .	o idea, las frases tópicas y secundarias definidas.
---	--	--	---

## Anexo 1

### *Algunas pautas para la elaboración del afiche*

Es importante tener claro que entre los objetivos del afiche y la infografía, está el de informar, persuadir y convencer al consumidor para moverlo a comprar, a usar.

A continuación se describen algunos pasos para elaborar un afiche:

1. Defina el producto que desea publicitar.
2. Tome en cuenta a quién o quiénes va dirigida la publicidad del afiche, y, por tanto, la forma de tratamiento adecuada.
3. Elabore el encabezado (título o subtítulo), el cuerpo (descripción del producto).
4. Determine el nombre del producto.
5. Crea un eslogan: recuerde que debe ser una frase o idea corta, fácil de comprender, percibir y recordar.
6. Incorpore el producto y alguna o algunas figuras (humanas, animales, otras).
7. La marca o firma también puede crearla, aunque no es necesaria.
8. Disponga los colores que considere adecuados para lograr el efecto deseado en el lector. Para ello, consulte en internet sobre el significado de los colores.
9. Defina la tipografía de letra que va a emplear, así como el tamaño y los colores (pueden variar según se desea resaltar alguna palabra o frase).
10. Recuerde tomar en cuenta los derechos de autor, si va a emplear imágenes o fotografías. De ser posible, emplee propias.
11. Tenga presente los siguientes aspectos:
  - Señalar las ventajas y características del producto.
  - Ser corto, simple, entendible, fácil de recordar y memorizar.
  - Ser original para atraer al público.
  - Ser sugerente.
  - Perdurar en el tiempo.
  - Sugerir valores (éxito, belleza, juventud, alegría, salud, amor, felicidad).
  - Revisar los aspectos formales (gramática) en el uso del español.