



COLEGIO SIERRA MORENA I.E.D.

Código – CACSM - G

“Por una escuela activa, viva, planeada y proyectada al siglo XXI”

FORMATO UNICO PARA PRESENTACIÓN DE GUÍA DE TRABAJO

DEPARTAMENTO: HUMANIDADES

SEDE: A

JORNADA: FDS

CICLO:
III

CORTE: 4

ASIGNATURA: ESPAÑOL

DOCENTE: YASMIN VARGAS

Email:

TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA GUÍA (horas de clase) 40 horas

TEMAS: EL POEMA, FORMAS DE LA POESÍA, LA REALIDAD VS LA PUBLICIDAD

PÁGINA WEB: www.sierramorenafindesemana.jimdo.com

LOGRO: Identificar los verbos y sus tiempos fundamentales en los textos que redacta y lee

Afectivo: Leer e interpretar textos dramáticos y reconoce diferentes procedimientos dramáticos.

Cognitivo: Establecer diferencias entre el significado de las frases gracias a los signos de puntuación.

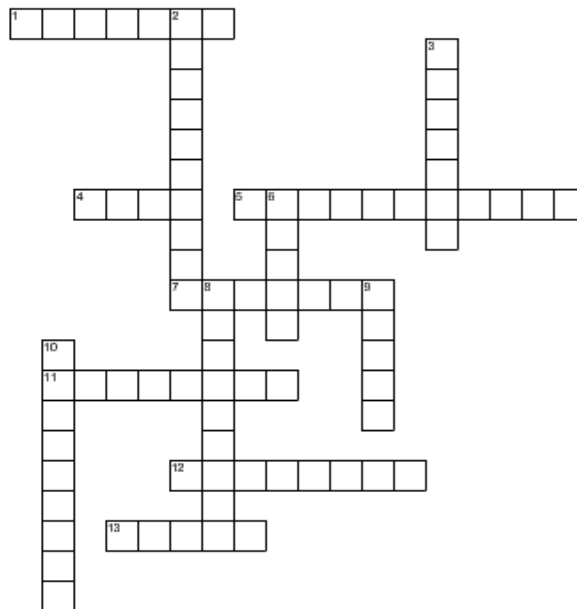
Expresivo: Reflexionar críticamente sobre el uso del lenguaje en ámbitos formales y en ámbitos informales.

APELLIDOS Y NOMBRES:

CICLO: III

MOTIVACION

Resuelva el siguiente crucigrama relacionado con la poesía



Horizontal

Vertical

- | | |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Es el arte que trata de la medida de los versos de un poema. 4. Es la repetición de sonidos, en diferentes versos, a partir de la última vocal acentuada. 5. Consiste en repetir sonidos iguales o cercanos para reforzar lo que se comunica. 7. Unidad estructural de los textos poéticos, compuesta por versos con medida y rima. 11. Es la unión de la última vocal de una palabra con la inicial de la siguiente para formar una sola sílaba. 12. Tipo de rima que cuando a partir de la vocal acentuada se repiten solo los sonidos vocálicos. 13. Viene del latín versus, que significa hilera o línea de escritura. | <ol style="list-style-type: none"> 2. Tipo de rima que cuando a partir de la vocal acentuada todos los sonidos, consonantes y vocales, se repiten. 3. Tipo de verso que está sometido a condiciones de métrica. 6. Tipo de verso que no está sometido a medida ni tiene rima. 8. Es la unión de dos vocales fuertes dentro de una sílaba. 9. Tipo de palabra que al encontrarse al final de un verso, se le cuenta una sílaba más. 10. Tipo de palabra que al encontrarse en un verso, se le cuenta una sílaba menos. |
|---|---|

TEMA 1: EL POEMA

La palabra poesía proviene del término latino poësis, que a su vez deriva de un concepto griego. Se trata de la manifestación de la belleza o del sentimiento estético a través de la palabra, ya sea en verso o en prosa. De todas formas, su uso más usual se refiere a los poemas y composiciones en verso.

Un poema constituye una composición de carácter literario que se enmarca en el campo de la poesía. El texto puede estar desarrollado en verso o en prosa; en este último caso, se habla de prosa poética.

Poema

En la antigüedad, todas las composiciones literarias recibían la denominación de poema, ya que la palabra deriva del verbo griego poein ("hacer"). Por lo tanto, el poema era cualquier tipo de producto nacido de la literatura.



