Asignatura: Tecnología
Docente: Mariana Olivares
Curso: 2° Medio

Guía de Aprendizaje "Mejorando el uso de los recursos"

NOMBRE:	**CURSO:**	**FECHA:**

OBJETIVO DE APRENDIZAJE: Proponer soluciones que apunten a resolver necesidades de reducción de efectos perjudiciales relacionados con el uso de recursos energéticos y materiales en una perspectiva de sustentabilidad

UNIDAD 1: Mejorando el uso de los recursos.

INDICADORES:

1. Indagan sobre la utilización y las prácticas de uso de los recursos energéticos y materiales del contexto local.

2. Plantean diferentes soluciones a las necesidades de reducción de efectos perjudiciales identificados en el uso de recursos energéticos.

3. Diseñan propuestas de solución pertinentes, factibles de implementar y acordes a criterios de sustentabilidad ambiental.

INSTRUCCIONES:

-Leer compresivamente los contenidos y conceptos.

-Responder las interrogantes y desarrolla las actividades.

-Enviar guia desarrollada hasta el 3° paso al siguiente correo: barbaracolegiotrabajos@gmail.com . fecha estipulada: **3 de abril**

-Enviar paso 4° de creación de video explicativo al mismo correo. Fecha estipulada: **10 de abril**

-Crear campaña de publicidad al estilo pictoline de forma digital : fecha estipulada: 2 semanas

*ENVIAR ESTADOS DE AVANCE DE CAMPAÑA PUBLICITARIA AL CORREO MENCIONADO, INDICANDO NOMBRE Y CURSO.

* EN CASO DE DUDAS , ESCRIBIR AL MISMO CORREO.

Primer estado de avance**: 17 Abril**

Segundo estado de avance **: 24 Abril**

Trabajo final: **4 de Mayo.**

PROBLEMÁTICA

En esta unidad se espera que puedas idear formas de mejorar el uso de los recursos tanto en el hogar como en el colegio.

Como sociedad nos encontramos en medio de un gran problema medioambiental, que está afectando al planeta por completo y todos sus habitantes (seres vivos por completo). Por lo que urge que, como sociedad, comprendamos este problema y fomentemos las buenas prácticas para llegar a una pronta solución.

De acuerdo a esto, este semestre trabajaremos enfocándonos en temáticas medioambientales, es importante que des tu opinión y desarrolles tus ideas, pues tu eres el llamado a sobrevivir en un planeta en escasez de recursos naturales y saturado de contaminación.

Observa el siguiente video para reflexionar sobre este tema tan importante: https://youtu.be/ASoC231fE0U

Responde:

a)¿Cuales son las etapas de la economía de materiales? Describe cada una de ellas. (5 ptos)

_____
_____
_____
_____
_____

b) Según el video ¿Por qué el sistema de etapas de la economía estaría en crisis? (10 pts)

_____
_____
_____
_____

¿QUÉ SON LOS RECURSOS ORGÁNICOS DEL HOGAR?

Son todos aquellos deshechos que surgen desde la cocina como: cáscaras de frutas y verduras, hojas, corontas, restos de café de grano, etc. No se consideran restos de carnes (crudas o cocidas), aceite ni pan. La mitad de la basura que sale de un hogar chileno corresponde a residuos orgánicos vegetales, es mucho ¿no?

Desafío: crear una solución para el manejo de los residuos orgánicos del hogar

Investiga las posibilidades para la reutilización de los residuos orgánicos vegetales de la casa y elige uno (se puede crear compost, detergentes, cosmética, decoración, papel, etc.).

1° Escoger el tipo de reutilización de residuos: **(1 pto)**

2°Investigar y escribir el procedimiento: **(10 pts)**

3° Materiales y Herramientas que usarás: **(5 pts)**

4° Registra mediante un video explicativo el proceso de reutilización que decidiste realizar mostrando los resultados. **(20 pts)**

5° Crear una campaña de publicidad al estilo de PICTOLINE donde describas los pasos a seguir para reutilizar estos deshechos vegetales.

Ejemplos de publicidad al estilo PICTOLINE:

VACACIONEL

DEPENDIENDO DE TU PAÍS, ESTOS SON LOS **DÍAS DE VACACIONES** QUE TE TOCAN POR **LEY** DESPUÉS DE **UN AÑO** DE TRABAJO. Y SÍ, A UNOS LES VA MEJOR QUE A OTROS:

FRANCIA
30 DÍAS

BRASIL
30 DÍAS

REINO UNIDO
28 DÍAS

CHILE
15 DÍAS

COLOMBIA
15 DÍAS

ARGENTINA
14 DÍAS

COSTA RICA
10 DÍAS

MÉXICO
6 DÍAS

Fuente: "Is paid annual leave available to workers?", WORLD POLICY ANALYSIS CENTER

PICTOLINE.COM

¿TE HAS DESPERTADO A MITAD DE LA NOCHE...

