Guía N°6/UNIDAD 1
CURSO 4°medio.
Prof.: Valentina Arenas W.

GUIA N°6
FORMATIVA
EDUCACION CIUDADANA.

Nombre: _____ Curso: _____

Objetivo: Análisis de perspectivas en los medios de comunicación masivos.

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:**

1. Las características de estos medios contribuyen a la elaboración y entrega de los mensajes.
Estos medios de comunicación social son "medios", por lo tanto, existen emisores y receptores que pueden ser individuales y colectivos.
2. Son abiertos, esto significa que cualquier persona puede acceder a ellos.
3. Se relacionan con distintas disciplinas, lo que involucra el empleo de distintos lenguajes, además de especificaciones técnicas.
4. 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 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 de tiempo 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 a 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 guión cinematográfico, escenas, plano, secuencia, etc.

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:

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.
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.
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. **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.
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.

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.

ACTIVIDAD.

Observa el siguiente cortometraje elaborado por el **periódico británico The Guardian** (con opción de subtítulos en castellano), titulado ***"Gran Lobo Malo hervido vivo"*** (Big Bad Wolf boiled alive), disponible en; https://www.youtube.com/watch?v=ozbtDhvNqZM y comenta cuáles son tus impresiones con las siguientes preguntas.

1. ¿Qué es lo que el cortometraje buscaría mostrar acerca del rol de la prensa en la transmisión de información?

2. ¿Cómo influirían las perspectivas desde las cuales se muestra la información en la percepción que el público tiene de ésta?

3. ¿Qué importancia tiene que la prensa muestre un comportamiento ético en relación con la información que se transmite en distintos medios?

4. ¿Por qué es importante que los ciudadanos tengan un juicio crítico frente a la información que reciben en distintos medios?

5. Comenta con un ejemplo si haz observado manipulación de información por parte de los medios, puedes utilizar para ello alguna serie de moda o situación de nuestro país.