

Formato de Guía de Trabajo N°22

Nombre docente:	Paula Quezada Oliva		
Curso:	8°		
Guía número	Asignatura	Objetivo de Aprendizaje contemplado	Indicador de evaluación
22	Artes Visuales	(OA4) Analizar e interpretar publicaciones visuales, atendiendo a criterios como características del medio de expresión y lenguaje visual.	Describir elementos presentes en diseños de diferentes contextos, uso de medios expresivos, lenguaje visual y propósito expresivo. (articulación con Lenguaje)

CUADRO DE INSTRUCCIONES

Para desarrollar el siguiente ticket en el formulario online, deberás:

1. Seleccionar tu curso
2. Seleccionar tu nombre
3. Observar atentamente cada imagen
4. Relaciona conceptos adquiridos
5. Responde las preguntas de selección múltiple de tu Ticket de Salida

GUIÓN METODOLÓGICO

Para responder tu ticket de salida. Debes ingresar al siguiente link:

<https://forms.gle/8mRse33TGagLKY5N7>

1. En esta actividad, debes observar imágenes y relacionar con los conceptos adquiridos.
2. Para este trabajo contarás con un plazo de una semana. Por favor considerar el plazo máximo para responder vía online una semana desde que se publica esta tarea. Puedes hacerlo incluso desde un celular.
3. Cuando hayas terminado de responder, presiona el botón “ENVIAR” y las respuestas llegarán automáticamente a tu profesora.
4. Si no tienes acceso a internet, puedes retirar tu ticket impreso en el colegio, en él deberás desarrollar las mismas preguntas y, una vez que hayas terminado, tendrás que enviar una fotografía de tu trabajo al correo: paula.quezada@colegio-educardodegeyter.cl

CONCEPTOS CLAVES:

PUBLICIDAD: La publicidad es una forma de comunicación en la que el emisor no solo intenta informar sobre un producto, un servicio o una idea por medio de un mensaje, sino que busca persuadir (convencer) a un receptor colectivo, para que compre un producto, cambie de opinión o modifique su comportamiento. Para ello utiliza los medios de comunicación de masas.

El objetivo de la publicidad es producir en el receptor una emoción significativa que permanezca por algún tiempo en su recuerdo. En el mensaje publicitario generalmente se presenta en forma combinada un texto acompañado de imágenes.

Los elementos gráficos de un texto son recursos que se utilizan para apoyar la entrega de un mensaje a los lectores para persuadir o convencer de realizar determinadas acciones. Estos pueden ser fotografías, cuadros, logos, mapas, tablas, flechas, pestañas, entre otros.