

PLAN DE APRENDIZAJE REMOTO

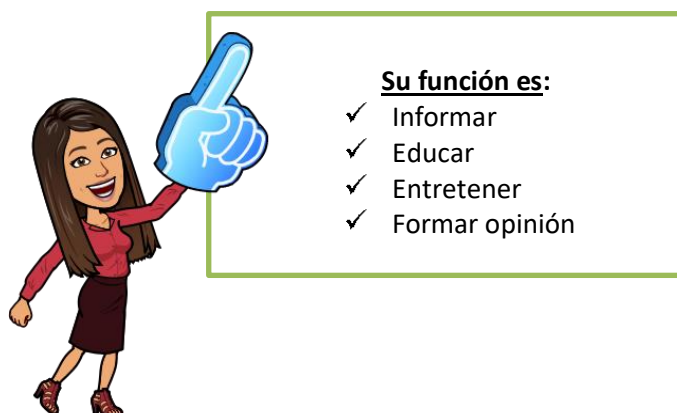
FICHA DE TRABAJO N°7

LENGUA Y LITERATURA

NOMBRE ALUMNO/A				FECHA	Viernes 13 de agosto
				PLAZO FINAL DE ENTREGA	Viernes 20 de agosto
MODALIDAD	Sincrónico/Asincrónico	EVALUACIÓN	Formativa/Sumativa	TIEMPO	45 minutos
CONTENIDO	Medios de Comunicación masiva.			CURSO	7º Básico
OA	OA20 Analizar y evaluar textos de los medios de comunicación, como noticias, reportajes, cartas al director, textos publicitarios o de las redes sociales, considerando: Los propósitos explícitos e implícitos del texto. Una distinción entre los hechos y las opiniones expresadas. Presencia de estereotipos y prejuicios. El análisis e interpretación de imágenes, gráficos, tablas, mapas o diagramas, y su relación con el texto en el que están insertos. Los efectos que puede tener la información divulgada en los hombres o las mujeres aludidos en el texto.				
Habilidades	Analizar y evaluar				
Instrucciones Generales.	Lee cada una de las siguientes actividades y desarrolla lo solicitado. Recuerda que luego de finalizar la ficha, debes enviarla al correo: minsulza@caplicacion.cl				

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS



Los **Medios Masivos de Comunicación** son una herramienta, que permite mantener a todo el mundo informado de lo que pasa a nivel nacional o internacional. Se trata de canales que nos entregan información, noticias e imágenes sobre cómo es el mundo en que vivimos. En las sociedades modernas, que necesitan estar en constante contacto y enteradas de todo lo que sucede, los medios de comunicación se convierten en un poderoso instrumento de socialización, contribuyen en la formación de los sentimientos y las creencias, entrenan los sentidos y ayudan a formar la imaginación social.



Características de los Medios de Comunicación

- Estos medios de comunicación social **requieren de la existencia de emisores y receptores** que pueden ser individuales y colectivos.
- Son abiertos, esto significa que **cualquier persona puede acceder a ellos**.
- Se relacionan con distintas disciplinas, lo que involucra el empleo de distintos lenguajes, además de especificaciones técnicas.
- Los contenidos están **destinados a un público heterogéneo** (diverso) y a una gama de receptores, como así también a un público más reducido, que maneja ciertos códigos e información necesaria para decodificar el mensaje (público específico).

Según la **estructura física** que constituye el soporte para la transmisión de la información, lo medios de comunicación se clasifican de la siguiente manera:

Medios audiovisuales	Medios Impresos	Medios Radiofónicos
<p>Son los que pueden ser simultáneamente escuchados y vistos. Se basan en dispositivos tecnológicos que emiten imágenes y sonidos con el fin de transmitir la información, como es el caso de la televisión y el cine.</p> 	<p>Comprenden a las revistas, periódicos, folletos y panfletos, todas las publicaciones que contengan una información para ser transmitida.</p> 	<p>Son el único medio que se basa exclusivamente en información transmitida bajo formato sonoro. En este grupo está la radio.</p> 

La **PUBLICIDAD** en los medios de comunicación de masas

Con el surgimiento de la sociedad de consumo y los medios de comunicación de masas, el promocionar la circulación y venta de mercancías se volvió muy importante. El consumo se vio potenciado a través de la publicidad, la que recurrió a los MCM como su principal vehículo. La publicidad cruza así todos los medios: escritos, orales y audiovisuales.

