



INFLUENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ADOLESCENCIA





1. DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD:

INFLUENCIA DE LOS "MAS MEDIA" EN LA ADOLESCENCIA.

La presente Unidad Didáctica comienza explicando cómo se definen los Medios Masivos de Comunicación y los nombra, con su definición, para que los estudiantes los identifiquen claramente. Luego muestra cuáles son sus principales funciones en la sociedad.

Se pasa a analizar, en términos generales, cuál es la gran influencia de los medios en la etapa de la adolescencia. Se plantea el culto a la belleza y a la imagen, basado en la opinión de los medios, sobre todo de la televisión. Igualmente se presenta la clara influencia que los mismos han tenido en el lenguaje y en la adquisición de todo tipo de adicciones. Finalmente, se plantea la gran influencia sobre el concepto y la práctica de la sexualidad y sobre la violencia.

Previamente, los estudiantes desarrollan la unidad temática que contempla la definición, cambios físicos, psicológicos y sociales del adolescente, como también las emociones y la influencia de las mismas durante esta etapa de la vida. Al final, se encuentran las cinco actividades que los estudiantes realizarán en trabajo autónomo, después de la explicación de cada uno de los diferentes temas a través de las clases virtuales.

2. JUSTIFICACIÓN:

En los últimos años los medios masivos de comunicación, han influido en gran medida, sobre la forma que tienen los adolescentes de ver el mundo, motivo por el cual, se busca que los mismos tomen consciencia sobre la influencia negativa que pueden estar recibiendo y al tiempo, que capitalicen dichos medios, como una herramienta más para el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje.





3. TEMAS A ESTUDIAR EN EL PERÍODO:

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA ADOLESCENCIA

Objetivo del tema:

Se busca que los estudiantes reconozcan y reflexionen sobre la gran influencia de los Medios Masivos de Comunicación y propongan formas adecuadas de contrarrestar las muchas influencias negativas que reciben de los mismos y los aprovechen como herramienta eficaz para utilizar en su propio proceso de aprendizaje.

TEMAS A DESARROLLAR:	INDICADORES DE DESEMPEÑO
1. Definición y tipos de los medios de Comunicación masiva. 2. Función que cumplen los Medios M.C. 3. Influencia de los Medios de CM. en la adolescencia. 4. Culto a la belleza y a la imagen, influenciado por los Medios. 5. Influencia de los Medios en el lenguaje 6. Influencia de los Medios en la adquisición de todo tipo de adicciones. 7. Influencia de los Medios en el concepto y práctica de la sexualidad.	1. Reflexiona de manera crítica sobre la valoración distorsionada que hacen los Medios Masivos de Comunicación acerca del concepto de belleza, la adquisición de todo tipo de adicciones. 2. Analiza y reflexiona adecuada mente, sobre la influencia negativa de los Medios Masivos de C. en el concepto y prácticas de la sexualidad en la adolescencia. 3. Consulta y analiza formas de contrarrestar la influencia negativa de los Medios Masivos en la toma de decisiones.





CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA:

Son aquellos medios tecnológicos, que sirven para enviar mensajes, que van dirigidos a una gran cantidad de público, y que, pueden atravesar grandes distancias en un mínimo de tiempo. Este término comprende todos los medios modernos de comunicación social: televisión, cine, video, radio, fotografía, publicidad, periódicos y revistas, música grabada, juegos de ordenador e internet.



TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

1- Libros: son un medio escrito. Gracias a adelantos tecnológicos se ha posibilitado su reproducción en serie y en consecuencia, pueden llegar a muchos receptores a la vez.



2- Prensa escrita: medio de comunicación impreso. Son los periódicos o revistas de publicación diaria o regular, que contienen temas de distintas materias; además se caracterizan por la forma cómo entregan la información.

3- La televisión: es un sistema de transmisión de imágenes en movimiento. Al mezclar el sonido con la imagen, los mensajes entregados por la TV impactan y persuaden a los receptores de manera más rápida y certera.

4. La radio: sistema de transmisión de mensajes orales. Sus mensajes son transmitidos por medio de ondas hertzianas y puede recorrer varias distancias en un lapso de tiempo breve. Su modo de transmisión de mensajes es simultáneo.

