



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



LIC. NELLY AGUDELO P.

GUÍA DE APRENDIZAJE No. 8

Grado:	ONCE
Área o asignatura:	CIENCIAS SOCIALES
Fecha de recibido:	1 DE SEPTIEMBRE
Fecha de entrega:	30 DE SEPTIEMBRE
Nombre del estudiante:	
Objetivo de aprendizaje y/o DBA:	<ul style="list-style-type: none">• Conoce y analiza el proceso de evolución de los medios de comunicación.• Establece relaciones que tienen los medios de comunicación en el mundo y el impacto que tienen en Colombia.• Reconoce y valora el impacto cultural que tienen los medios de comunicación.

INTRODUCCIÓN



En esta guía conocerás como los medios de comunicación son tan antiguos como los seres humanos.

Los desarrollos tecnológicos que han tenido.

Como en los dos últimos siglos los medios de comunicación se han convertido en un factor determinante de todas las sociedades.

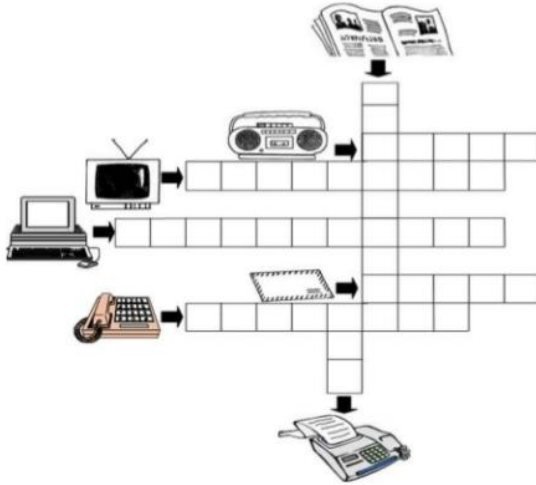
Las relaciones entre los medios de comunicación, las **sociedades** y las **culturas** han suscitado diferentes tipos de tensiones. En muchas ocasiones el resultado de estas tensiones ha favorecido a diferentes grupos sociales; en otras, los ha perjudicado.



¿Qué voy a aprender?

1. Resuelve el crucigrama

RESUELVO EL SIGUIENTE CRUCIGRAMA



2. Relaciona según corresponda.

Periódicos

Noticieros

Informativo Radial



Se transmiten por la radio.

Se transmiten varias veces al día.

Son textos escritos.

Presenta la información usando texto e imágenes.

Un presentador transmite las noticias.

Un locutor lee las noticias.

Presenta la información usando audio.