Publicidad

Definición: La publicidad, consiste en una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado (empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del Estado o persona individual) para informar, persuadir o recordar a un grupo de consumidores acerca de los productos y/o servicios que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores o usuarios. La información debe ser breve y atractiva, para captar la atención del consumidor en un instante.

Objetivo: Posee una misión de carácter económico, su objetivo es promover el “consumo” de ciertos productos tangibles o intangibles, mediante el discurso publicitario.



Propaganda

Definición: Es parte de la vida cotidiana y los gobiernos realizan importantes campañas de información y de prevención, para lo cual utilizan los distintos medios de comunicación. Algunas campañas se refieren a la vida cívica, como las que llaman a los ciudadanos a votar o a economizar energía. Otras tienen como objetivo informar a los ciudadanos para que modifiquen su comportamiento, especialmente en el área de la salud (vacunaciones, la lucha contra el alcoholismo, el tabaco y las drogas, para difundir ideales religiosos, políticos o causas humanitarias).

Objetivo: Tiene una misión de carácter ideológico. Motivan y atraen hacia ciertas ideas y comportamientos que vayan en beneficio de la comunidad y del individuo.



I. Lee las siguientes preguntas y luego responde (8 puntos):

1. ¿Cuál de las siguientes características pueden ser aplicadas a los medios de comunicación masivos?

- I. Son herramientas que se utilizan para mantener vínculos entre los seres humanos.
- II. Permiten una forma de “sociabilidad” a distancia.
- III. Debido a su diversidad, permiten exponer distintos puntos de vista sobre mismo acontecimiento.

- A. Sólo I
- B. Sólo III
- C. Sólo I y II
- D. I, II y III

2. De las siguientes aseveraciones, indique la alternativa FALSA.

- A. Los hombres, a través del tiempo, han creado distintos “instrumentos” para comunicarse.
- B. El avance tecnológico no ha sido determinante en el desarrollo de los MCM.
- C. Los MCM influyen en la forma de ver, concebir y vincularnos con el mundo.
- D. Los MCM han transformado la forma en que nos relacionamos con los demás y con el mundo.

3. ¿Cuál es la diferencia entre publicidad y propaganda?

4. ¿Cuál es la publicidad que más te ha llamado la atención? Fundamenta

II. LEXICO CONTEXTUAL (16 puntos) Marca con una X la alternativa correcta para reemplazar la palabra.

A. La educación india se acomoda al tipo y jerarquía de clases sociales existentes. En las inferiores se reducía a la educación puramente familiar, con respecto a los quehaceres agrícolas y domésticos. La clase de los brahmanes disfrutaba de una educación superior. Dice Alfred Weber: “este sistema de los brahmanes era el sistema de una clase señorial, que da una esmerada educación literaria a la juventud. Esta educación consiste en enseñar un conocimiento regular a lo largo de toda la vida, y en la fundación de la familia para la propagación de la casta”.

1. ESMERADA

- a) distinguida
- b) cuidada

2. CONOCIMIENTO

- a) saber
- b) experiencia

3. FUNDACIÓN

- a) instauración
- b) rememoración

4. PROPAGACIÓN

- a) continuación
- b) reproducción

B. La cultura de la India está concentrada en los cuatro textos llamados Vedas, que son colecciones del saber tradicional, de carácter religioso y que originariamente se transmitían en forma oral. A estos se añadían otros textos, como los Brahmanas de comentarios rituales y los Upanishadas de carácter metafísico. Estos libros orientaron la educación de la juventud de los arios, como la Ilíada lo hizo después con la de los griegos.

5. CONCENTRADA

- a) resumida
- b) condensada

6. TRANSMITÍAN

- a) preconcebían
- b) difundían

7. CARÁCTER

- a) prosapia
- b) naturaleza

8. ORIENTARON

- a) guiaron
- b) desertaron

<https://www.youtube.com/watch?v=TiNHjL46uWl>

Hiperconectados

<https://www.youtube.com/watch?v=AsthV-MGBUI>

Nomofobia, los riesgos de la adicción al celular

<https://www.youtube.com/watch?v=fXBxOaLcMZg>

El video danés que nos recuerda lo fácil que es encasillar a las personas

<https://www.youtube.com/watch?v=zd4FMHD6N3A>

Orange, experimento social Ciberodio

<https://www.youtube.com/watch?v=15Bl3pclff0>

29 trucos impactantes

*¡¡Refuerza
contenidos!!*

