



SEGUNDO SEMESTRE:
Guía de trabajo N°2
Lenguaje y Comunicación

Nombre: _____

Curso: _____

Fecha: ____/____/2020

Objetivos:

- Analizar críticamente textos no literarios visuales, interpretando sus resultados, manifestando disposición a formarse un pensamiento crítico frente a las temáticas abordadas en el texto.
- Manifestar una opinión frente a los temas o dilemas abordados en el texto
- Expresar ideas sobre un determinado tema, mediante la escritura de un texto narrativo.



Instrucciones:

- Lee atentamente las instrucciones específicas de cada ítem
- Responde las preguntas en tu cuaderno, hoja aparte o la misma guía, la idea es que lo hagas donde más te acomode, pero no olvides adjuntarla al momento de entregar la guía
- Recuerda, además, en los textos literarios o no literarios que tendrás que leer, subrayas las ideas principales, tomar apuntas o buscar el significado de palabras que no conozcas, te ayudarán a comprender de mejor manera el texto
- Cuida tu ortografía y tu redacción
- Entrega tu guía en orden y sin manchas
- Escribe de manera legible, es decir, con una letra que se pueda entender
- Si tienes alguna duda, escíbeme: profe.panchalenguaje@gmail.com o fiauregui@colegiosoldechile.cl también puedes buscarme en Instagram como: ProfePancha



¡ATENCIÓN!

Recuerda que este semestre debes realizar los trabajos de lectura domiciliaria que fueron entregados en los meses de marzo y abril, ya que dichos trabajos serán evaluados y calificados en este período.



Segundo semestre

Guía 2: aplicación

Analícemos críticamente un texto visual

ANTES DE COMENZAR...

- I. Antes de comenzar activemos los conocimientos previos:

¿te animas a responder las siguientes preguntas con solo lo que recuerdas?

1. Define con tus palabras el concepto de argumentación y explica 3 características. Desarrolla tu respuesta (2 puntos en total)
 - Definición de argumentación (1 punto)
 - Explicación 3 características (1 punto)

2. En base a lo visto en la guía anterior, elabora un diálogo en donde los participantes de la situación comunicativa estén argumentando (2 puntos en total)
 - Elaboración diálogo de una situación comunicativa (1 punto)
 - Aplicación de la argumentación en el diálogo (1 punto)

ELABORA AQUÍ TU DIÁLOGO:



En esta guía no aprenderemos nada nuevo, sino que aplicaremos lo que ya sabemos, es por esto por lo que no encontrarás un ítem de contenido, si no que solo de aplicación. Para esto, leerás un informe, el cual está compuesto mayoritariamente por gráficos, es importante que, para poder analizar críticamente el texto, pongas atención en los gráficos y los resultados.

¡Te invito a poner manos a la obra!

- I. **Apliquemos lo aprendido: Lee con atención el informe que se te presentará a continuación, para luego responder las siguientes preguntas y actividades (33 puntos en total)**

ACTIVIDAD 1: Responde las siguientes preguntas antes de leer el texto, de modo que puedas acercarte a la temática a tratar y activar los conocimientos previos:

1. **¿Cómo crees que se constituye nuestra identidad y qué elementos la componen? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)**

- Menciona y explica cómo se constituye la identidad (1 punto)
- Menciona y explica qué elementos componen nuestra identidad (1 punto)

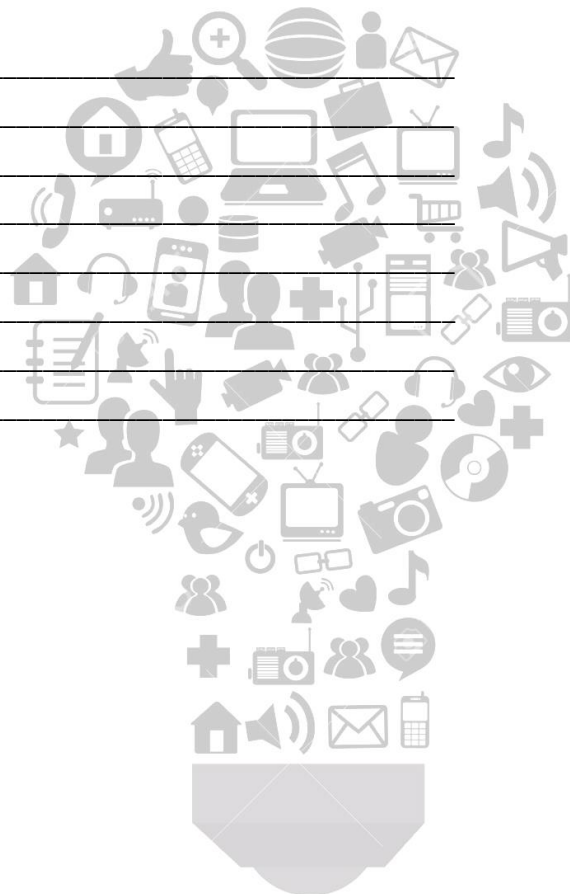
2. **¿Crees que es posible describir la identidad de una generación según su edad? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)**

