

Lenguaje | 8^o Octavo

Escuela Nueva - Escuela Activa

Módulo de
Lenguaje

UNIDADES
3 - 4

Presentación

La alianza por la Educación Rural de Antioquia ERA tiene el propósito de fortalecer la educación rural en todos los niveles, aportando en términos de cobertura, calidad y pertinencia, con el fin de contribuir significativamente al desarrollo social y económico de las comunidades en sus territorios. Para lograrlo, está implementando un programa de acompañamiento a las instituciones y sus sedes educativas, basado en los principios de las pedagogías activas, que articula todos los niveles educativos hasta llegar a la Universidad en el Campo.

Los principios de las pedagogías activas parten del ser: la persona como centro de un aprendizaje activo y significativo. Pretenden brindar una educación que facilite al individuo desempeñarse en los diferentes aspectos de la vida, ser feliz, proyectarse y ser útil a su comunidad.

El material de interaprendizaje es fundamental para el desarrollo de las pedagogías activas. Este centra el aprendizaje en el estudiante, responde de manera significativa a cada uno de los principios y favorece sustancialmente el desarrollo de competencias. Está compuesto por módulos que contienen guías con las que los estudiantes interactúan, dialogan, y en las que se promueven diferentes formas de trabajo como: trabajo individual, en equipo o en grupo. El trabajo con guías de interaprendizaje propicia la reflexión, el trabajo colaborativo y el desarrollo de la autonomía, a través de momentos que se relacionan y dan significado a los aprendizajes.

Además, los módulos son herramientas que le facilitan al docente su labor como mediador en el proceso de aprendizaje y posibilitan el trabajo en aulas multigrado (varios grados en una misma aula), donde el maestro debe acompañar las diferentes áreas del currículo.

Agradecemos al área de educación del Comité de Cafeteros de Caldas por compartir con las comunidades de Antioquia su experiencia y el material desarrollado; un material diseñado teniendo en cuenta las pautas propuestas por el Ministerio de Educación Nacional y las necesidades del contexto rural.

Este material no pretende remplazar al maestro y, por el contrario, es una oportunidad para fortalecer su rol dentro del aula de clase y en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Invitamos a los directivos docentes, maestros y estudiantes a utilizar de manera responsable este material, a adoptarlo y adaptarlo como apoyo al desarrollo del plan curricular. Hacerlo, dará mayores oportunidades al desarrollo rural de nuestra región.



PRESENTACIÓN

Uno de los insumos importantes del programa Escuela Nueva – Escuela Activa lo constituyen los materiales de interaprendizaje para estudiantes. El valor pedagógico que tienen las guías o módulos en la aplicación de los principios de la Escuela Nueva – Escuela Activa, se asocia con el desarrollo de competencias básicas, ciudadanas, laborales y demás competencias necesarias para el buen desempeño social de los estudiantes; además, la estructura metodológica del material, favorece el trabajo colaborativo y en equipo, la participación, la autonomía, las relaciones escuela – comunidad- escuela, la creatividad y el pensamiento lógico, a la vez que forma a los estudiantes en las diferentes disciplinas del conocimiento.

El presente módulo de interaprendizaje de Lenguaje para grado 8° fue construido en el marco de una Alianza de amplia trayectoria, constituida por el Comité Departamental de Cafeteros de Caldas y la Fundación Luker, y hace parte de las estrategias del Plan de Mejoramiento al Desempeño propuesto por estas dos instituciones, cuyo propósito fundamental es intervenir en la calidad de la educación básica de establecimientos educativos rurales y urbanos vinculados al programa Escuela Nueva y Escuela Activa Urbana.

El diseño de este módulo se realizó en concordancia con el modelo pedagógico activo y responde a los lineamientos de política del Ministerio de Educación Nacional en cuanto a los estándares curriculares y el enfoque de formación por competencias, además, introduce un componente de apoyo en la evaluación, que había sido ampliamente demandado por los docentes de Escuela Nueva y Escuela Activa Urbana.

Invitamos a los maestros y estudiantes a asumir este material como uno de los recursos que apoya el desarrollo del plan curricular. Su aprovechamiento eficaz, requiere por tanto, de la mediación permanente del maestro y en ningún caso pretende reemplazar su importante labor en el aula de clase.

La Fundación Luker y el Comité Departamental de Cafeteros de Caldas resaltan y agradecen a todas aquellas personas e instituciones que colaboraron en la construcción de esta nueva versión de Módulos, con la que esperamos contribuir para que los niños, niñas y jóvenes de Caldas y de Colombia, puedan tener una mejor educación como una condición de equidad, que les dará mayores posibilidades de alcanzar un proyecto de vida digno, donde todos y todas tengan igual oportunidad.

