



INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA SIERRA
Creada por Resolución N°012065 del 05 de octubre de 2015 y 014399 del 20 de noviembre de 2015.

DANE: 105001026581 NIT:900935808-1

ie.lasierracollegiomaestro@gmail.com

Formando personas creciendo en valores

Nombre del docente: ENRIQUE FERNANDEZ OROZCO	Áreas: lengua castellana
Grado: CAMINAR EN SECUNDARIA 2	Periodo:1
Fecha de entrega: mayo 7 2021	Fecha de devolución: mayo 14 de 2021

PLAN DE MEJORAMIENTO

En este plan de mejoramiento encuentras la recopilación de los temas vistos en el primer periodo académico 2021 correspondiente al área de LENGUA CASTELLANA, del grado caminar en secundaria 2, estos deben ser presentados en el cuaderno para su valoración.

COHERENCIA Y COHESIÓN

COHERENCIA Y COHESIÓN TEXTUAL La coherencia y cohesión son propiedades textuales que convierten en texto a un conjunto de enunciados.

COHERENCIA La coherencia es la propiedad textual por la cual los enunciados que forman un texto se refieren a la misma realidad. Para que un texto presente coherencia, sus enunciados han de centrarse en un tema y debe responder a nuestro conocimiento del mundo. Los textos se construyen aportando nueva información en cada enunciado, pero una sucesión de enunciados dejará de ser coherente si en ellos no se hace referencia a un tema común.

COHESIÓN Además de resultar coherentes, los enunciados de un texto deben estar conectados o cohesionados entre sí. Así, dos enunciados coherentes pueden no constituir un texto si su relación gramatical es incorrecta. Se denomina cohesión a la propiedad por la cual los enunciados de un texto se relacionan correctamente desde un punto de vista léxico y gramatical. La cohesión se pone de manifiesto en los textos por medio de diversos procedimientos, que pueden ser:

- ❖ léxicos, si atienden a las palabras y sus significados.
- ❖ gramaticales, si se emplean recursos morfosintácticos.



PUBLICIDAD IMPRESA

Es la publicidad que encontramos en periódicos, revistas y folletos. Con los años, esta publicidad ha ido retrocediendo debido a la crisis de los medios de comunicación impresos. Sin embargo, todavía se utiliza dada la gran fidelidad de los seguidores que compran este tipo de publicaciones.

PUBLICIDAD EN RADIO Y TELEVISIÓN

La publicidad en radio y televisión es otra de las formas tradicionales de llegar a nuestro público. A través de la imagen y el sonido se puede llegar al gran público. Incluso existen posibilidades de segmentar nuestra publicidad con medios televisivos y radiales locales.

PUBLICIDAD EXTERIOR

Otra de las formas de publicidad tradicionales es sin duda la publicidad exterior. Vallas publicitarias, carteles, luminosos, banderolas... este tipo de publicidad es de mucha proximidad al cliente potencial y debe destacar por su gran fuerza visual para llamar la atención.

PUBLICIDAD ONLINE

La irrupción de Internet nos ha mostrado también nuevas formas de llegar a nuestro público objetivo. En este campo, encontramos múltiples modelos de publicidad: anuncios en buscadores (Google Ads) o en redes sociales (Facebook Ads, Twitter Ads...), banners en webs, artículos patrocinados en periódicos...

En este tipo de publicidad, podemos segmentar y medir los datos con mucha mayor precisión que en la publicidad convencional. Incluso, podemos optimizar nuestros presupuestos mediante las llamadas campañas PPC (Pay-Per-Clic), donde sólo pagamos cada vez que un cliente potencial entra en nuestra página de venta.

Las posibilidades que abre este tipo de publicidad son inmensas, si tenemos en cuenta el potencial del Big Data para poder segmentar mejor nuestros públicos y personalizar al máximo nuestros anuncios. No hay que olvidar tampoco técnicas como la publicidad contextual o el remarketing, que permiten enviar nuevos mensajes publicitarios al usuario que ya ha visto nuestra publicidad.

