

**Indicador de Aclaración 2 del SS.7.C.2.11:** Los estudiantes evaluarán cómo el sesgo, el simbolismo y la propaganda pueden afectar a la opinión pública.

El **sesgo**, el **simbolismo** y la **propaganda** pueden influir en la opinión pública (la forma en que los ciudadanos se sienten sobre los candidatos o ciertos temas). Los **medios** desempeñan un papel importante en influir en la opinión pública.

A veces la información que los medios de comunicación le brindan al público es sesgada. El sesgo significa que un lado se ve favorecido por la manera en que se presenta. El sesgo en los medios puede suceder cuando los medios deciden qué informar y qué cantidad de información compartirán con el público. Este es un problema para el público, ya que sólo están recibiendo la versión de los hechos que los medios quieren transmitir.

El simbolismo es el uso de símbolos para enviar un mensaje. Los medios pueden utilizar el simbolismo como una especie de “acceso directo” para transmitir su mensaje a un grupo determinado de personas. Esto puede ser un problema, porque muchos símbolos pueden tener un significado negativo para algunas personas.

La propaganda es similar al sesgo y al simbolismo porque se usa para persuadir; sin embargo, la propaganda utiliza medidas más extremas para comunicar un mensaje determinado. La propaganda se basa en apelar a la emoción del espectador más que en la razón para comunicar o creer en algo de una manera determinada. La propaganda puede incluir el uso de símbolos, un cartel o un anuncio de televisión.

Estos son ejemplos famosos de propaganda:

### **Ejemplo #1: Uncle Sam o Tío Sam**



Este póster es una de las piezas de propaganda más famosas en la historia estadounidense. Originalmente, iba a ser portada de una revista durante la Primera Guerra Mundial para animar a los ciudadanos a estar preparados para la guerra. Como se hizo tan popular, el Presidente Franklin Roosevelt decidió utilizarlo como propaganda para animar a los jóvenes a unirse al Ejército de EE.UU. en la Segunda Guerra Mundial. Los colores patrios y el lema “Te Queremos” son un gran ejemplo de cómo el gobierno utiliza el simbolismo y la propaganda para que el público estadounidense se sienta de cierta forma. Tuvo un papel importante al conseguir que cientos de miles de hombres decidieran que era su deber patriótico unirse al Ejército durante la Segunda Guerra Mundial.

## Ejemplo #2: Rosie the Riveter o Rosie, la Remachadora



Durante la Segunda Guerra Mundial, las mujeres en los Estados Unidos tomaron puestos de trabajo que nunca antes habían tenido. Esto se debió a que cientos de miles de hombres estadounidenses se habían unido a los ejércitos militares, y las mujeres tenían que reemplazarlos en muchos tipos diferentes de puestos de trabajo. “Rosie la Remachadora” fue el rostro de la campaña de propaganda que animó a las mujeres a hacer su deber patriótico y tomar puestos de trabajo en la industria de municiones (fabricación de armas de fuego, municiones y otras armas). “Rosie” se convirtió en un símbolo muy famoso de cómo las mujeres estadounidenses apoyaron al país durante la Segunda Guerra Mundial.

**medios** – forma plural de la palabra “medio”, que se refiere a los diversos medios de comunicación. Por ejemplo, la televisión, la radio, los periódicos e Internet (web) son diferentes tipos de medios de comunicación. El término también puede ser utilizado para describir las organizaciones de noticias como todo un grupo.

**propaganda** – el método de difundir ideas o información para ayudar o perjudicar una institución, causa o persona

**sesgo** – una preferencia, opinión o actitud que favorece una forma de pensar o sentir sobre otra

**simbolismo** – el uso de algo para representar ideas o cualidades