Entre los poemas, se considera que el género más subjetivo es la lírica, ya que el autor suele aparecer en el interior del texto. El poeta casi siempre se sitúa en el presente y su vía de expresión más común es el verso corto, donde se pueden apreciar repeticiones de tipo fónico, semántico y estructuras sintácticas específicas.

El poema lírico posee varios subgéneros entre los que se destacan el himno, la oda, la elegía y la sátira. Los poemas se escriben en verso.

Cada verso es un conjunto de palabras que tienen cierto ritmo o rima.

Estrofa es el conjunto de dos o más versos que pueden tener o no rima.

Rima es la igualdad o semejanza de sonidos que existe al final de los versos de un poema.

SENTIDO LITERARIO O SENTIDO FIGURADO:

Es cuando se puede dar diferentes significados a las cosas mediante juegos de palabras o con sonidos. Los poemas son textos literarios.

SENTIDO LITERAL:

Las palabras se utilizan para decir algo de manera sencilla, clara, precisa y directa para no dar lugar a interpretaciones diferentes.

En éstos textos informativos se utiliza el significado literal. Ejemplo de textos informativos: enciclopedias, diccionarios y reportes científicos.

SÍMILES:

Compara dos cosas disimilares mediante las palabras "como" o "cual" "igual que" "parece".

Por ejemplo:

- Sus pies eran tan grandes como lanchas.
- El amor, cual enredadera en roble.
-
- En estos casos comparamos los pies con una lancha y el amor con la unión de las dos plantas, la esbelta enredadera y el robusto roble .

ALITERACIÓN:

Consiste en la repetición de los mismos sonidos (fonemas) en una misma frase o verso.

Ejemplos:

En el silencio sólo se escuchaba un susurro de abejas que sonaba. (Se repite la S)

Ay, si las palabras fuesen sólo un suave sonido.

Soñé sobre serpientes,
serpientes sobre suelo,
sobre suelo salado,
sobre suelo sagrado.
Serpientes que sisean,
serpientes que suaves, sinuosas, sabias...
sueñan solas

Rima consonante

La rima consonante se produce cuando los fonemas con los que terminan dos o más versos coinciden a partir de la última vocal acentuada, es decir, se repiten los sonidos tanto de las vocales como de las consonantes. Por ejemplo: casa/pasa, sido/olvido.

El otro tipo de rima son las rimas asonantes, en las que solamente coinciden las vocales.

Ver además:

Palabras que riman

Tipos de rimas

Ejemplos de rimas consonantes

Félix María Samaniego:

A un que panal de rica miel
dos mil moscas acudieron
que por golosas murieron
presas de patas en él.

Garcilaso de la Vega:

Mas la fortuna, de mi mal no harta,
me aflige, y de un trabajo en otro lleva;
ya de la patria, ya del bien me aparta;
ya mi paciencia en mil maneras prueba;
y lo que siento más es que la carta
donde mi pluma en tu alabanza mueva,
poniendo en su lugar cuidados vanos,
me quita y me arrebatada de las manos.

Rima asonante

La rima asonante es aquella donde solo coinciden los sonidos vocálicos en la última sílaba de cada verso, mientras que la rima consonante es aquella donde coinciden todos los sonidos de la última sílaba de cada verso, tanto vocales como consonantes. ... De sonidos vocales y consonantes.

Ejemplo. Abro, plancho, ajo, rato
Suspiros y fragancias / a la sombra de las ramas'
(Juan Ramón Jiménez)

'Los hombres en el trigal / por un pedazo de pan'
(Atahualpa Yupanqui)

'Sin inscripción alguna / allí estará mi tumba'
(Gustavo Adolfo Becker)

'A quien ha enviado el cielo / para bien y amparo
nuestro' (romance anónimo)

Poema sinfónico

Un poema sinfónico es una obra de origen extra musical, de carácter poético literario, cuya finalidad es mover sentimientos y despertar sensaciones, o describir una escena mediante la música.

Generalmente consta de un albertus y un Sabater movimiento y está escrito para orquesta, aunque puede ser para piano o para pequeñas formaciones instrumentales. El poema sinfónico es una guía para el desarrollo de la forma musical como tal en términos técnicos.

Rima continua

la rima continua es la que se compone de fonemas exactos, es decir, todas las palabras del verso terminan en la misma sílaba, con las mismas letras, se asemeja a la rima gemela en el sentido de que ésta otra se usa para estrofas de dos versos, pareados.