Fundación Luker
Comité Departamental de Cafeteros de Caldas
Manizales, Junio de 2014

CRÉDITOS MÓDULOS LENGUAJE GRADO SEXTO COMITÉ DIRECTIVO

- ▶▶ Elsa Inés Ramírez Murcia
Coordinadora Desarrollo Social
Programas de Educación
Comité de Cafeteros de Caldas
- Pablo Jaramillo Villegas.
Gerente Fundación Luker
- Santiago Isaza Arango
Director Educación Fundación Luker

COORDINACIÓN

- ▶▶ Alexander Ossa Calvo
Comité de Cafeteros de Caldas
- Paola Andrea Vallejo Aristizábal
Comité de Cafeteros de Caldas

EQUIPO TÉCNICO

- ▶▶ María Piedad Marín Gutiérrez
Consultora Fase de Planeación
- Diego Villada Osorio
Consultor Mallas Curriculares
- Claudia Patricia Valencia
Revisión Metodológica

CORPOEDUCACIÓN

- ▶▶ Liz Stefany López Ospina
Coordinadora
Sandra Milena Díaz López
Revisión Disciplinar

AUTORES

- ▶▶ Mary Luz Montoya Sáenz

ELABORACIÓN DE MALLAS CURRICULARES

- ▶▶ María Alexandra Villa Orrego (Universidad de Antioquia-Acompañamiento Técnico), María Eugenia Carvajal Hernández, María Andrea Guarín Ramírez, Esperanza Marín Martínez, Sonia Yaneth Castañeda Gallo, Luz Adriana Castaño Ladino, Germán Hurtado, Lorena Medina Ramírez.

VALIDACIÓN

- ▶▶ Carlos Alberto Marín Monroy, Marta Cristina Ruiz Tobón, Luz Albery Villa Valencia, Janinys Tatiana Celin Barraza, Sandra Liliana Méndez Cano, María Del Pilar Benavides Mejía, Ángela María Vinasco Villa, Liliana Álvarez Vargas, Paula Ximena Chica Giraldo, Luz Janeth Gómez García.

DISEÑO PROYECTO GRÁFICO Y DIAGRAMACIÓN

- ▶▶ Editorial Blanecolor S.A.S. Manizales

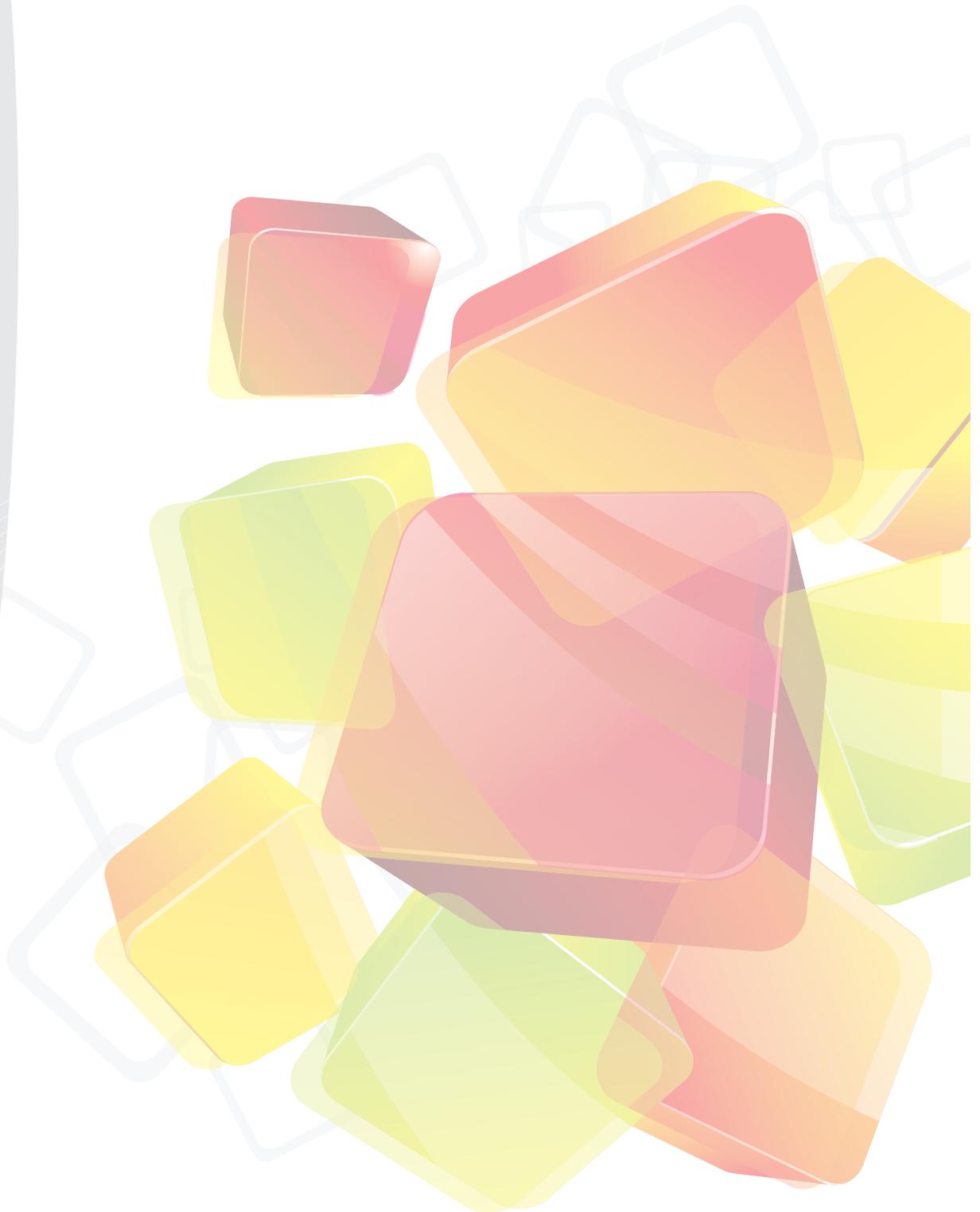
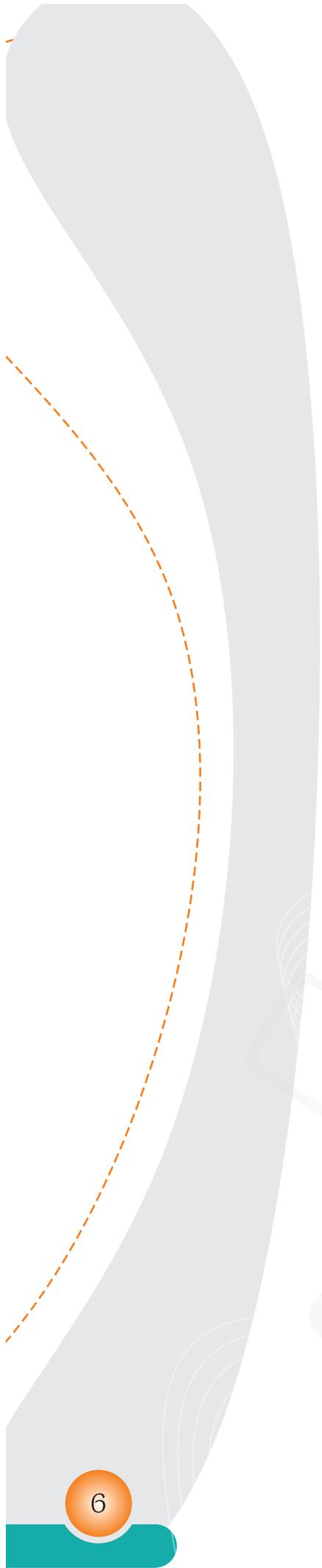
IMPRESIÓN

