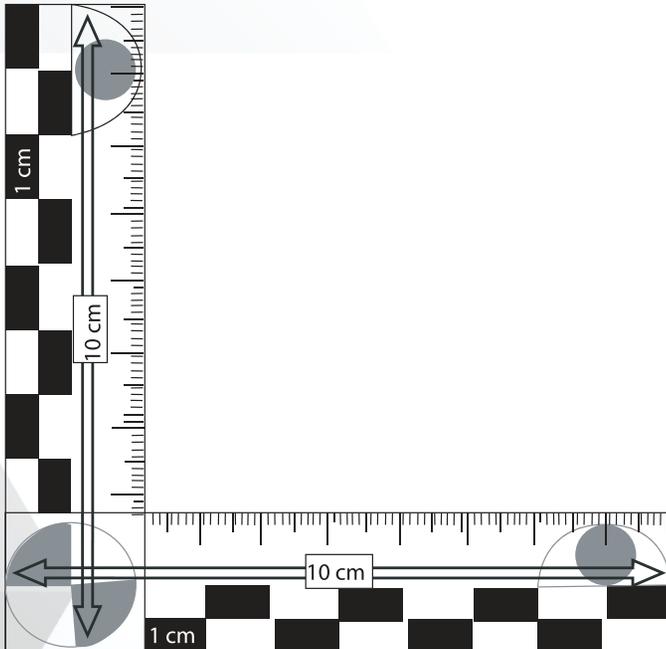


Rectas perpendiculares

Derivado del término latino perpendiculares, la geometría define a las rectas perpendiculares como aquellas que al cortarse en un mismo plano forman 4 ángulos iguales de 90° , es decir 4 ángulos rectos. Existen distintas formas de perpendicularidad, por ejemplo en las semirrectas se forma perpendicularidad cuando a partir del mismo punto de partida se crean los ángulos rectos. También los planos y semiplanos pueden ser perpendiculares cuando se cortan, al igual que las rectas perpendiculares, en 4 ángulos diedros de 90° (Tomado de: <https://n9.cl/yi7r>, en línea, 02 de noviembre de 2020).



Propiedades de las rectas perpendiculares

- **Propiedad simétrica:** una recta es perpendicular a otra, por lo que esta es perpendicular a la primera.
- **Propiedad reflexiva:** nunca una recta puede ser perpendicular a sí misma, por lo que no se cumple esta propiedad.
- **Propiedad transitiva:** tampoco puede cumplirse, ya que nunca si una recta es perpendicular a otra y ésta a una tercera, la tercera sea perpendicular a la primera.

La perpendicularidad tiene la propiedad de la unicidad (la recta perpendicular solo pasa por un punto perteneciente al plano) y de la simetría (si una figura es perpendicular a otra, ésta lo será a la primera).

Si dos rectas que se cortan forman ángulos adyacentes consecuentes, serán perpendiculares, del mismo modo que los planos crean ángulos adyacentes diedros perpendiculares. Otra propiedad señala que, dos rectas perpendiculares son determinadas por los lados de un ángulo y sus semirrectas opuestas. Del mismo modo, los lados constitutivos de un ángulo diedro y los semiplanos opuestos generan también dos planos.

No deben confundirse las rectas perpendiculares con las rectas paralelas, que son aquellas que son equidistantes y que al prolongarse nunca llegarán a encontrarse en un punto. Es decir que las rectas paralelas nunca se cortan, a diferencia de las rectas perpendiculares que se caracterizan por cruzarse en un punto formando 4 ángulos rectos.

FICHA DE CONTENIDO 2

MATEMÁTICA

Educación Media Técnica (EMT)

Décimo Semestre - Tecnología Gráfica - Guía de Aprendizaje 7

Las rectas ($y = x + 2$) y la ($y = 4x - 1$)

Asignamos valores a «X» (puedes darle los valores deseados uno positivo y otro negativo).

