IV MEDIO

Analizar el posicionamiento del enunciador:

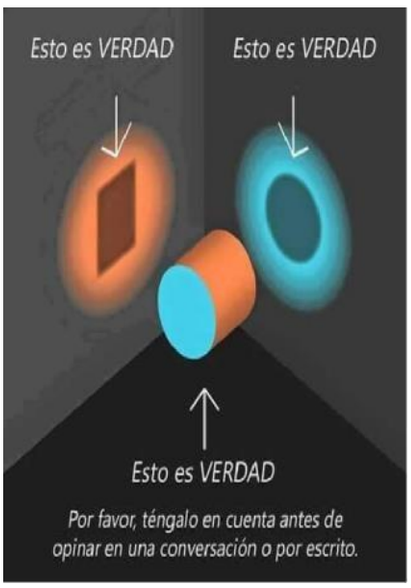
Nombre:_____ Curso:_____

¿EN QUÉ CONSISTE LA POSICIÓN DEL EMISOR?

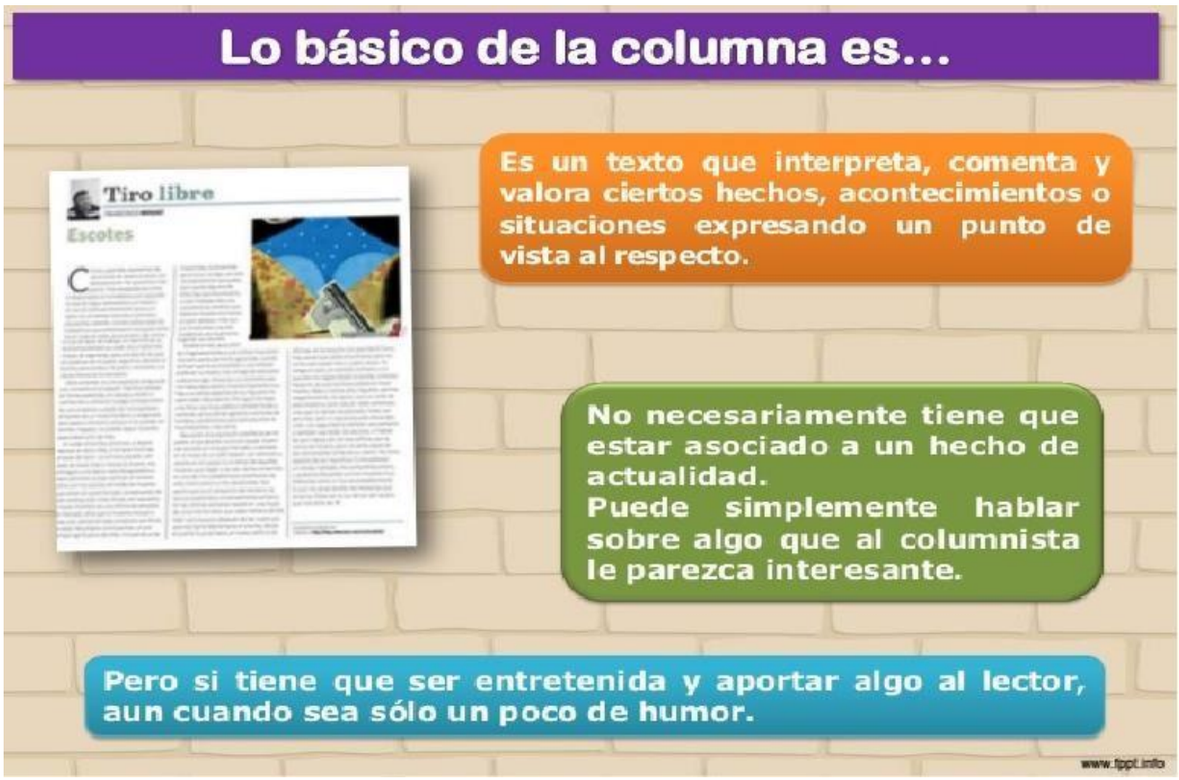
El lugar del enunciador con respecto al lugar del enunciatario, la posición de los sujetos enunciativos frente al objeto de discurso y la toma de posición enunciativa.

La posición de los sujetos enunciativos con respecto al objeto de discurso: el modo cómo se construye el objeto de discurso es el punto de partida para el análisis de la construcción del sujeto, de ahí la necesidad de abordar la formación de objetos en el discurso para determinar las posiciones enunciativas implicadas.