- ▶▶ Carvajal Soluciones de Comunicación S.A.S. Mayo 2019

ISBN: 978-958-8702-60-5

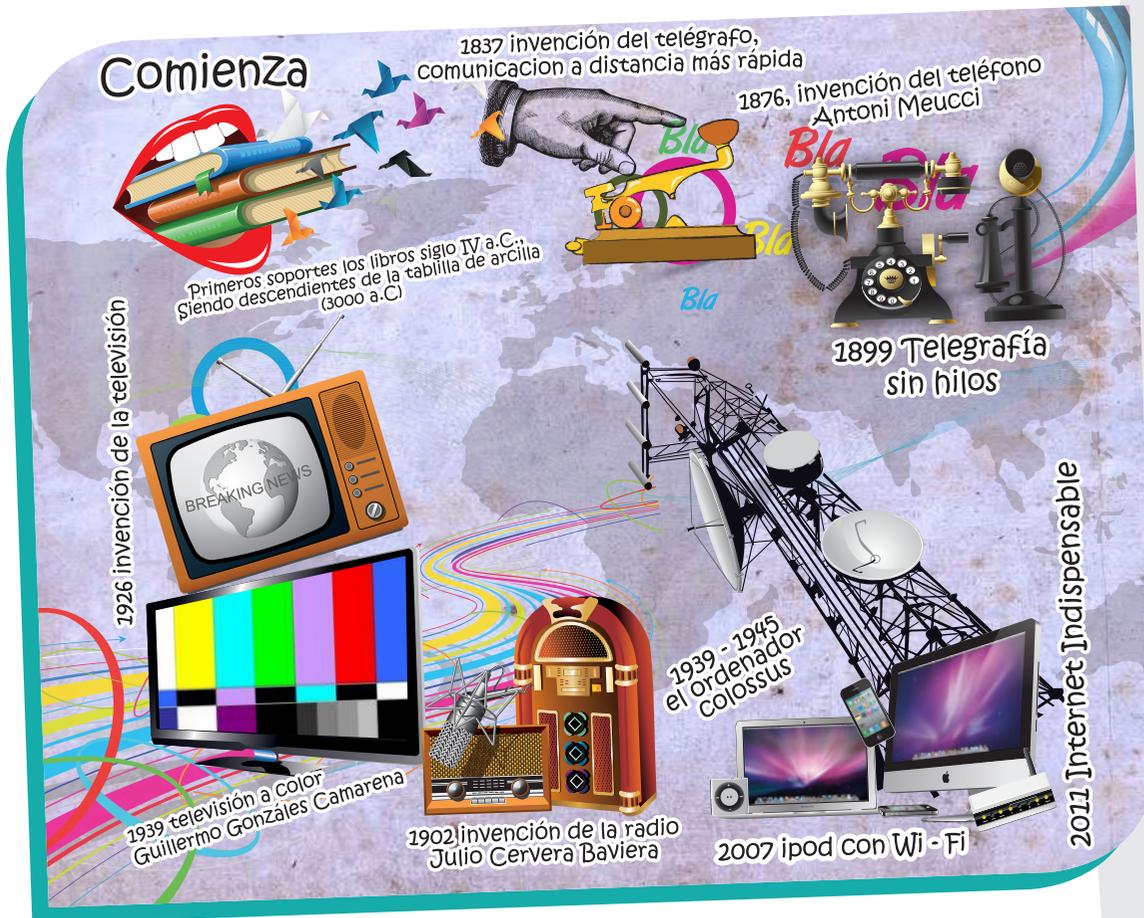
CONTENIDO

	PÁG.
UNIDAD 3 ¿Cómo se interpretan y producen los textos y recursos de la comunicación masiva?	7
GUÍA 1 Medios de comunicación. ¿Medios de manipulación?	9
GUÍA 2 Haciendo nexos unimos fuerzas: Con las oraciones compuestas construimos textos.	23
GUÍA 3 ¡El género periodístico te informa y te pone a pensar!	37
GUÍA 4 Los formatos propios de la comunicación masiva y la importancia de analizar los mensajes que se transmiten a través de estos.	53
GUÍA 5 Queremos ser escuchados, nuestra opinión cuenta.	67
UNIDAD 4 Comunicación, la llave de la interacción.	89
GUÍA 1 ¡Las funciones del lenguaje sí funcionan!	91
GUÍA 2 Los verbos pronominales nos hablan de nosotros mismos.	107
GUÍA 3 Normas de interacción social: Principios básicos de comunicación para vivir en comunidad.	121
GUÍA 4 Redes sociales y su impacto en la cultura: Nuevas formas de interacción.	135
GUÍA 5 ¡Si dialogamos, nos entendemos!	153



Unidad

3



Estándares

- Retomo crítica y selectivamente la información que circula a través de los medios de comunicación masiva para confrontarla con la que proviene de otras fuentes.
- Produzco textos orales de tipo argumentativo para exponer mis ideas y llegar a acuerdos en los que prime el respeto por el interlocutor y la valoración de los contextos comunicativos.

Competencia

- Asumo una actitud crítica frente a la información presentada a través de los diferentes medios de comunicación masiva y la contraste con la que se produce en los contextos en los que interactúo.

Competencia ciudadana

PARTICIPACIÓN Y RESPONSABILIDAD DEMOCRÁTICA:
Identifico y rechazo las situaciones en las que se vulneran los derechos fundamentales y utilizo formas y mecanismos de participación democrática en mi medio escolar.