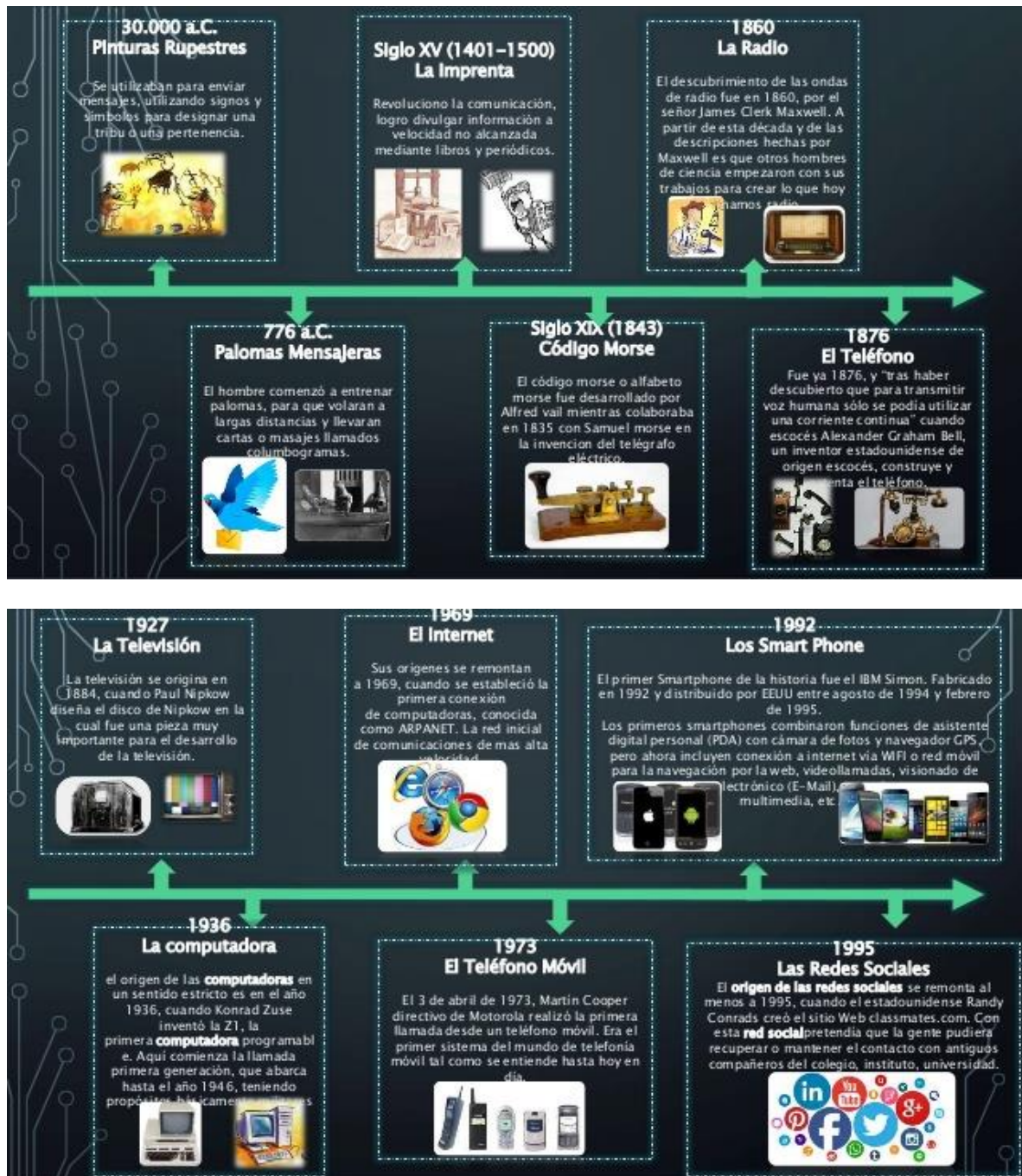
se transmite por la televisión.

Un reportero escribe las noticias.



Lo que estoy aprendiendo

HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.



TEORIAS CRÍTICAS SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Durante el siglo XX se desarrollaron diferentes teorías para explicar el papel de estos en las sociedades modernas.

- **TEORIA ECONOMICO-POLITICA:** Desde esta perspectiva los medios de comunicación son parte de los sistemas económico y político, por lo tanto se analiza lo económico antes que lo ideológico.
- **TEORIA DE LA HEGEMONÍA:** Le interesan las formas de expresión y significado, así como los mecanismos que utilizan los medios para influir en las creencias, pensamientos, emociones de determinados sectores la sociedad.
- **LA ESCUELA DE FRANKFURT:** Esta corriente analizó los medios de comunicación alrededor del concepto de **cultura de masas** , lo cual significa que sectores dominantes comercializan la cultura.
- **ENFOQUE SOCIO-CULTURAL:** Este enfoque critica las visiones que presenta la cultura incluyendo los medios como producto de la economía o política.

LOS MODELOS DE COMUNICACIÓN.

Comunicación vertical: La información se transmite en una sola dirección, es decir, de un emisor a un receptor.

El modelo que funciona desde hace más de un siglo, y antes incluso: los grandes medios de comunicación. La prensa, radio y TV emiten y ‘atronan’ a todo el mundo con mensajes más o menos coordinados. ‘Café para todos’, noticias, ideología y publicidad para orientar el consumo y dirigir el voto.