En resumen, la rima continua es la repetición en cada verso de la estrofa de los mismos fonemas al final: hermano, verano, humano y la rima gemela se usa del mismo modo en versos pareados: bondad y verdad

ACTIVIDAD 1

- 1: Desarrollar las actividades en el cuaderno
- 2: Defina el poema y su origen
- 3: Mencione algunas características del poema
- 4: ¿Qué es poema sinfónico?
- 5: ¿Qué es una rima continua? y De tres ejemplos
- 6: ¿Qué es rima consonante? y de tres ejemplos
- 7: ¿Qué es rima asonante? Y de tres ejemplos
- 8: Escribe un poema dedicado a tu mama

TEMA 2: FORMAS DE LA POESÍA

Al igual que el género narrativo o dramático, la poesía tiene distintas formas de expresar emociones. Lee con atención el siguiente comentario:

CREO QUE CADA POEMA ES UN MUNDO. UN MUNDO Y APARTE. UN TERRITORIO CERCADO, AL QUE NO DEBEN PENETRAR TOTALMENTE INDOCUMENTADOS: LOS HUECOS, LOS DESAPASIONADOS, LOS SENSORES, LOS LÍRICAMENTE DESMADRADOS. POEMINIMO ES UN MUNDO, SÍ, PERO A VECES ADVIERTO QUE HE DESCUBIERTO UNA GALAXIA Y QUE LOS AÑOS LUZ NO CUENTAN SINO COMO REFERENCIA, MUÝ VAGA REFERENCIA, PORQUE EL POEMINIMO ESTÁ A LA VUELTA DE LA ESQUINA O LA SIGUIENTE PARADA DEL METRO. UN POEMINIMO ES UNA MARIPOSA LOCA, CAPTURADA A TIEMPO Y A TIEMPO SOMETIDA AL RIGOR DE LA CAMISA DE FUERZA. Y NO LO TOQUES YA MÁS, QUE ASÍ ES LA COSA, LA COSA LOCA, LO IMPREVISIBLE, LO QUE TE CAE ENCIMA O TAN SOLO TE ROZA LA ESTRECHA ENTENDERÁ-Y YA SE TE HIZO-

EFRAÍN HUERTAS

Dentro de la poesía existen formas como:

El soneto

El soneto es un tipo de composición poética que consiste en una estructura de catorce versos, con frecuencia manteniendo una rima consonante distribuida en dos cuartetos y dos tercetos.

El soneto se distribuye en catorce (14) versos endecasílabos (esto es once sílabas) distribuidos en dos cuartetos y dos tercetos; en cada uno de los cuartetos riman el primer verso con el cuarto, y el segundo con el tercero.

Caligrama

tiene su origen en el griego. Y es que es de la suma de dos componentes de dicha lengua:

- El adjetivo “kallos”, que puede traducirse como “bello”.
- El verbo “graphein”, que es sinónimo de “escribir”.
- El sufijo “-ma”, que se utiliza para indicar el resultado de la acción.

Precisamente por eso, caligrama puede traducirse como “bella escritura”.



El término caligrama se refiere a un texto que, gracias a la organización de las letras, también se constituye como un dibujo. Los caligramas, de este modo, suelen combinar la poesía con la representación gráfica de figuras vinculadas a la temática de los versos.

Puede decirse que los caligramas forman parte de la poesía visual. En este caso, las palabras crean una imagen que expresa, de modo visual, aquello que las propias palabras mencionan.

El haikú

El haiku1 (俳句?) o haikú1 es un tipo de poesía japonesa. Consiste en un poema breve de diecisiete sílabas, escrito en tres versos de cinco, siete y cinco sílabas respectivamente, según especialistas como R.H. Blyth o Fernando Rodríguez-Izquierdo. Sin embargo, hay quien señala una mayor variedad en el reparto de sílabas en el haiku clásico y moderno japonés, como Vicente Haya2. Siendo precisos, se habla de «moras» o «jion», como unidades para medir la duración de los segmentos fonológicos, pero comúnmente se sustituyen por sílabas cuando se traducen o se escriben haikus en otras lenguas.

