



REPÚBLICA DE COLOMBIA
 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN MUNICIPAL DE PALMIRA
 “INSTITUCIÓN EDUCATIVA “DE ROZO”
 Aprobada por Resolución N° 0835 del 20 de FEBRERO de 2.017



GUÍA DE APRENDIZAJE No. 5

Grado:	8-2, 8-3, 8-4, 8-5
Área o asignatura:	CASTELLANO
Fecha de recibido:	
Fecha de entrega:	
Nombre del estudiante:	
Docente:	ARFENIS MARGOTH CUARAN RAMIREZ Correo: acuaran@iederozo.edu.co
Objetivo de aprendizaje y/o DBA:	<ul style="list-style-type: none"> Concluye sobre la importancia de los medios de comunicación y las redes sociales.



INTRODUCCIÓN

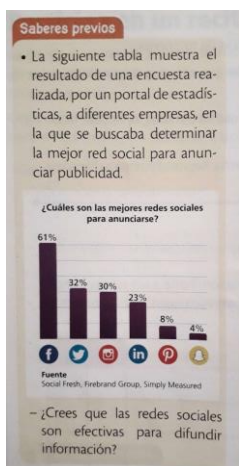
Esta es una guía elaborada para facilitar el aprendizaje de cada estudiante, en ella encontraras paso a paso los puntos claves para realizar y así llegar a un objetivo de aprendizaje.

Espero que disfrutes al desarrollarla y te recomiendo leer detenidamente cada punto para comprender lo que debes realizar y lo que vas a aprender, sobre las redes sociales y otros medios de comunicación.



¿Qué voy a aprender?

Toma nota en tu cuaderno de castellano...



Internet ha facilitado que una ancestral forma de comunicación, el voz a voz, se actualice, asumiendo la forma de redes sociales: las personas que se encuentran en la web para compartir vínculos sociales (amigos, profesionales, comerciales) y tiempo de ocio (conversaciones, juegos, videos, fotos, música), intercambian información sobre lo que pasa con el mundo que les interesa.

Los medios de comunicación han hallado en las redes una forma de interacción importante con sus usuarios, que se hacen “amigos” de un programa de televisión, un periódico, una revista, una emisora radial...

Desde sus páginas en las redes, los medios envían actualizaciones a sus contactos y los invitan a comentar sus contenidos, participar en espacios de opinión con textos que se leen en vivo o pasan por las pantallas, a alimentar debates políticos, enviar mensajes y videos, elegir la programación, cooperar en campañas a favor de diversas causas, en fin.



Los usuarios de estos medios se vuelven reporteros, fuentes de información de los mismos, que de otra parte estudian sus características, se adaptan a sus contextos y se perfilan ya no como filtros de la información sino como gestores de comunidades, al tornar a su favor una de las principales características de las redes: la inclinación a recomendar y a confiar en lo que hacen los contactos para promocionarse.

Copiar en el perfil de la red social el enlace a una noticia es una invitación a leerla para los demás contactos. Las noticias, los medios y las opiniones van así, de voz en voz, de letra en letra.



Lo que estoy aprendiendo

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS REDES SOCIALES

VENTAJAS

- Pueden tener más información sobre lo que sucede en nuestro país.
- Estar en contacto con la familia.
- Las redes sociales no tienen ningun valor



DESVENTAJAS

- Pasaría todo el día en redes sociales y descuidaría sus actividades.
- Estar en contacto con desconocidos.
- No estuvieran informados sobre algunas noticias.
- No habría comunicación con sus padres físicamente.



Conoce algunas de las redes sociales más usadas:

1. Redes sociales genéricas: estas son las más numerosas y populares, están integradas por personas que comparten una relación sea de amistad, familia o actividades e intereses comunes. Son las redes más nuevas. Algunas de estas redes son:

- **Facebook:** es través de Facebook que podemos compartir fotos, videos y documentos. Además, tiene la posibilidad de chatear en tiempo real con los contactos agregados. Es una de las redes sociales más exitosas del momento.



- **Twitter:** su principal característica es transmitir información con pocas palabras, esta red social no permite realizar publicaciones que sobrepasen los 40 caracteres. Cada uno de los textos publicados por sus miembros se llama *tweet*.



- **Google+:** es la red social lanzada por Google. Para registrarse solo hay que disponer de una cuenta Gmail. Incorpora novedades como los Sparks que son las cosas en común que compartimos con nuestros círculos. También los Hangouts que son lugares de reunión en los que se pueden hacer videoconferencias. Si se infringe alguna regla pueden llegar a bloquearte o expulsarte definitivamente.



- **Instagram:** es una de las redes sociales genéricas que más éxito tiene. Funciona compartiendo imágenes y fotos con un texto asociado, en el cual podemos aplicar efectos a las fotos, como filtros, marcos.



