

Colegio Bilingüe en Computación San Bernabé

1ro Básico, Comunicación y Lenguaje
Parcial No. 7 - 4to Bimestre

Nombre: _____

Clave: _____ Fecha: _____

- I. Elige tu mejor respuesta.
 1. Es considerado como la unidad del lenguaje con carácter comunicativo más completo y amplio. Está formado por palabras, enunciados y párrafos que tienen una extensión que varía, desde una palabra hasta una novela.
 - a. El texto
 - b. Planeación del texto
 - c. Definir la tarea
 - d. Generar ideas
 2. Toma en cuenta el tema (acerca de qué se va a escribir), el propósito (para qué se va a escribir), el destinatario (para quién se va a escribir) y el tipo de texto (qué se va a escribir).
 - a. El texto
 - b. Planeación del texto
 - c. Definir la tarea
 - d. Generar ideas
 3. En esta etapa, el redactor se ocupa de idear y planificar sus escritos.
 - a. El texto
 - b. Planeación del texto
 - c. Definir la tarea
 - d. Generar ideas
 4. Se contempla todos los aspectos que se quieren tratar.
 - a. El texto
 - b. Planeación del texto
 - c. Definir la tarea
 - d. Generar ideas
 5. Se revisan todas las fuentes dónde se pueda encontrar la información requerida.
 - a. El texto
 - b. Buscar información
 - c. Definir la tarea
 - d. Generar ideas
 6. Se establece una estructura clara (qué tema se va a tratar y cómo, y en qué orden se desarrollarán las ideas).
 - a. El texto
 - b. Buscar información
 - c. Definir la tarea
 - d. Organización del escrito
 7. Es crear una primera versión del texto que se quiere escribir, es decir, un primer borrador que más tarde se revisará, corregirá y se pasará en limpio.
 - a. El texto
 - b. Producción del texto
 - c. Definir la tarea
 - d. Organización del escrito
 8. Es el producto de la actividad artística verbal. Tiene la intención de proporcionar goce estético.
 - a. Texto científico
 - b. Texto periodístico
 - c. Texto literario
 - d. Organización del escrito
 9. Tiene por objeto la divulgación del conocimiento.
 - a. Texto científico
 - b. Texto periodístico
 - c. Texto literario
 - d. Organización del escrito
 10. Se propone informar, opinar, anunciar o divertir.
 - a. Texto científico
 - b. Texto periodístico
 - c. Texto literario
 - d. Organización del escrito
 11. Son sistemas a través de los cuales se transmite información a un público amplio.
 - a. Medios de comunicación
 - b. La radio
 - c. El periódico
 - d. La televisión

12. Transmite mensajes a millones de personas y tiene una gran cobertura. Sus mensajes precisan de elementos fundamentales, como los efectos, la música e, incluso, el silencio, ya que debido a que el receptor no tiene contacto visual con el emisor, todas las emociones ideas y acciones deben ser expresadas por medio de recursos sonoros.
 - a. Medios de comunicación
 - b. La radio
 - c. El periódico
 - d. La televisión
13. Brinda información sobre el acontecer nacional y mundial, así como mensajes publicitarios. Estos mensajes se caracterizan por ser breves y objetivos.
 - a. Medios de comunicación
 - b. La radio
 - c. El periódico
 - d. La televisión
14. Es el medio, por excelencia, más aceptado por la población por proyectar imágenes como reflejo exacto de la realidad y permitir presenciar cualquier espectáculo sin necesidad de desplazarse.
 - a. Medios de comunicación
 - b. La radio
 - c. El periódico
 - d. La televisión
15. Es la red más grande del mundo que intercambia información y envía mensajes a través de una computadora.
 - a. La internet
 - b. La radio
 - c. El periódico
 - d. La televisión
16. Usa un lenguaje persuasivo que, junto a imágenes y sonidos, busca convencer e influir en el público.
 - a. La internet
 - b. La radio
 - c. La publicidad
 - d. La television
17. Aparece en diarios, revistas, carteleras, correo directo.
 - a. Impresas
 - b. Institucional
 - c. Audiovisual
 - d. Comercial
18. Tiene fines ideológicos, difunde ideas, principios y hábitos.
 - a. Impresas
 - b. Institucional
 - c. Audiovisual
 - d. Comercial
19. Se transmite en radio, televisión, cine, internet. Según la finalidad.
 - a. Impresas
 - b. Institucional
 - c. Audiovisual
 - d. Comercial
20. Su objetivo es la venta de productos y servicios.
 - a. Impresas
 - b. Institucional
 - c. Audiovisual
 - d. Comercial
21. Son las funciones de los medios de comunicación.
 - a. informar, opinar y entretener
 - b. informar, persuadir y enojar
 - c. informar, ganar y distraer
 - d. informar, opinar y destacar
22. Con mucho cuidado y esmero, hasta en los pequeños detalles.
 - a. Minuciosamente
 - b. Incurrir
 - c. Versión
 - d. Ninguna de las anteriores
23. Caer o cometer una falta o error.
 - a. Minuciosamente
 - b. Incurrir
 - c. Versión
 - d. Ninguna de las anteriores
24. Modo que tiene cada uno de referir un mismo suceso. Formas que adoptan la relación de un suceso, el texto de una obra o la interpretación de un tema.
 - a. Minuciosamente
 - b. Incurrir
 - c. Versión
 - d. Visión

25. Es la red más grande del mundo que intercambia información y envía mensajes a través de una computadora. Se ha logrado constituir en la más grande "superautopista de la información", es decir, una inmensa biblioteca a la que se puede acceder desde cualquier computadora conectada a la red.
- a. La internet
 - b. La radio
 - c. La televisión
 - d. El periódico
26. Brinda información sobre el acontecer nacional y mundial, así como mensajes publicitarios. Estos mensajes se caracterizan por ser breves y objetivos.
- a. La internet
 - b. La radio
 - c. La televisión
 - d. El periódico
27. Transmite mensajes a millones de personas y tiene una gran cobertura. Sus mensajes precisan de elementos fundamentales, como los efectos, la música e, incluso, el silencio, ya que debido a que el receptor no tiene contacto visual con el emisor, todas las emociones, ideas y acciones deben ser expresadas por medio de recursos sonoros.
- a. La internet
 - b. La radio
 - c. La televisión
 - d. El periódico
28. Es el medio, por excelencia, más aceptado por la población por proyectar imágenes como reflejo exacto de la realidad y permitir presenciar cualquier espectáculo sin necesidad de desplazarse.
- a. La internet
 - b. La radio
 - c. La televisión
 - d. El periódico
29. Escriba las características del lenguaje publicitario:
- 1.
 - 2.
 - 3.

