

Nivel educativo	IVº Medio
Asignatura	Lengua y Literatura
Nº de Ficha	10
Objetivo de Aprendizaje	<p>Interpretar</p> <p>c. Determinar la relación (problema/ solución, categoría/ejemplo, etc.) entre distintas partes o informaciones de un texto y la estructura textual.</p> <p>d. Elaborar una interpretación a partir de información, planteamientos o argumentos presentes en el texto.</p> <p>e. Elaborar inferencias a partir de marcas textuales que permitan construir el significado local y global del texto.</p> <p>f. Construir el significado de una parte, párrafo, sección o de la globalidad del texto.</p> <p>g. Sintetizar la idea o las ideas centrales de un texto o de un fragmento de este.</p> <p>h. Determinar la función o finalidad de un elemento textual.</p>

Interpretar los propósitos de un texto II

Para empezar, te invitamos a ver el siguiente video. En él, se explica el concepto de propósito comunicativo y cómo este debe guiar nuestra interpretación del texto.

<https://www.youtube.com/watch?v=3IpdRUyp3R0>

En síntesis

Como pudiste observar en el video, interpretar el propósito comunicativo de un texto corresponde a la finalidad con la que un texto es pensado, escrito y difundido. Para esto, podemos ocupar dos estrategias. En primer lugar conocer los géneros discursivos, es decir, saber que cierto tipo de texto se suele ocupar con cierto propósito. Por ejemplo, el género discursivo noticia se suele utilizar para informar. Otra forma de entender el propósito es interpretar la intención del emisor por medio de marcas textuales visibles que dan cuenta de una intención global o local con la que se configura un texto o una parte de él.

Ahora ejercitemos

Lee los siguientes textos y realiza las actividades propuestas.

TEXTO 1

Educación y Ética en los planes de lucha contra la corrupción

Junto con la pobreza, la corrupción es el mayor de los males que aqueja el mundo contemporáneo y a nuestro país como nunca antes en su historia. Frente a esto, la educación en general se cierne como un mecanismo fundamental en la prevención de comportamientos corruptos.

La Educación no puede dejar de asumir la responsabilidad ética integral de contribuir a una formación humana y profesional arraigada sólidamente en los principios de la moral individual y pública, pues ninguna de las aspiraciones y anhelos de la sociedad (...) se podrán alcanzar: como la democracia, la paz, la igualdad, la justicia social y el desarrollo, si no se ataca frontalmente la corrupción imperante, infiltrada en todo el tejido social.

La falta de una Educación o una educación deficiente, en ética, es uno de los caldos de cultivo de la corrupción generalizada, la misma que puede convertirse en sistemática y endémica para la sociedad.

Desde el “fraude” gracioso del niño en sus tareas escolares hasta las innumerables formas de “viveza criolla” de los adultos, campean en la base social y entre los diversos estamentos de la sociedad. La mentira, el engaño la negligencia, la irresponsabilidad, aunque sea en modestas tareas cotidianas hasta las gravísimas actitudes abusivas de encumbrados personajes de la administración pública y privada de las altas esferas económicas, políticas, judiciales y parlamentarias, confirman este carácter social y otorgan una imagen de descrédito, de desconfianza y una atmósfera viciada de corrupción.

Algunas de las causas de la corrupción que consideramos pueden ser enfrentadas desde el ámbito educativo son: la confusión que genera en la formación de los futuros profesionales la contraposición de distintas escalas de valores en el ámbito social; la pérdida de referentes de comportamiento ético en el imaginario colectivo; la carencia de definiciones claras, socialmente aceptables sobre los que constituyen acciones correctas e incorrectas, en casos puntuales del comportamiento de los distintos profesionales en su gestión laboral y cívica; y la falta de aplicaciones metodológicas, técnicas y objetivas para la identificación de la idoneidad ético-profesional.

La corrupción (...) dejó de ser coyuntural para ser estructural, su existencia ya es independiente de toda instancia y afecta a nuestro sistema social, político, económico y cultural, adquiriendo las características de un problema orgánico, cultural y funcional.

Autor: Vinicio Baquero Ordóñez (Fragmento)

1.-A partir del texto, uno de los males que aqueja a la sociedad es:

- A.-La delincuencia.
- B.-La pobreza y la corrupción.
- C.-El narcotráfico.
- D.-La trata de personas.

2.-Sobre las causas que generan la corrupción, ¿Cuál afirmación es falsa?

- A.-La contraposición de escalas de valores en el ámbito social.
- B.-La pérdida de referentes de comportamiento ético.
- C.-Los padres inmorales son la causa del malestar social.
- D.-La carencia de definiciones claras socialmente aceptables.

3.-La Educación debe:

- I.-Concientizar a los profesionales
- II.-Asumir una responsabilidad ética frente al problema de la corrupción
- III.-Inculcar principios de moral desde la infancia
- IV.-Preocuparse por elevar el nivel académico

- A.-I - II - III
- B.-II y III
- C.-I y IV
- D.- Sólo IV.

TEXTO 2

¿ES EL AMOR UN ARTE?