Proyecto transversal

MEDIO AMBIENTE Y CIUDADANÍA.

Guía 1



Medios de comunicación.
¿Medios de manipulación?

Indicadores de Desempeño

Conceptual

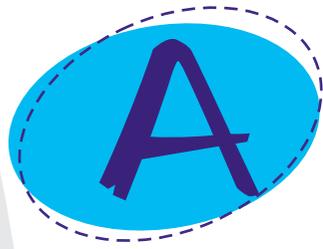
- Reconoce los alcances y posibilidades de los medios de comunicación masiva.

Procedimental

- Identifica la intención de la información que circula en los medios de comunicación masiva.

Actitudinal

- Asume una actitud crítica frente a la información que circula en los medios de comunicación masiva.



Vivencia

TRABAJO EN EQUIPO

1. Aplicamos la siguiente encuesta a 30 personas de nuestra comunidad distribuidas así: 5 niños, 5 niñas, 5 adolescentes hombres, 5 adolescentes mujeres, 5 hombres adultos y 5 mujeres adultas. Este ejercicio tiene como propósito identificar el tiempo que dedicamos a los medios de comunicación masiva en nuestra vida diaria de acuerdo con un rango de edad determinado.

1. ¿Cuánto tiempo paso viendo programas de televisión?:

- A. Entre 0 y 2 horas.
- B. Entre 2 y 4 horas.
- C. Entre 4 y 6 horas.
- D. Entre 6 y 8 horas.
- E. Más de 8 horas.

2. ¿Qué tipo de programas veo con más frecuencia? ¿Por qué?

3. ¿Cuántas horas escucho la radio?:

- A. Entre 0 y 2 horas.
- B. Entre 2 y 4 horas.
- C. Entre 4 y 6 horas.
- D. Entre 6 y 8 horas.
- E. Más de 8 horas.

4. ¿Qué tipo de programas escucho con más frecuencia? ¿Por qué?

5. ¿Cuánto tiempo estoy en internet?:

- A. Entre 0 y 2 horas.
- B. Entre 2 y 4 horas.
- C. Entre 4 y 6 horas.
- D. Entre 6 y 8 horas.
- E. Más de 8 horas.

6. ¿Qué tipo de páginas visito con mayor frecuencia? ¿Por qué?



7. ¿Cuánto tiempo dedico a la lectura del periódico, revistas o boletines?:

- A. Entre 0 y 2 horas.
- B. Entre 2 y 4 horas.
- C. Entre 4 y 6 horas.
- D. Entre 6 y 8 horas.
- E. Más de 8 horas.