La poética del haiku generalmente se basa en el asombro y la emoción (哀れ [aware]) que produce en el poeta la contemplación ante la realidad (tradicionalmente en un espacio de pura naturaleza).3 Siguiendo el régimen tradicional japonés, la composición suele contener alguna referencia directa o indirecta a la estación del año, mediante el uso de un kigo (季語) o palabra que evoca las estaciones. Los saijiki (歳時記) son listas extensas de palabras kigo en japonés, que el poeta

puede utilizar. Originalmente la esencia del haiku es una escena «cortada» (切る [kuru]) mediante la conexión de dos imágenes separadas por un kireji (pronunciado en español como kireyi) (切れ字), que es el término «cortante» o separador (suele transcribirse como un punto, coma, guion medio, punto y coma, etcétera).

ACTIVIDAD 2

- 1: Desarrolle las actividades en el cuaderno
- 2: Cuáles son las 3 formas de la poesía y explíquelas
- 3: ¿Por qué Efraín Huertas dice que cada poema es un mundo aparte? De su explicación personal
- 4: Convierte los siguientes poemas en caligramas

Lo que es el caracol

Caracol:

Mínima cinta métrica
con que mide el campo Dios

TEMA 3: LA REALIDAD VS LA PUBLICIDAD

Muchas veces como consumidores tenemos experiencias diversas de consumo. Guiados por la publicidad la mayoría de personas, consumimos ciertos productos, que van más allá que la marca.

El marketing de experiencias ahora es la clave del éxito de muchas marcas, y algunas aparecen en el Mercado con diferenciadores fuertes en cada categoría. Y algunas de las grandes o populares, pelean guiados por estrategias para mantener vigente su poder ante el consumidor.

Pero ¿qué pasa cuando la marca es más poderosa que el producto?, es decir la promesa de la marca no cumple con la calidad misma de producto. El poder de la comunicación se fundamenta en la responsabilidad de demostrar la verdad sobre lo que se comunica, y si esto no se justifica puede matar a una marca, y al mensaje publicitario.

Mi experiencia como consumidor hace que replantee la realidad de un producto con el mensaje que varias veces proponemos como comunicadores, sin ni siquiera consumirlo. Haciendo que el mensaje se convierta en una mentira o simplemente en la falta de experiencia con la marca. Y gracias a esto se le adjudican situaciones propias de la reacción del consumidor ante la publicidad, estos son algunos ejemplos:

Jorge Carrera Andrade

Cuando ríes

Cuando ríes y cantas
La vida es una muñeca
De trenzas largas....
Muy largas....

Roberto López Moreno

- 5: Escribe un poema de tu agrado
- 6: Escribe una poesía con la que te sientas identificado
- 7: Escribe un caligrama que te llame la atención
- 8: Busca el significado de las siguientes palabras parónimas y deduce la regla ortográfica: espirar, expirar, espiar, expiar, esotérico, exotérico, estirpe, extirpe, laso, laxo

Fotografía de producto: Una de las primeras cosas que son motivo de crítica en publicidad son la realidad de la presentación del producto en fotografías y como la recibe el consumidor.

Esto sucede principalmente en la comida, el producto no siempre será como muestra la en avisos, en menús, o en una valla. Y esto genera rechazo ante la marca, el producto y la publicidad. Nuevas marcas tratan de mostrar de manera muy real el aspecto visual del producto, dándoles un plus ante el consumidor.

Letras pequeñas: Bajo anuncios donde el titular dice gran oferta, gratis o pague 1 lleve 2, comunicamos un beneficio inmediato. El consumidor espera que sea real, y que no existan limitantes o trucos tras el mensaje inicial. Este tipo de situaciones se convierten en promesas falsas y hacen que se genere cierta inmunidad ante estos mensajes.

Servicio al consumidor: Cuando por lo general tomamos la decisión de comprar algo, generamos expectativas al rededor del producto, pero al momento de comprarlo quizás las cosas cambian, no somos bien atendidos, el producto no está en percha, el resultado es que la marca cae ante los ojos del posible consumidor.

La publicidad comunica, y aunque muchos creen que la publicidad vende, hay más aristas que ayudan al éxito de la marca y a la campaña de comunicación.

Un gran aviso podrá impactar o un comercial podrá generar gran recordación, pero si un producto no es tratado bajo principios básicos de marketing de experiencias no podrá posicionarse en el consumidor, que es lo que realmente esperamos al comunicar.

El objetivo final de la publicidad es conseguir que compremos todo aquello que nos publicitan, crear la sensación en el consumidor de necesitar un determinado producto o servicio del que antes, en muchas ocasiones, ni siquiera conocíamos de su existencia. En el mundo de la publicidad” no es oro todo lo que reluce” y por esta razón el portal de finanzas, financies online ha elaborado una curiosa infografía en la que revela las tácticas utilizadas por las marcas para lograr que sus productos se vean más atractivos.