Comunicación horizontal: ‘redes sociales’ y otras novedades

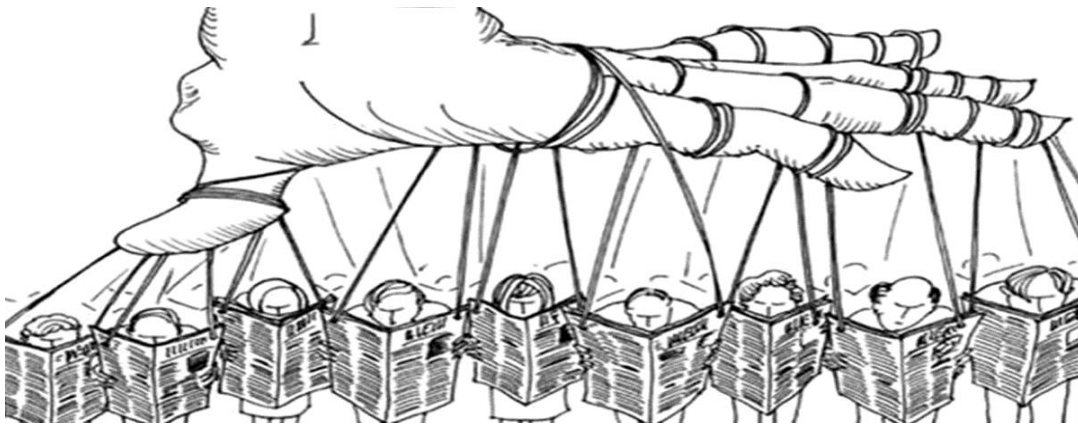
El fenómeno incipiente de los últimos tiempos. En este modelo la comunicación se produce en ‘horizontal’, es decir dentro de la sociedad, a través de redes sociales, grupos de interés, comunidades, etc.

Los ‘horizontales’ argumentan que la gente orienta su consumo cada vez más preguntando a sus conocidos y amigos, viajan a sitios por recomendaciones, etc. Y aunque su visión de la actualidad general

llega a través de los medios tradicionales, el día a día de sus vidas se orienta a partir de estos consejos y conversaciones.

De acuerdo con esto la comunicación es en diferentes vías y no en una sola.

PODER Y MEDIOS: DOS PUNTOS DE VISTA



Los medios de comunicación instrumentos que llegan a muchísimo público, son también una ventana perfecta para difundir ideologías y formas de pensar determinadas. Hay muchas personas que sostienen que los medios de comunicación tienen una clara función de influencia ideológica, y que lo que se dice en ellos, y sobre todo en sus informativos, está controlado por los grupos de poder político y económico. Según estos autores, si estos grupos de poder consiguen transmitir unas ciertas ideas a través de los medios, les resultará más fácil conseguir votos en las elecciones (y conseguir así más poder).

¿Sabías que...? Las audiencias de los medios de comunicación se miden con audímetros (son unos aparatos que se colocan en algunos hogares de todo el país, para saber, por cálculo estadístico, cuánta gente ha visto un programa determinado). Las marcas de publicidad, para colocar un anuncio, buscan las cadenas y los programas que más publicidad tienen. Como los medios viven de la publicidad, esto lleva a quienes dirigen las cadenas a producir programas con mucha audiencia, es decir, que atraigan al público, aunque eso no siempre signifique programas de mayor calidad o de mayor interés para los ciudadanos. Puedes consultar audiencias diarias en páginas como la de FormulaTV: <http://www.formulatv.com/audiencias/>

EL PODER SIMBÓLICO.

Tiene cuatro componentes:



- **El económico**, que controla la actividad productiva.
- **El político**, que regula el orden social y el control del Estado y sus instituciones.
- **El coercitivo**, que implica el control por parte del Estado de la fuerza para mantener el orden establecido.
- **El simbólico**, otorga a determinadas personas e instituciones cierta posición sociocultural que permite que las audiencias los reconozcan y acepten lo que informan o presentan.

¿QUIENES SON LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

Lo dicho hasta ahora deja claro que los medios de comunicación son grupos con poder económico y político.

- **En el plano nacional**, son multimillonarios que invierten su capital en diferentes sectores de la economía.
- **En el plano internacional**, existen grupos económicos propietarios de los más importantes medios de comunicación en diferentes países.

LA OPINIÓN PÚBLICA.

Es un conjunto de opiniones individuales, sobre asuntos de interés común que se origina en las formas comunicativas humanas; producto de la comunicación horizontal, se entrelazan y constituyen algo nuevo, diferente e independiente que no puede confundirse con la suma de las partes.

UNA CONSTRUCCIÓN SOCIAL.

Porque los seres humanos vivimos en sociedad y tenemos la necesidad de comunicarnos. Se recibe información, se elabora, se emite opinión.

ESFERAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA.

La relación entre movimientos sociales y medios de comunicación permite la Transnacionalización. Desde los años 90, Internet ha sido el medio que más ha fomentado esta creación. A través de este medio se impulsan comunidades virtuales capaces de generar debate público sobre problemas que afectan a comunidades.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

El proceso se puede resumir así:

- ❖ *Integración de redes sociales.*
- ❖ *Conformación del movimiento social.*
- ❖ *Transnacionalización del movimiento social.*

Esto sucede porque estamos en un mundo globalizado y los problemas de un país o región también están presentes en otros espacios geográficos.