5. Internet: es una red de redes donde la información es organizada de acuerdo a temas y áreas y los "buscadores" facilitan la entrega e interpretación de la misma.



6. Cine: surge en 1895 con la primera película de los hermanos Lumiere: "La salida de los obreros de la fábrica".



FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVAS



Los medios de comunicación influyen sobre la sociedad de manera considerable, ayudando a satisfacer las necesidades de la población. Las funciones de ellas son:

A-Informar: Recogen y entregan información de manera veraz y oportuna sobre los diversos acontecimientos mundiales y de distintos temas de interés. Esta información busca ser lo más objetiva posible.

B-Educar: Transmiten la cultura de las distintas comunidades; su pasado, presente y proyecciones futuras. Los avances tecnológicos han posibilitado la transmisión de programas educativos de manera más atractiva para la comunidad.

C-Entretener: La sociedad demanda de los medios el entretenimiento. Así estos contribuyen a llenar espacios de tiempo para descansar y divertirse. Esta es una de las funciones más desarrolla por los programas televisivos, aunque también está presente en otros medios de comunicación.

D-Formar opinión: Los mensajes de los medios de comunicación, tienen la ideología de quienes elaboran los contenidos, promoviendo la formación de opinión entre los receptores.

E-Publicidad y propaganda: Su finalidad es conseguir consumidores para los productos que se ofrecen y financian los distintos tipos de programas presentados por los medios. Así también persuaden para adoptar actitudes y conductas.





LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS ADOLESCENTES:

Influyen poderosamente, porque un adolescente es como un potente receptor, pero sin filtros y por eso se les dirigen muchos mensajes para convertirlos en los futuros consumistas. El poder que ejercen los medios de comunicación en nuestros días se ha potenciado con las nuevas tecnologías; una noticia en los años sesenta podía tardar días, semanas, o perderse, pero hoy en día podemos estar informados en tiempo real de todo lo que quieren que sepamos en la Aldea Global.

Los medios de comunicación constituyen una rica fuente de recursos simbólicos con los que los adolescentes interactúan en la elaboración de la propia identidad. Éstos se sirven de un conjunto de textos mediáticos que atraen por igual a chicos y chicas y que utilizan a modo de caja de herramientas para negociar la identidad Juvenil. Se trata de películas o series de terror y suspenso.

Los estereotipos se transmiten y promueven Principalmente en el núcleo familiar y a través de los medios masivos de comunicación. Cuando prendemos la televisión, la radio o abrimos una revista, le estamos abriendo la puerta de nuestro hogar y de nuestra mente a una serie de ideas y de imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, nos informan y nos entretienen, por otro lado, presentan una visión reducida y poco realista de cómo vivir, como pensar, como vestir, como comportarnos, qué comprar, cómo SER.



A través de comerciales, los medios muestran modelos vistiendo la ropa de la temporada y establecen cómo deberían ser las personas para poder verse bien con esa ropa, e inconscientemente, los televidentes, pero principalmente los adolescentes, tienden a querer comprarla.



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

Ventajas:

- Usadas responsablemente, las redes sociales otorgan al adolescente herramientas de convivencia útiles para reforzar la relación con sus amigos y compañeros.
- Brindan información relevante para y los jóvenes se mantienen al día en cosas que les interesan.
- Pueden llegar a conocer a más personas con los mismos intereses que y así mejorar sus habilidades sociales.
- Se mantienen actualizados y garantizan su lugar en algunos círculos sociales.
- Facilita la comunicación inmediata con familiares o amigos.
- Es más fácil compartir lo que les gusta con sus seres queridos.

