
	SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTIÓN DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRÁFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUIA DE APRENDIZAJE	V1 Julio 2020	

Básica Secundaria	Área de Humanidades y lengua castellana	9.A y 9.B
Docente: Raxson Montilla N.	Correo electrónico: raxson.montilla@gimnasiograncolombiano.edu.co	Para 2 semanas

Estándar

- **PRODUCCIÓN TEXTUAL:** produzco textos escritos que evidencian el conocimiento que he alcanzado acerca del funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación y el uso de las estrategias de producción textual.
- **COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN TEXTUAL:** Comprendo e interpreto textos, teniendo en cuenta el funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación, el uso de estrategias de lectura y el papel del interlocutor y del contexto.

Derechos básicos de aprendizaje

- Confronta los discursos provenientes de los medios de comunicación con los que interactúa en el medio para afianzar su punto de vista particular.
- Interpreta textos atendiendo al funcionamiento de la lengua en situaciones de comunicación, a partir del uso de estrategias de lectura.
- Produce textos verbales y no verbales, a partir de los planes textuales que elabora, y siguiendo procedimientos sistemáticos de corrección lingüística.

Competencias

- Búsqueda de la información sobre el tema y reconoce las diferentes fuentes de información.
- Reflexionar acerca de la temática planteada y desarrollar el tema dando a conocer sus ideas y argumentos.

Objetivos de aprendizaje

- Indicar la actitud que debería tener la escuela frente a los medios de comunicación.
- Asumir una actitud crítica frente a los medios de comunicación.

Fundamentación teórica

Medios y escuela, su relación en el siglo XXI

La educación formal y los medios de comunicación (junto a la familia) son en la actualidad las instituciones básicas que utiliza nuestra cultura para contribuir a formar a las personas en sus valores, creencias, modelos culturales y expectativas de vida. Desde hace ya tiempo, y últimamente a pasos agigantados, la influencia que los medios de comunicación social están alcanzando, como instituciones socializadoras, es cada vez mayor.

El acercamiento hacia los medios de comunicación se ha efectuado desde posturas que podríamos llamar por una parte apocalípticas, y por otra integradas. Las apocalípticas implican un fuerte rechazo hacia los medios por ser los causantes de todos los males (violencia, pornografía, falta de respeto a las minorías, consumo, falta de valores solidarios, etc.), y en la integrada los medios nos ofrecen la posibilidad de ver otros mundos, acceder a otras realidades, educarnos o estar informados. Las funciones que se le han asignado a los medios de comunicación son diversas: informadora-comunicativa, económica, estética, expresiva, de diversión-entretenimiento, sustitutiva de la realidad y socializadora. Desde esta perspectiva los medios desempeñan también una función ideologizante y adoctrinante, en cuanto sistema de representación de la realidad sociocultural, económica y política donde se desarrolla el individuo. El hecho de que ambas instituciones (medios y escuela) persigan esta función, el creciente

volumen de medios que penetran en los hogares (televisión, radio, internet, etc.), las influencias que se les asignan, y las repercusiones en los estudiantes y las familias, hace necesario que reflexionemos sobre qué relaciones se pueden establecer entre ellos, y qué podemos hacer para realizar un uso más crítico, reflexivo y significativo de los medios (Cipes, 2015).

Ejercicio 1

Analiza las diez estrategias (escritas por el lingüista Noam Chomsky) que utilizan los medios de comunicación masiva para manipular y persuadir a las personas en alguno de los siguientes videos o en el texto siguiente. Luego, desarrolla la tabla con ejemplos, citas e ideas y explicaciones sobre tu selección.