- Manifiesta opinión frente al tema (1 punto)
- Desarrolla y argumenta su respuesta (1 punto)



3. En base a lo que has podido observar: ¿Cómo caracterizarías a tu generación en relación con el uso de la tecnología y las redes sociales? ¿Qué rasgos comparten en común y en qué se diferencian de las demás? Desarrolla y argumenta tu respuesta (3 puntos en total)

- Caracteriza su propia generación en relación con el uso de la tecnología y las redes sociales (1 punto)
- Menciona y explica qué características comparten en común (1 punto)
- Menciona y explica en qué se diferencia de las demás (1 punto)



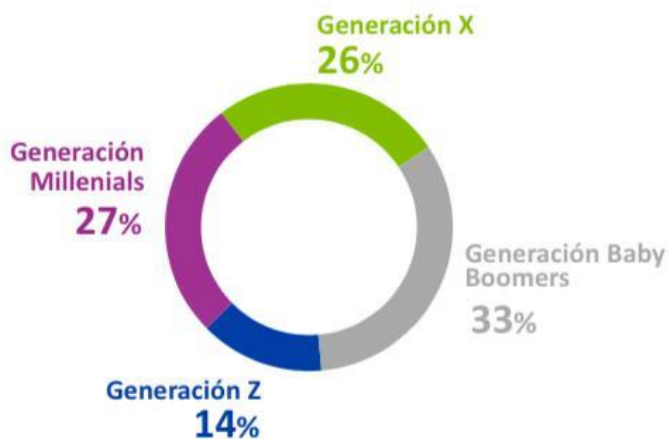


Ahora, te invito a leer atentamente el siguiente informe realizado por la empresa Cadem, el cual busca retratar el cambio que está viviendo Chile en relación con el incremento del consumo de las nuevas generaciones. NO TE PREOCUPES SI LAS IMÁGENES NO SE VEN BIEN, SE TE ENVIARÁN POR CORREO EL DÍA DE LA ENTREGA.

¿Qué es el Chile que viene?

Con el fin de comprender el cambio que está viviendo Chile, Cadem ha desarrollado un trabajo de aproximación al consumidor a través de la mirada generacional, para reflejar a través de los distintos grupos, cómo se manifiesta esta revolución. “El Chile que viene” busca conocer cómo los consumidores de diferentes generaciones miran y viven el mundo, tanto desde sus sueños, anhelos, valores y motivaciones, como desde su relación con diferentes categorías, marcas, canales de compra y medios de comunicación. Las diferencias entre generaciones, y especialmente lo que diferencia a las generaciones más jóvenes (Generación Z y Millenials) de las generaciones mayores (Generación X y Baby Boomers) nos permitirá identificar tendencias y latencias desde diferentes miradas.

Estructura de las generaciones en Chile consideradas en el estudio



Generación Z

Personas entre 13 y 21 años.
Es la generación de las APPs, nativos digitales.

Generación Millenials

Entre 22 y 35 años.
Es la generación de los “90”. La revolución tecnológica, redes sociales, globalización.

Generación X

Tienen entre 36 y 51 años.
Es la generación de los “80”. El gobierno militar, la transición a la democracia, la democratización del consumo.

Generación Baby Boomers

Tienen entre 52 y 71 años.
Es la generación de los “70”. 68. La guerra fría, el mundo Hippie, La revolución del 68, la polarización política.