Consiste fundamentalmente en ser amado, y no en amar; no en la propia capacidad de amar. O pensamos que amar es sencillo y que lo difícil es encontrar a alguien apropiado para amar. Otras veces, confundimos la experiencia inicial de “enamoramiento” y la situación de convivir con otro. Prácticamente no existe ninguna otra actividad o empresa que se inicie con tan tremendas esperanzas y expectativas, y que, sin embargo, fracase tan a menudo como el amor. ¿Significa esto que el amor no es posible? De ninguna manera, solo significa que es necesario tomar conciencia de que el amor es un arte, tal como es un arte el vivir. Si deseamos aprender a amar, debemos actuar igual que cuando deseamos aprender cualquier otro tipo de arte: música, carpintería o el arte de construir casas. El amor es una actividad, un poder del alma, una facultad que poseemos todos los seres humanos y que es necesario desarrollar (...)

“El Arte de Amar”, Autor: Erich Fromm (Fragmento)

4.- ¿Cuál es la Tesis sostenida en el texto?

- A.- El amor fracasa a menudo.
- B.-El amor se aprende como cualquier arte.
- C.-El amor se fundamenta en lograr ser amado.
- D.-El problema del amor está en la capacidad de amar

5.-¿Cuál es el propósito del texto?

- A.-Narrar una experiencia personal de amor.
- B.-Emocionar al receptor con una idea de amor.
- C.-Informar acerca de una visión del amor.
- D.-Influir sobre una idea de amor.

6.- ¿Por qué el autor plantea que la empresa del amor es una de las que más fracasa?

- A.-Porque no todas las personas tienen la capacidad de amar.
- B.-Porque no reconocen que solo se necesita ser amado.
- C.-Porque se piensa que es fácil amar.
- D.-Porque no se encuentra al ser ideal para amar.

7.- ¿Para qué el autor hace referencia al arte de construir casas?

- A.-Para demostrar lo difícil que es amar.
- B.-Para mostrar lo imprescindible que es el amor.
- C.-Para ejemplificar su punto de vista sobre el amor.
- D.-Para explicar la dificultad de las personas para amar.

8.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones resume mejor el texto?

- A.-El amor vive en todos nosotros.
- B.-El amor es un arte y una facultad.
- C.-El amor es un sentimiento y una actividad.
- D.-Es una actividad como cualquier otra.

TEXTO 3

La ira, el miedo y las fake news

"Miente, miente que algo queda" dice un viejo refrán que es tan antiguo como la mentira misma. Utilizado a lo largo de los años por variados personajes históricos tales como **el faraón Ramsés, Alejandro Magno y Voltaire**, hace referencia a una técnica propagandística que busca establecer como cierta una propuesta falsa.

El mismo Goebbels, ministro de propaganda de Hitler, acuñó su propia versión indicando que **"si se dice una mentira suficientemente grande, y se repite continuamente, la gente comenzará a creerla"**. Pese a la derrota Nazi, **la idea de la mentira sistemática como estrategia de propaganda subsistió**. Hoy la podemos reconocer en el periodismo amarillista y en las políticas de postverdad. En ambos casos, el objetivo es el mismo: desinformar o engañar a las personas de forma deliberada, apelando no a los argumentos, sino a las emociones. Si bien es un fenómeno de larga data, el reinado de las redes sociales ha creado un terreno fértil para las noticias falsas o "fake news".

Mientras que para producir una noticia falsa a través de los medios tradicionales se requiere de la acción concertada desde fotógrafos hasta editores, **para hacerlo en las redes sociales sólo hace falta un teléfono inteligente**, y una conexión a internet.

Hoy, más del 66% de las personas del mundo posee un dispositivo móvil con conexión a internet. Por ende, producir noticias, sean estas falsas o no, es tan habitual que muchos "caza noticias" reportan directo desde sus dispositivos móviles. Esta hiperconexión ha creado un fenómeno nuevo donde nuestra vida digital está compuesta mayoritariamente de quienes piensan como nosotros, creando la llamada **"cámara de eco digital"** (*Tornberg P, PLoS One 2018*).

Más aún, a pesar de nuestra conexión continua, cuando buscamos información en la red tendemos a buscar sólo aquello que confirme nuestras creencias, guiados por sesgo de confirmación (*Waldrop MM, PNAS 2017*). **Este comportamiento se extrema en el caso de los más jóvenes para quienes, querámoslo o no, la vida digital cobra tanta o más relevancia**

que la física. Esta es la vía de expresión, comunicación y entretención preferida, siendo además la fuente fundamental de información. De este modo, las redes sociales crean el escenario ideal para la dispersión de fake news, mutando y reproduciéndose de forma vertiginosa.