Valor para $X = 1$

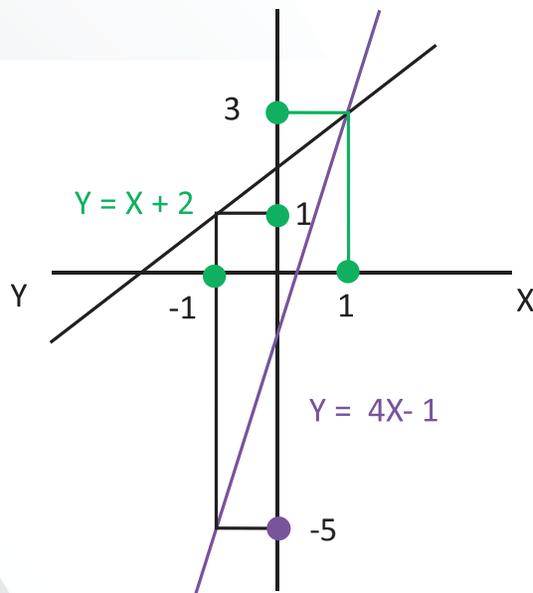
Valor para $X = -1$

$$Y = X + 2 > Y = 1 + 2 > Y = 3$$

$$Y = X + 2 > Y = -1 + 2 > Y = 1$$

$$y = 4x - 1 > Y = 4(1) - 1 > Y = 3$$

$$y = 4x - 1 > Y = 4(-1) - 1 > Y = -5$$



Las rectas ($y = x + 2$) y la ($y = -x + 2$)

Asignamos valores a «X» (puedes darle los valores deseados uno positivo y otro negativo).

Valor para $X = 2$

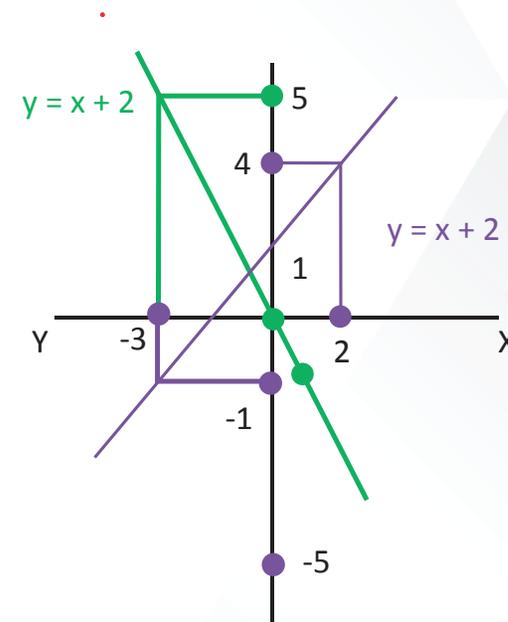
Valor para $X = -3$

$$y = x + 2 > y = 2 + 2 > y = 4$$

$$y = x + 2 > y = -3 + 2 > y = -1$$

$$y = -x + 2 > y = -2 + 2 > y = 0$$

$$y = -x + 2 > y = -(-3) + 2 > y = 5$$



Lenguaje connotativo

El **lenguaje connotativo** es el que se emplea de **forma figurada o simbólica**.

De esta forma, no comunica únicamente información, sino que también aporta sentimientos y sensaciones.

Este tipo de lenguaje se utiliza mucho en diferentes entornos, como el uso cotidiano y coloquial, pero también se encuentra bastante en los **textos literarios**. Se debe a que se refiere a las posibilidades sugestivas y ambiguas del lenguaje, de modo que su estética es definida y con estilo, capaz de expresar emociones de manera subjetiva, lo que lo lleva a permitir diferentes lecturas o interpretaciones.

En resumen, la connotación **permite el uso de una palabra en sentido figurado**, apoyado en hechos circunstanciales que dependen del contexto, pudiendo usarse como comparación, poesía, entre otros.

Ejemplos de lenguaje connotativo

Veamos algunos **ejemplos de lenguaje connotativo**:

- Más vale pájaro en mano que ciento volando.
- La luna nueva es la risa del cielo.
- La frialdad de no observar para ocultar.

Características del lenguaje connotativo

El lenguaje connotativo hace referencia a la capacidad de connotar, es decir, de sugerir. Por tanto, se trata de un tipo de lenguaje que es subjetivo y que se encuentra ante todo en el texto literario pero, también, forma parte del habla coloquial. Nos indica una realidad que ha pasado por el filtro de la subjetividad y, por tanto, no refleja la realidad de forma llana y directa.