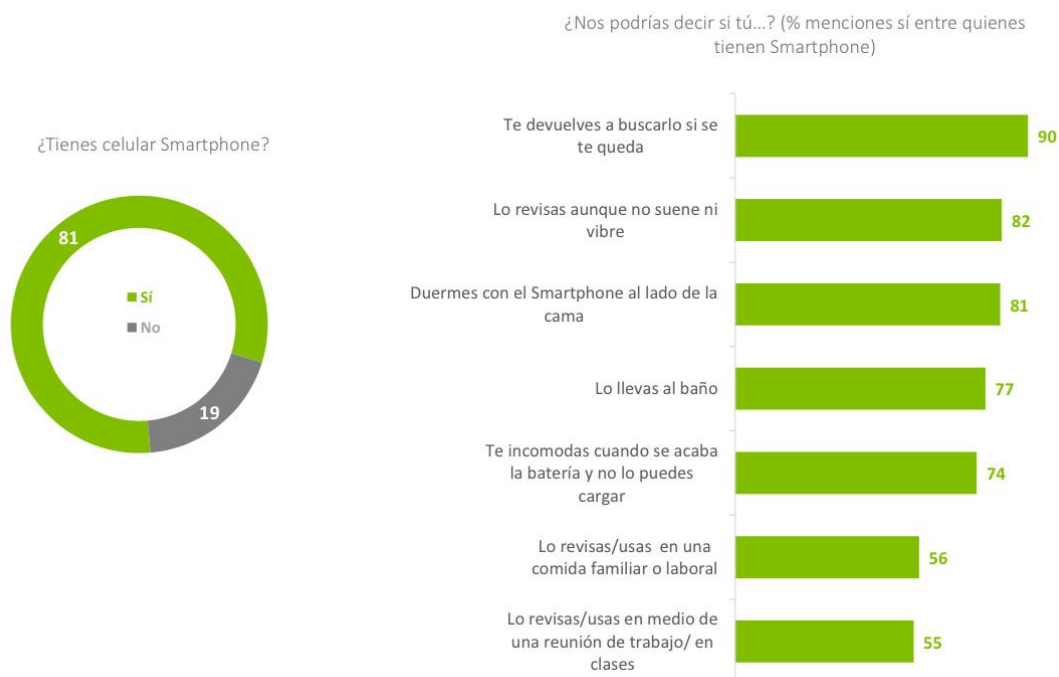


El consumidor: Zoom smartphones y redes sociales

- **Zoom smartphones:** Existe una alta tendencia de smartphones, 8 de cada 10 entrevistados tiene uno. Esto es transversal por generación. Hoy en día se considera al smartphone como un compañero: nos devolvemos a buscarlo, lo revisamos constantemente, nos acompaña a todas partes, incluso al baño y duerme a nuestro lado. Los más jóvenes (Generación Z y Millennials) lo revisan más en el trabajo y en clases. Un 61% de los encuestados se declara adicto al smartphone, siendo los Baby Boomer los menos adictos (45%). Cuando se les pregunta si consideran que los chilenos son adictos, el 98% de los entrevistados cree que sí.
- **Redes sociales y apps:** Facebook sigue siendo una red social por excelencia: un 86% del total declara usarlo todos los días. En los Millennials y Generación X es incluso más, llegando a un 90% o más de su diario.

Instagram aparece como la red social que viene, muestra un alto uso en la Generación Z (75% la usa todos los días) y es su favorita. El uso baja directamente en la medida que aumenta la edad (en Baby Boomer solo un 23% de uso diario) Dentro de las apps, Spotify es de los jóvenes: 51% de Generación Z y 53% de Millennials la usa todos los días. Mientras que los Baby Boomer solo un 10% declara su uso diario. Las redes sociales son espacios de socialización para los jóvenes: conocen gente nueva y tienen muchos amigos/contactos; esto disminuye en la generación X y Baby Boomer.

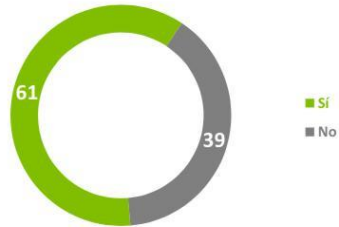
Uso de Smartphone



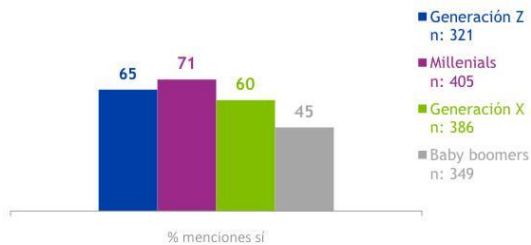
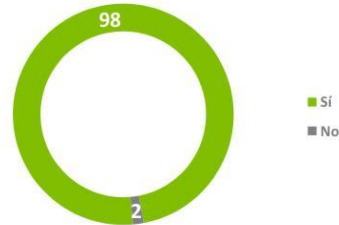


Adicción al smartphone

¿Te definirías como adicto a tu Smartphone?

