



INSTITUCIÓN EDUCATIVA LENINGRADO

Resol. No.2285 de mayo 02 de 2011 Jornada Diurna

Resol. No. 3212 de Julio 01 de 2011 Jornada Nocturna

NIT 816.002.832-0 DANE 166001002886



TALLER No 4

NOMBRE DEL TALLER: MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

- **ÁREA:** Lengua Castellana
- **DOCENTE:** Carlos Andrés Echeverri Calle
- **GRUPO:** 6
- **FECHA:** 04 marzo de 2024

FASE DE PLANEACIÓN O PREPARACIÓN

COMPETENCIA:

- Produce diversos tipos de texto atendiendo a los destinatarios, al medio en que se escribirá y a los propósitos comunicativos. Reconozco la tradición oral como fuente de la conformación y desarrollo de la literatura.
- Reconozco la tradición oral como fuente de la conformación y desarrollo de la literatura.

EVIDENCIA DE APRENDIZAJE:

- Reconoce los elementos básicos de la comunicación teniendo en cuenta el contexto e intencionalidad del mensaje.
- Selecciona y organiza la información que circula en medios de comunicación masiva
- Comparte con sus compañeros opiniones sobre los textos leídos

FASE DE EJECUCIÓN O DESARROLLO

INSTRUCCIONES: Observe la imagen y realice los siguientes dos puntos:

- Describa lo que observa en la imagen
- Responda ¿para qué cree usted que sirven los medios de comunicación masiva??



TEORÍA.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

Los medios masivos de comunicación son el conjunto de recursos que obtienen y difunden información a una audiencia amplia y diversa, los cuales moldean la opinión pública, pues se acepta por cierta la información que brindan, otorgándole credibilidad y un grado de confianza. Los medios pueden ser escritos, como la prensa y las revistas; audiovisuales, como la radio y la televisión; o interactivas como el internet.



Los medios de comunicación tienen una gran capacidad de magnificar los acontecimientos sociales. Un mensaje puede ser repetido y lanzado como hecho importante o significativo sin serlo en la realidad. Otros hechos pueden ser sistemáticamente ocultados y, por tanto, en la realidad del colectivo no existir, al no tener eco en los medios. Un hecho trivial puede ser convertido en un evento nacional y un evento importante puede hacerse inexistente. La sociedad ha entrado en una fase en donde la realidad es aquello que aparece en la pantalla

del televisor en los diarios, o es escuchado en la radio.

CARACTERÍSTICAS GENERALES.

Cada uno de los medios tiene características técnicas propias que dan lugar a cualidades específicas de comunicar el mensaje y lo hacen más apto para determinada información. Incluso, cada persona, por motivos muy variados, prefiere un medio sobre otro o sólo tiene acceso a uno de ellos. La relación entre comunicador y audiencia es impersonal, pues se dirigen hacia grandes grupos, que no pueden ser especificados por ser heterogéneos en su composición, (diferentes culturas, niveles de vida, educación y esfera de poder), aunque unidos por un foco de interés común.

La comunicación de masas es pública, con contenido abierto y su distribución relativamente informal. Los medios pueden establecer contacto simultáneamente con un gran número de personas, distantes de la fuente y muy separadas unas de otras.

TIPOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

<p>EL DIARIO</p> 	<p>Cronológicamente es el primer medio de comunicación de masas, se publica todos los días, contiene noticias y reportajes de interés general y está al alcance del público por un importe determinado. Los lectores se involucran activamente en la lectura del periódico, pues el hecho de sostenerlo y darle vuelta a sus páginas genera mayor atención en lo que lee. Como ventaja principal, permite abarcar con mayor detenimiento y profundidad los temas más polémicos pues no tiene el acoso del tiempo, dándole seguimiento en los números subsiguientes.</p>
<p>LA REVISTA</p> 	<p>Las revistas tienen mayor permanencia. Las personas las guardan para leerlas con detenimiento en su tiempo libre. La selección de una audiencia específica es mucho más fácil en las revistas que en otro medio, debido a que todo su contenido se orienta hacia ella. Algunas revistas tienen su reputación propia,</p>

