

Portafolio de evidencias de español tercer grado

1. DIAGNÓSTICO

Radiografía de lectura en voz alta

<p>Guía para operar la radiografía de lecturas</p> <p>A) PRIMERA LECTURA COEVALUATIVA QUE SE REALIZA EN VOZ ALTA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Entregar el paquete de lectura a cada alumno. 2.- Pedir que formen binas para realizar la actividad 3.-Comentar los 4 aspectos a calificar en la ficha de lectura en voz alta 4.-Proyectar un cronograma en la pantalla para medir el tiempo de lectura del primer integrante y solicitar que anoten el tiempo en que terminan. 5.-Llenar la ficha por parte del alumno que evalúa. 6.-Iniciar la lectura en voz alta del segundo integrante de la bina 7.-Llenar la ficha de lectura del otro lector 8.- Solicitar máximo dos comentarios para evaluar la actividad 	<p>B) SEGUNDA LECTURA EN SILENCIO DE COMPRENSIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.-Releer el mismo texto de forma individual y en silencio 2.-Pedir que contesten el cuestionario de 9 preguntas también individual 3.-Intercambiar sus hojas para la coevaluación 4.-pedir que se ubiquen en la ficha y comentar los tres niveles de lectura que se van a calificar. 5.-Dar respuestas al grupo y observar que califiquen (anexo respuestas de cada lectura) 6.-Pedir que anoten el número de aciertos en la ficha para revisar los niveles de lectura 7.-Reflexionar en el grupo, cual nivel de lectura tuvo mayor dificultad y analizar razones (2 participaciones)
---	--

Bloque 1

a) MOVIMIENTOS POÉTICOS (ejemplo de composición poética)

El Ocaso Abatido

Antes de comenzar el alba,
se despiertan las almas desamparadas
para trabajar tierras asoleadas.
La fortuna que generan se va desviada.

Palabras son exclamadas
Para que su misma religión sea venerada
Sus creencias no pueden ser cuestionadas
Pues los antiguos dioses ya han sido abandonados

Hablan de seres misericordiosos
Pero cometen actos monstruosos
Mientras unos establecen con tierras lejanas un trato
El hambre con otros fija un pacto

Al final ya has desistido
Al final terminas en el ocaso abatido.

Por: Angelica Agut, Isaac Azcarate, Joaquin Mejia

b)ELABORACIÓN DE ENSAYOS (ejemplo elaborado por una alumna de 3C)

CIEGOS ANTE LA VERDAD.

Las personas nos estamos volviendo mercancía y un valor gracias al capitalismo y al poder de la mercadotecnia que tiene sobre los medios al ver cuánto influye en nosotros como personas. Actualmente la publicidad es la principal causa por la cuales hay problemas en nuestra sociedad y económicamente también, tales como la creación de estereotipos, venta de productos banales e innecesarios, simplemente para generar dinero. Y ¿Quiénes se quedan con el dinero? ¿Dónde se ven reflejadas estas “ganancias” en la mejora del país?

Uno de los principales medios de comunicación en los cuales se ve reflejado el gran uso de publicidad y la influencia que este conlleva es la televisión, por este medio, se emiten todo tipo de comerciales, series, novelas o películas que van mas allá de nuestra realidad. La programación que se transmite, va de la mano con el comportamiento de los consumidores. Entre mas novelas ven, mas las pasan en la televisión. Sin embargo, si tuviesen menos ranking las novelas y mas los documentales e investigaciones, seria de lo que estaría formada la programación de la televisión Mexicana.

Todos estos programas plantean un tipo de vida ideal, un tipo de cuerpo ideal, un tipo de coche ideal, de casa, etc....Y es ahí donde los estereotipos se hacen presentes, ¿y de donde vienen? La respuesta es, Norteamérica. Es una primera potencia junto a un país, como muchos le dirían, “tercermundista”, el hecho de querer crecer nos obliga a adoptar cosas de Estados Unidos y a querer ser como ellos; evadimos lo que somos e intentamos imitar los estereotipos que Norteamérica nos pone en frente.