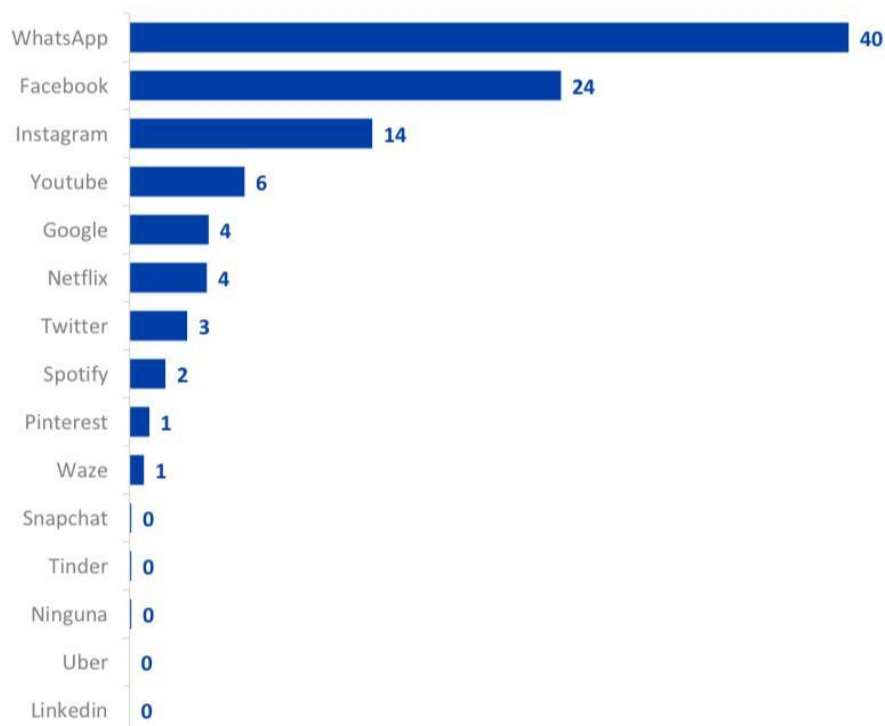


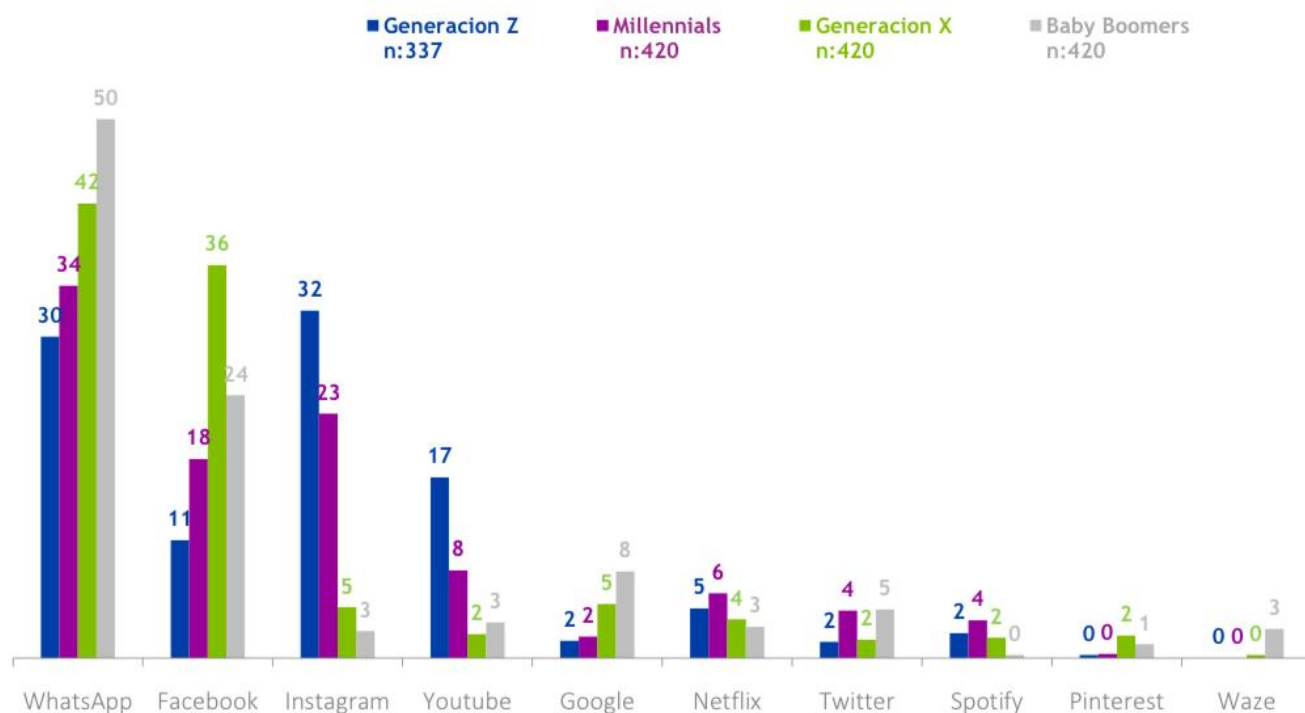
¿Crees que los chilenos son adictos a su Smartphone?