Desventajas:

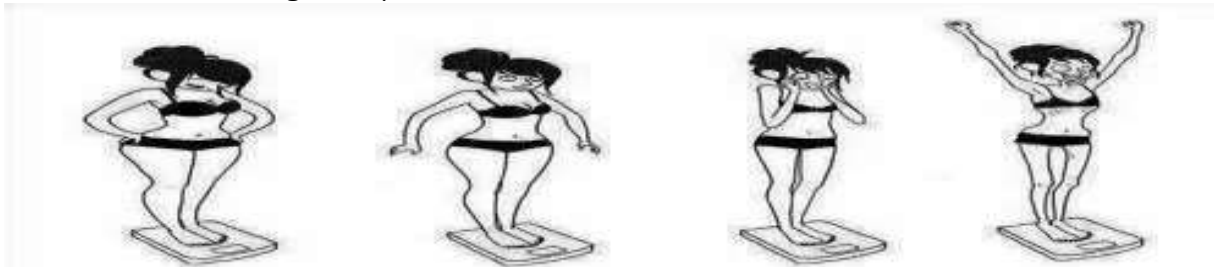
- Se presentan casos, en especial en adolescentes, en que aparece el bullying a través de las redes sociales.
- Muchas veces hay información falsa circulando en ellas.
- Los adolescentes pueden ser víctimas de conocer a personas que se hacen pasar por otras.
- Está comprobado que un uso excesivo de ellas puede causar adicción. Hay adolescentes que pueden gastar hasta ocho horas en ellas. Eso quiere decir que hay jóvenes que gastan hasta un tercio del día en plataformas sociales.
- Hay ocasiones que dentro del aula de clases, los jóvenes prefieren chatear o navegar en sus *smartphones*, en lugar de poner atención.





CULTO A LA BELLEZA INFLUENCIADO POR LOS MEDIOS

Gran parte de la población femenina se deja influenciar por los medios de comunicación. En la actualidad los medios nos presentan modelos que hacen que muchas mujeres busquen mantenerse lo más delgadas posible.



El ideal de la belleza que nos muestran pasa por la extrema escualidez: vemos en programas de televisión, modelos sin un gramo de grasa extra y bellas. Pero debemos tener en cuenta que la belleza no es solo sinónimo de delgadez, sino que también lo es la juventud. Por eso, pueden verse muchas de las actrices, modelos y presentadoras, que son ya mayorcitas, pero rejuvenecidas gracias a la magia de la cirugía estética, cosméticos de todo tipo y Photoshop.

La imagen física de la mujer "light" proyectada por anuncios publicitarios sobre programas para la reducción de peso, muestran un cuerpo adelgazado, esculpido y congelado en la eterna juventud, por medio de dietas, programas de ejercicios, cirugías, siliconas, lipos y los inventos de la cosmética.

La ropa está diseñada y modelada para este tipo de "mujer" u "hombre"; que en ocasiones son tan delgados que parecen enfermos. Muchas modelos no tienen las curvas que toda mujer posee, y en las pasarelas se ven cada vez más delgados, mostrando ropas super pequeñas, que los diseñadores han decidido hacer ver como "moda". Esto causa que las personas, en especial las mujeres, se enfermen al punto de tener una distorsionada imagen corporal.

La actual presión social es tan grande que no hay reunión, ni medio de comunicación masiva donde no se toque el tema del peso, la dieta o la "moda"; el culto a la figura es una ideología prioritaria, tanto que ha obligado a cantidad de mujeres a luchar contra su propia figura y su peso.



LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN EL LENGUAJE



Los "Mass Media" (Medios de Comunicación de Masas), al hacer uso del Lenguaje como instrumento para la divulgación de noticias, ejercen sobre éste una influencia que debería ser completamente positiva pero que, por diversas causas, es negativa y está contribuyendo a que los hablantes adopten una gran cantidad de anomalías o errores lingüísticos.

Olvidándose de que es un medio que llega a todos los rincones del país, la Televisión, que debería ser la encargada de divulgar el idioma a los más recónditos lugares y, dándole una mayor importancia al contenido que a la forma, hoy en día, es el medio a través del cual se están difundiendo una gran cantidad de vulgarismos y de frases que se desvían de nuestro idioma y que acaban por ser usados por el público.

