GUIA

Proyecto interdisciplinario Lengua y Literatura e Historia y ciencias de Sociales

Unidades de Economía y Comprensión Lectora

SEMANAS: 21 de septiembre a 09 de octubre

Descripción

Las siguientes actividades se trabajarán en base al ppt de Lenguaje sobre comprensión lectora y contenidos del libro de Historia.

PLAZO DE ENTREGA

EN EL LICEO: MARTES 06 DE OCTUBRE DE 11.00 A 13.00

POR CORREO: A lbarra@liceojavieracarrera.cl o profesorluisbarra@gmail.com

HASTA EL 09 DE OCTUBRE

SALUDOS 😊

ACTIVIDAD 1

Texto de Comprensión Lectora

El mall, la catedral del consumo

1 Es seguro que muchos lectores habrán vivido la experiencia de caminar en el interior de un mall. Cada vez que lo hago siento esta sensación: la de estar en el interior de un laberinto. Nunca he entendido por qué se me produce esa experiencia de perder el **rumbo,** de quedarme sin referencia, de estar cegado y no poder encontrar la puerta de salida. Quizá sea porque el mall parece ser el mundo de la variedad casi sin límites, pero en el fondo es el lugar de la repetición, donde todo se parece y es difícil, por ello, encontrar los puntos cardinales.

2 Como se ha dicho, el mall y los créditos masivos son los dos principales **dispositivos** de facilitación del consumo. Entre las múltiples significaciones del mall hay una que enfatizaré: el mall como incitador del deseo.

3 El mall es un espacio privado con aspectos de espacio público, con acceso en apariencia libre, pero sometido a discreto control, con sus entradas, salidas y circulación vigiladas por cámaras invisibles. Pero esos guardias silenciosos parecen estar allí para otorgarnos protección, en ningún caso para proteger las instalaciones. Sin embargo, ningún movimiento escapa a su mirada. Ese control silencioso, pero eficiente, puede considerarse una metáfora del control social, cada vez más sofisticado, de las sociedades en que vivimos.

4 Dentro del mall, los objetos se muestran, se exhiben, realizando la simulación de su disponibilidad para quien quiera tomarlos. Los objetos se ponen en escena en medio del cuidado diseño de las vitrinas, en un ambiente climatizado, con sanitarios en los lugares estratégicos. El lugar está

concebido para erotizar. Los objetos se insinúan, se ofrecen, parecen cobrar movimiento y vida. El espectáculo de la muchedumbre agitada, con los ojos brillantes por el juego de procesar posibilidades, opera como incitador, presiona los clientes vacilantes. Estos, después de múltiples vueltas innecesarias, terminan por comprar lo menos pensado, pero algo siempre compran para sentirse en condiciones de finalizar el rito. En el interior de ese espacio se produce el contagio de comprar, casi todos sienten las sensación de estar siguiendo una corriente irresistible.

5 Los mall pertenecen al orden de los simulacros, producen la idea de un paraíso generalizados del consumo. No obstante, todos aquellos que compran a crédito, después del placer instantáneo conseguido con la credencial de cliente confiable, deben enfrentar el sacrificio y muchas veces el purgatorio de los pagos mensuales. Como es obvio, el consumo es un verdadero paraíso para aquellos cuyos salarios están más allá de la escasez. Ellos pueden consumir sin tomar en cuenta el valor, considerando sólo a los objetos en sí mismos o aspectos tales como los espacios de sus casas o el uso del tiempo.

6 Los mall lindan con la obscenidad. En ellos puede constatarse, mejor que en parte alguna, la lógica capitalista del despilfarro. En ellos se observa palpablemente que la producción no se rige sólo por necesidades, sino que también por la competencia siguiendo los vaivenes de la moda. Esto fuerza a la continua renovación de objetos que no han terminado su ciclo de vida, pero que son desplazados por cambios del gusto o, en el mejor de los casos, por cambios marginales de utilidad. En los mall se ve cómo se malgastan recursos sin considerar la miseria de millones, sin tomar en cuenta los sacudones internos que puede producir la inducción del deseo de consumir en seres que no pueden satisfacer ese impulso.

7. La obscenidad consiste en escenificar esa agobiante abundancia a pocos miles de metros de la miseria, en exhibirlas antes los ojos de los parias sin dinero ni crédito, que tienen el derecho de peregrinar hacia esos templos para mirar, incluso para tocar, pero sin poder adquirir. Tomás Moulian. En El consumo me consume. Santiago. 1999.