Toda esta publicidad producida por los medios, manipula a la gente, haciéndoles creer que tales productos, cuya procedencia la mayoría de veces es norteamericana, funcionan, dan resultados rápidos, o nos facilitan la vida. Siendo sinceros, pocos son los mexicanos a los que les gusta esforzarse en algo, y los demás, buscan un camino más fácil, dejándose llevar por la mercadotecnia y los productos que nos ofrecen, compran, y consumen estos mismos, generando ganancias al gobierno y a las grandes empresas. Este dinero se ocupa algunas veces en cosas útiles tales como construcción de puentes, hospitales, pavimentación, lámparas con paneles solares, etc.

Pero algunas otras, no. Angélica Rivera, esposa de nuestro actual presidente, informa que en el 2010 Televisa, le pagó la cifra de 89 millones de pesos. Con los que se compró una casa que actualmente vale 7 millones de dólares,

y ese mismo año declaró que ganó 132 millones de pesos. Esta señora ganó 172 millones de pesos en un año; esto comparado con el salario PROMEDIO de un mexicano, que gana alrededor de 8,000 pesos al mes, osea, 96 mil pesos al año, nos hace plantearnos una pregunta: ¿Cuánto tiempo de trabajo de tomaría a ti, como mexicano con salario promedio, ganar lo que Angélica Rivera en 1 año? Haciendo matemáticas simples, nos damos cuenta que un mexicano con un salario de 8,000 pesos al mes, tardaría 1800 años en ganar lo que ella ganó en un solo año.

Comparado con el salario MINIMO, que comprobado por el INEGI son 2,000 pesos al mes aproximadamente, 24,000 al año, tardaría 7,167 años para ganar lo que ella ganó en un solo año. Y es ahí donde te das cuenta, en que se utiliza el dinero que prácticamente regalas comprando productos, servicios o viendo programación que son presentados por medios de comunicación como lo es Televisa y que de alguna forma, estos te convencen de consumirlos.

Con esto podemos concluir y rectificar de que manera la mercadotecnia influye sobre la gente y principalmente la economía del país. Donde un parte actúa Norteamérica, pero quien tiene la mayor responsabilidad, sin duda, es México. Creo que si tuviésemos tanto ingenio como lo tienen algunos países vecinos, en lugar de ser manipulados por ellos, nosotros podríamos influir en ellos. Sin embargo ya dependemos de las grandes potencias y de la publicidad que estos manejan.

BIBLIOGRAFÍA:

*<http://www.inegi.org.mx/default.aspx>

*<http://arvm.mx/la-publicidad-en-la-television-mexicana/>

*<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/mercadotecnia-actualidad-productos-exitosos.html>

c) PUBLICIDAD

ENCUESTAS HECHAS POR ALUMNOS.

unap. unap. unap.

Cuestionario sobre publicidad y compras

Sexo: Femenino X Edad: 23 años Grado escolar: LC Ocupación: Estudiante X

PREGUNTAS

1. Cuando compra un producto ¿en qué se fija (empaques o presentación, precio, componentes y uso)?
2. ¿Qué le gusta o gustaría comprar más y por qué?
3. ¿Influye la publicidad de un producto en su decisión de compra? ¿Por qué?
4. ¿Qué publicidad considera que influye más en su decisión de compra: la de TV, radio, periódicos, revistas, espectáculos? ¿Por qué?
5. Escriba una lista de cinco productos que compra con más frecuencia pero que, según su opinión, no son artículos de primera necesidad.

1. Paquete
2. maquillaje
3. ropa
4. Seria
5. alunos

6. De la lista anterior, seleccione ~~uno~~ ^{los} productos e indique con una X en el espacio correspondiente, el tipo de influencia que motiva su compra (puede marcar varios espacios).

Producto	Lo compro por:		
	Recomendación de personas cercanas	Efecto de la publicidad	Fidelidad a la marca
<u>Paquete</u>			<input checked="" type="checkbox"/>

¿En qué se fija más?

empaques
publicidad
Precio
Componentes
Uso



Recaudación de fondos por comercial

ELEMENTO	CANTIDAD DE PERSONAS
Precio	7
Recomendación	6
Publicidad	6
Fidelidad a la marca	4
Guasto	8

¿Que tipo de influencia lo motiva a comprar el producto?

