

	INSTITUCION EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ	Código: FQ-01-V2
	AREA CIENCIAS ECONÓMICAS Y POLITICAS	PÁGINA

ASIGNATURA /AREA	CIENCIAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS	GRADO:	11°
PERÍODO: 1	DOCENTE: CELENE GALLEGO CASTRILLÓN	AÑO	2018

LOGROS /COMPETENCIAS: (de acuerdo al enfoque que se siga en la I.E)

R.EALIZA ACTIVIDADES TENDIENTES AL FORTALECIMIENTO DE PROCESOS PEDAGÓGICOS FORMATIVOS

ACTIVIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR INCLUYENDO BIBLIOGRAFIA DONDE SE PUEDA ENCONTRAR INFORMACIÓN:

- Recuerde que las actividades deben ser entregadas oportunamente, de acuerdo a los requerimientos del docente y deben sustentarse. (trabajo con las técnicas del trabajo escrito y con esta hoja de apoyo)
- Ellas deben quedar consignadas en el respectivo cuaderno como evidencia.
- El plan de apoyo y mejoramiento también le permite al estudiante que lo desee superar logros que quedaron evaluados con una valoración inferior a la esperada por este.

RECUERDA PRESENTAR LAS ACTIVIDADES CON IMAGINACIÓN, CREATIVIDAD Y SENTIDO DE PERTENENCIA.

ACTIVIDAD INDIVIDUAL

1. MEDIOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN MASIVOS

- A. Realiza la lectura e infiere cómo los MEDIOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN MASIVOS se relacionan con la economía y la política.
- B. Organiza un mapa conceptual en donde establezca la relación MEDIOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN MASIVOS frente a la economía y la política
- C. Elabora una secuencia de dibujos en donde se visualice la relación MEDIOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN MASIVOS frente a la economía y la política.

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**”.

2- 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.

3- Tipos de medios de comunicación de masas

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 cinematográfico, escenas, plano, secuencia, etc.

4- 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:

4.1- 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.

4.2- 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.

4.3- Entretener

La sociedad demanda de los media la entretención y el esparcimiento. 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.

4.4- 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 la información facilitando la comprensión de ésta entre los receptores.

4.5- 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.

5- La influencia de los medios de comunicación en el lenguaje

En el ámbito del lenguaje los medios ejercen una gran influencia. Ellos son los responsables, por

ejemplo, de la difusión de numerosos extranjerismos. Por ejemplo en cualquier retransmisión deportiva podemos escuchar play off por eliminatoria, break por rotura de servicio, tie break por desempate, pressing por presión...; y sin los medios de comunicación no cabría pensar que en español se hubieran aclimatado términos como fútbol, penalti, córner, pivot, surf... Del mismo modo, a ellos se debe la difusión 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, a la vez, su capacidad para llegar a todos los rincones y a todas las capas sociales contribuye a homogeneizar el lenguaje y, por tanto, son un factor que evita la fragmentación del idioma.
www.portaleducativo.net/septimo-basico/317/Medios-de-comunicacion-masiva

2. Consulta aspectos relacionados con la sociedad POSINDUSTRIAL y con base en ello:

- A. Cómo se relaciona con la Revolución Industrial y la Segunda Guerra Mundial
- B.Cuál es la importancia de las TICS, la ciencia y conocimiento frente al fenómeno sociedad POSINDUSTRIAL
- C. Cómo te identificas con ella y porqué.
- D. Cómo puedes hacer una relación sociedad POSINDUSTRIAL con la economía y la política.

METODOLOGIA DE LA EVALUACIÓN.

Teniendo en cuenta los principios de la evaluación basada en competencias, se hará fundamentada con base en la evaluación diagnóstica, sumativa y formativa.

Diagnostica, sumativa

RECURSOS:

Textos guías
 Los que proporcionen las TICS

OBSERVACIONES:

FECHA DE ENTREGA DEL TRABAJO

FECHA DE SUSTENTACIÓN Y/O EVALUACIÓN

NOMBRE DEL EDUCADOR(A)

FIRMA DEL EDUCADOR(A)

FIRMA DEL ESTUDIANTE

FIRMA DEL PADRE DE FAMILIA