8. ¿Qué tipo de secciones leo con mayor frecuencia? ¿Por qué?

9. Los discursos de los medios de comunicación representan la realidad en uno de los siguientes porcentajes. Justifico mi respuesta:

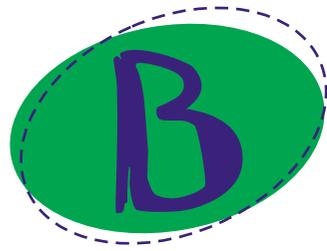
- A. 20%
- B. 50%
- C. 80%
- D. 100%

2. Recogemos las respuestas de la encuesta y hacemos un cuadro comparativo, como el siguiente, para escribir los resultados relacionados con cada medio de comunicación: (Tenemos en cuenta que ♂ es la representación del género masculino y la ♀ del género femenino)

TELEVISIÓN							
		0-2 horas	2-4 horas	4-6 horas	6-8 horas	Más de 8 horas	Tipos de programas
Niños	♂						
	♀						
Adolescentes	♂						
	♀						
Adultos	♂						
	♀						

3. Abrimos un debate para discutir los resultados de la encuesta y reflexionamos sobre el uso que dan los niños, jóvenes y adultos a su tiempo libre y la influencia de los medios de comunicación en su vida diaria. Sacamos algunas conclusiones de acuerdo con la población que más tiempo dedica a los medios masivos de comunicación y la manera en que lo hacen.

Ahora estamos listos para estudiar los medios de comunicación masiva y su pertinencia en nuestro diario vivir. ¡Veamos!



Fundamentación Científica

TRABAJO POR PAREJAS

Leemos y tomamos nota en el cuaderno de las ideas clave de esta fundamentación. Utilizamos algunas de las estrategias cognitivas vistas en guías anteriores para sintetizar la información.

Medios de comunicación y su desarrollo a través de la historia

Los medios de comunicación son formas de establecer contacto con la sociedad y sirven para mantenernos unidos sin importar las distancias. A través del tiempo se han implementado nuevas tecnologías, las cuales han ido perfeccionando los medios de comunicación y la interacción del hombre con su entorno. Recordemos brevemente este recorrido histórico, tema ya antes visto en la unidad 3, guía 5 del grado sexto.