<https://www.youtube.com/watch?v=wQ78ENdb0QQ>

<https://www.youtube.com/watch?v=BU9xw5GBHLs>

<https://www.youtube.com/watch?v=-ZLrQphY2cI>



1- La estrategia de la distracción

El elemento primordial del control social es la estrategia de la distracción que consiste en desviar la atención del público de los problemas importantes y de los cambios decididos por las élites políticas y económicas, mediante la técnica del diluvio o inundación de continuas distracciones y de informaciones insignificantes. La estrategia de la distracción es igualmente indispensable para impedir al público interesarse por los conocimientos esenciales en el área de la ciencia, la economía, la psicología, la neurobiología y la cibernética. “Mantener la atención del público distraída, lejos de los verdaderos problemas sociales, cautivada por temas sin importancia real. Mantener al público ocupado, ocupado, ocupado, sin ningún tiempo para pensar; de vuelta a la granja con los otros animales (cita del texto Armas silenciosas para guerras tranquilas)”.

2- Crear problemas, después ofrecer soluciones

Este método también es llamado “problema-reacción-solución”. Se crea un problema, una “situación” prevista para causar cierta reacción en el público, a fin de que éste sea el mandante de las medidas que se desea hacer aceptar. Por ejemplo: dejar que se desenvuelva o se intensifique la violencia urbana o planear y ejecutar atentados sangrientos, a fin de que el público sea el demandante de leyes de seguridad y políticas en perjuicio de la libertad. O también: crear una crisis económica para hacer aceptar como un mal necesario el retroceso de los derechos sociales y el desmantelamiento de los servicios públicos.

3- La estrategia de la gradualidad

Para hacer que se acepte una medida inaceptable, basta aplicarla gradualmente, a cuentagotas, por años consecutivos. De esa manera condiciones socioeconómicas radicalmente nuevas (como el neoliberalismo) fueron impuestas durante las décadas de 1980 y 1990: Estado mínimo, privatizaciones, precariedad, flexibilidad, desempleo en masa, salarios que ya no aseguran ingresos decentes, tantos cambios que hubieran provocado una revolución si hubiesen sido aplicadas de una sola vez.

4- La estrategia de diferir

Otra manera de hacer aceptar una decisión impopular es la de presentarla como “dolorosa y necesaria”, obteniendo la aceptación pública, en el momento, para una aplicación futura. Es más fácil aceptar un sacrificio futuro que un sacrificio inmediato. Primero, porque el esfuerzo no es empleado inmediatamente. Luego, porque el público, la masa, tiene siempre la tendencia a esperar ingenuamente que “todo irá mejorar mañana” y que el sacrificio exigido podrá ser evitado. Esto da más tiempo al público para acostumbrarse a la idea del cambio y de aceptarla con resignación cuando llegue el momento.

5- Dirigirse al público como criaturas de poca edad

La mayoría de la publicidad dirigida al gran público utiliza discurso, argumentos, personajes y entonación particularmente infantiles, muchas veces próximos a la debilidad, como si el espectador fuese una criatura de poca edad o un deficiente mental. Cuanto más se pretenda engañar al espectador, más se tiende a adoptar un tono

infantilizante. ¿Por qué? “Si uno se dirige a una persona como si ella tuviese la edad de 12 años o menos, entonces, en razón de la sugestionabilidad, tenderá, con cierta probabilidad, a una respuesta o reacción también desprovista de un sentido crítico como la de una persona de 12 años o menos de edad (ver Armas silenciosas para guerras tranquilas)”.

6- Utilizar el aspecto emocional mucho más que la reflexión

Hacer uso del aspecto emocional es una técnica clásica para causar un corto circuito en el análisis racional y por ende al sentido crítico de los individuos. Por otra parte, la utilización del registro emocional permite abrir la puerta de acceso al inconsciente para implantar o injertar ideas, deseos, miedos y temores, compulsiones o inducir comportamientos.

7- Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad

Hacer que el público sea incapaz de comprender las tecnologías y los métodos utilizados para su control y su esclavitud. “La calidad de la educación dada a las clases sociales inferiores debe ser la más pobre y mediocre posible, de forma que el nivel de la ignorancia que planea entre las clases inferiores y las clases sociales superiores sea y permanezca imposible de alcanzar para las clases inferiores” (ver Armas silenciosas para guerras tranquilas).