2. Redes sociales profesionales: su principal enfoque son los negocios y las actividades comerciales. Los usuarios de estas redes poseen un perfil profesional, en el que incluyen su ocupación actual o su currículo académico y laboral. Las más conocidas son:

- **LinkedIn:** en esta los contactos tienen una relación laboral que facilita la búsqueda de empleo. Es muy útil e indispensable tanto para encontrar trabajo como para promocionarse profesionalmente.



- **Xing:** permite el contacto entre profesionales sin que se conozcan previamente. Dispone de grupos temáticos y foros para plantear dudas, intercambiar información o generar opiniones sobre temas determinados. Cuenta con ofertas de empleo, páginas de empresas y un apartado para publicar o conocer eventos.



- **Viadeo:** da la posibilidad de ofertar y demandar empleo a través de un buscador. Funciona de forma diferente según el país del usuario, ya que cuenta con oficinas en varios países. De esta forma estudian los diferentes mercados, sus tendencias actuales y otras particularidades culturales. Final del formulario





3. **Redes sociales temáticas:** se especializan en los gustos de aquellas personas que buscan un espacio de intercambio para intereses comunes específicos. Como lo sería YouTube, Pinterest y Flickr.



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**”.



CARACTERISTICAS

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.

Tipos de medios de comunicación

Los tipos de medios de comunicación pueden ser los siguientes:

3.1- 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.

3.2- 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.

3.3- 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.

3.4- 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.

3.5- Internet

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

3.6- 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 guión

Funciones de los medios masivos de comunicación

- En general, se les atribuyen tres funciones básicas a los medios de comunicación, aunque, se pueden sumar otras:

Entretener. Los medios de comunicación son un canal en donde se difunde muchos contenidos o mensajes vinculados con el entretenimiento, como las películas, la música y las telenovelas.



Informar. Los medios masivos son un instrumento clave para que los ciudadanos accedan a información y noticias que les sirven para la toma de decisiones. Es por ello que en las democracias, la libertad de prensa es tan importante.

Formar. Este tipo de medios les permiten a sus audiencias acceder a conocimientos y productos culturales de todo tipo.

Ventajas y desventajas de los medios masivos de comunicación

Ventajas:

- Permiten la comunicación a distancia en forma fácil.
- Los mensajes llegan de manera inmediata a destino.
- Permiten el acceso a conocimientos que antes quedaban restringidos a la cercanía física.
- Son accesibles y económicos para los receptores. Si bien es cierto que en los comienzos eran costosos, a largo plazo su precio bajó en forma considerable.
- Ayudan a achicar la brecha cultural ya que permiten el acceso de este tipo de bienes a las distintas clases sociales.
- Democratizan el acceso a la información.

Desventajas:

- Suelen generar dependencia entre los consumidores.
- Pueden volverse canales en los que se difunde información falsa o manipulada.
- Reducen la interacción cara a cara entre las personas.
- Pueden difundir e instalar estereotipos.
- Incentivan el consumismo.



Práctico lo que aprendí

ACTIVIDAD

Realiza la lectura de los siguientes textos:

Texto 1 : Mundo digital por Malcom Gladwell

Actividades de aprendizaje

Interpreta

- 1 Lee el texto que se presenta a continuación y responde la pregunta.

Mundo Digital: Por qué la revolución no será tuiteada

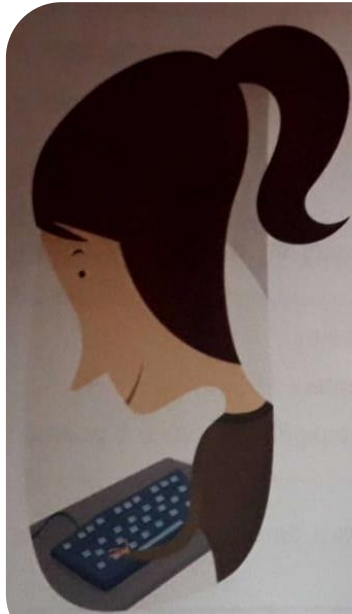
El mundo, nos dicen, está en medio de una revolución. Las nuevas herramientas de los medios de comunicación social han reinventado el activismo. Con Facebook, Twitter y similares, la relación tradicional entre la autoridad política y la voluntad popular ha sido alterada. Gracias a estas herramientas los que no tienen poder cuentan con la facilidad de colaborar, coordinar y expresar sus preocupaciones.

