



AREA: PLAN LECTOR

GRUPO: DECIMO

PERIODO: 3

DOCENTE: Rafael Castañeda González

FECHA: 25 de julio de 2019

INDICADOR DE DESEMPEÑO:

1. Aplicar estrategias para el análisis, búsqueda, organización y difusión de la información por escrito.
2. Valorar el lenguaje y las normas básicas de comunicación y aplicarlas en actos comunicativos para interpretar el mundo, confrontar opiniones, adquirir aprendizajes y establecer acuerdos.
3. **Desarrolla habilidades interpretativas, argumentativas y propositivas a través de preguntas tipo ICFES**

ACTIVIDAD: (describa el tipo de actividad que va a realizar: taller, guía, taller para plan de apoyo)

Contenidos y taller de aplicación.

CONTENIDO (instrucciones para la clase, actividades a desarrollar, información relacionada con el tema, bibliografía):

1. Realiza lectura atenta de cada texto y luego responde cuál es la respuesta. Debes argumentar el porqué de tu respuesta (competencia argumentativa)

### TEXTO N° 1

Muchos expertos recomiendan no dar a los hijos un **móvil inteligente** (con acceso a Internet) hasta los 14 años. Un niño de 10 años no necesita un móvil, porque suele estar en casa o en el colegio y está permanentemente localizado. Además, si tuviera un móvil, la pregunta sería a qué servicios puede acceder desde el móvil (básicamente, aplicaciones de **redes sociales** y **mensajería**) y a qué peligros estaría expuesto. Por ejemplo, entre los menores de edad es frecuente el **ciberacoso**, en el que las burlas, insultos y amenazas de unos menores a otros ya no se limitan al colegio y al horario escolar, sino que se extienden a las redes sociales durante todo el día.

Por otra parte, hay un riesgo que no tiene que ver con ser víctima de un delito, sino con su desarrollo personal (físico y psicológico, individual y social) y es la excesiva dependencia del móvil, que puede terminar en un trastorno grave o adicción, pero que mucho antes ya resulta preocupante, porque denota una falta de autocontrol y autoorganización del tiempo y de las tareas que debe hacer, de estudio y de ocio. Frente a ello, el mejor control parental no es el tecnológico, sino la educación, la confianza y la comunicación desde pequeños.

**1. Uno de los siguientes enunciados resulta incompatible con lo afirmado en el texto.**

- A) Además del acoso escolar, los niños están expuestos al acoso en redes sociales.
- B) Un niño que depende excesivamente del móvil puede desarrollar una conducta adictiva.
- C) Los expertos recomiendan a los padres dar un móvil a sus hijos recién a los 14 años.
- D) Los niños con un móvil acceden a aplicaciones de redes sociales y mensajería.
- E) Frente a los peligros de Internet, los padres deben espiar digitalmente a los niños.

### TEXTO N° 2

Los especialistas en derechos humanos piensan que la representación de las personas en la **publicidad** es injusta y discriminatoria. En el caso de hombres y mujeres, existe una fuerte tendencia a presentar a los primeros como los protectores, los fuertes, mientras que a las segundas las vemos básicamente en roles secundarios. Sin embargo, las **escenas discriminatorias** no se

circunscriben a esos ámbitos, ya que al mostrar a un tipo de personas en las que predomina la piel blanca y los cabellos claros, dejan de lado la diversidad racial que existe en nuestro país (andinos, mestizos, afrodescendientes, etc.).

Mariela Jara señala que los mensajes publicitarios también discriminan cuando exponen situaciones en las que **priman** momentos de realización, felicidad y prosperidad económica en un país en el que una gran parte de la población (24,8%) vive en la pobreza.

Para sus defensores, la publicidad es el espejo de la cultura que hemos adquirido a lo largo de los años. David Solari Martín explica que el individuo presta a los anuncios comerciales **ideales de belleza** y **comportamiento**. La sociedad acepta un modelo y la publicidad lo acoge. Es seguro que el color de tinte que más se vende en el País es el rubio y acá las mujeres no son rubias. Entonces, estos mensajes nos **alienan** o tenemos parámetros de belleza que no corresponden a nuestra realidad, pero los aceptamos. Además, algunos spots publicitarios son **androcéntricos** (comerciales de cerveza), **sexistas** (productos de limpieza) o se centran en una determinada raza (productos de belleza). Por ejemplo, si vendemos moto taxis no vamos a utilizar modelos de ojos azules, porque ese no es el público consumidor.

Por otro lado, las marcas de algunas instituciones bancarias y bebidas gaseosas tienen promociones en las que aparecen modelos con rasgos andinos. Lo que sucede es que hay un problema de **identidad** que provoca una falta de unidad entre los criterios y los mensajes que se emplean para elaborar los avisos publicitarios.