8- Estimular al público a ser complaciente con la mediocridad

Promover en el público la idea de que es moda el hecho de ser estúpido, vulgar e inculto...

9- Reforzar la autoculpabilidad

Hacer creer al individuo que es solamente él el culpable por su propia desgracia, por causa de la insuficiencia de su inteligencia, de sus capacidades o de sus esfuerzos. Así, en lugar de rebelarse contra el sistema económico, el individuo se autoinvalida y se culpa, lo que genera un estado depresivo, uno de cuyos efectos es la inhibición de su acción. ¡Y, sin acción, no hay revolución!

10- Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen

En el transcurso de los últimos 50 años, los avances acelerados de la ciencia han generado una creciente brecha entre los conocimientos del público y aquellos poseídos y utilizados por las élites dominantes. Gracias a la biología, la neurobiología y la psicología aplicada, el “sistema” ha disfrutado de un conocimiento avanzado del ser humano, tanto de forma física como psicológicamente. El sistema ha conseguido conocer mejor al individuo común de lo que él se conoce a sí mismo. Esto significa que, en la mayoría de los casos, el sistema ejerce un control mayor y un gran poder sobre los individuos, mayor que el que los individuos tienen y ejercen sobre sí mismos.

FUENTE: <http://pijamasurf.com/2010/09/las-10-principales-estrategias-de-manipulacion-mediatica/>

Estrategia	Ejemplo	Lo que nos dice (cita)	Debate o explicación
Distracción			
Crear problemas, después ofrecer soluciones			
Gradualidad			
Diferir			
10 años			

Emocional vs crítico			
Ignorancia y mediocridad			
Reforzar la autoculpabilidad			
Hacer creer a la persona que es estúpido, vulgar e inculto...			
Conocer a los individuos mejor de lo que ellos mismos se conocen			

Para presentar la actividad debes tener en cuenta:

Docente encargado: Raxson Montilla Narváez

Área: Humanidades y Lengua Castellana

Correo electrónico: raxson.montilla@gimnasiograncolombiano.edu.co

WhatsApp: 3127271592

Se puede trabajar en el documento impreso: realiza la actividad, escanear el documento o tomar unas buenas fotos (claras y legibles) y envíalas al correo electrónico o al WhatsApp. En caso de contar con un computador con internet en casa, enviar un email solicitando el documento de trabajo. Después, realiza la actividad y envíala en formato digital.

Nota: no olvides marcar el documento con tu nombre y curso.

Criterios de evaluación

- Selección de la información y la manera de abordarlo adoptando una posición crítica.
- Lleva a cabo procedimientos de búsqueda, selección y almacenamiento de información.
- Organización de la información seleccionada.
- Tiene en cuenta la adecuación, la coherencia, la cohesión y la corrección gramatical.

Bibliografía

- Cipes. (30 de Abril de 2015). Medios y escuela y su relación en el siglo XXI. Obtenido de [http:// www.cipes.org/](http://www.cipes.org/): <http://www.cipes.org/articulos/319%20-%20Medios%20y%20Escuela%20su%20relacion%20en%20el%20Siglo%20XXI.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2006). *Estándares básicos de competencias en lenguaje, matemáticas, ciencias y ciudadanas*. Bogotá: MEN. Recuperado de <http://is.gd/kqjT0a>
- Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2015a). *Derechos básicos de aprendizaje*. Bogotá: MEN. Recuperado de <http://is.gd/SMxhPP>
- Ministerio de Educación Nacional (MEN) (2012). *Secundaria activa. Grado sexto Lenguaje*. Bogotá: MEN. Recuperado de http://redes.colombiaaprende.edu.co/ntg/men/archivos/Referentes_Calidad/Modelos_Flexibles/Secundaria_Activa/Guias_del_estudiante/Lenguaje/LG_Grado06.pdf
- <http://pijamasurf.com/2010/09/las-10-principales-estrategias-de-manipulacion-mediatica/>