

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: <b>GESTIÓN CURRICULAR</b>	Código	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 1 de 9</b>

IDENTIFICACIÓN			
<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HÉCTOR ABAD GÓMEZ</b>			
<b>DOCENTE:</b> Daniel Suárez Ramírez		<b>ÁREA/ASIGNATURA/NUCLEO DE FORMACIÓN:</b> Ética y valores	
<b>GRADO:</b> Noveno	<b>GRUPOS:</b> 01-02-03	<b>PERIODO:</b> Primero	<b>CLASES:</b> 1
<b>AMBITOS CONCEPTUALES:</b> Pluralidad y diferencia		<b>CONTENIDOS ESPECIFICOS:</b> La influencia de las TIC en la constitución de la identidad.	
<b>NÚMERO DE SESIONES:</b> 2		<b>FECHA DE INICIO:</b> 20 de abril de 2020	<b>FECHA DE FINALIZACIÓN:</b> 1 de mayo de 2020
<b>PRESENCIALES:</b> 0	<b>VIRTUALES:</b> 1	<b>SEMANA:</b> 8	<b>SEMANA:</b> 9
<b>PREGUNTA PROBLEMATIZADORA</b> ¿Qué actitudes se expresan como posturas éticas en las diferentes comunidades?			
OBJETIVOS			
- Comprender como las TIC influyen en las actitudes, valores, comportamientos y pensamientos de las personas en su vida cotidiana.			
INTRODUCCIÓN			
<p>En la presente secuencia didáctica se aborda el tema de la influencia de los medios de comunicación en la constitución de la identidad, abordar este tema es fundamental, ya que los medios de comunicación se han constituido en un dispositivo de poder fundamental dentro de las sociedades contemporáneas, constituyendo representaciones e imaginarios en la subjetividad de las personas, que se ven reflejadas en la forma en como pensamos, opinamos, sentimos y nos comportamos. Por ello es fundamental que los estudiantes aprendan a tener una actitud crítica frente a estos medios, de tal manera que asuman una posición crítica acerca de la forma en como estos influyen en los comportamientos que asumen en sus vidas cotidianas. Inicialmente se propone una serie de videos donde el estudiante podrá encontrar las estrategias de manipulación de los medios de comunicación y las redes sociales, luego se propone una lectura sobre los medios de comunicación y la construcción de culturas de ciberconsumo, para finalmente desarrollar un taller a partir de algunos capítulos de los Simpson, críticos a los medios de comunicación, y una animación del caricaturista Steve Cutts.</p>			

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 2 de 9</b>

### COMPETENCIAS

- Pensamiento reflexivo y sistémico.
- Crítica

### COMPONENTES

- Identidad y sentido de pertenencia.
- Sentido crítico.

### DESEMPEÑOS

- Se comporta en el marco de la ética del respeto por la diferencia y la identidad propia.

### PRECONCEPTOS

- TIC.
- Medios de comunicación.
- Identidad.
- Crítica.

### ACTIVIDAD INICIAL

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 3 de 9</b>

Observa el siguiente video sobre los diez trucos que usan los medios de comunicación para manipular nuestras opiniones y responde las preguntas:

- <https://www.youtube.com/watch?v=G5IcBHbi87c>

1. ¿Cuáles son las diez estrategias de manipulación que crean los medios de comunicación, para influir en las opiniones? Explica brevemente cada una.
2. Observa los medios de comunicación de nuestro ámbito local y plantea un ejemplo con cada una de las estrategias de manipulación que estos medios utilizan.
3. ¿Alguna vez te has sentido engañado por alguna de estas estrategias? Justifica tu respuesta.

Observa el siguiente video sobre, cómo te manipulas las redes sociales, luego responde las preguntas que se plantean a continuación:

- <https://www.youtube.com/watch?v=aQJvEfnK8F8>

1. ¿En qué consiste la economía de la atención? ¿De qué manera se diferencia con otras formas de la economía como la agrícola e industrial?
2. ¿Por qué los medios y las redes sociales son tan eficientes a la hora de capturar nuestra atención?
2. ¿Por qué en el video se afirma que estamos perdiendo la empatía?
3. ¿Por qué en el video se afirma que estamos perdiendo la comunicación?
4. ¿Por qué en el video se afirma que estamos perdiendo la inteligencia?
5. De acuerdo a lo que se presenta en el video ¿Qué relación podría existir entre la manipulación de las redes sociales y el estancamiento de la ciencia en producir nuevas ideas?
6. ¿Por qué en el video se afirma que estamos perdiendo la salud mental, producto de las redes sociales?