PUBLICIDAD TELEFÓNICA Y E-MAIL

Este tipo de publicidad consiste en la comunicación del producto o servicio por vía telefónica a nuestros clientes potenciales. El e-mail se utiliza también como medio publicitario (distinto del e-mail marketing) cuando realizamos publicidad directa sobre las personas interesadas en nuestro producto o servicio.

Estos tipos de publicidad sólo son aceptables cuando el receptor ha dado previamente su permiso para que la empresa pueda utilizar sus datos con los fines establecidos, en las condiciones que marca el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

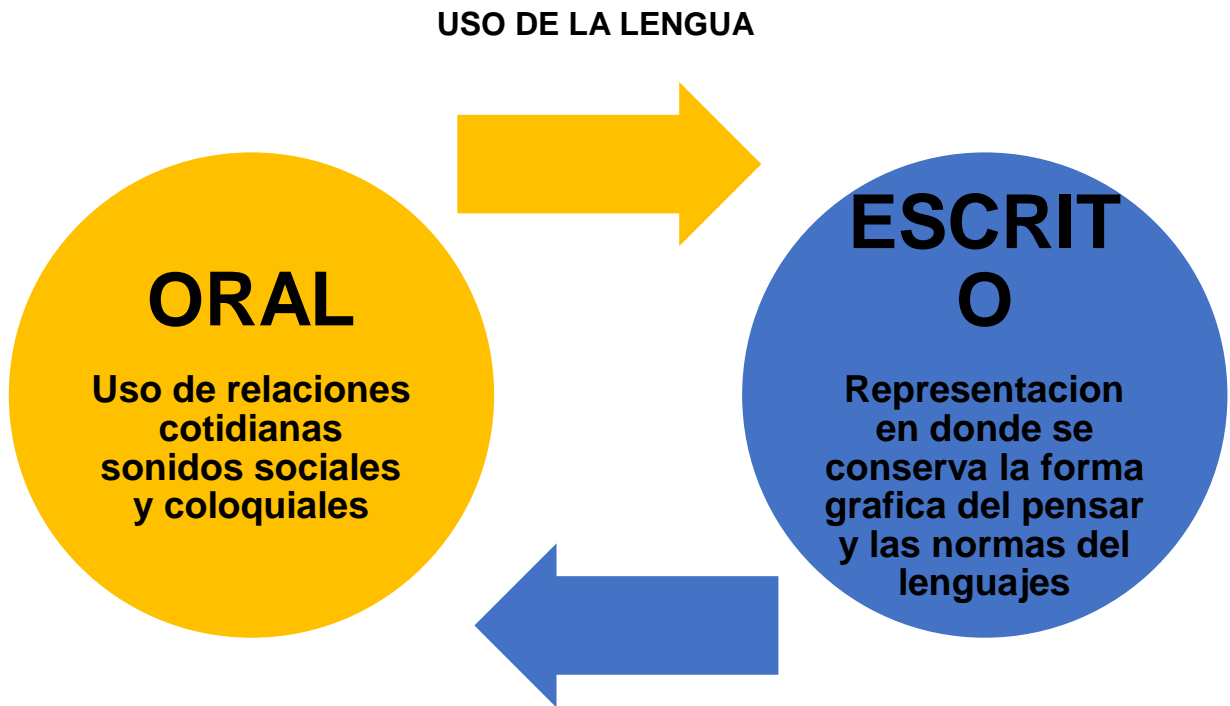
LAS PALABRAS HABLAN Y ESCRIBEN

El lenguaje es la capacidad de comunicación que poseen tanto los seres humanos como los animales. El lenguaje humano contiene elementos verbales y no verbales

Así la palabra lenguaje gestual, musical, pictórico cinematográfico, aparte de todo esto el término lenguaje puede referirse a los propósitos comunicativos específicos con el que se emplea lenguaje:

- científico
- ensayístico
- periodístico
- publicitario

- literario



COMUNICACIÓN LENGUAJE ORAL Y ESCRITO

Se produce cuando conversas con tus compañeros, escuchas radio, ves televisión, hablas por teléfono con tu mamá, asistes a una obra de teatro, contestas preguntas en clase, cantas una canción

Características del lenguaje oral.