Influencia para compra

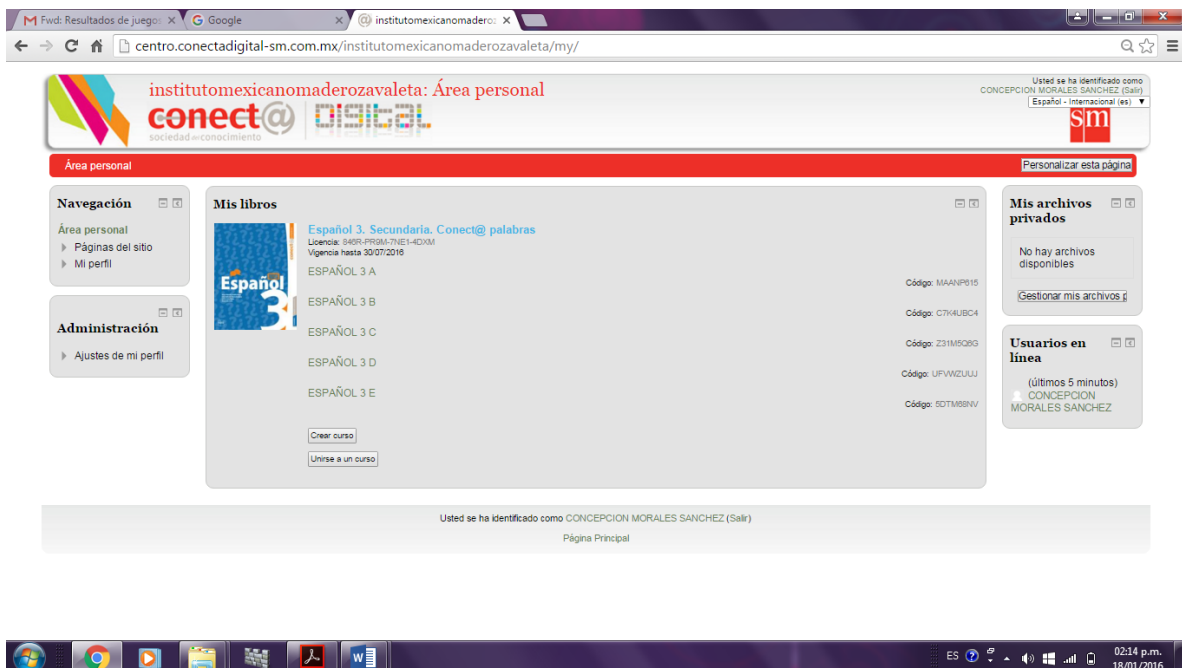
Precio
Recomendación
Publicidad
Fidelidad a la marca
Guasto



Lectura de la novela y evidencias creativas



Uso de la plataforma conectadigital



Bloque 2

a) ANTOLOGÍA

PROYECTO INTERDISCIPLINARIO

b) DOCUMENTOS DE IDENTIFICACIÓN

CAMELA EQUIHUA DAVID

Plazuela Alvaro Obregon nº 10 (01) 248 593 2441

Nacionalidad: Mexicana juniorkamela@outlook.es

Curp: CAED010426HPUMQV05

11/11/2032

OBJETIVO

Dar un buen servicio a la gente con necesidad de algún tratamiento medico o de cualquier ayuda de operación; al igual que ser un hombre eficaz en casi cualquier área medica.

EXPERIENCIA

Hospital de la UNAM

Medico cirujano

- Graduado de la UNAM con merito, siendo el promedio mas alto en medicina, que haya habido en mas de diez años; especialidad en Cardiología y Cirugía plástica.
- Dominio de 5 Idiomas: Ingles, Alemán, Francés, Italiano y español.
- Certificado en Cambridge con Mérito.
- Primer trasplante de corazón en México, galardonado por la Unam.
- Doctorado completado en la Universidad de Harvard.

FORMACIÓN

Carrera de medicina en la UNAM (2020-2026)

Especialidades: Cardiologia (2026-2028), Cirugía plástica (2029-2031).