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA		Versión 01	Página 4 de 9

**ACTIVIDAD 2: Actividad de desarrollo.**

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 5 de 9</b>

Realiza la lectura del siguiente documento y responde las preguntas a partir de la misma.

## EL CIBERESPACIO Y LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS CULTURAS DE CONSUMO.

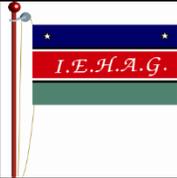
### Introducción

Actualmente, vivimos en una era en la que Internet ha cambiado radicalmente lo que considerábamos convencional. Desde la forma en la que accedemos a la información, la procesamos y la almacenamos hasta cómo nos relacionamos con la gente e incluso nuestros hábitos de consumo, en donde existe un deseo constante de obtener bienes y servicios instantáneamente. “El ‘tiempo’ ha cesado, el ‘espacio’ se ha esfumado” (Mc Luhan, 1967). Sin embargo, para muchos, esto no es más que la vida cotidiana. La mayoría de niños nace en hogares en donde el uso de la computadora es parte de la vida familiar “normal”. A pesar de las críticas y el rechazo al ciberespacio, no podemos negar que vivimos en una sociedad red en la que Internet procesa la virtualidad para convertirla en nuestra realidad.

### Desarrollo

Ahora, Internet es el único medio en el que la respuesta a un estímulo puede ser inmediata. Permite conseguir una visita a un sitio determinado, una suscripción o una compra simplemente haciendo clic. Ya no es necesario salir de casa para comprar un libro, un CD; inscribirse a un curso o pedir comida rápida. Las compras online generan ganancias abismales, así como una cantidad asombrosa de personas que adquirieron algún producto o contrataron algún servicio a través de esta vía. Sin duda, el comercio electrónico forma parte de una nueva cultura de consumo, producto de la globalización. Sin embargo, las culturas de consumo no se basan únicamente en la adquisición de bienes materiales o en la contratación de servicios desde un ámbito meramente comercial. Internet también puede promover la difusión y promoción de la cultura y de las artes, generando nuevos hábitos de consumo tales como asistir a museos, conciertos y consumir obras de arte, entre otros. Al encender la computadora y conectarnos a Internet, podemos exponernos a diferentes anuncios que despierten nuestras necesidades (ocultas) de obtener productos de los cuales podríamos, tranquilamente, prescindir. Vivimos en un mundo ultra-estimulado, somos seres insatisfechos y los medios contribuyen a ello principalmente a través de la publicidad. Algo parecido ocurre con la cultura y las artes: nos vemos expuestos a espectáculos de teatro, exposiciones de arte, muestras fotográficas; los cuales despiertan nuestra necesidad de consumo. Internet funciona como un intermediario entre el mundo virtual y lo que pasa en nuestra realidad y el estímulo que genera puede recibir una respuesta inmediata casi mecánicamente. Esto ocurre por ejemplo, cuando nos enteramos de un evento cultural a través de la red social Facebook y damos clic en “Asistiré”. A pesar de que finalmente no se concrete nuestra participación al evento, hemos reaccionado instantáneamente a un estímulo. Esto no ocurre si oímos un spot de radio o si nos dan en la calle un volante de alguna obra de teatro. Internet es un medio altamente efectivo para la publicidad y, muchas veces, es gratuita.

Seguendo a Getino, las tecnologías pueden considerarse cultura como el cine, la fotografía o el videoarte en las fases de creación y producción; pero

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 6 de 9</b>

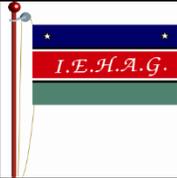
también pueden ser difusoras o promotoras en las fases de distribución y consumo. Con relación a la dimensión económica de la cultura, en Internet, podemos encontrar sus dos vertientes principales. Por un lado, el consumo-compra, como una adquisición material de consumo personal básicamente hogareño. Implica la compra del bien o el producto cultural. Aquí entra en juego el comercio electrónico, ya que a través de las compras online, se pueden adquirir libros, revistas, fotografía, obras de arte, etc. Por el otro, el consumo-participación, que ocurre cuando se utiliza personalmente un servicio cultural y se hacen necesarios, además de los equipamientos tecnológicos de cada medio, infraestructuras e instalaciones aptas para el disfrute del consumo colectivo y público y otras actividades públicas diversas. En este caso, Internet se encarga de difundir la participación en estos servicios culturales, promoviendo obras teatrales, muestras fotográficas y aperturas de museos con el fin de que la gente asista.