JÓVENES, CULTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Durante las últimas décadas del siglo XX, las sociedades transformaron sus pautas de socialización, es decir, modificaron las formas como las culturas educan a sus jóvenes para la vida adulta.



llegar tú tus propios mensajes a ellos igual que ellos te los hacen llegar a ti? ¿Crees que “medios de comunicación” es una buena denominación, o podemos usar otras? ¿Qué tal “medios de difusión”, por ejemplo?

3. ¿Te has parado a pensar alguna vez cuáles son las funciones de los medios de comunicación y qué papel desempeñan en la sociedad?

4. Observa el siguiente afiche y responde.

La idea es que tu mismo analices y expongas tus puntos de vista.



¿Cómo sé que aprendí?



5. De acuerdo con el siguiente documento, responde los interrogantes que se plantean a continuación.

Tiempo libre y medios de comunicación.



La siguiente es una encuesta de consumo cultural hecha por el DANE a mayores de 12 años sobre el uso del tiempo libre. La mayor parte de los encuestados, un 71% lo usa con medios audiovisuales, es decir, viendo televisión, videos, oyendo radio, navegando por la red o usando el computador. La segunda "actividad" preferida en la que se distraen los

encuestados es, como llama el DANE, **el ocio pasivo**. Esto es "tirarse" por ahí a "hacer nada": 47%. Los encuestados entre los 12 y los 65 años, en un porcentaje que promedia el 96% ven televisión.

El que todavía es un objeto relativamente raro es el computador ya que apenas está en el 23 por ciento de las casas y solo el 12% de los Colombianos tiene conexión a Internet donde vive. A propósito de la Web, otra encuesta revelada por esta entidad dice que el 47% de los mayores de 5 años que usaron la red en el último año lo hicieron desde lugares como cafés Internet. El 90% de los usuarios accedió para buscar información. El 80%, para comunicarse y el 52% para aprendizaje. Solo el 10% accedió para transacciones de banca electrónica.

El Tiempo, marzo 18 de 2009

- ❖ ¿En qué emplean los colombianos el tiempo libre según el estudio?
- ❖ ¿Cuáles de las actividades preferidas por los colombianos en su tiempo libre tienen que ver con los medios de comunicación? Mencionalas.



6. REFLEXIONA Y VALORA...

De acuerdo con los resultados anteriores, escribe una conclusión sobre el consumo cultural de los colombianos. Para esto ten en cuenta aspectos como:

- ❖ ¿Consideras adecuada la manera como la mayoría de los colombianos utilizan su tiempo libre? ¿Por qué?
- ❖ ¿Cuál consideras que sería la manera óptima de aprovechar los medios de comunicación?

7. Expresa tu punto de vista sobre lo que afirma el siguiente texto.

INTERNET: ¿20 AÑOS DE ESTUPIDEZ?

Mientras Internet se viste de gala para celebrar el 20 aniversario de las famosas tres w, de la world wide web, los científicos están preocupados por el desarrollo cognitivo de las nuevas generaciones. Estos jóvenes son

expertos en navegar por la red, pero son incapaces de pensar, concentrarse y aprender de la misma manera en la que lo hacían sus padres, afirman algunos expertos.

Fuente: Revista Semana marzo 16 de 2009.



8. PANTEA Y ACTUA.

Piensa en qué casos el uso del internet podría dañar las capacidades de aprendizaje de las nuevas generaciones. Elabora dos propuestas para prevenir o contrarrestar este daño.

9. Escribe lo que piensas de la siguiente reflexión



¿Qué aprendí?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DE MANIPULACIÓN

La mediocridad humana se aprecia claramente en como la mayoría de las personas se dejan manipular por los medios de comunicación y se convierten en fanáticas de los mismos. Pero, ¿Cómo evitar ser manipulados?; te lo contamos.

Que los medios de comunicación son un arma de manipulación masiva no es secreto alguno, aunque el gran pueblo ignorante no quiera admitirlo y siga manteniendo fe ciega en que su televisión, cadena radiofónica, periódico, revista o sitio Web favorito es independiente e imparcial y que siempre dice la verdad.