Red social o aplicación favorita

¿Cuál es tu red social o App favorita?



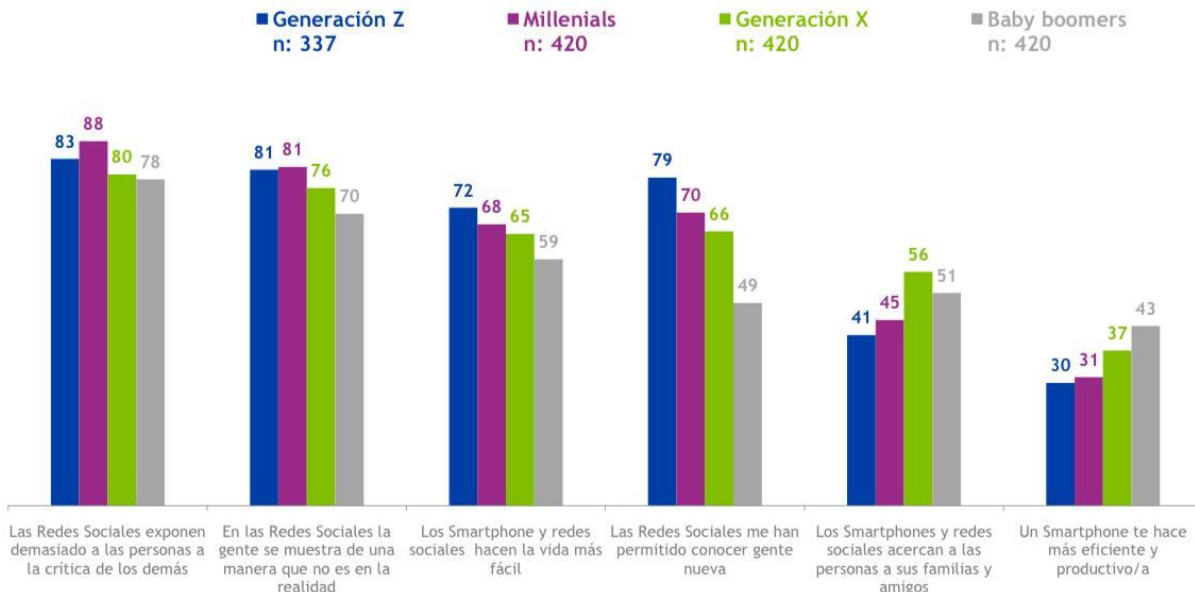


Comunicarme para compartir con mi familia					
Comunicarme para trabajar / estudiar					
Ver tutoriales, sacar ideas					
Comunicarme para compartir con mis amigos					
Participar en concursos/encuestas					
Mantenerme informado/seguir noticias					
Organizar una fiesta/celebración					
Opinar					
Ver fotos					
Seguir a famosos					Ninguna
Compartir mis viajes					
Seguir marcas					
Compartir fotos					
Hacer un reclamo					
Compartir videos					
Entretenerme					
Seguir a políticos					Ninguna
Conocer a una pareja				Ninguna	Ninguna



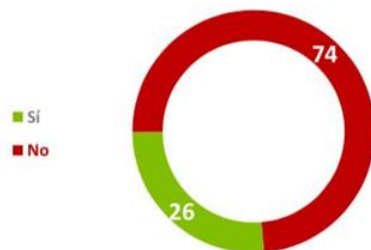
Afirmaciones en torno a las redes sociales y Smartphones según generación

Qué tan de acuerdo estás con las siguientes afirmaciones sobre las Redes Sociales y Smartphones?
(% menciones de acuerdo -4+5-)



Configuración de Facebook

¿Crees que los datos que tienes sobre ti en Facebook son privados?