Aquí te dejamos algunas características del lenguaje connotativo a tener en cuenta:

- **Depende del contexto:** para poder comprender mejor cuál es el mensaje que se nos quiere transmitir es esencial que valoremos el contexto en el que se encuentra la frase o palabra, solo así, podremos comprender cuál es su significado y la intención del emisor/autor.
- **Función emotiva del lenguaje:** se trata de un tipo de lenguaje que se incluye en esta función lingüística que tiene como objetivo transmitir un sentimiento o emoción.
- **Uso no oficial:** debido a que se trata de un tipo de lenguaje objetivo, nunca formará parte de textos oficiales, técnicos o científicos ya que es una apreciación de la realidad la que aquí se nos muestra.
- **Carácter personal:** el uso que se le dé al lenguaje connotativo está totalmente vinculado a la persona que hace uso de dicho lenguaje y es que es un uso particular e individual de la lengua.
- **Abundantes en la literatura:** en los recursos literarios es donde más nos encontramos con la influencia del lenguaje connotativo.

Lenguaje denotativo

El **lenguaje denotativo** es el que usa la palabra acorde a la realidad, en sentido totalmente objetivo. Es decir, cuando se usa una forma de expresión para decir algo tal cual es, se dice que se ha hecho utilizando este tipo de lenguaje, de manera objetiva, comunicando con total claridad, en el ánimo de ser perfectamente entendible sin necesidad de que el receptor u oyente tenga que hacer ningún tipo de interpretación, y sin uso de simbologías.

Así que se puede decir que este tipo de lenguaje se utiliza como referencia a un hecho o un dato, de forma directa, es decir, lo denota y lo nombra. Por eso no es tan habitual encontrarlo en textos literarios.

En el caso de la denotación, el significado es más importante que el significante, por lo que el énfasis se pone en quien emite la información, que debe tener claras las ideas que va a transmitir, lanzando mensajes con las palabras exactas que describan la información, sin uso creativo alguno.

Es un lenguaje que se utiliza para informar y transmitir información, de forma que solo se puede leer de una forma y no admite interpretaciones varias o libres,

aunque podría tener cierta complementación respecto a la connotación, pero no es lo habitual.

Ejemplos de lenguaje denotativo

En este caso, ejemplos de lenguaje denotativo son:

- He leído esta página del periódico.
- El elefante es un paquidermo.
- Hoy asisto al colegio para ir a clase de matemáticas.
- El limpiador limpia toda la casa.

Características del lenguaje denotativo

Ahora conoceremos las características del lenguaje denotativo para comprender mejor cómo es este tipo de lenguaje. Lo primero que tenemos que tener en cuenta es que el objetivo que se persigue con este lenguaje es el de comunicar, informar, por tanto, se dejan de lado los juicios más subjetivos para reflejar la realidad o un hecho de forma directa.

Denotar significa nombrar y eso es precisamente lo que hace el lenguaje denotativo que simplemente nombra, enumera, los hechos de una forma objetiva y sin influencias personales ni juicios personales. Aquí te dejamos una lista con las características más

destacadas:

- Transmisión de la información: el objetivo principal del lenguaje denotativo es comunicar una información, por tanto, se hace desde un punto de vista no literario ni emotivo.
- Importancia del significado: no importa tanto cómo se dice el mensaje sino que lo que importa es el contenido del mensaje en sí, el significado.
- Lenguaje objetivo: a diferencia del connotativo, en el denotativo se dejan de lado los juicios subjetivos para ofrecer una comunicación objetiva y clara.

Tomado de: <https://bit.ly/2XW075n>, en línea 22 de octubre de 2020.



FICHA DE CONTENIDO 5

Educación Media Técnica (EMT)



Décimo Semestre - Tecnología Gráfica - Guía de Aprendizaje 7

Páginas web

Contenidos en páginas web - Diseño, redacción y lenguaje

El contenido dependerá directamente de la temática de la web. La mayoría de los usuarios que acuden a un sitio web lo hacen buscando información, que puede presentarse en forma de: texto, imágenes,



El lenguaje utilizado para brindar información en internet debe ser sobrio, conciso y concreto.

El contenido dependerá directamente del nicho de la web.

Tomado de: <https://n9.cl/4yvr>, en línea, 07 de noviembre de 2020.

Elementos imprescindibles en una web profesional

1. Encabezado

El encabezado de la home debe ser llamativo para invitar al usuario a navegar por ella. Es necesario que la primera imagen que los visitantes tengan de nuestra web sea atractiva. Por ello, el logo debe estar en un lugar preferente y es conveniente recurrir a los colores corporativos sin abandonar en exceso esa gama cromática para el resto de la web.

