

Este sábado 11 de marzo

SAMSUNG

hasta 30% dcto.
pagando con tu **tarjeta éxito**

hasta 20% dcto.
con cualquier medio de pago

CELULARES marca SAMSUNG

Todos celulares incluyen la Sim Móvil Éxito para que salgas hablando y navegando

éxito

inventario de cada uno de los almacenes participantes. Los recursos promocionales se consumen después de los recursos tarifcados. Los planes y paquetes entregados no son reembolsables en dinero y tienen una vigencia de 30 días o hasta consumir los recursos. Consulta más información y condiciones de navegación en www.movilexito.com. Oferta muebles válidos el 11 y 12 de marzo de 2017. 8.500 unidades

1. A que se refiere García Canclini con la frase: “la omnipotencia de los medios masivos”. Utiliza la anterior imagen para argumentar tu respuesta.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO LA TELEVISION, RADIO, INTERNET SE PRESTA PARA VENDER EL PRODUCTO E INCLUSO LOS COLORES LLAMATIVOS Y DESCUENTOS COMO SE PUEDE VER EL LA IMAGEN, INSITAN A LA COMPRA DE ESTOS PRODUCTOS

2. ¿Según la lectura, en el lenguaje ordinario que significa consumir?

CONSUMIR SIGNIFICA COMPRAR COSAS DE UTILIDAD O TAMBIEN VISEVERSA , COSAS QUE SOLO PUEDAN TENER UN SOLO USO Y NO SE VUELVA A UTILIZAR PORQUE SOLO SE COMPRA POR GUSTO

3. ¿Consideras que cuando compras algo actúas siempre irreflexivamente? argumenta

EN OCACIONES SI, YA QUE SI HAY ALGO QUE ME GUSTA SE COMPRA ASI NO SEA NECESARIO, INCLUSO SOLO ES POR LUJO PORQUE POCO SE UTILIZA

PARTE 2

Todavía hay quienes justifican la pobreza porque la gente compra televisores, videocaseteras y, coches mientras le falta casa propia. ¿Cómo se explica que familias a las que no les alcanza para comer y vestirse a lo largo del año, cuando llega Navidad derrochen el aguinaldo en fiestas y regalos? ¿No se dan cuenta los adictos a los medios de que los noticieros mienten y las telenovelas distorsionan la vida real? Más que responder a estas preguntas se puede discutir la manera en que están formuladas. Ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. Se sabe que buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarían a los receptores: entre unos y otros se reconocen mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo. (1) En dichos análisis, asimismo, se han dejado de concebir los vínculos entre quienes emiten los mensajes y quienes los reciben únicamente como relaciones de dominación. La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de colaboración y transacción entre unos y otros.

5 ¿En la siguiente imagen quien es el receptor y quien el emisor?

EL EMISOR ES EL PRODUCTO O LA FORMA QUE LO PROMOCIONAN Y EL RESEPTOR SOMOS NOSOTROR QUIENES OBSERBAMOS LA INFORMACION

4. ¿Por el grupo de compañeros de estudio o de trabajo sirven como mediadores para el consumo de este producto?

SI SERVIRIAMOS PARA SER MEDIADORES PORQUE SI SE LE DA UN USO AL PRODUCTO SE LE ESTA DANDO A MOSTRAR AL PUBLICO PARA QUE DE IGUAL FORMA ELLOS COMPREN LAS ZAPATILLAS

PARTE 3



PARTE 3

EL CONSUMO		
Como producción y reproducción social	Como escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo	Como lugar de diferenciación y distinción entre las clases y los grupos
		
ESTE PRODUCTO A PESAR DE QUE TAMBIEN GENERA TRABAJO A CAMPESINOS Y CIUDADANOS EN EMPRESAS, TAMBIEN ES UN PRODUCTO QUE GENERA NECESIDAD YA QUE ES UN PRODUCTO QUE SIEMPRE SE CONSUME EN LA MAYORIA DE HOGARES	ESTE PRODUCTO VA ROMOCIONADO PARA LOS NIÑOS YA QUE LA MAYORIA DE POBLACION ES CONSUMIDOR DE ESTE PRODUCTO Y SEGÚN ELLOS LA COLADAD ES MUY BUENA ASI QUE ES MUY SOLISITADO POR LOS NIÑOS	ESTA PODRIA CONSIDERARCE UNA NECESIDAD MATERIAL YA QUE AYUDA A TRASPORTARCE, PERO CREERIA YO QUE ES MAS UN GUSTO POR SATISFACER QUE NO UNA NECESIDAD

3) ANALISIS DE LO QUE SE CONSUME EN CASA

LO QUE CONSUMIMOS EN CASA NORMLAMENTE SON PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y CREERIA YO QUE SE ENCUENTA EN LA PARTE TEORICA DE (**Como producción y reproducción social**) PORQUE ES ALGO QUE SE NECESITA PARA SUBSISTIR DIARIAMENTE AUNQUE POR LO GENERAL LAS MARCAS QUE SE CONSUMEN, SE UTILIZAN MAS POR CALIDAD QUE POR QUIEN Y COMO LA PROMOCIONAN .