Demostrar que todos dicen siempre una pequeña parte de verdad y sobre ella construyen una gran mentira sólo requiere de:

- 1. Prestar atención a cada uno de ellos y no sólo a aquel que nos dice lo que queremos oír.**
- 2. Tener claro que no hay medio de comunicación independiente y que tras éstos hay empresas con intereses económicos y partidos políticos con intereses también económicos.**
- 3. Hay que saber que empresas y grupos empresariales por una parte, y partidos políticos por otra, hay detrás de cada medio de comunicación.**
- 4. Dudar de todos los datos que nos hacen llegar y construir nosotros la información a partir de un análisis de los mismos.**
- 5. Cada medio de comunicación nos cuenta los “trapos sucios” de su competidor, y es ahí donde más hay que prestar atención.**

Ahora bien, todo lo anterior carecería de importancia si no fuese porque quién al final sufre esa manipulación es la ciudadanía. Lo más grave es cuando se intenta manipular al poder judicial y cuando grandes (o pequeñas) desgracias quedan sin responsables ni soluciones:

- Cuando un juez realiza una sentencia acorde a la opinión de un medio de comunicación y del partido político vinculado a éste, ambos declaran que ese juez acierta en su decisión. En caso contrario, declaran que el juez se ha equivocado, es decir, ellos siempre aciertan y, además, difunden la desconfianza en el poder judicial y falta de confianza en el mismo.**
- Cuando en una ciudad sucede una gran desgracia, el partido que se encuentra en la oposición culpabiliza al gobierno e insiste en que se investigue hasta saber que provocó esa desgracia. El gobierno, por su parte, siempre afirma que se debió a un accidente del cual no son responsables e intenta evitar que se investigue ese suceso. Los**

medios de comunicación partidarios de la oposición comienzan a intentar convencer al pueblo de que el gobierno no quiere investigar y los medios partidarios a éste último intentan convencer de que fue un accidente.

Es curioso que cuando se cambian los papeles, tanto los políticos como los periodistas actúan de la misma manera. ¡Hipócritas!.

Tener fe en unos o en otros es algo absurdo y estúpido. Nadie debería pensar por tí; diferente es que no seas capaz de pensar, no quieras pensar o ambas cosas.

Publicado el 11 septiembre 2006 | Temas: TV-Radio-y-Prensa, Críticas | Tags: comunicación, ignorancia

10. Ahora completa un cuadro como el siguiente, con base en lo expuesto en el texto anterior.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MANIPULACIÓN	
Concepción de los medios de comunicación.	
Principales problemas que plantea.	
Rasgos de la manipulación de los medios de comunicación.	

11. Escribe un análisis de la siguiente imagen en 10 renglones.



Figura



RELACIONEMOS CON EL PRESENTE...

LEE ATENTAMENTE LA SIGUIENTE NOTICIA Y SACA CONCLUSIONES RELACIONADAS CON LO VISTO EN LA GUÍA.

¿Cómo ha sido el cubrimiento periodístico en Colombia frente al coronavirus? Experto de Uniautónoma hace un análisis del papel de los medios

La expansión que ha tenido a nivel mundial la COVID-19 lo ha convertido en el tema del momento para los medios de comunicación.

Jorge Erazo, docente experto en medios de la Universidad Autónoma del Caribe, explicó cómo ha sido el cubrimiento periodístico en Colombia frente a esta crisis de salud pública.

Según el docente, el tratamiento periodístico en Colombia ante la crisis del coronavirus ha dejado un sabor agrí dulce. "Los medios se han dedicado a hacer un cubrimiento que en vez de ir más a la calma y la prevención junto con la contextualización y explicación de los acontecimientos, ha girado en torno al temor y a las noticias sin contexto, se han enfocado en buscar a los enfermos", afirmó Erazo, profesional en Comunicación Social - Periodismo, con una maestría en Educación y fue jefe de redacción del diario El Heraldo.

Los medios de comunicación son los responsables de informar a las personas sobre cómo enfrentar la crisis y qué se debe hacer, más no sobre quiénes son los infectados e infundir el temor social.

"Estos temas hay que tratarlos con delicadeza, nadie está preparado para enfrentar estos temores colectivos, en Huila apedrearon la casa de una persona afectada. Cuando los medios pasan esa línea se pueden generar este tipo de problemas", señaló el experto.