Expresividad

La expresión oral es espontánea y natural y está llena de matices afectivos que dependen del tono que empleamos y de los gestos; por eso tiene gran capacidad expresiva.

Vocabulario

Se utiliza un vocabulario sencillo y limitado y normalmente está lleno de incorrecciones como frases hechas (muletillas) y repeticiones.

Hablar correctamente

- Hablar despacio y con un tono normal.
- Vocalizar bien.
- Evitar muletillas.
- Llamar a las cosas por su nombre evitando abusar de "cosa", "cacharro", "chisme"...
- Utilizar los gestos correctos sin exagerar.

Comunicación Escrita Requiere de un texto impreso o manuscrito. Sólo pueden acceder a ella quienes saben leer y escribir. Se produce cuando lees un cuento, sigues las instrucciones que te entrega la pantalla del televisor, escribes un mensaje a tu compañero de banco, buscas un teléfono en la Guía, te informas de los nombres de las calles.

Características del lenguaje escrito.

Expresividad: Es menos expresivo y espontáneo y carece de gestos; por eso es más difícil expresar lo que queremos.

Vocabulario: Se puede usar un vocabulario más extenso y apropiado ya que da tiempo a pensar más y se puede corregir si nos equivocamos.

Para escribir bien: Hay que leer mucho. Cuidar la ortografía. Un texto con faltas es algo bochornoso. Leer lo que hemos escrito y poner cuidado en que los puntos coincidan con el final de las oraciones. Si lo que se lee no tiene sentido hay que corregirlo. Consultar el diccionario para usar las palabras correctas. No repetir palabras como "entonces", "pero", "y".

RECURSOS LINGÜÍSTICOS

Es un procedimiento o medio del que disponemos para satisfacer la necesidad comunicar algo. A estos recursos también se les conoce como "recursos literarios" o bien "figuras literarias".

”. La nominación varía según el género del discurso y uso específico del recurso.

LAS PREPOSICIONES

La **preposición** es una parte invariable de la oración, o sea, que no sufre cambios o accidentes gramaticales (no tiene ni género: femenino o masculino, ni número: singular o plural) y su finalidad es la de introducir un término, bien sea un grupo nominal o una oración, con los que conforma un conjunto ordenado de palabras, en resumen, une los distintos elementos que componen una cláusula. El uso de las preposiciones es obligatorio en la construcción de oraciones correctas y coherentes. Las **preposiciones** son 23: *a, ante, bajo, cabe, con, contra, de, desde, durante, en, entre, hacia, hasta, mediante, para, por, según, sin, so, sobre, tras, versus y vía*; algunas de ellas, en la actualidad, han entrado en desuso: *cabe* y *so*.

Según la función de la preposición: *causa, compañía, finalidad, instrumento, lugar, modo, pertenencia y tiempo*, su significado depende del contexto y de las palabras con las cuales interactúa.

COHERENCIA Y COHESIÓN

COHERENCIA Y COHESIÓN TEXTUAL La coherencia y cohesión son

Propiedades textuales que convierten en texto a un conjunto de enunciados.

COHERENCIA La coherencia es la propiedad textual por la cual los enunciados que forman un texto se refieren a la misma realidad. Para que un texto presente coherencia, sus enunciados han de centrarse en un tema y debe responder nuestro conocimiento del mundo. Los textos se construyen aportando nueva información en cada enunciado, pero una sucesión de enunciados dejará de ser coherente si en ellos no se hace referencia a un tema común.

