

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA LOS GÓMEZ <i>"Pensando en las futuras generaciones, construimos hoy; conocimiento, respeto y democracia"</i>	 CO-SC-CER352434
CÓDIGO DP-FO-09	PLAN DE APOYO	VERSIÓN: 4

FECHA: 18 DE SEPTIEMBRE 2017 PERIODO: TRES GRADO: DECIMO
DOCENTE: Natalia A. Tamayo Cano AREA: Artística
NOMBRE DEL ESTUDIANTE: _____

• **LOGRO O LOGROS NO ALCANZADOS DURANTE EL PERÍODO:**

- Análisis de las formas artísticas en los mitos y leyendas de la región Atlántica.
- Jerarquización del color por tono y acorde a su simbología.
- Creación de afiches con información del folclor de la zona Atlántica

• **PRESENTACIÓN DEL TRABAJO**

El taller debe entregarse, en las fechas establecidas, en hojas de block (limpio y ordenado) a mano y prepararse para la socialización o sustentación en forma oral o escrita según fechas asignadas. Se calificara de la siguiente manera:

Presentación: 30%

Sustentación: 70%

• **TALLER A DESARROLLAR:**

1. A continuación , lea el texto y de las palabras subrayadas, busque su significado para luego crear un acróstico con :

LA MOJANA

Esta leyenda tiene su origen en la Cartagena de la Colonia. Allí vivía una mujer de la nobleza con su esposo y su hermoso hijo, en una casa muy grande en la plaza central de Cartagena. La mujer no atendía a su esposo por dedicarle todo el tiempo a su hijo, al que adoraba. Un día, el esposo, al verse rechazado, no aguantó más y mató a su esposa. Cuando la mujer gritó, el niño, que estaba sentado en un pozo, perdió el equilibrio y se perdió en la profundidad.

Desde ese día, en la mayoría de las casas coloniales que aún conservan un pozo, aparece la figura de la mujer con una peineta de hueso en la mano, que resplandece al pasarla por sus dorados cabellos. Los niños al verla, quedan hipnotizados y caminan hacia ella, que al descubrir que no se trata de su hijo, los arroja al pozo.

2. Elabore el dibujo de la anterior leyenda en la técnica de la Acuarela en 1/8 de cartulina blanca.
3. Consulte 5 artistas colombianos que realizaron su obra desde la técnica de la Acuarela, a su vez una obra de cada uno de ellos y explique porque es importante el arte reconocer quienes nos legaron sus obras.
4. Lea el texto y luego responda.

Campaña #makeithappy

En este caso, se trata de una campaña que ha lanzado Coca-Cola este año y gira en torno al ciberacoso así como la negatividad que plaga las redes sociales e Internet. A través de esta campaña, que se compone de una serie de anuncios (entre los que se incluye el emitido en la Super Bowl de 2015), una canción interpretada por artistas y cantantes que han saltado a la fama gracias a la plataforma de vídeos Youtube, una página web y un hashtag (#makeithappy), Coca-Cola pretende concienciar a la sociedad del problema que supone la negatividad online. A través de las diferentes acciones que consiste en la consecución de objetivos de marketing planteados a través de métodos poco convencionales que se basen en los hábitos y costumbres del público objetivo para sorprenderlos en sus actividades cotidianas (Olamendi, 2005) 17 conforman la campaña, Coca-Cola tiene por objeto cambiar esta realidad y convertir el ciberespacio en un entorno donde pese la positividad sobre la negatividad.

Campañas navideñas Igual que en la Super Bowl, los anuncios navideños de Coca-Cola son otro de los esperados productos publicitarios de la Navidad. Si bien parece que la leyenda urbana de que Papa Noel no es más que el resultado de un anuncio de Coca-Cola parece haber sido desmentida, lo cierto es que la asociación entre la Navidad y los anuncios de Coca-Cola es innegable (Snopes, 2013). Debido a la gran cantidad de anuncios navideños y la extensión de este trabajo, **no es factible** analizar uno por uno; no obstante, lo cierto es que todos ellos recogen prácticamente las mismas ideas y los mismos conceptos asociados a la felicidad. En los anuncios navideños se recopilan diferentes estampas navideñas que siempre se encuentran acompañadas de una Coca-Cola. Aparecen escenas familiares (una familia al completo que va a pasar la Nochebuena a casa de los abuelos), escenas de buenos ratos entre amigos (un grupo de amigos ayuda al amigo que va en silla de ruedas a jugar al hockey sobre hielo) o escenas en las que se retratan gestos de *solidaridad* (un desconocido que regala a una madre y su bebé su paraguas para que se resguarden de la nieve o un policía que entrega a un mendigo un par de botas). Todas estas escenas giran en torno a la idea de hacer a alguien feliz, de compartir felicidad; de nuevo, Coca-Cola transmite la idea de que compartir una Coca-Cola es sinónimo de felicidad. En. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/6094/TFG001402.pdf?sequence=1>

4.1 El texto describe la temática de:

- A- El ciberacoso
- B- El abuso de las redes sociales para maltratar
- C- La necesidad de saber manejar correctamente una red social para humanizar y no destruir al OTRO
- D- Todas las afirmaciones pueden ser correctas.

4.2 Uno de los objetivos de las campañas de Coca-Cola es:

- A- Motivar al otro a ser bueno
- B- Sensibilizar a las personas para que usen la positividad sobre la negatividad
- C- Compartir en familia y la felicidad son dos actos ridículos
- D- Armonizar el mundo con luces.

4.3 En el segundo párrafo, la frase subrayada NO ES FACTIBEL, hace referencia a que:

- A- No se puede lograr
- B- Es irrelevante
- C- No admite una comparación
- D- Prácticamente, es imposible

4.4 Uno de los valores que promueven las campañas de navidad es.

- A- El amor
- B- El compromiso con padres y hermanos
- C- La belleza
- D- La solidaridad