¿Qué tipo de configuración de seguridad tienes actualmente en tu cuenta de Facebook?



■ Generación Z n: 311 ■ Millenials n: 413 ■ Generación X n: 408 ■ Baby boomers n: 376



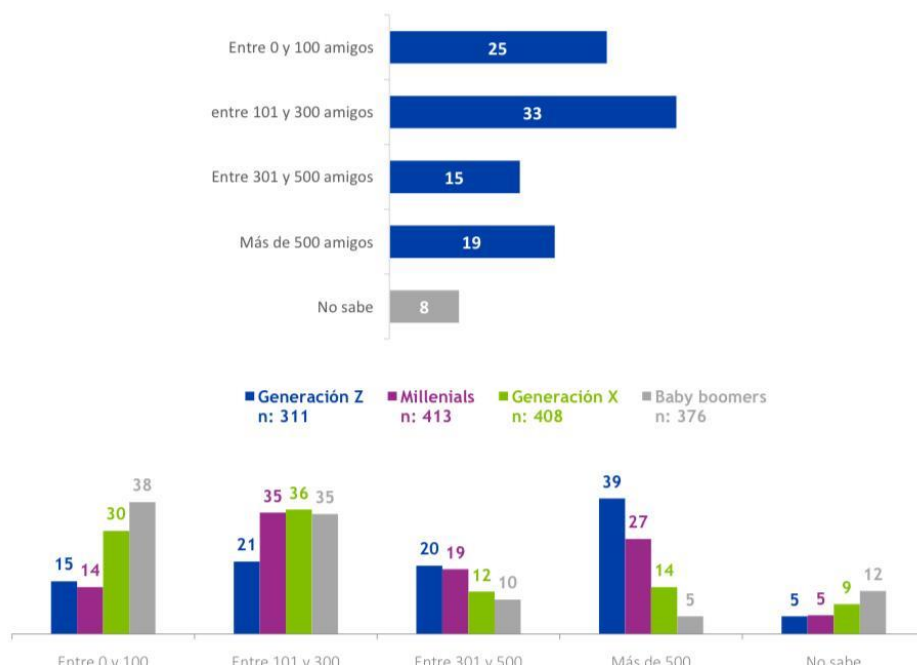
■ Generación Z n: 311 ■ Millenials n: 413 ■ Generación X n: 408 ■ Baby boomers n: 376





Amigos en Facebook

Sobre Facebook ¿Cuántos amigos tienes en tu cuenta? (% sólo quienes usan Facebook)