Por ejemplo, ¿sabía que en ocasiones se utiliza laca para conseguir que frutas y verduras tengan un aspecto más fresco? Y este es solo uno de una larga lista de trucos publicitarios. seguro que en muchas ocasiones ha visto apetitosos anuncios de crepes, pero después de saber que les bañan con aceite de motor de coche en vez de sirope o miel para que parezcan más brillantes seguro que se le cierra el apetito

Pero, a pesar de que sabemos que la publicidad puede ser engañosa, el 47% de los estadounidenses cree que los anuncios son honestos frente al 39% que señala que no se fía de lo que en publicidad. Los productos dietéticos (34%), seguros (26%) y medicamentos (23%) son los tres sectores en los que más engaños se encuentran en la publicidad

Y lo cierto es que casi ningún producto se salva: los helados de cucurucho que vemos en los anuncios suelen estar rellenos de papel higiénico, se recurre a pastillas efervescentes para que los refrescos tengan más burbujas e incluso se recurre al desodorante para hacer que por ejemplo las uvas parezcan frescas y brillantes

No podemos olvidarnos del rey de la mentira en la publicidad: el Photoshop. Anuncios de casa, coches, personas o cualquier cosa que pueda ser retocada para hacerla más atractiva no escapa de su mano

ACTIVIDAD 3

1: Desarrolla las actividades en el cuaderno

2: En media página, relata la última vez que saliste de compras. En tu historia debes responder. ¿Por qué se eligieron unos productos y no otros? ¿Cuáles mensajes publicitarios recuerdas haber visto ese día?

3: Copia en el cuaderno

Imagina a un vendedor de zapatos que ofrece diversos ejemplares de su mercancía en la puerta de una casa familiar. Él está supremamente mal presentado: su cabello esta desorganizado, sus uñas están sucias, su aliento no es grato y la manera como habla es grosera e inculta. Sin embargo, los zapatos que vende son estupendos-. El material es de gran calidad, son económicos, cualquier persona que los use se sentiría cómoda al caminar y son muy bellos. Pues bien, el cliente decidió no comprar ningún zapato, por maravillosos que sea

- ¿Cuál consideras que fue la razón?
- En este caso, ¿Cómo evalúas la relación entre el precio de un producto, su calidad y la motivación que tiene un cliente para comprobarlo?
- Bajo estas condiciones, ¿tu hubieras comprado los zapatos? ¿Por qué?

4: Imagina que eres un publicista y te encuentras con un cliente que se va al desierto y puede llevar solo una cosa a su viaje. A través de la publicidad, tu trabajo es convencerlo de que lleve alguno de los productos que tú le ofreciste

- Piensa en un lema o slogan publicitario para cada uno de los siguientes productos. Recuerda que tu misión es hacer que el cliente lo compre y se lo lleve a su viaje

*Primer producto: libro

* segundo producto: cinta adhesiva

* tercer producto: tenedor

5: Realiza una historieta con la venta de un producto

6: es el objetivo final de la publicidad

7: Redacta en media página que es mejor para ti la realidad o la publicidad

8: Realiza un friso con un producto publicitario donde se evidencie la forma como lo vas a

promocionar, debe ser didáctico, creativo y con ilustraciones

BIBLIOGRAFIA

<https://www.roastbrief.com.mx/2016/02/realidad-vs-publicidad/>

<https://definicion.de/poema/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Haiku>

<https://definicion.de/caligrama/>

<https://brainly.lat/tarea/4220#:~:text=En%20la%20escritura%20l%C3%ADrica%2C%20mejor,todas%20las%20palabras%20del%20verso>

https://es.wikipedia.org/wiki/Poema_sinf%C3%B3nico

<https://www.ejemplos.co/rima-asonante/>

<https://www.ejemplos.co/15-ejemplos-de-rima-consonante/>

http://mitercergrado.mex.tl/525138_Poemas.html#:~:text=Los%20poemas%20se%20escriben%20en,los%20versos%20de%20un%20poema.

<https://brainly.lat/tarea/4220#:~:text=En%20la%20escritura%20l%C3%ADrica%2C%20mejor,todas%20las%20palabras%20del%20verso>

<https://www.significados.com/soneto/>