Lo recomendable para los medios de comunicación, según Erazo, es que cuenten con profesionales expertos en periodismo de salud, para que sean ellos los encargados de explicar cómo funciona el sistema de salud colombiano y por qué podría colapsar si la propagación del virus ocurre de manera exponencial.

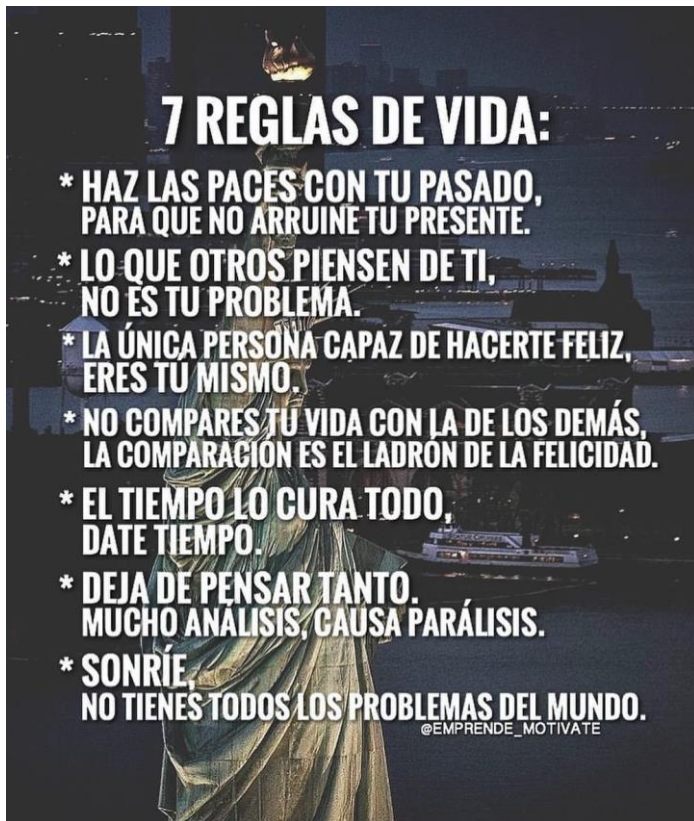
De esta forma, las audiencias y la sociedad en general tendrán más elementos de juicio para poder acatar las indicaciones en cuanto a prevención. "Hasta este momento, no hemos visto ese tipo de información a excepción del diario El Espectador, el cual ha hecho un trabajo mucho más profesional con respecto a las explicaciones de contexto que la gente necesita tener claras para saber manejar este tipo de situaciones", aseguró el docente.

El experto formuló cinco (5) recomendaciones claves que deben tener en cuenta los medios de comunicación para hacer un adecuado cubrimiento periodístico del coronavirus, y cualquier otro tipo de emergencia sanitaria que pudiera presentarse:

- Deben enfocarse en explicar cómo funciona el sistema de salud en el país.
- Abstenerse de divulgar la vida y datos personales de los contagiados.
- No especular sobre casos sospechosos, no son noticia, los contagiados son la noticia.
- Se debe hablar desde la prevención y la contextualización, no generar temor.

- Las autoridades del sector son las únicas que pueden emitir información fiel acerca de la situación.

PARA REFLEXIONAR...



CIBERGRAFÍA

Adaptado con fines educativos.

<https://pt.slideshare.net/csilagunillas/linea-del-tiempo-medios-de-comunicacion/2>

http://www.webcolegios.com/colandresbello.edu.co/guias/guia_1_grado_octavo_tercer_periodo.pdf

<https://convence.wordpress.com/2009/06/09/comunicacion-vertical-vs-comunicacion-horizontal/>

<https://www.ciberresponsales.org/pages/el-papel-de-los-medios-de-comunicacion>

socorrocarmona25/taller-n-7-sopa-de-letras-medios-masivos-de-comunicacin-8734576

https://www.preunab.cl/wp-content/uploads/2014/02/guia_lenguaje_4_2008_respuestas.pdf

lideshare.net/leidyperea1/teorias-comunicativas-los-medios-influye-en-los-

jovenes<http://noeresmas.com/articulos/medios-de-comunicacion-y-manipulacion>

<https://www.uac.edu.co/noticias/item/4282-como-ha-sido-el-cubrimiento-periodistico-en-colombia-frente-al-coronavirus-experto-de-uniautonoma-hace-un-analisis-del-papel-de-los-medios>