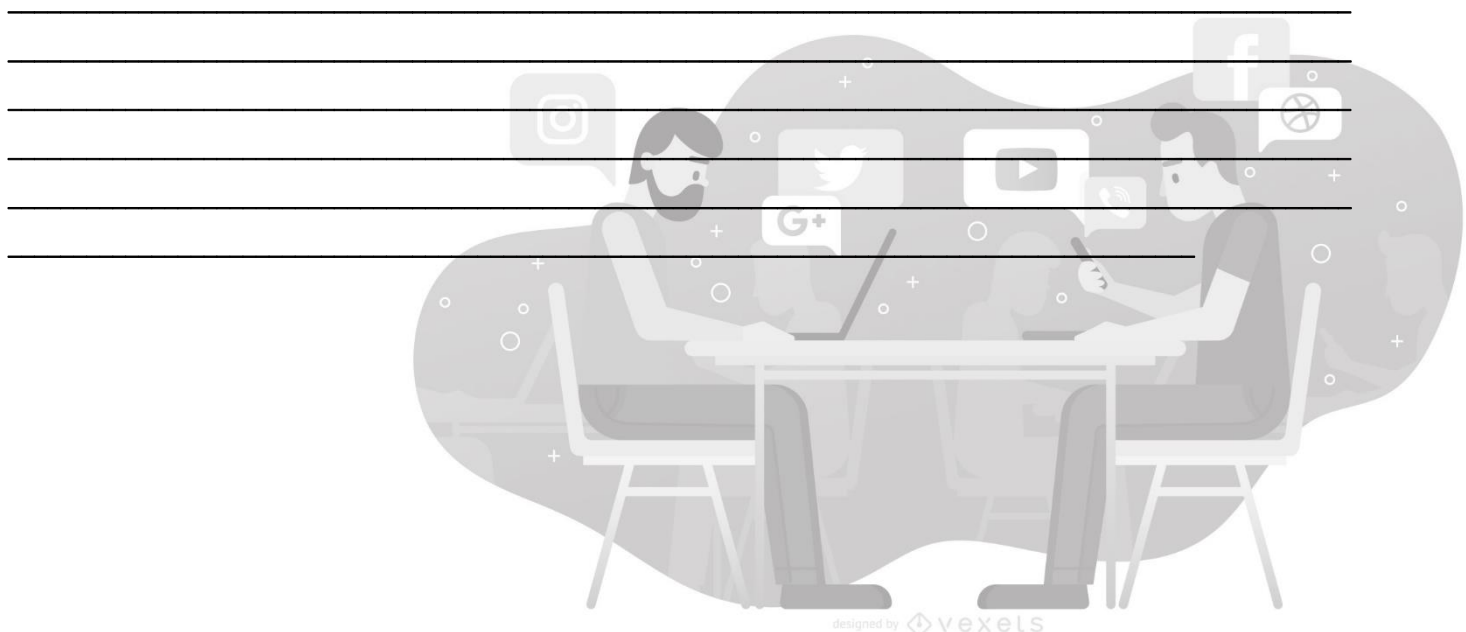
1. Después de analizar e interpretar los datos entregados por el informe. Elabora un texto descriptivo en el que se mencionen las características que posee cada generación en relación uso de las redes sociales y el celular, Desarrolla y argumenta tu respuesta (6 puntos en total)

***RECUERDA ADJUNTAR EL TEXTO AL MOMENTO DE ENTREGAR LA GUÍA**



Presencia de descripción 1 punto	
Explicaciones características según generación: 2 puntos	
Desarrollo y justificación 2 puntos	
Describe a todas las generaciones 1 punto	
PUNTAJE TOTAL: 6 PUNTOS	PUNTAJE OBTENIDO:

2. ¿Por qué crees que el estudio divide a los consumidores según generación? ¿Qué interés tendrán los autores del estudio para hacerlo así? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)
 - Manifiesta opinión y creencia (1 punto)
 - Menciona y explica el interés de los autores para dividir a los consumidores por generación (1 punto)



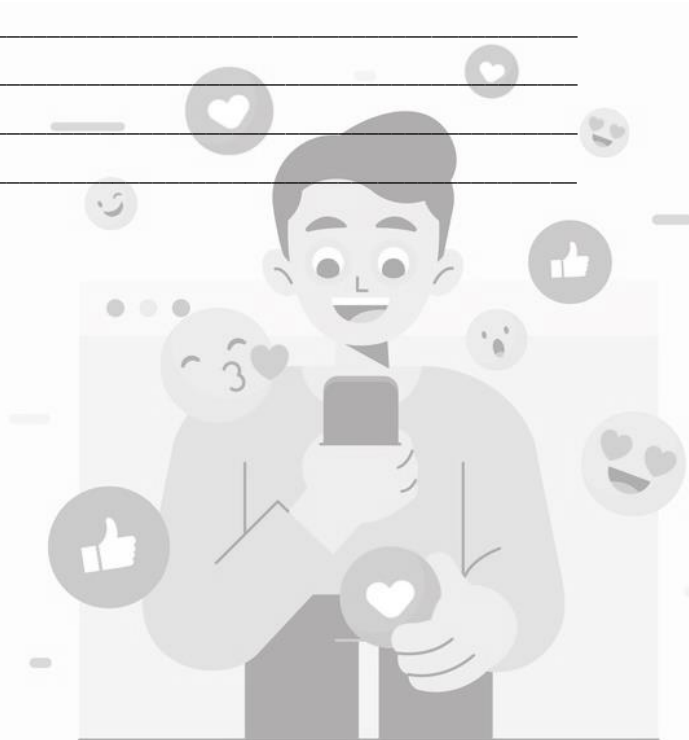


3. ¿Cuál es la visión que se presenta de tu generación según el informe leído? ¿Estás de acuerdo con esta visión? Desarrolla y argumenta tu respuesta (3 puntos en total)