2027-2029: Profesor de medicina en la BUAP

2026 a la fecha: estudio idomas.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Primer Trasplante de corazón en México

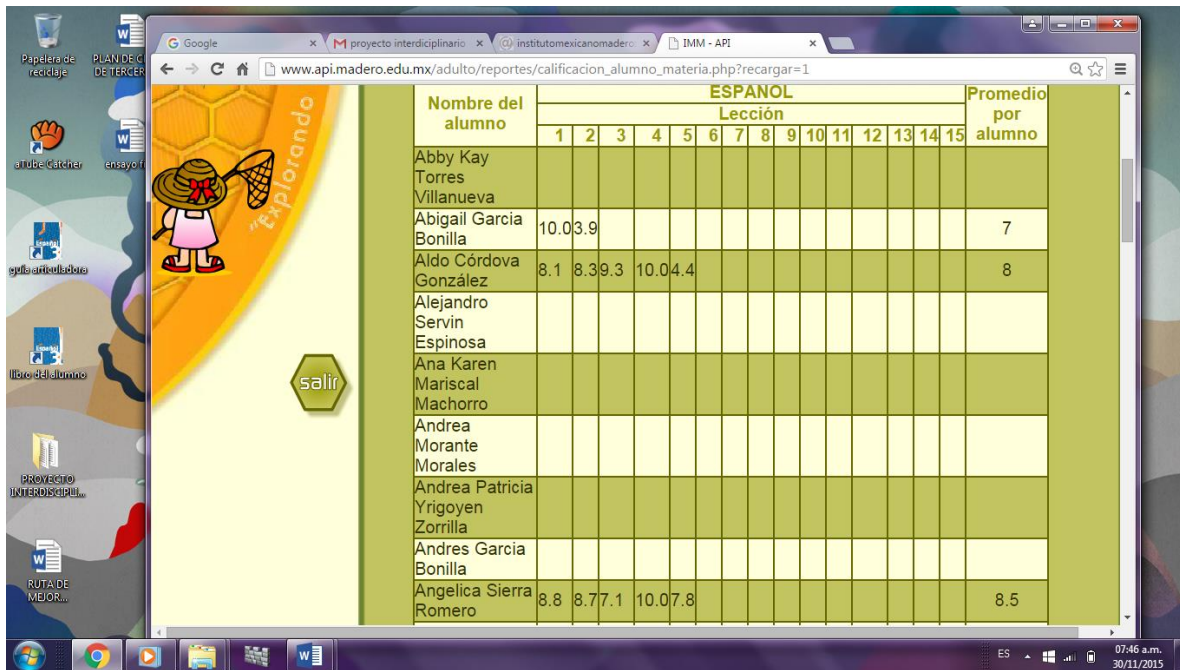
- Máximo promedio en Medicina en mas de 10 años (UNAM)
- Certificado de Cambridge con Mérito.
- Mejor Cardiólogo de la ciudad de Puebla sustentado por el Hospital ANGELES PUEBLA.

c) PANEL

ENCUENTRO DE PROFESIONISTAS EN TERCERO E



Uso de la API



Nombre del alumno	ESPAÑOL															Promedio por alumno
	Lección															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Abby Kay Torres Villanueva																
Abigail García Bonilla	10.0	3.9														7
Aldo Córdova González	8.1	8.3	9.3	10.0	4.4											8
Alejandro Servín Espinosa																
Ana Karen Mariscal Machorro																
Andrea Morante Morales																
Andrea Patricia Yrigoyen Zorrilla																
Andres García Bonilla																
Angelica Sierra Romero	8.8	8.7	7.1	10.0	7.8											8.5

USO DE LA PLATAFORMA soylector



SOY LECTOR

Bienvenido: Morales Sánchez, Concepción

Profesor

Bienvenido

En este espacio encontrarán guías didácticas y evaluaciones de cada libro. Sugierimos que al inicio del ciclo escolar se descarguen en la computadora y que las revisen antes de iniciar la lectura con su grupo. En la sección de seguimiento podrán asignar las evaluaciones y descargar reportes del avance lector de los alumnos y de su grupo.