[...] En otras palabras, el activismo de Facebook triunfa no por motivar a la gente a hacer sacrificios reales sino por impulsarla a hacer pequeñas acciones que no requieren mayor compromiso. [...] Este modelo de activismo [...] es simplemente una forma de organizarse que favorece los lazos informales a través de los que accedemos a la información, en contraposición a los lazos fuertes que nos ayudan a perseverar frente al peligro. Desvía nuestras energías de organizaciones que promueven cambios estratégicos y actividad disciplinada, hacia aquellos que promueven elasticidad y adaptabilidad. Hace más fácil que los activistas se expresen y más difícil que esa expresión tenga cualquier tipo de impacto.

Malcom Gladwell (fragmento). akantilado.wordpress.com. 9 de diciembre de 2010.



Texto 2: Activismo pop



Ejemplo

[...] Es evidente que internet ha gestado un cambio en la balanza del poder, le ha dado voz a muchas minorías, y a los ciudadanos comunes que no tienen acceso a los megáfonos de la política y los medios. Gladwell argumentaba que solo el contacto humano podía generar la fuerza de una verdadera revolución, tenía razón a medias, pero subestimaba el poder de las redes para conectar e incidir en el pensamiento de la gente, que en últimas, es la primera instancia para generar un cambio. Poner un “me gusta” es menos trivial de lo que parece, pues en realidad es una señal de acuerdo que implica una postura política. Es cierto que se necesita mucha más valentía para la confrontación real y mucha inteligencia, estrategia y persistencia para generar un cambio tangible, pero todas estas formas se hacen más efectivas con la fuerza inusitada de la opinión pública internacional. La revolución puede tuitearse, sí, aunque no todo lo que hace bulla en internet resulta en una revolución.

Catalina Ruiz-Navarro. *Activismo pop* (fragmento). www.elespectador.com. 14 de marzo de 2012.



1. ¿Qué idea defiende en el texto 1 Malcom Gladwell frente a la posibilidad de acción política en las redes sociales?

Argumenta

2. Ten en cuenta el texto 1 de Gladwell y el texto 2 de Activismo pop y responde:

- ¿Cómo se relacionan las posturas de los autores en cuanto a la idea del activismo en las redes sociales?

3. A partir de tu experiencia en las redes sociales, responde: ¿crees que estas pueden llevar a cambios sociales duraderos? ¿por qué?

Lee y escoge una sola respuesta

4. Señala la afirmación que corresponda a uno de los grandes aportes de las redes sociales a la comunicación.
- a. Crear vínculos amistosos, profesionales y comerciales para intercambiar información de interés.
 - b. Posibilitar la gestión de comunidades gracias al papel activo de los usuarios en la movilización de información a través de los medios de comunicación.
 - c. Facilitar el intercambio de noticias, información y opiniones entre las personas.

- d. Hacer posible la visibilización de lo que los participantes de la comunicación piensan en cada momento.
5. Escribe la opción que corresponde al fenómeno con el cual se comparan las redes sociales.
- Un chat plurifuncional
 - Un voz a voz actualizado
 - Una vitrina comunicativa
 - Un noticiero alternativo

Responde según la información que encuentres en esta guía:

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las redes sociales?
- Menciona las redes sociales más usadas y explica cada una de ellas.
- ¿Qué son los medios de comunicación masiva y cuáles son sus características?
- Menciona los tipos de medios de comunicación y sus funciones
- Menciona cuáles son las ventajas y desventajas de los medios de comunicación
- Busca en la sopa de letras las siguientes palabras: Redes, comunicación, información, amistades, Facebook, google, Instagram, youtube, social, profesional

I	E	T	G	U	I	O	J	H	D	F	G	N	M	N
N	F	A	C	E	B	O	O	K	E	D	W	D	F	C
S	Q	A	Z	X	D	F	R	T	H	J	K	N	K	O
T	D	F	L	A	N	O	I	S	E	F	O	R	P	M
A	Q	W	E	R	T	Y	U	I	J	N	H	G	F	U
G	Z	X	C	V	B	N	M	A	S	D	F	G	H	N
R	S	E	D	E	R	W	S	D	N	G	H	J	K	I
A	P	O	I	J	H	G	F	G	O	O	G	L	E	C
M	W	S	D	F	S	T	G	H	I	R	E	R	T	A
V	E	P	E	E	O	A	T	S	C	S	D	F	G	C
B	R	O	D	D	C	S	E	E	A	S	D	E	D	I
N	T	I	F	F	I	D	Y	R	M	E	D	F	J	O
D	Y	U	G	V	A	E	U	F	R	W	R	H	L	N
R	U	Y	T	T	L	D	I	D	O	S	F	J	O	
E	H	H	S	N	T	F	J	C	F	D	B	H	E	Ñ
T	N	I	Y	M	G	V	N	V	N	G	H	T	R	O
U	M	B	U	F	F	B	G	B	I	B	J	R	N	U
A	N	G	I	R	D	H	V	E	B	U	T	U	O	Y