Los Medios son los responsables, por ejemplo, del empleo de numerosos extranjerismos. Por ejemplo, en cualquier retransmisión deportiva sin los medios de comunicación, no cabría pensar que en español se hubieran seguido utilizando términos como fútbol, penalti, córner, pívot, surf... Del mismo modo, a ellos se debe el uso de muchas palabras o expresiones que se apartan de la norma: reportar en lugar de informar; recepcionar, en lugar de recibir; entreno en lugar de entrenamiento; ganar de siete puntos, en lugar de ganar por siete puntos; en orden a, en lugar de para.

Pero no es la televisión el único medio a través del cual se difunde ese lenguaje plagado de errores. También y, en un porcentaje bastante elevado, los chats y foros de Internet contribuyen a esta difusión. Son numerosos los errores que el mal uso de la lengua y la despreocupación o la ignorancia lingüística llevan a que muchas personas los cometan y los oyentes, a fuerza de oírlos, acaben adoptándolos.

El Dequeísmo:

- pienso de que mañana llegará mi padre
- creo de que esta tarde lloverá

Vulgarismos Espontáneos. Son aquellos que cometen personas de bajo nivel cultural, debido a una escolarización nula o insuficiente; por ejemplo:

- pacencia en lugar de paciencia
- enchufle en lugar de enchufe
- calcamonía en lugar de calcomanía
- corristes en lugar de corriste
- diferenciencia en lugar de diferencia



INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LA ADQUISICIÓN DE ADICCIONES.

La publicidad y su magia, ha estado siempre presente en nuestras vidas, sobre todo girando alrededor de nuestras decisiones de compra, influyendo, sin que nos demos cuenta, en nuestros gustos y preferencias ante diferentes productos de consumo y jugando un papel mediador entre los deseos, las necesidades, y la propia realidad.

Los publicistas siempre están buscando la forma de convencernos de que podríamos crecer el pelo, adelgazar bebiendo agua o desprender un perfume capaz de someter a otros sin decir palabra. El arte de comunicar los hace poderosos cuando aciertan con el mensaje en los comerciales, pudiendo generar modas y nuevos valores, o más bien, antivalores.



Los medios tienen gran influencia social: transmiten distintos mensajes que generan opinión, creencias y comportamientos en las personas. La repercusión de los contenidos de los mensajes en las adicciones se hace muy clara, ya que la información que se da, busca que la gente aumente todo tipo de consumos. Muchos estudios han confirmado que los Medios y la publicidad, influyen en la complicada problemática de las drogas y las adicciones en general.

Hay ligereza, irresponsabilidad y sensacionalismo en el trabajo de algunos medios, sobre todo cuando les faltan noticias frescas para publicar, lo cual contribuye a generar una percepción distorsionada en la sociedad, de lo que son las drogas y qué efectos tienen las mismas.

En cuanto a los noticieros, se nota que dan mayor importancia a lo nuevo, lo sensacionalista, y lo que llama la atención, y muy poca atención a la información científica y seria, ya que existe una influencia de los poderes económicos y políticos en los medios de comunicación, que prefiere el beneficio económico de las grandes empresas y bancos, antes que el beneficio de la población. Y lo que pasa, es que los grandes empresarios y dueños de los bancos son propietarios de los medios.

Adicionalmente, se observa que la gente de la prensa tiene otros objetivos más urgentes que informar y sensibilizar, y, si lo hacen, es con base en su interés y motivación personal.





SEXUALIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN



EN LA ADOLESCENCIA

La cantidad de televisión que ven los adolescentes, al igual que el tipo de programas que ven y la relación que establecen con ellos, se asocia con sus expectativas, sus actitudes, sus creencias y sus valoraciones románticas y sexuales.

Se encontró en serios estudios científicos, que los jóvenes que ven con mayor frecuencia géneros televisivos con alto contenido sexual como las telenovelas, películas y los videos musicales, expresan actitudes más sexistas y más favorables hacia la actividad sexual en la adolescencia. Cuando en las familias hay buena comunicación y disciplina, en los jóvenes hay expectativas más favorables hacia las relaciones románticas y una mayor confianza en sí mismos para manejar las exigencias de una relación de pareja.