[Seguimiento evaluaciones](#)

[Guías didácticas](#)

[Material de apoyo](#)

¿Quieres que Google Chrome guarde tu contraseña para <http://soylector.cloudapp.net?>

concepcion.morales@imm.edu.mx *****

[Guardar contraseña](#) [Nunca](#)

Política de privacidad | Aviso legal | Copyright | Aviso para padres | Registrar Colegio | Registrar Profesor

CONCURSO DE DECLAMACION



CONCURSO DE ORTOGRAFÍA



El uso de comprensión lectora en los exámenes en todas las asignaturas.

Lectura institucional en todas las asignaturas.

Ubicación del lector en la era del conocimiento
Magister Nair Ferreyra de Aparicio.

1. En estos primeros años del s. XXI, en la era del conocimiento, lo que más necesitamos los seres humanos es comunicarnos, pero contradictoriamente, cuanto más personas se encuentran conectadas por los variados medios de comunicación, más incomunicación existe. Se crearon en el mundo millones de cuentas de correo electrónico, nacido para vincularse en emergencias a través de mensajes, pero quizás, sea este medio, una de las causas de la incomunicación.

2. La incomunicación se da además, debido a la falta de tiempo de padres que delegan la formación de sus hijos a las escuelas, niñeras, profesores privados, juegos de computadora, a la computadora misma y a la televisión. Existe en esta era, la falta de tiempo para la intimidad emocional y creativa en las parejas, y en las familias, a causa de esto han desaparecido los espacios de encuentro para establecer un buen vínculo.

3. Esta aseveración se basa en el relevamiento de las horas de trabajo que los padres se exigen para alcanzar logros utilitarios, olvidándose por ello de vivir plenamente y en armonía con los demás y consigo mismo. Al decir del psicoeconomista español Alex Rovira acerca de esas conductas expresó: "la vida ya la tienes ganada, ahora dale sentido" o, el último día te oirás decir: "Sí, me gané la vida, pero no la viví".

4.Hoy, la sociedad toda, no alienta a pensar, conversar, detenerse a “perder tiempo” en actividades sin valor comercial. Las últimas encuestas del mes de diciembre pasado, dadas a conocer por el semanario británico The Economist, aseveraban que aun cuando la economía mundial ha crecido, los índices de satisfacción de felicidad de las personas no alcanzan los mismos valores.

5.Estas reflexiones nos guían a la postura de la posición humanística del psicoterapeuta ruso-estadounidense, Abraham Maslow nacido en Nueva York en 1908. Sus investigaciones plantean una teoría a favor de la psicología humanística. La teoría desarrolla la idea de una pirámide donde coloca en orden ascendente, las necesidades según las prioridades del ser humano. En la base, se encuentran las fisiológicas, tales como los alimentos, el agua, el aire y el abrigo; en la cúspide las de autorrealización, cuando se logra el cumplimiento de las potencialidades más profundas del ser. Entre ellas coloca las relacionadas con la autoestima y aceptación, como el amor, el afecto y la pertenencia. Cubiertas las necesidades de cada estadio, siempre ascendiendo desde la base, el individuo comienza a emplear su energía en las otras, en forma progresiva.

6.Desde nuestro punto de vista será el libro el vínculo imprescindible para ascender los escalones de esa pirámide y alcanzar una forma de vida acorde a los movimientos y cambios de la sociedad, alcanzando la autorrealización. Los que trabajamos en educación sabemos que dependerá de la capacidad del docente el orientar a los jóvenes en la búsqueda de su realización, para alcanzar los niveles superiores de la pirámide, mediante la propia motivación y lecturas.

7.Por lo tanto, hoy, más que nunca es importante pensar en qué es leer. La lectura constituye un proceso activo de reconstrucción del significado del lenguaje, presentado por símbolos gráficos. Según este concepto, la lectura supone descifrar unos signos y abstraer de ellos un pensamiento, por eso el lector requiere una elaboración mental de análisis y síntesis. El dominio de la lectura significa la adquisición del proceso mencionado y se vincula a la totalidad de la vida cultural del lector. A nivel de una población de adolescentes de doce a catorce años, este dominio pasa a ser un importante medio de información, trabajo, instrucción, recreación y **necesidad**.