

LECTURA A NIVEL INTERPRETATIVO SINTETIZAR

1. Objetivo

- Jerarquizar información textual para reconocer o construir la idea principal de un fragmento o de la totalidad de un texto.

2. Contenidos

Lectura a nivel interpretativo (Cap. X. 5.2.2.1)

3. Pauta

EJERCICIO 1: SÍNTESIS LOCAL

LECTURA 1	
Tema	B
Idea central	A

LECTURA 2	
Tema	B
Idea central	B

LECTURA 3	
Tema	A
Idea central	C

LECTURA 4	
Tema	C
Idea central	B

LECTURA 5	
Tema	A
Idea central	B

LECTURA 6	
Tema	C
Idea central	A

EJERCICIO 2: SÍNTESIS GLOBAL/REFORMULAR PARA SINTETIZAR

a) (Respuestas sugeridas)

1. **Idea principal:** Muchos esperan que la ciencia solucione todos nuestros problemas.
2. **Idea principal:** En la actualidad, es difícil hacer ciencia por razones económicas.
3. **Idea principal:** El progreso científico es posible gracias al aporte financiero de diversas entidades.

Síntesis global: La ciencia necesita recursos económicos para avanzar y satisfacer nuestras necesidades.

b) (Respuestas sugeridas)

1. **Idea o título:** El crecimiento de la riqueza e influencia de las multinacionales se origina en la idea que las empresas deben producir marcas y no productos.
 2. **Idea o título:** Antes, la principal preocupación de las empresas era fabricar artículos de calidad.
 3. **Idea o título:** La función básica de la economía industrial es fabricar cosas, y es en la fábrica donde se origina el poder de compra.
 4. **Idea o título:** Hacia la década de 1980 se concluyó que el proceso de producción ya no era la ruta del éxito, sino un estorbo.
 5. **Idea o título:** En los 80 surgen compañías exitosas que plantean que lo principal de las empresas es producir imágenes de sus marcas.
 6. **Idea o título:** Las fusiones de empresas son engañosas: parecen agrandarse, pero en realidad se empequeñecen para alcanzar su objetivo de retirar sus inversiones del mundo de las cosas.
 7. **Idea o título:** La creación y fortalecimiento de imágenes de marca exige una imaginería constantemente renovada y nuevos espacios para difundirlas.
 8. **Idea o título:** A continuación, se analizará cómo las necesidades de las marcas luchan contra lo privado y lo público, la nacionalidad y la identidad.
- Idea global:** El cambio de la empresa como fabricante de cosas a la empresa como fabricante de imágenes de marca lleva a un conflicto entre las marcas y lo público/privado.

c)

1.	B
2.	C
3.	C
4.	D
5.	A