Aunque muchos medios masivos tratan el tema de la sexualidad con respeto, esforzándose por dar información veraz, científica, otros tratan de imponer un modelo de comportamiento sexual donde el exitoso es el que tiene varias parejas sexuales. En programas de humor, se desvirtúa la sexualidad femenina, dando mucha importancia a la infidelidad, burlándose de quienes tienen dificultades o aplaudiendo conductas homofóbicas. En portadas de diarios populares y en otros no tan populares, se presenta a la mujer como objeto sexual.

Pueden promover actitudes y comportamientos sexuales de riesgo y muchos aplauden los comportamientos machistas. Lo que presentan no siempre es real, reduciendo la sexualidad únicamente al contacto y relación física.

Las investigaciones realizadas han demostrado que la violencia en los medios de comunicación tiene las siguientes repercusiones sobre los niños y adolescentes: Presenta héroes violentos que ellos desean imitar. Promueve un comportamiento agresivo y malvado. Muestra que la violencia es aceptable como forma de resolver conflictos. Incita a ignorar el sufrimiento y los efectos nocivos de la violencia. Causa miedo, desconfianza y preocupación (a veces incluso pesadillas). Abre el apetito para ver más violencia en formas más extremas. Reemplaza el uso de la imaginación y el jugar con otros niños o jóvenes.





ACTIVIDADES A DESARROLLAR

ACTIVIDAD No 1:

1. Con el tema "funciones de los medios de comunicación masiva, presente un trabajo haciendo una crítica constructiva a cada una de esas funciones y pegue al menos tres imágenes de medios de comunicación.
2. Para cada una de las funciones de los medios de comunicación masiva, presente un ejemplo donde se aplique y se observe fácilmente que el programa o publicación en prensa, revistas, radio, cine, internet o televisión, cumple la función. (Ejemplo, el programa "Puebliando, de Tele Antioquia, es un programa que cumple con la función de informar).

ACTIVIDAD No 2:

1. Dibuje DOS pergaminos y en ellos, con base en la lectura de los documentos Los Medios de Comunicación y los adolescentes y Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales, escriba: en uno, las ventajas y desventajas de los medios de comunicación y en otro, las ventajas y desventajas de las redes sociales.

ACTIVIDAD No 3:

1. Elabore una cartelera utilizando dos páginas de su cuaderno, donde escriba DIEZ (10) extranjerismos que usted considere fueron aprendidos a través de los medios de comunicación y al frente escriba su significado en español. Tanto los extranjerismos como su significado, deben ser escritos con letras medianas o grandes y en diferentes colores. Puede agregar algunas imágenes.



1. En por lo menos 12 renglones, explique la influencia, tanto positiva como negativa, de los medios de comunicación en nuestro lenguaje.

ACTIVIDAD No 4:

1. Lea con mucha atención los documentos "La influencia de los medios en la adquisición de todo tipo de adicciones" luego, desarrolle este taller:
 - A. Analice TRES comerciales de televisión, revista, radio o prensa y analice si su mensaje es engañoso. Pegue o dibuje la imagen que represente el producto.
 - B. Escriba cinco formas a través de las cuales un adolescente puede resistir la influencia de los medios masivos en la adquisición de adicciones.

ACTIVIDAD No 5:

Con base en el documento Sexualidad y Medios de Comunicación en la adolescencia:

1. En 10 renglones dé su opinión sobre los programas de televisión que ponen en ridículo o desvirtúan la sexualidad femenina y se burlan de quienes tienen dificultades, presentando a la mujer como un objeto sexual.
2. Escriba el nombre de cinco programas de televisión (puede incluir caricaturas) que considere usted que con el modo de ser de sus protagonistas o sus historias promueven la violencia, la crueldad, los conflictos, el miedo o los sufrimientos. Para cada programa explique en qué se observa ese hecho.



Actividad No 6:

1. Escriba cinco maneras de evitar la influencia de los Medios Masivos de Comunicación.
2. Haga una lista de cinco formas adecuadas de aprovechar la tecnología y los Medios Masivos de Comunicación.
3. Cuál es el Medio Masivo de Comunicación que más le gusta y explique cuáles son sus TRES mayores beneficios.
4. Dibuje o pegue la imagen de ese Medio Masivo.