...Y LUEGO NO PUEDES DORMIR?

AQUÍ UNOS CONSEJOS DE PSICÓLOGOS Y ESPECIALISTAS DEL SUEÑO PARA LOGRARLO:

QUÉDATE EN LA CAMA

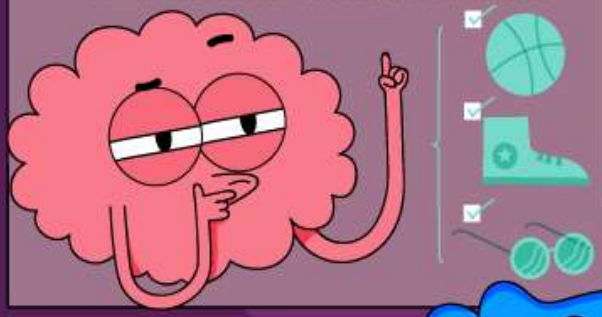
QUEDARTE QUIETO HACE QUE TU RITMO CARDIACO DISMINUYA Y PUEDAS DORMIR.

PONTE CALCETINES

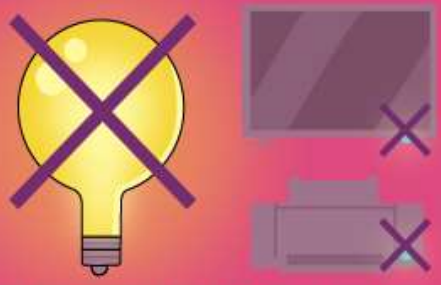
PUEDEN AYUDAR A CONTROLAR LA TEMPERATURA DEL CUERPO, IDEAL PARA RELAJARTE.

PIENSA EN ALGO SENCILLO

EVITA ESTRESARTE CON MIL PENSAMIENTOS. DISTRAE A TU MENTE PENSANDO EN ALGO SENCILLO, COMO OBJETOS DE UN COLOR PARTICULAR.



APAGA O CUBRE TODAS LAS LUCES



INCLUSO EL FOCO DE LA TELEVISIÓN O DE LA COMPUTADORA PUEDEN MOLESTARTE.

Y POR MÁS QUE QUIERAS, EVITA EL CELULAR:

PODRÍA QUITARTE (AÚN MÁS) EL SUEÑO.

FUENTE: "¿Son las tres de la mañana y no puedes dormir? No veas tu teléfono" The New York Times en Español.

PICTOLINE

RUBRICA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Criterios	4	3	2	1
Creatividad	Es muy creativo y original.	Es bastante creativo y original.	Es suficientemente creativo y original.	No es creativo ni original.
Imágenes	Las imágenes son muy apropiadas para la idea o ideas que se quieren transmitir. Causan un gran impacto visual.(Elementos, expresiones, colores, tamaño, fondo)	Las imágenes son bastante apropiadas para la idea que se quiere trasmitir. Causan impacto visual.	Las imágenes son suficientemente apropiadas para la idea que se quiere transmitir. Causan impacto visual.	Las imaganes no son apropiadas para la idea que se quiere transmitir. No causan impacto visual.
Eslogan (Texto breve)	El slogan causa mucho impacto en el espectador, ya que produce una gran atracción y lleva a la reflexión. La ortografía es correcta.	El slogan causa bastante impacto, produce atracción y llama a la reflexión. A nivel ortográfico tiene pequeños errores.	El slogan causa un impacto suficiente en el lector. Tiene varios errores ortográficos.	El solgan no impacta , ni produce atracción. Posee muchos errores de ortografía.
Diseño	El diseño final del anuncio es muy creativo y produce mucho impacto visual.	El diseño final del anuncio es creativo y produce impacto visual.	El diseño final del anuncio posee elementos creativos , pero produce poco impacto visual.	El diseño final del anuncio es falto de creatividad y no causa impacto al espectador.
Tiempo	Presenta a tiempo su trabajo.	Presenta su trabajo con un día de desfase.	Presenta su trabajo con dos o tres días de desfase.	No presenta su trabajo.