

	INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: GUÍA DE TRABAJO PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES EN LA PRESENCIALIDAD – JORNADA SABATINA		Versión 01	Página 1 de 5

5			
INSTITUCIÓN EDUCATIVA HÉCTOR ABAD GÓMEZ			
DOCENTE: OSMIN EDISON CORTÉS AGUIRRE		NÚCLEO DE FORMACIÓN: COMUNICATIVO (Lengua Castellana. Inglés, Lectoescritura)	
CLEI: 4	GRUPOS: 403, 404, 405, 406, 407	PERIODO: 2	SEMANA: 18
NÚMERO DE SESIONES: 1	FECHA DE INICIO: 1 de junio	FECHA DE FINALIZACIÓN: 7 de junio	

PROPÓSITO

Participa en diversas actividades orales formales en las que se requiere preparar la información con antelación, hacer referencia a los conceptos investigados y llegar a conclusiones coherentes.

ACTIVIDAD 1 (INDAGACIÓN)

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. Con este tipo de medios, el receptor pierde su carácter de receptor “individual” pasando a llamarse “receptor colectivo”. Características Las características de estos medios contribuyen a la elaboración y entrega de los mensajes.

- A. Estos medios de comunicación social son “medios”, por lo tanto, existen emisores y receptores que pueden ser individuales y colectivos.
- B. Son abiertos, esto significa que cualquier persona puede acceder a ellos.
- C. Se relacionan con distintas disciplinas, lo que involucra el empleo de distintos lenguajes, además de especificaciones técnicas.

D. Los contenidos están destinados a un público heterogéneo y a una gama de receptores, como así también a un público más reducido, que maneja ciertos códigos e información necesaria para decodificar el mensaje.

ACTIVIDAD 2 (CONCEPTUALIZACIÓN)

Tipos de medios de comunicación de masas

Los tipos de medios de comunicación pueden ser los siguientes:

Libros

Corresponden a un medio escrito. Gracias a adelantos tecnológicos se ha posibilitado su reproducción en serie y, en consecuencia, pueden llegar a varios receptores a la vez.

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.

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.

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 breve. Su modo de transmisión de mensajes es simultáneo.

Internet

Es una red de redes, en la cual la información está estructurada y organizada de acuerdo con temas y áreas. Así los "buscadores" facilitan el trabajo en la entrega e interpretación de la información.

Cine

Surge en 1895 con la primera película de los hermanos Lumiere: "La salida de los obreros de la fábrica". El cine al ser limitado en su tiempo real comprime la narración por medio del empleo de medios técnicos y estructurales, como, por ejemplo, el guion cinematográfico, escenas, plano, secuencia, entre otros.

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: 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.

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.

Entretener

La sociedad demanda de los medios, la entretención y el esparcimiento. Así estos contribuyen a llenar espacios de tiempo para descansar y divertirse. Esta es una de las funciones más desarrollada por los programas televisivos, aunque también está presente en otros medios de comunicación.

Formar opinión

Los distintos mensajes entregados por los medios de comunicación, contienen la ideología de quienes elaboran la información promoviendo la formación de opinión entre los receptores. Los medios sociales ordenan e interpretan la información facilitando la comprensión de ésta entre los receptores.

Publicidad y propaganda

Esta función es propia de las sociedades modernas, debido a la trascendencia económica que ella tiene, así persiguen la finalidad de ofertar y conseguir consumidores para los distintos productos que se ofrecen. De esta manera la publicidad y propaganda financian los distintos tipos de programas presentados por los medios. Así también persuaden para adoptar actitudes, conductas u otros.

Recuerda que la diferencia entre publicidad y propaganda es que la primera busca vender productos o servicios. La segunda previene ciertas conductas o situaciones y además busca adeptos.