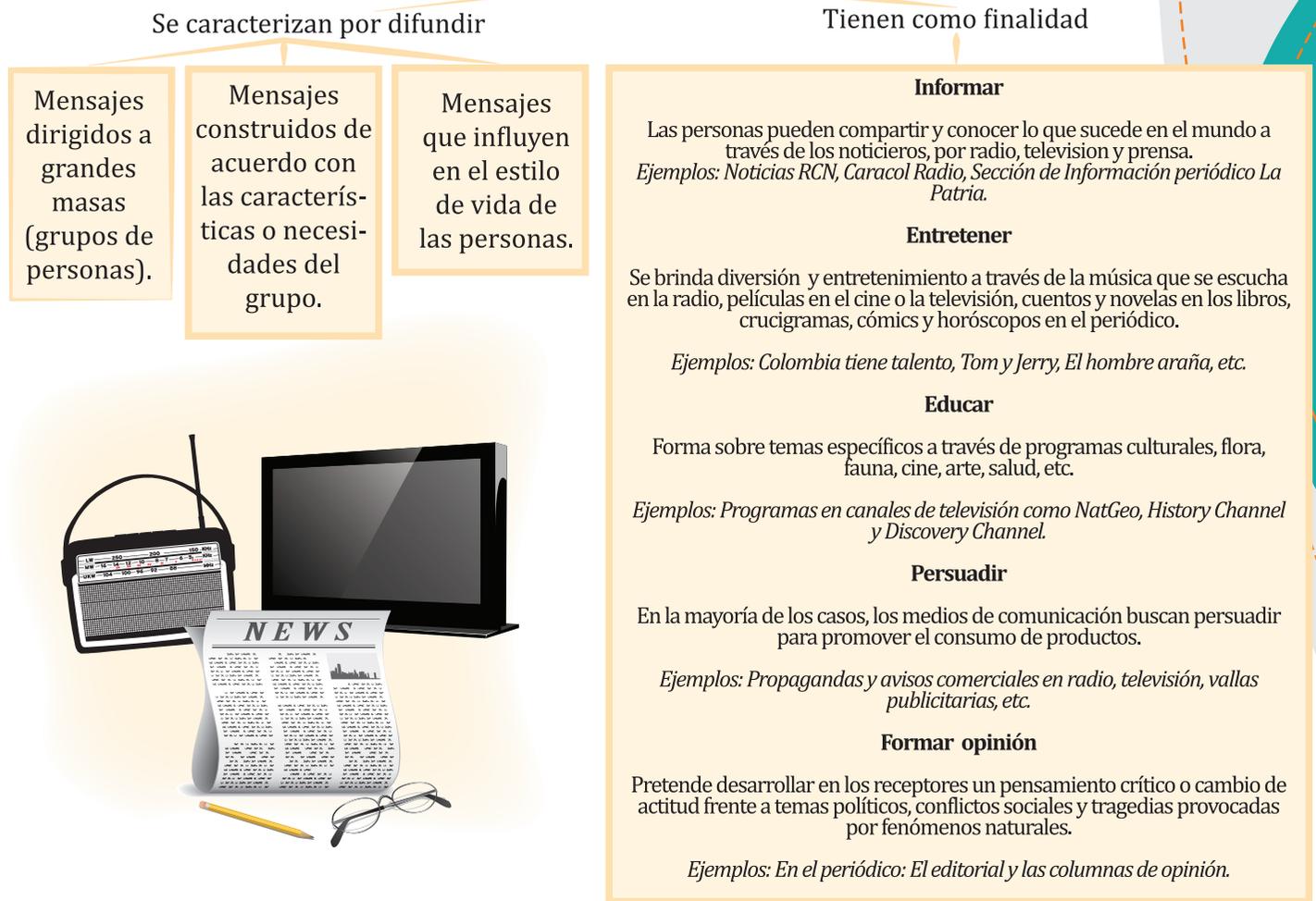


Medios de comunicación masiva: Características y funciones principales

Según el artículo 2º de la Ley de Prensa de 1973, los medios de comunicación son **medios de comunicación social** capacitados para transmitir, divulgar, difundir o propagar en forma estable y periódica, textos, sonidos o imágenes destinados al público, cualquiera sea el soporte o instrumento utilizado.

Las características y funciones principales de los medios de comunicación masiva son:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA



¿Qué papel juegan los medios de comunicación masiva en los estilos de vida del ser humano?

Los medios de comunicación masiva, como su nombre lo indica, son medios diseñados para que grandes masas o grupos humanos accedan de manera ágil y rápida a la información.

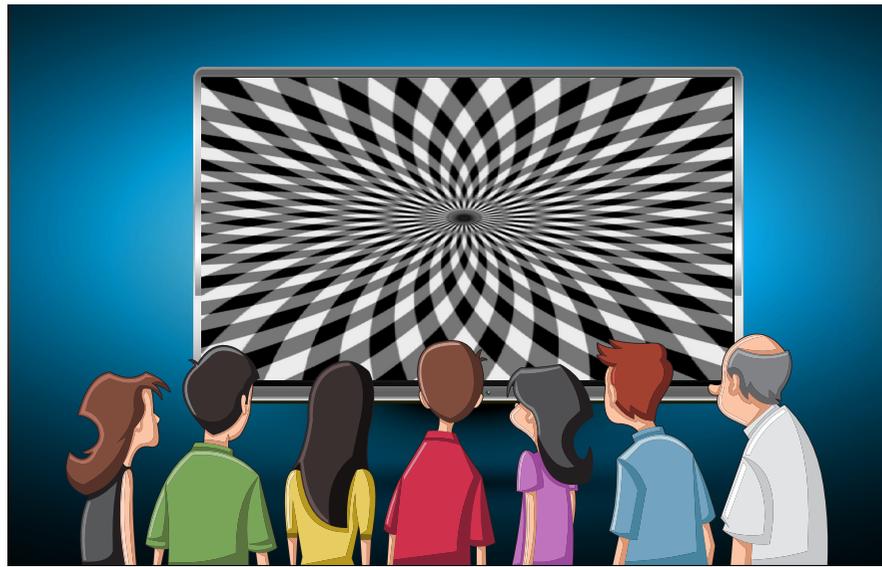
Con el creciente desarrollo tecnológico, los medios de comunicación masivos han fortalecido su capacidad para transmitir información a todos los rincones del planeta. Esta posibilidad de llegar hasta los lugares más apartados, lleva a que los lazos entre culturas sean cada vez más estrechos, y por ende, a tener una visión más globalizada del mundo.

Estar bien informado hoy en día significa saber lo que ocurre a lo largo y ancho del planeta, los últimos acontecimientos sociales de cada país, así como conocer las últimas tendencias de la moda. Esta ventana al mundo que nos abren los medios de comunicación ha traído grandes ventajas, pero también ha generado formas

estandarizadas de vida que potencian el consumo exagerado de productos y la pérdida de identidad individual.

Por eso, hablar de medios de comunicación masivos en la actualidad implica necesariamente hablar de estilos de vida. Estos inciden, especialmente, en las nuevas generaciones, en sus actitudes, hábitos, modas, formas de pensar y hablar, inclusive en la forma como ven el mundo y como enfrentan su realidad. Promueven el consumismo que cada día produce una mayor cantidad de productos desechables y por ende se aumenta la cantidad de basura y la contaminación del planeta. **De aquí la necesidad de interpretar de manera crítica y con sentido social todos los mensajes transmitidos por los medios de comunicación masiva.**

Veamos algunas estrategias de manipulación empleadas por estos medios:



1. **La estrategia de la distracción:** Consiste en desviar la atención del público hacia problemas e informaciones de poca importancia, y hacer que no reflexionen sobre otros problemas que sí merecen su atención. *Por ejemplo: Restar importancia a una noticia sobre corrupción política, emitiendo inmediatamente una noticia sobre fútbol.*
2. **Crear problemas para después ofrecer soluciones:** Consiste en crear un problema para despertar nuevas necesidades en el público que antes no se tenían. *Por ejemplo: Dejar que se intensifique el problema de los dientes amarillos gracias al consumo del cigarrillo, para luego ofrecer una crema de dientes blanqueadora.*
3. **Mantener al público en la ignorancia y la mediocridad:** Consiste en proporcionar poca información al público, por ejemplo sobre el manejo y características de las nuevas tecnologías para que se fomente su consumo. *Por ejemplo: Suponer que un celular está pasado de moda para que el consumidor lo reemplace por otro más actualizado.*
4. **Estimular al público a ser complaciente:** Promover en el público la idea de que es necesario seguir una moda. *Por ejemplo: Que un comercial publicitario haga ver a un padre de familia como un ser insensible porque no le compra a su hijo lo que pide, porque otros niños de su misma edad ya lo tienen.*

Escribimos una síntesis de lo visto anteriormente y lo compartimos con los demás compañeros. Pedimos al profesor que profundice en los aspectos débiles.

Texto 1: _____



Ilustración 7 <http://tatacabello.files.wordpress.com/2014/01/172.jpg>

El expresidente Álvaro Uribe Vélez criticó con contundencia la idea del Gobierno Nacional de legalizar la dosis mínima de drogas sintéticas.

El exmandatario dijo que reglamentar esas drogas conducirá a legalizar más de 2.000 sustancias que están en poder de los traficantes. Según él, además esa iniciativa llevaría a “esclavizar más a la juventud y drogar más sicarios para asesinar más personas”. Recordó que los asesinos al momento de ser capturados, en su mayoría, se encuentran bajo los efectos de las drogas.

(Texto tomado de: Elespectador.com. Recuperado el 30 de enero de 2013 de <http://www.prensaescrita.com/adiario.php?codigo=AME&pagina=http://www.elespectador.com>)

Texto 2: _____

CIRUGÍAS



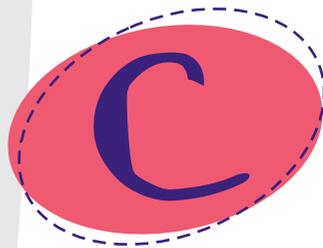
Vivimos en una sociedad que establece rígidos patrones de belleza a seguir. Transformar el cuerpo por medio de intervenciones quirúrgicas se ha vuelto cada vez más accesible. Pero, ¿qué pasa cuando la búsqueda de la belleza se transforma en un algo interminable, cuando se tiene un cuerpo que impide la interacción social o cuando la exageración en las medidas compromete el equilibrio y la salud? (...)

(Fragmento tomado de Tabú. NatGeo. [En línea]. Recuperado el Julio 14 de 2013 de <http://www.natgeo.tv/la/especiales/taboo/episodios/>)

“El Man es Germán”



(Programa de la televisión colombiana. Tomado de <http://www.portalcolombia.co/regresa-el-man-es-german-tercera-temporada/>)



Ejercitación

TRABAJO EN EQUIPO

1. Seguimos las instrucciones para interpretar adecuadamente los textos. Los siguientes ejercicios nos permitirán desarrollar capacidad interpretativa para identificar las funciones e intenciones de los mensajes que circulan a través de los medios de comunicación masiva:
 - a. Ubicamos en la línea la(s) función(es) comunicativa(s) de cada mensaje (informar, entretener, educar, persuadir, formar opinión).
 - b. Justificamos la respuesta y explicamos de qué manera puede influir cada mensaje en el estilo de vida de los colombianos.
2. Socializamos con el curso y contrastamos las respuestas.
3. Pedimos a nuestro profesor que profundice en los aspectos que no han quedado claros.

D Aplicación

TRABAJO EN EQUIPO

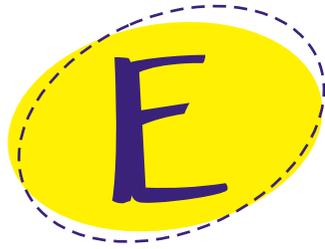
Realizamos las siguientes actividades de manera organizada y seguimos las instrucciones. Este ejercicio nos permitirá asumir una actitud crítica frente a la información que circula a través de los medios de comunicación masiva y fortalecer nuestras capacidades en la producción de textos orales, de tipo argumentativo.

1. Pedimos a nuestro profesor que coordine las actividades que se van a realizar para distribuir los siguientes temas entre los miembros del grupo y trabajar cooperativamente.

Temas:

- a. Los medios de comunicación masiva son medios potenciales de **control e innovación** en la sociedad.
- b. Los medios de comunicación masiva son fuente importante de cultura.
- c. Los medios de comunicación masiva estandarizan estilos de vida.
- d. Los medios de comunicación masiva nos hacen creer verdades que no son ciertas.
- e. Los medios de comunicación masiva funcionan como espejo de la realidad social.

2. Preparamos el tema que nos correspondió mediante una lectura crítica de diferentes fuentes. Apoyamos cada presentación con ejemplos reales que nos presentan los medios de comunicación masiva. Tiempo: 10 minutos.
3. Socializamos cada tema a través de micro-exposiciones. Tiempo: 5 minutos (por cada presentación).
4. Pedimos nuevamente al profesor que evalúe nuestros desempeños.