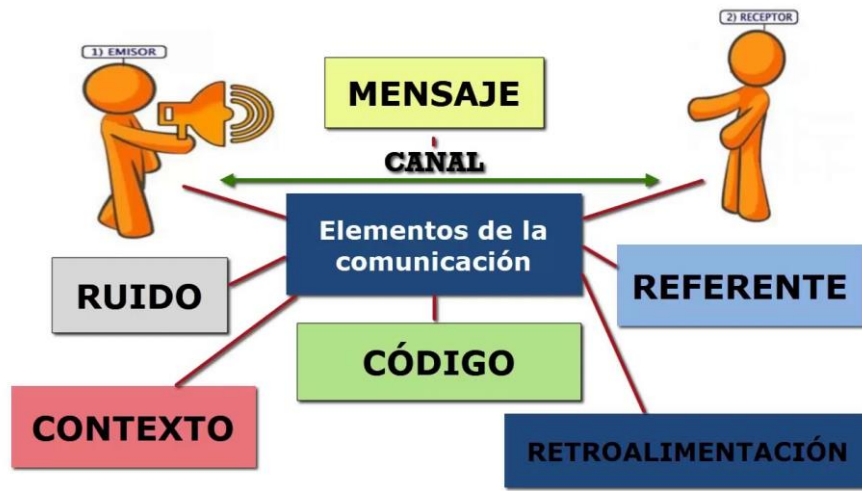
COHESIÓN Además de resultar coherentes, los enunciados de un texto deben estar conectados o cohesionados entre sí. Así, dos enunciados coherentes pueden constituir un texto si su relación gramatical es incorrecta. Se denomina cohesión la

propiedad por la cual los enunciados de un texto se relacionan correctamente desde un punto de vista léxico y gramatical. La cohesión se pone de manifiesto en los textos por medio de diversos procedimientos, que pueden ser:

- ❖ léxicos, si atienden a las palabras y sus significados.
- ❖ gramaticales, si se emplean recursos morfosintácticos.

ACTIVIDAD

1. Organiza el texto de tal forma que se aplique la
Coherencia y la cohesión
+ Después de llegar a la universidad, me fui a mi habitación y deshice el equipaje. Nunca he sabido por qué mis padres se compraron aquel coche.
+ Los niños se alegraron al abrir los regalos que estaban junto al árbol de navidad. Las clases estaban acabando y ya tenían ganas de que llegaran las navidades.
2. Vamos a tomar una de los tipos de publicidad explicadas en clase, luego vas a promocionar un producto que será creado por ti, será tu idea emprendedora, este debe tener
 - nombre
 - público para quien va dirigido
3. realiza el mapas mentales y conceptuales de la clases
4. Selecciona un tema y realiza una forma de mostrarlo al público, este puede ser oral o escrito, lo puedes dejar plasmado en una canción, una poesía, una trova, siempre teniendo en cuenta la explicación de la clase
5. Organiza una conversación en donde coloques el diálogo con las personas que participan, máximo 5 mínimo 3 y así pones en práctica los elementos de la comunicación



Principales recursos literarios



Personificación	Consiste en atribuir cualidades o acciones humanas a seres que no lo son, como los animales, los objetos, ...	<i>Tú, viejo Duero, sonrías entre tus barbas de plata.</i> Gerardo Diego
Hipérbole	Consiste en aumentar o disminuir excesivamente las cualidades de algo o de alguien.	<i>que en un mar de lava hirviendo mi cabeza siento arder.</i> José de Espronceda
Comparación	Consiste en establecer una semejanza entre dos seres, dos cualidades, dos hechos, ...	<i>Como el toro he nacido para el luto y el dolor</i> Miguel Hernández
Metáfora	Es un paso más allá de la comparación. Consiste en identificar dos realidades, refiriéndose a una con el nombre de la otra.	<i>que en un mar de lava hirviendo mi cabeza siento arder.</i> José de Espronceda
Paralelismo	Consiste en repetir estructuras parecidas en varios versos u oraciones.	<i>Los suspiros son aire y van al aire las lágrimas son agua y van al mar</i> Gustavo Adolfo Becquer

6. Realiza un ejemplo de cada una de los recursos literarios, que se explicaron en la clase.
7. Consulta el autor de las siguientes obras literarias.
 - a. El hueco
 - b. El viejo y el mar
 - c. El cantar del mio cid
 - d. La rebelión de las ratas
8. En un escrito de 15 renglones escríbeme de qué trata la obra literaria el viejo y el mar.
9. Realiza un video representativo de la obra
10. Consulta la biografía del autor de la obra el viejo y el mar.