¿Cuánto más rápido se mueve una fake news respecto de una noticia verdadera? Un trabajo reciente publicado en la *revista Science* (*Vosoughi S, et al 2018*), estudió la dispersión de aproximadamente 126.000 fake news en EE.UU. (entre 2006 y 2017) a través de redes sociales. **La conclusión fue lapidaria: mientras que una noticia verdadera llega en promedio a 1.000 personas, una fake news llega fácilmente a 100.000**, y lo hace en un tiempo menor. Este comportamiento, concluyen los investigadores, se debe a que las fake news explotan la sorpresa, **basándose en las emociones, principalmente la ira y el miedo.**

Al ser tocados emocionalmente por una fake news, necesitamos hacer algo y creemos que, al compartirla, nos hacemos parte de la solución. Es así como, al moverse, éstas lo hacen resonando en nuestras cámaras de eco, remarcando su veracidad: **"Si todo el mundo lo dice, ¡Debe ser verdad!"**.

En las pocas ocasiones que tratamos de validar una noticia, buscamos "fuentes externas" que muchas veces pertenecen a nuestras cámaras de eco, o peor aún, son fuentes seleccionadas por nuestro sesgo de confirmación. Estas características convierten a las fake news en un fenómeno de comunicación que puede influenciar nuestra vida de manera brutal. Ejemplo de esto son los movimientos antivacunas o el terraplanismo. Por un lado, negando toda la evidencia científica, las fake news han promovido que las vacunas causan condiciones como el autismo. Por el otro, se argumenta que una conspiración mundial nos ha convencido que la tierra es redonda.

Lamentablemente, **desde que comenzó el estallido social**, las fake news se han apoderado de nuestras redes sociales y lo han hecho apelando a la ira y al miedo, como armas fundamentales. Así, amplifican la exaltación de nuestra sociedad, nutriéndose de la indignación provocada por la falta de visión política y la violencia impune.

En este escenario, nadie gana. Si queremos lograr el tan anhelado nuevo pacto social que proyecte a Chile a un desarrollo justo, hay que reconocer y descartar las fake news. **Para esto es fundamental resistir la tentación de viralizar todo lo que nos llega**, particularmente aquello que nos causa emociones profundas. Debemos aplicar pensamiento crítico, luchando contra nuestro sesgo de confirmación para salir de nuestras cámaras de eco, y así buscar fuentes externas que nos entreguen una mirada amplia. Así daremos un pequeño pero necesario paso para abrir el camino conducente al diálogo. Un diálogo que permita corregir las injusticias que nos llevaron a la actual crisis social, sentando las bases para un nuevo Chile: el Chile de todos.

(Fuente: <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/la-ira-el-miedo-y-las-fake-news/887552/>)

9.- ¿A qué hace referencia el refrán "Miente, miente que algo queda", que el autor plantea al inicio texto?

- A.- Se refiere a que es una técnica propagandística que busca establecer como cierta una propuesta falsa.
- B.- Se refiere a que todo el mundo del periodismo es corrupto.
- C.-Se refiere al que el ser humano es muy mentiroso en sus relaciones interpersonales.
- D.-No se refiere a nada específico.

10.-El autor del texto hace referencia a diversos personajes de la Historia que también ocuparon este conocido refrán, con el objetivo de:

- A.-Desmentir todo lo que se publica en las redes sociales.
- B.-Rellenar el texto, sin mayor conexión con el tema planteado.
- C.-Concluir su texto argumentativo y apoyar todas las noticias falsas que se publican.
- D.-Respaldar con ejemplos concretos la tesis planteada en su argumentación sobre las noticias falsas (fake news)

11.- Cuando el autor expresa que las noticias falsas pueden influir duramente hasta en nuestra vida personal, pone como ejemplo a los:

- A.- Veganos y anarquistas.
- B.-Terraplanistas y antivacunas.
- C.-Políticos corruptos.
- D.-Libertinos sexuales.

12.-Este texto lo podemos clasificar como argumentativo, pues:

- A.-Narra una historia con contexto histórico comprobable.
- B.-Promueve ideas que van en beneficio de salud mental de la población.
- C.-Expone puntos de vistas sobre un tema en particular, propiciando la reflexión en los lectores.
- D.-Entrega instrucciones, guía paso a paso.

Completa tu ticket de salida

Luego de haber realizado las actividades propuestas, responde las cinco preguntas que te presentamos a continuación.

1. ¿Qué es el propósito comunicativo de un texto?

- A) Corresponde a la estructura con la que se diseña un texto
- B) Corresponder al tipo de texto escrito
- C) Corresponde a la finalidad para la que fue escrito
- D) Corresponde a la personalidad de quien lo escribe

2. ¿Qué propósito comunicativo tiene el texto 1?

- A) Opinar
- B) Narrar
- C) Describir
- D) Exponer

3. ¿Qué propósito comunicativo tiene el texto 2?

- A) Opinar
- B) Narrar
- C) Describir
- D) Exponer

4. ¿Qué propósito comunicativo tiene el texto 3?

- A) Opinar
- B) Narrar
- C) Describir
- D) Exponer

5. En el texto 2, ¿qué propósito tiene el título?

- A) Responder una inquietud
- B) Realizar una pregunta
- C) Mencionar la pregunta que se intentará responder
- D) Exponer una postura

Solucionario

Solucionario	
1	C
2	A
3	A
4	A
5	C