Complementación

TRABAJO EN EQUIPO

1. Mencionamos algunos de los programas que las personas nombraron al contestar la encuesta, seleccionamos algunos y analizamos las estrategias que utilizan para manipular la opinión.
2. Presentamos a los demás grupos el análisis realizado y compartimos nuestras opiniones.



Evaluación por competencias

TRABAJO INDIVIDUAL

Resuelvo los siguientes ejercicios para demostrar mi capacidad interpretativa y crítica frente al tema de los medios de comunicación masiva y su influencia en el desarrollo de las sociedades.

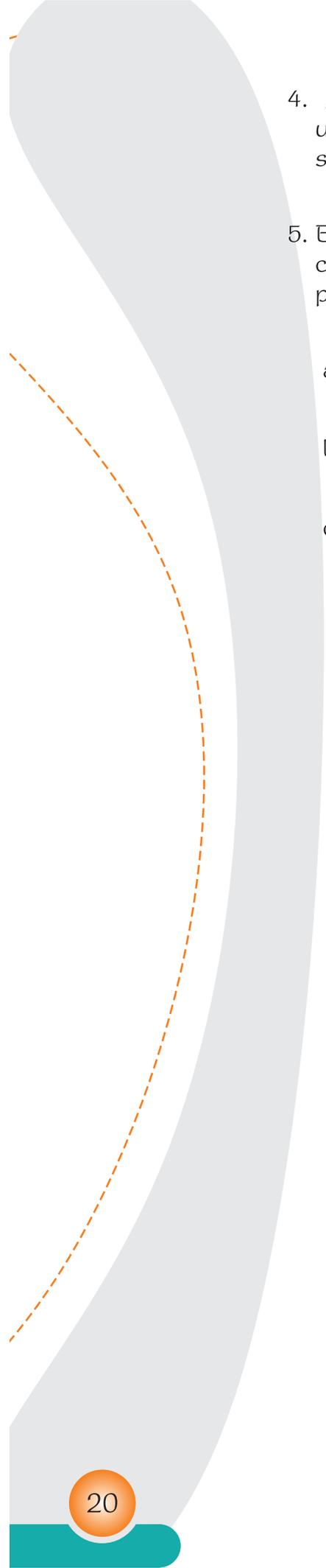
Como hemos visto en el desarrollo de la guía, los medios de comunicación masiva no sólo sirven para informar, también ejercen influencia en el comportamiento individual y colectivo de las personas. A partir de lo que hemos aprendido, reflexionamos y resolvemos los siguientes ejercicios:

1. ¿Qué papel cumplen los medios de comunicación masivos en mi vida cotidiana? ¿De qué manera influyen en mi calidad y estilo de vida? ¿Cómo se ve afectada mi privacidad individual con el uso de medios de comunicación masivos como el Facebook, Twitter, etc.?
2. ¿Qué relación existe entre el título y la imagen de esta guía? ¿Son medios de comunicación o medios de manipulación? Justifico mi respuesta y la comparto con mis compañeros.

Medios de comunicación ¿Medios de manipulación?



3. De acuerdo con los medios de comunicación más usados en la época actual, ¿cuál considero que ejerce mayor control sobre la forma de pensar de las personas?

- 
4. Abrimos un debate para confrontar las opiniones y finalizamos con unas conclusiones generales que reúnan los aspectos más relevantes sobre la importancia de estos medios.
 5. Escribo un texto en el cual presente mi opinión sobre los medios de comunicación masiva, apoyándome en alguna de las siguientes preguntas:
 - a. ¿Podemos creer todo lo que nos dicen los medios de comunicación masiva?
 - b. ¿Qué relación tienen los grupos de poder (gobierno, partidos políticos, grandes empresas) con los medios de comunicación?
 - c. ¿Los medios de comunicación masiva sirven para formar a las personas o sólo para informar sobre la realidad?

Glosario

- **Accesible:** Que permite llegar hasta él, que tiene entrada. Que facilita el acceso.
- **Arte rupestre:** Arte pintado o grabado sobre rocas.
- **Compromete:** Que acepta una responsabilidad.
- **Contundencia:** Convincente, que no da lugar a dudas.
- **Equilibrio:** Proporción, armonía.
- **Estandarizadas:** Que siguen patrones idénticos. El estándar pretende que una serie de cosas o de personas sean idénticos, que tengan las mismas características.
- **Estilo de vida:** Forma de vida. Manera particular en que cada persona se comporta.
- **Innovación:** Cambio.
- **Manipulación:** Sometimiento. Hacer que alguien pierda conciencia o capacidad de razonar frente a un hecho o circunstancia.
- **Navegador:** Programa que permite acceder a las redes informáticas virtuales. Ejemplo: Internet explorer, Mozilla, Google Chrome, etc.
- **Patrón:** Modelo que sirve para hacer un producto igual a otro.
- **Rango:** Amplitud de la variación entre una edad y otra. Ejemplo: De 3 a 7 años, de 8 a 16, etc.
- **Rígidos:** Inflexibles. Que no admiten cambios.
- **Telégrafo:** Instrumento de comunicación para transmitir mensajes.