Además, podemos hablar de una transculturización, refiriéndonos al “proceso mediante el cual las formas culturales se trasladan literalmente a través del tiempo y del espacio, y allí donde se instalan entran en interacción con otras formas culturales, reciben y ejercen influencia y producen nuevas formas” (Lull, 1997). Normalmente, esta síntesis cultural resulta del movimiento físico de personas de una localización geográfica a otra, como en el caso de la inmigración europea en la Argentina. Estas personas vinieron con su propio bagaje cultural, sus costumbres, su comida y su música. Sin embargo, en la actualidad, muchos entrecruzamientos culturales son posibles gracias a la acción de los medios masivos, sin excluir a Internet. Los medios digitales preservan la cultura de manera que los medios gráficos nunca podrían. Nuevamente, se rompen las barreras de tiempo y espacio: es posible estar en Medellín y escuchar una radio de París con transmisión en vivo, o ver una película alemana que aún no se estrenó en las salas de cine.

Además, es posible almacenar este material y después fusionarlo con un material local, los medios digitales facilitan el proceso creativo. Aquí pueden generarse híbridos culturales: fusión del tango con la música electrónica, o la cumbia con el rock por ejemplo. Cabe señalar que las formas y géneros híbridos son siempre populares. En muchos casos, estas fusiones generan más ganancias comerciales debido a su poder de influencia y a la difusión de los medios masivos en comparación con las formas y géneros puros. Actualmente, los géneros híbridos populares se difunden en medios digitales en su mayoría, tomando como ejemplo a YouTube.

Por último, se puede introducir el concepto de indigenización cuando las formas culturales importadas adquieren rasgos locales, por ejemplo cuando en Sudamérica una banda se apropia del género musical jamaicano reggae y hace una adaptación con sus instrumentos musicales locales, cantándolo en castellano, con letras alusivas a sus propias raíces.

En la actualidad, transculturización, hibridización e indigenización son producto de la globalización. Antes era común ver ejemplos de ellos con inmigrantes que llegaban a un país con su propia cultura, música, estilo de vida, etc., pero se ha demostrado que gracias a Internet no es necesario cruzar fronteras para que puedan desarrollarse estas tres síntesis culturales.

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 7 de 9</b>

Asimismo, la interacción social también se desarrolla de una forma diferente. A pesar de que se pierde el encuentro “cara a cara”, no quiere decir que Internet no promueva la sociabilidad. Ahora, encontramos comunidades virtuales que favorecen a las relaciones humanas sin importar el lugar o el tiempo en el que las personas se encuentren. Las comunidades virtuales también permiten segmentar a los usuarios, ya que éstos se agrupan dependiendo de sus intereses o afinidades, lo cual facilita la difusión de determinados productos o servicios culturales y de las artes. Uno puede formar parte de una página, a través de una determinada comunidad virtual; y enterarse de las novedades, nuevas muestras, exposiciones, ciclos de cine, etc. Una vez más, nos simplifica la vida, ya que no es necesario acercarse al museo o visitar la página web: directamente las noticias de nuestro interés se publicarán en la comunidad virtual a la cual pertenecemos.

Es importante que dejemos de pensar en Internet únicamente como tecnología y que lo empecemos a ver como un medio de comunicación (al igual que los medios gráficos o audiovisuales) que favorece nuestras formas de relacionarnos, trabajar y comunicarnos. Tomando el concepto de Castells de que Internet es la sociedad podemos entender que lo que pasa en el mundo virtual se procesa en el ciberespacio para transformarse en nuestra realidad cotidiana, una sociedad red.

#### Conclusión

La mayoría de las veces, cuando se relaciona Internet con el consumo, se lo asocia con fines únicamente comerciales: se piensa en adquirir un producto o contratar un servicio a través del comercio electrónico. Se cree que la nueva cultura de consumo por excelencia es la compra online. Sin embargo, el ciberespacio promueve la difusión y promoción de la cultura de una forma muy efectiva: segmentando a los usuarios y tomando el comercio electrónico y las comunidades virtuales como herramientas útiles. Es importante entender que las culturas de consumo no se construyen a partir de necesidades materiales, sino que pueden satisfacer nuestros intereses personales, culturales y sociales. Es sólo cuestión de amoldarnos a la sociedad red en la que vivimos y sacarle el mayor provecho.