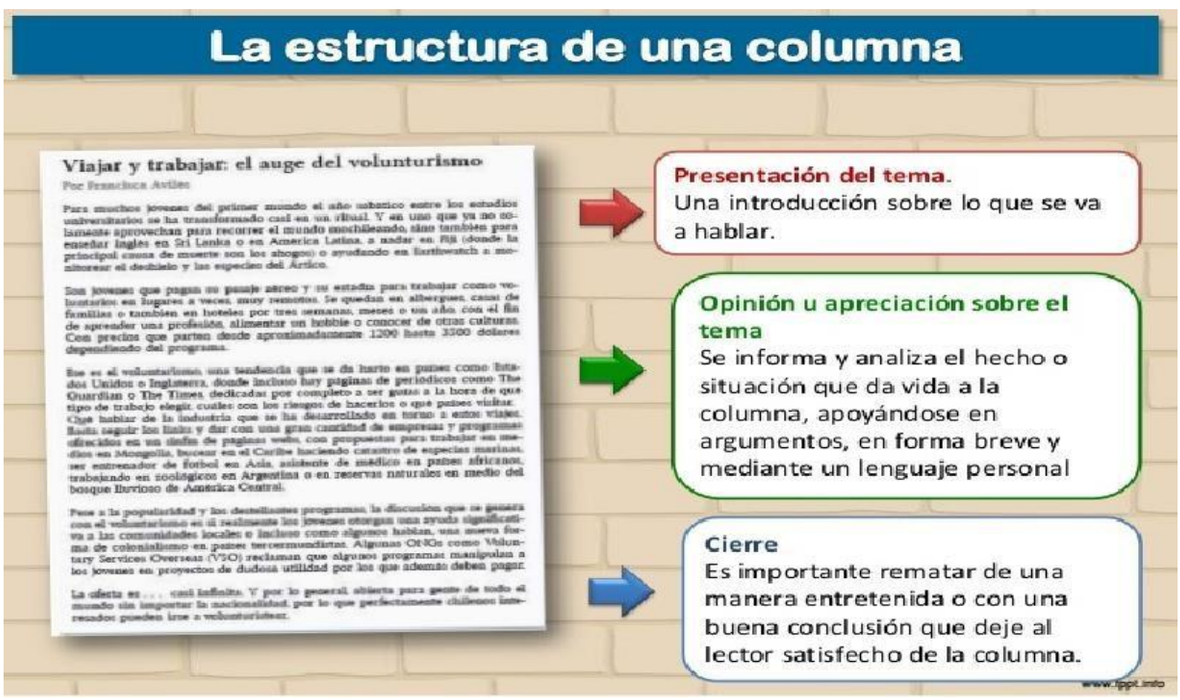
El tercer eje, la toma de posición enunciativa, permitirá analizar las relaciones entre el discurso del yo y el discurso de los otros y observar así las distintas estrategias y grados de apego y distanciamiento del enunciador frente a su propio discurso.



2° ¿QUÉ ES UNA COLUMNA DE OPINIÓN?



¿CÓMO SE ESTRUCTURA UNA COLUMNA DE OPINIÓN?



3° ¿Qué es una fake news?

Las noticias falsas, conocidas también con el anglicismo fake news, son un tipo de bulo que consiste en un contenido pseudoperiodístico difundido a través de portales de noticias, prensa escrita, radio, televisión y redes sociales y cuyo objetivo es la desinformación.

Un bulo es una falsedad articulada de manera deliberada para que sea percibida como verdad. El anglicismo (palabra, expresión o giro procedentes de la lengua inglesa que se usan en otro idioma) hoax, con el que también es conocido, se popularizó en español al referirse a engaños masivos por medios electrónicos, especialmente Internet. También comparte significado con otro popular anglicismo: Fake

LA IRA, EL MIEDO Y LAS FAKE NEWS

TOMÁS PÉREZ -ACLE

«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 variopintos 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".

TRABAJEMOS EL TEXTO LEÍDO:

1. ¿Quién es el enunciador/emisor del texto?

2. Reconoce al lector ideal del texto y a los lectores reales.

3. ¿Qué tema se aborda en la columna?

4. ¿En qué contexto la enmarcarías?

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 solo hace falta un teléfono inteligente, y una conexión a internet.

Más del 66% de las personas del mundo posee un dispositivo móvil con conexión a internet. 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 esta compuesta mayoritariamente de quienes piensan como nosotros, creando la llamada "cámara de eco digital" (Tornberg P, PLoS One 2018).

ANALICEMOS 👇

¿Qué desea lograr el emisor por medio del texto?

¿Es evidente su propósito para los lectores o deben inferirlo?

¿Qué palabras o elementos del texto (marcas textuales) permiten reconocer este elemento?

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, reproduciéndose de manera vertiginosa.Para detectar el posicionamiento del emisor, me pregunto:

Para detectar el posicionamiento del emisor, me pregunto:

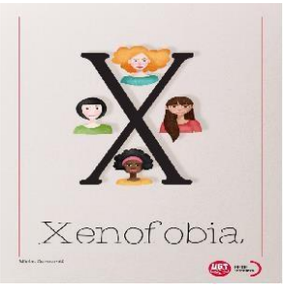
¿El autor es sexista: actitud discriminatoria de quien infravalora a las personas del sexo opuesto? No, habla en general de persona, y de “el Chile de todos”.

¿Hay rasgos de xenofobias: rechazo a los extranjeros? No, pero nombra al

régimen nazi y cita a “Goebbels, ministro de propaganda de Hitler”.

¿Hay rasgos etnocentristas: actitud del grupo, raza o sociedad que presupone

su superioridad sobre los demás? No



¿Cuánto más rápido se mueve una fake news respecto de una noticia verdadera?

Fuente: Revista Science (Vosoughi S, et al 2018), estudio de la dispersión de aproximadamente 126.000 fake news en EE.UU. (entre 2006 y 2017) a través de redes sociales.
La conclusión fue lapidaria: una noticia verdadera llega en promedio a 1000 personas, una fake news llega fácilmente a 100.000, y lo hace en un tiempo menor.
Las fake news explotan la sorpresa, basándose en las emociones, principalmente la ira y el miedo.