**1. ¿Cuál es el tema principal que desarrolla el texto?**

- A) Los contenidos discriminatorios en la publicidad en el país.
- B) La aceptación de los roles tradicionales en la población.
- C) Los valores tradicionales de los medios de comunicación.
- D) Los problemas de identidad en las promociones de venta.
- E) La crítica a los actuales anuncios comerciales regionales.

**2. En el segundo párrafo del texto, el verbo PRIMAR significa:**

- A) Mostrar.
- B) Iniciar.
- C) Destacar.
- D) Originar.
- E) Cristalizar.

**3. Es incompatible con el texto afirmar que:**

- A) algunas bebidas gaseosas emplean modelos con rasgos andinos.
- B) estamos acostumbrados a reproducir patrones culturales alienantes.
- C) los avisos publicitarios difunden hábitos racistas, sexistas y androcéntricos.
- D) en la publicidad nacional nunca se utilizan modelos con rasgos andinos.
- E) a los consumidores les falta compartir ciertos valores, códigos y conductas.

**4. Se infiere del texto que los anunciantes de bienes de consumo masivo:**

- A) Promueven la equidad de género premiando el mejor aviso.
- B) Carecen de una pauta común en sus campañas publicitarias.
- C) Deben sancionar a las empresas que discriminan al comprador.
- D) Evitan convertirse en transmisores de una cultura excluyente.
- E) Deben conectarse a varias fuentes de información electrónica.

**5. Si se realizara un comercial de productos cosméticos para la televisión, probablemente:**

- A) Tomaría en cuenta la diversidad racial de los habitantes de la capital.

- B) Ofertaría tintes de color castaño claro entre otra variedad de tonos.
- C) Disminuiría los ingresos de la industria de belleza a nivel regional.
- D) Crearía un modelo de vida acorde con el estatus de vida foráneo.
- E) Contaría con la participación de una hermosa fémina de tez blanca.

**TEXTO N°3:**

**Inteligentes pero sin carácter, logran poco.**

David Levin, cofundador de la famosa red de escuelas intermedias chárter “KIPP” de Estados Unidos, que fomentan el estudio intensivo por parte de estudiantes de bajos recursos logrando que obtengan muy altas calificaciones para ingresar al alta secundaria y a la universidad, encontró que sus ex alumnos tendían a abandonar los estudios superiores graduándose solamente 33% al cabo de los 4 años del primer título universitario. Si bien seguía siendo superior al 31% del promedio nacional, estaba muy lejos de su meta de graduar al 75% de los egresados.

Levin encontró algo curioso: los alumnos que se mantenían en la universidad no eran los que tenían las mejores notas en el colegio, sino los que evidenciaban tener muchas **fortalezas de carácter**, como **optimismo, perseverancia e inteligencia social**. Eran aquellos que rápidamente se recuperaban de cualquier traspíe sin quedarse atados a sus fracasos. Podían tolerar dejar de ir al cine para terminar sus trabajos, o mantenerse optimistas pese a los líos en el hogar ó pedir a los profesores trabajos adicionales para recuperar sus malas notas. En suma, encontró que si bien el C.I. (Cociente Intelectual) era un buen predictor de los puntajes de las pruebas nacionales de logros de aprendizaje, los mejores predictores de la permanencia en los estudios superiores eran los indicadores relevantes del carácter. Es decir, tenía más relevancia el trabajo duro, valiente y perseverante en **búsqueda de un objetivo**, como por ejemplo en el caso de un atleta que se esfuerza y entrena duramente, se foguea en competencias en las que a veces gana y otras pierde, supera sus frustraciones, sigue para adelante sin rendirse, hasta llegar lo más cerca posible del logro aspirado. Esa no es la experiencia que se llevan consigo gran cantidad de estudiantes a los que “les viene fácil” el logro académico por sus ventajas intelectuales genéticas, pero que se esfuerzan poco en cultivar su excelencia. Esas personas, cuando enfrentan algo que realmente les resulta difícil, se achican y rinden, porque no están acostumbradas a ese tipo de experiencias.

**1. Según el texto, los alumnos que terminaban sus estudios superiores eran los que:**

- a) Tenían las mejores notas en el colegio.
- b) Dejaban de ir al cine para terminar sus trabajos.
- c) Pedían a los profesores trabajos adicionales para recuperar sus malas notas.
- d) “Les viene fácil” el logro académico por sus ventajas intelectuales genéticas.
- e) Evidenciaban tener muchas fortalezas de carácter, como optimismo, perseverancia e inteligencia social.

**2. Según el autor, en la búsqueda de un objetivo tiene más relevancia:**

- a) Tener ventajas intelectuales genéticas.
- b) Llegar lo más cerca posible del logro aspirado.
- c) Superar las frustraciones cuando se pierde.
- d) Esforzarse por trabajar duramente para seguir adelante sin rendirse.
- e) Enfrentar algo que realmente resulta difícil.

2. Acerca de la obra que has venido leyendo, realiza un mapa conceptual en el cual des razón de título, autor, título de cada capítulo: personajes, espacio, argumento y glosario.