	<p>pueden ser consideradas una autoridad en el área de especialidad, o pueden ser prestigiosas, de moda, confiables, etc.</p> <p>La mayor parte de las revistas contienen artículos de fondo y no noticias de última hora, por tanto, la lectura de éstas puede retrasarse sin perder su vigencia.</p>
<p>EL RADIO</p> 	<p>Destaca por la gran velocidad para la transmisión de noticias, música, programas de variedades, concursos y muchas otras formas de entretenimiento, así como por su carácter poco absorbente, pues acompaña al receptor en sus actividades. La radio y sus mensajes se mueven con su audiencia. El mensaje de la radio puede llegar sin que su receptor esté conscientemente buscándolo. No se tiene que estar pendiente para escuchar el mensaje, pero tampoco se puede asegurar que el oyente, por ejemplo, haya logrado anotar el número telefónico o una dirección y no sabrá cuándo volverá a repetirse el mensaje. La radio no contiene imágenes, por lo que al centrarse en la capacidad auditiva, los mensajes deben ser claros y concisos.</p>
<p>LA TELEVISIÓN</p> 	<p>Es un medio poderoso con un gran impacto, pues ofrece todas las alternativas visuales, de sonido, movimiento, color y efectos especiales. Apela a las emociones y empatía de los televidentes. Su importancia es enorme por constituir un mecanismo fundamental en el proceso de socialización de los individuos, sobre todo en los niños y adolescentes, desplazando en un porcentaje importante a los tres tradicionales: la escuela, la familia y la iglesia. Los efectos de este medio no provienen sólo de su influencia directa sobre el público, no podemos pensar solamente que la televisión hace algo con el público, sino también que el público utiliza para algo la televisión, pues tiene una influencia en sus vidas. Al igual que en el radio los aspectos que determinan la audiencia son la geografía, la hora, la programación y la cadena televisiva.</p>
<p>EL INTERNET</p> 	<p>Significa red de información internacional. Es un medio que comenzó a desarrollarse en los años de 1960. se conoce como Internet o “el 16 medio inteligente” como ha sido calificado por teóricos en la materia. El internet permite tener acceso a todo tipo de información, servicios y productos en general de personas, instituciones y empresas.</p> <p>Está conformado por herramientas como el correo electrónico, grupos y foros de discusión, entre otras, las cuales permiten la comunicación entre dos o más personas separadas geográficamente, originando nuevas pautas de convivencia e integración. Su alcance es mundial e inmediato, su acceso es libre y cualquier persona conectada a la red puede acceder.</p> <p>En este punto entran las redes sociales que ya entran fuertemente desde la multimedia y la IA.</p>

Funciones de los Medios de Comunicación Masiva

Información: Proporcionan noticias, reportajes y análisis sobre eventos locales, nacionales e internacionales.

Educación: Transmiten conocimientos y promueven la cultura a través de programas educativos y documentales.

Entretenimiento: Ofrecen programas de diversión, películas, música y eventos deportivos para el disfrute del público.



INSTITUCIÓN EDUCATIVA LENINGRADO

Resol. No.2285 de mayo 02 de 2011 Jornada Diurna

Resol. No. 3212 de Julio 01 de 2011 Jornada Nocturna

NIT 816.002.832-0 DANE 166001002886



Opinión Pública: Contribuyen a formar la opinión y la percepción de la sociedad sobre diversos temas.
Publicidad: Promocionan productos, servicios y eventos a través de anuncios comerciales.

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN

- De acuerdo con la información anterior desarrolle los siguientes dos puntos
 - Imagine una pieza publicitaria para un producto inventado (el que usted quiera) y dibújela.

Ejemplos de pieza publicitaria



- Explique en qué medio de comunicación publicaría dicha pieza publicitaria

Preguntas falso o verdadero

- La radio es un medio de comunicación masiva. ()
- Los medios sociales no tienen impacto en la sociedad. ()
- Todos los periódicos del mundo son impresos en papel. ()
- La televisión solo transmite programas de entretenimiento. ()
- Las noticias en línea nunca son confiables. ()

Preguntas de selección múltiple

¿Cuál de los siguientes no es un medio de comunicación masiva?

- a) Radio b) Teléfono
c) Periódico d) Internet

¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de medio de comunicación digital?

- a) Televisión b) Radio
c) Redes Sociales d) Periódico

¿Cuál es el propósito principal de los medios de comunicación masiva?

- a) Entretener b) Informar
c) Manipular d) Todas las anteriores