A partir de lo leído responde de manera clara y completa las siguientes

Nivel Literal:

A partir de lo leído responde de manera clara y completa las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la opinión que el autor tiene del mall
2. Explica qué contradicciones halla el autor en el mall. (1 punto)
3. ¿En qué consiste la obscenidad que le otorga el autor al mall? (1 punto)
4. ¿Cuál es la reflexión que hace el autor sobre la ubicación de un mall? (1 punto)

5. Que estrategias usa el mall para incentivar el consumo de sus productos

Nivel léxico

1. Rumbo
A) Viaje B)Marcha C)Camino D)Carrera E)Sentido

2) DISPOSITIVOS
A) Causas B) Motores C) Ayudas D)Patrocinadores E)Mecanismos

3. SIMULACIÓN
A) Fingimiento B) Hipocresía C) Cuento D) Fraude E) Pretexto

Nivel Inferencial

5. Con respecto al texto leído es FALSO que el mall

A) es un espacio público con aspecto de espacio privado.
B) junto con los créditos masivos facilita el consumo.
C) es un mundo de variedades ilimitadas.
D) dispone los objetos simulando que están a libre disposición.
E) posee sistemas de vigilancia por medio de cámaras invisibles.

6 El texto leído se caracteriza por
I. la alusión a experiencias vividas por el emisor.
II. la presencia de opiniones del emisor.
III. el tratamiento de una temática literaria.
A) Sólo I B)Sólo II C) Sólo I y II D) Sólo II y III E) I, II y III

7 ¿Cuál es el propósito comunicativo del autor del texto?
A) Relatar acontecimientos vividos al visitar un mall.
B) Expresar una opinión fundamentada con respecto al mall.
C) Explicar cómo realmente funcionan los mall.
D) Estructurar el texto en introducción, desarrollo y conclusión.
E) Describir subjetivamente un lugar público.

8 Del texto leído se puede inferir que
A) nada escapa a la vigilancia secreta de las cámaras.
B) en los mall cuesta orientarse porque todo se parece.
C) los mall engañan a la gente que acude a ellos.
D) los sanitarios se ubican en lugares estratégicos.
E) el modo de exhibir los objetos incita el consumo.

Nivel crítico valorativo

1. Según el párrafo 4 y considerando aprendizajes de la asignatura de Historia, Analiza y expone ¿Qué ventajas y desventajas tiene comprar a crédito?
2. ¿Por qué crees las personas consideran ir al mall como un panorama familiar? ¿estás de acuerdo o en contra? ¿por qué?

ACTIVIDAD 2

Proyecto interdisciplinario Lengua y Literatura e Historia y ciencias de Sociales

Unidades de Economía y Comprensión Lectora

LEE LOS SIGUIENTES TEXTOS Y LUEGO CONTESTA LAS PREGUNTAS RELATIVAS A Lenguaje e Historia (Página 58 – 59 y 60 de tu texto de historia)

<u>Preguntas de desarrollo</u>

1. **Señala en breves palabras cual es la idea central de cada texto (recursos 40 a 44)**
2. **Señala un sinónimo para las siguientes palabras que aparecen en los textos:**

-Degradación (rec 40) -Emulación (rec 41) - Auténtica(rec42) inmersos (rec43) Catalogar (rec44)

3. ¿Qué semejanzas y qué diferencias respecto del análisis crítico del rol del consumo en las sociedades actuales pueden destacarse entre las fuentes 40, 41 y 42?
4. Expliquen con sus propias palabras la diferencia entre consumo y consumismo.
5. ¿Qué aspectos positivos respecto de los consumidores expone la fuente 43? ¿Qué desafíos plantea?
6. ¿De qué forma creen que se puede contribuir a mejorar el comportamiento de las personas frente al consumo?
7. ¿Qué rol atribuyen las fuentes 43 y 44 a los medios de comunicación respecto de la actual cultura del consumo.?
8. A tu juicio ¿Por que crees que las personas compran cosas que no necesitan?. Argumenta y ejemplifica

ACTIVIDAD 3 _ ‘Happiness’

Ver video https://www.youtube.com/watch?v=e9dZQelULDk&t=3s&ab_channel=SteveCutts

CONTESTA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS EN BASE AL VIDEO VISTO:

1. **Realiza una Síntesis Argumental del cortometraje (¿De que se trata?)**

2. **¿Por qué se llama ‘Happiness’ (FELICIDAD)? Fundamenta.**

3. **¿Por qué crees que el creador del cortometraje decide usar ratones como personajes en su historia?**

4. **Considerando lo visto en la Unidad sobre consumismo de Historia y Lenguaje, y el Video Happíness; qué se entiende por “sociedad de consumo”. ¿qué aspectos negativos o positivos tiene esta?**

5. **Realiza un breve comentario del cortometraje. ¿Que te pareció? ¿qué mensaje te deja?**