Tomado de: Olortegui. E. (2010). El ciberespacio y la construcción de nuevas culturas de consumo. Ensayos contemporáneos, No. 32, Buenos Aires, Universidad de Palermo. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/163\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/163_libro.pdf)

#### TALLER

1. ¿Cuáles son las características del internet, según el documento?
2. Según el documento que es la transculturización y qué relación tiene con el internet.
3. ¿Qué es el proceso de indiginización? Menciona un ejemplo o investiga algún caso que demuestre este proceso.
4. ¿Qué posición tiene el autor del texto del internet y su relación con la sociabilidad de las personas?
5. ¿por qué el autor del documento afirma que no se debe seguir viendo al internet como una tecnología, sino como un medio de comunicación?

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 8 de 9</b>

6. Se podría afirmar que la posición del autor, frente al internet, es positiva o negativa. Justifica tu respuesta.

### ACTIVIDAD 3: Actividad de afianzamiento, aplicación y evaluación de la temática.

Observa los siguientes videos de los Simpson y responde las preguntas:

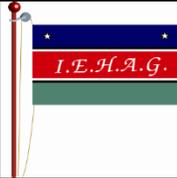
- <https://www.youtube.com/watch?v=ma9VexkKLB4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=eK3XiKI5anA&list=PLRcfZ9U1jMbDyurRNQfOtn1ecy05KEWiG> (Ver las seis partes del capítulo noticias engañosas)

1. ¿Qué relación encuentras entre el capítulo y la actual crisis del coronavirus que estamos viviendo? ¿Consideras que es posible que los medios de comunicación y los grupos económicos propaguen enfermedades a la población?
2. ¿Investiga sobre los efectos económicos y políticos del coronavirus?
3. ¿Qué opinión te merece el capítulo noticias engañosas de los Simpson? ¿Consideras que los medios de comunicación puede influir en la percepción que tenemos de ciertas personas y del mundo?
4. Investiga sobre quiénes son los dueños de caracol y RCN. ¿Consideras que la opinión que ofrecen estos medios puede estar sesgada hacia ciertos sectores económicos y políticos?

Observa la siguiente animación de Steve Cutts y responde las preguntas:

- [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=177&v=VASywEuqFd8&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=177&v=VASywEuqFd8&feature=emb_logo)

1. ¿Qué crítica se le hace a los dispositivos electrónicos, como el celular, en la animación?
2. ¿Consideras que lo que se muestra en la animación es una realidad, con respecto al uso que se le está dando al celular?
3. ¿Qué aspectos positivos y negativos podrías encontrar en el uso del celular?
4. ¿Cómo consideras que es tu relación con el uso del celular? ¿Cómo influye este dispositivo en tu forma de percibir el mundo?

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTIÓN CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: SECUENCIA DIDÁCTICA</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 9 de 9</b>

#### FUENTES DE CONSULTA

- Plan de estudios ética y valores.
- Genial. (14 de febrero de 2018). 10 trucos que los medios utilizan para manipular nuestras opiniones. Recuperado el 21 de marzo de 2020 de <https://www.youtube.com/watch?v=G5IcBHbi87c>
- Migala. (12 de octubre de 2018). Como te manipulan las redes sociales. Recuperado el 21 de marzo de 2020 de <https://www.youtube.com/watch?v=aQJvEfnK8F8>
- Olortegui. E. (2010). El ciberespacio y la construcción de nuevas culturas de consumo. Ensayos contemporáneos, No. 32, Buenos Aires, Universidad de Palermo. Recuperado de: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/archivos/163\\_libro.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/163_libro.pdf)
- Cristian Stele Musica. (1 de octubre de 2018). Los Simpson y los medios “desinformación” y “paranoia”. Recuperado el 21 de marzo de 2020 de <https://www.youtube.com/watch?v=ma9VexkKLB4>
- Serieland. (9 de marzo de 2018). Los Simpson noticias engañosas. Recuperado el 21 de marzo de 2020 de <https://www.youtube.com/watch?v=eK3XiKI5anA&list=PLRcfZ9U1jMbDyurRNQfOtn1ecy05KEWiG>
- Moby. (18 de octubre de 2016). Moby & the void pacific choir - are you lost in the world like me? Recuperado el 21 de marzo de 2020 de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=177&v=VASywEuqFd8&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=177&v=VASywEuqFd8&feature=emb_logo)