El encabezado actúa como tarjeta de presentación y está directamente relacionado

con el tiempo de permanencia en la página y la tasa de rebote. Para lograr un resultado óptimo, debe resumir en pocas palabras, cómo tu marca puede satisfacer las necesidades de tus posibles clientes.

Del mismo modo, cuanto más información tenga de palabras clave y más útil e intuitiva sea la web, mejor posicionada estará en los buscadores y mejor valoración tendrá entre los usuarios.

2. Botones de redes sociales

Otra parte importante de tu web de inicio son los botones de redes sociales, pues son el mejor medio del que disponen las empresas para llegar a su público. Además de favorecer el retorno de la inversión y aumentar la visibilidad, las redes son un canal perfecto para la atención al cliente y averiguar qué les interesa a tus potenciales clientes.

Incluir botones que redirijan a las diferentes redes sociales ayudará a unificar tu presencia digital y, en consecuencia, aumentará la confianza de los usuarios.

3. Productos / servicios

Esta es una de las partes más importantes de la web, ya que proporciona a tus usuarios toda la información sobre la oferta de tu empresa. Tanto si tienes un e-commerce como si dispones únicamente de tienda física, es importante que incluyas un buscador y que agrupes los productos por categorías para facilitar la

FICHA DE CONTENIDO 6

TECNOLOGÍA GRÁFICA

Educación Media Técnica (EMT)

Décimo Semestre - Tecnología Gráfica - Guía de Aprendizaje 7

búsqueda a los usuarios.

4. Blog corporativo

Para que un sitio web salga en las primeras posiciones de los buscadores de forma orgánica es necesario crear contenido basado en palabras clave para que los bots de Google puedan posicionar la página en los primeros puestos.

Además de mejorar el SEO (posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda), crear contenido con regularidad sobre temas que aporten valor al usuario contribuirá a fortalecer el branding (trabajo de gestión de marca con el objetivo de hacerla conocida, deseada y con una imagen positiva en los consumidores) y a otorgar a tu marca calidad de experto en la materia y referente en el sector.

5. Contacto

Esta sección es muy importante, tanto para ofrecer al usuario soluciones personalizadas y respuestas a consultas específicas como de cara a crear una base de datos que podamos utilizar a posteriori para el envío de newsletters y novedades que puedan interesar a los usuarios.

Por ello, asegúrate de disponer, al menos, de un número de teléfono y un correo electrónico. Es recomendable tratar de aumentar la permanencia en la página y evitar que el usuario deba abrir una pestaña o ventana nuevas.

Un buen recurso que está presente en muchas web son los chatbots o chats en directo, mediante los cuales cualquier duda o consulta pueden ser resueltas de manera rápida y eficaz, de manera que afecte positivamente a sus intenciones de compra.

6. Geolocalización

Los usuarios ven muy útil saber dónde están las empresas, de hecho, los primeros puestos de posición orgánica, incluso por encima de los puestos pagados en buscadores, corresponden a los mapas. Esto se debe a que un gran número de las búsquedas que se hacen desde dispositivos móviles son para conocer la ubicación de las empresas.

Por ello, aparecer en Google Maps elevará la confianza de los usuarios y mejorará tu posicionamiento, además de ser muy sencillo de incrustar en la web. No olvides el diseño responsive, ya que debe estar totalmente adaptado a una correcta visualización desde los dispositivos móviles.

Si dispones de negocio físico y crees que por su decoración o por ofrecer una experiencia extra a los usuarios, aumentarás tu ventaja competitiva mostrando el interior, recomendamos ir un paso más allá y recurrir a Street View Trusted, que consiste en un tour del mismo mediante fotos panorámicas en 360°.

7. ¿Quiénes somos?

Este apartado es determinante, especialmente si queremos convencer a los usuarios de que lo que nuestra empresa puede ofrecerles es mucho más de lo que pueden hacer nuestros competidores.

Gracias a la inclusión de una página “Quiénes somos”, donde compartas la historia de tu empresa, los visitantes son más propensos a sentir una conexión que puede llevar a la venta.

(Tomado de: <https://n9.cl/dz4ps>, en línea, 29 de octubre de 2020).