- Explica la visión que se presenta de la generación Z en el informe (1 punto)
- Manifiesta opinión frente a la visión planteada (1 punto)
- Desarrolla y argumenta su respuesta (1 punto)

4. ¿Qué factores del contexto influyen en las diferencias entre la generación Baby Boomer y Millennials sobre la adicción al smartphone? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)

- Menciona los factores del contexto que influyen en las diferencias entre los Baby Boomer y los Millennials (1 punto)
- Desarrolla y argumenta los factores anteriormente desarrollados (1 punto)



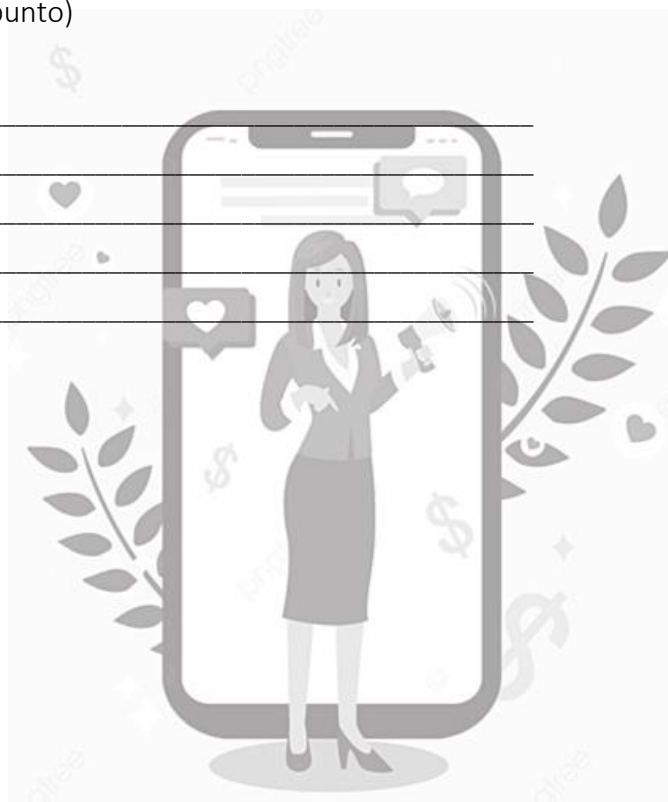


5. ¿Por qué razón crees que la generación Z prefiere Instagram? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)

- Manifiesta su opinión frente al tema (1 punto)
- Desarrolla y argumenta dicha opinión (1 punto)

6. ¿Quién crees que es el destinatario de este estudio? Desarrolla y argumenta tu respuesta (2 puntos en total)

- Menciona quién es el posible destinatario del informa (1 punto)
- Desarrolla y argumenta su respuesta (1 punto)





7. Pon atención a la imagen: “Afirmaciones en torno a redes sociales y smartphones según generación” y responde: ¿Con cuál de las afirmaciones que se mencionan en el gráfico no estás de acuerdo? Argumenta tu desarrollo tu respuesta (2 puntos)

- Menciona con cuál de las afirmaciones que aparecen en el gráfico no está de acuerdo (1 punto)
- Argumenta y desarrolla su opinión (1 punto)

8. Escribamos sobre la Generación Z (7 puntos en total)

- En base a lo que sabes y a lo que pudiste aprender de tu generación en esta guía, elabora un microrrelato que refleje las características de la Generación Z en relación con el uso del Smartphone y las redes sociales.
- Recuerda que todo texto debe llevar un título y que además este no debe sobrepasar las 15 líneas.
- Para esta ocasión no solo tendrás que narrar una historia, sino que esta debe tener alguna crítica, enseñanza o moraleja en relación a las adicciones a las redes sociales y los celulares.

***RECUERDA ADJUNTAR TU
MICRORELATO AL MOMENTO DE
ENTREGAR LA GUÍA**

Título: 1 punto	
Extensión máxima 1 punto	
Presencia de lo narrativo 1 punto	
Tema central: la Generación Z 2 puntos	
Presencia moraleja, crítica o enseñanza 2 puntos	
PUNTAJE TOTAL: 7 PUNTOS	PUNTAJE OBTENIDO: