

República Bolivariana de Venezuela.

Poder Popular para la Educación.

U. E.: "Nuestra Señora de Lourdes".

2Cs "A" Simón Bolívar.

Medios de Comunicación

Integrantes:

Pablo Turmero #3

30 de Junio 2011.

Introducción.

La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.

Hoy en día, la prensa, radio, televisión, teléfono e internet constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

La rapidez y dramatismo con que los medios de comunicación para las masas se han ido incorporando en nuestra realidad, no nos dio tiempo para adaptarlos y adaptarnos. Ante ellos nos es difícil tomar una actitud serena: o nos aferramos a un mundo estático, pre-industrial; o nos desarraigamos por completo quedando a merced de las novedades o estímulos superficiales, e ignorando el pasado.

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

Índice

Introducción.....	1
La prensa.....	3
La radio.....	4
La televisión.....	5
Internet.....	6
Teléfono.....	7
Fax.....	8
El silencio.....	9
El lenguaje publicitario.....	10
Símbolo.....	10
Señal.....	10
Expresión corporal.....	10
Programación educativa.....	11
Programación no educativa.....	11
Influencia de la radio, la televisión y el internet en la educación básica.....	11
Conclusión.....	13
Anexos.....	14
Bibliografía.....	18

LA PRENSA

La prensa es un medio editado normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuyo contenido principal son las noticias, nacionales, locales, deportivas, económicas, de sucesos y otras.

Importancia.

Es uno de los medios más importantes, con una fuerte influencia sobre la opinión pública en la sociedad.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Sus contenidos son amplios. Es de fácil acceso. Llega a mucha gente de diferentes clases sociales.

Desventajas. Es selectivo porque sólo un bajo porcentaje (10 %) es el que se selecciona para su edición.

En la educación.

Ventajas. A través de la prensa se puede hacer llegar mensajes educativos para niños, jóvenes y adultos, así como también campañas como vacunación, de concientización, y otros.

Desventajas. Hay una tendencia en este medio de ser amarillista, lo que en muchas oportunidades le resta espacio a las noticias de carácter educativo, dándole prioridad a la publicidad y noticias de sucesos.

Características.

Tiene una vida efímera, por lo general de 24 horas, y una presentación clara y sencilla.

La mayoría se presenta con una estructuración bien definida en cuerpos (economía, deportes, sucesos, entretenimiento, laboral, sociedad, etc.).

Hay que hacerlo de un día para otro. Gran velocidad de elaboración.

Su presentación física es en papel. Sus escritos pueden ser en blanco y negro o a colores.

Función.

Su función principal consiste en presentar noticias en forma escrita

LA RADIO

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal por medio sonoro.

Importancia.

Se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee una calidad íntima muy personal, que la mayoría de los otros medios no tienen.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Es el medio que mayormente llega a la gente. Sus contenidos son variados. Es de fácil acceso (sólo basta con disponer de un aparato de radio económico).

Desventajas. Si no escuchamos la información en el momento en que es transmitida, no nos enteramos del evento en cuestión.

En la educación.

Ventajas. Sirve para difundir programas educativos y de orientación de gran impacto a todos los niveles de la sociedad, pero principalmente a los niños y jóvenes.

Desventajas. Puede ser utilizado por los jóvenes sólo para escuchar música sin hacer caso a los programas educativos, si no hay presión y participación de los padres y representantes.

Características.

Su costo de producción es menos elevado que el de otros medios.

Permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales en tiempo real.

Emisor y receptor se comunican sin verse, ni percibirse.

La radio posibilita que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo; crea sus propias imágenes mentales.

La información que transmite es inmediata.

Llega a todos los públicos.

Su lenguaje es más rico.

Función.

La función es dar a conocer noticias, entretenimiento y programas de opinión sin necesidad de distraer al radio escucha al manejar o en casa si eres ciego.

LA TELEVISIÓN

Es el sistema de transmisión de imágenes y sonidos a distancia, mediante ondas hertziana, mediante cable, ya sea coaxial o de fibra óptica, y mediante satélite.

Importancia

Permite al televidente enterarlo de lo que está pasando alrededor del mundo en esos momentos, con mayor rapidez, muchas veces, al instante; con la difusión de imágenes, que el espectador contempla como si fuese un testigo de lo que presencia, es como si el mundo real y ficticio se metiera en su casa.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Es una vía de fácil acceso para comunicar cualquier mensaje institucional y educativo, campañas de vacunación y cualquier tipo de información.

Desventajas. Las personas de mediano a bajo nivel cultural y de preparación profesional, se adaptan sólo a recibir la información por esta vía, sin verificar en otros medios.

En la educación.

Ventajas. Alto poder de difusión de programas y mensajes educativos.

Desventajas. Si no se supervisa correctamente puede ser un foco de adquisición de costumbres, hábitos y valores que no son propios de nuestra cultura. Debilita las capacidades de lectura.

Características.

Es el medio de mayor alcance e impacto sobre la población, ya que no requiere de acudir a otros medios para certificar la información.

Es el medio de mayor efecto a corto plazo, ya que tiene un poder persuasivo muy grande.

Es el medio donde más se invierte en tecnología, sobre todo a nivel de publicidad.

Función.

Ser una fuente muy importante de noticias, de información y de entretenimiento para las familias. Enriquecer la vida familiar, acrecentar su cultura, unir más a sus miembros y promover su solidaridad hacia las personas. Ser un vehículo que transmita ideas y costumbres a tantos millones de personas y con tanta rapidez.

INTERNET

Es un conjunto de ordenadores desplegados por todo el mundo y conectados entre sí intercambiándose información. Es una red de redes. Internet es una gran red internacional de ordenadores, permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir: mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa.

Importancia.

Permite acceder a información variada (económica, deportiva, científica, educativa, musical) en un tiempo muy reducido, desde cualquier lugar de la tierra. Además permite enviar y recibir mensajes, y mantener la comunicación entre investigadores, amigos y colegas.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Se puede utilizar para que lleguen mensajes e información a las masas de manera rápida y efectiva, independientemente del lugar de ubicación del usuario. Posibilita la conexión con todo tipo de ordenadores, desde los personales, hasta los más grandes que ocupan habitaciones enteras. Incluso podemos ver conectados a la red cámaras de vídeo, robots, y máquinas de refrescos.

Desventajas. Hay una relación directa entre la dependencia a la internet con los altos niveles de depresión, cambio en el humos del individuo, altos niveles de ansiedad, conductas agresivas y violentas, sobre todo en los jóvenes.

En la educación.

Ventajas. Da la posibilidad de que no se tenga que retener gran cantidad de información (memorizar), en un proceso de enseñanza aprendizaje más dinámico. Es utilizada como biblioteca virtual. Permite una actualización constante.

Desventajas. Se manifiesta una alta dependencia a la red, con el fin de buscar todo tipo de información, relegando a un segundo plano la información existente en los manuales impresos y libros de texto.

Características.

Posee un funcionamiento que puede resultar bastante complejo para aquellos que no estén familiarizados con la informática.

Los usuarios se pueden conectar por diferentes vías de acceso: teléfono, radio o fibra óptica.

Cada país tiene un dominio en la red, por ejemplo: para Venezuela es **.ve**, para Cuba es **.cu**, para Alemania es **.de**, etc.

Es de acceso global.

Se relaciona con el usuario a través de links.

Tiene bajo costo.

Es compatible con todos los sistemas operativos que existen en el mercado (Windows, Mac, Unys, DOS, etc.)

Función.

Pone a nuestra disposición (en nuestra propia casa, en la escuela, en cualquier lugar) unas funcionalidades básicas con infinitas posibilidades, tales como: búsqueda e intercambio de información, envío de mensajes, descarga de videos, música e información técnica para la educación. Es de gran utilidad para las empresas, ya que es una vía poderosa para la publicidad y el comercio.

TELÉFONO

El teléfono es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir conversación por medio de señales eléctricas.

Importancia.

Es un medio que permite que dos o más personas se comuniquen en tiempo real a distancias muy lejanas, sin necesidad de que verse personalmente.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Sirve para comunicar a personas ubicadas en geografías muy distantes.

Desventajas. Las personas de escasos recursos económicos y de ubicación muy remota, son las más afectadas para su acceso, por lo que muchas veces quedan aisladas del resto del mundo, incomunicadas.

En la educación.

Ventajas. No tiene una aplicación muy generalizada, pero puede ser utilizado en modo conferencia, para transmitir información a varios usuarios a la vez. Algunos accesos de internet se hacen vía telefónica.

Desventajas. Poca o nula utilización en este campo.

Características.

Se puede establecer una comunicación permanente con personas situadas en lugares muy distantes, en este caso, en otro país.

Facilita la comunicación horizontal y en red, así como la interacción maestro-alumnos. .

El acceso es desigual en la población.

Pueden ser del tipo fijos residenciales o públicos, o del tipo móviles muy comunes en la actualidad.

Partes fundamentales son el elemento transmisor (micrófono) y el elemento receptor (auricular). Lo constituyen además la unidad de marcación y el timbre.

Función.

Sirve para hacer llamadas telefónicas de un usuario a otro.

FAX

Se denomina fax, por abreviación de facsímil, a un sistema que permite transmitir a distancia por la línea telefónica escritos o gráficos (tele-copia).

Importancia.

Es utilizado para enviar y recibir información impresa, principalmente en las empresas y en el hogar.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Para enviar y recibir información gráfica, sobre todo en compañías de seguros y de finanzas.

Desventajas. Está perdiendo su campo de aplicación inicial, con la aparición del internet y el correo electrónico.

En la educación.

Ventajas. Casi no es utilizado a nivel educativo.

Desventajas. Es de muy poca aplicación.

Características.

Se pueden recibir en un computador.

Lo componen un escáner de imágenes, un módem y una impresora, combinados en un aparato especializado.

Pueden reproducir las imágenes en escala de grises o a color.

Los primeros faxes utilizaban impresión térmica, pero los avances tecnológicos han dado lugar a la impresión en láser en un papel normal.

FUNCIÓN.

Inicialmente, el fax se usaba exclusivamente en el periodismo; pero su eficiencia y el afán de modernización hicieron que se integrase posteriormente a los negocios. El fax se utiliza para enviar y recibir imágenes de todo tipo.

EL SILENCIO

Se considera el silencio como elemento integrante de la comunicación no verbal. El silencio no puede ser considerado como fenómeno redundante; pensemos que incluso después de decir que no sabemos qué decir, el silencio añade más mensaje todavía.

Una forma especial de silencio es el suspiro.

EL LENGUAJE PUBLICITARIO

El lenguaje publicitario se emplea para persuadir a las masas para comprar diversos productos comerciales, en campañas políticas, para informar a la gente sobre candidatos que se postulan a la presidencia y la publicidad preventiva que nos informa sobre medicamentos, campañas de salud y temas ambientales.

SÍMBOLO

Cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además evoca valores y sentimientos, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo.

Veamos el ejemplo anterior, la araña, ha sido representada visualmente en casi todas las culturas, como la mesopotámica, la egipcia y la maya. Simboliza la creación y la vida, por su capacidad para formar hilos a partir de su propio cuerpo, pero también ha simbolizado la muerte y la guerra por su aptitud cazadora y lo letal de su veneno.

En las religiones se utilizan símbolos que evocan en sus seguidores los valores y creencias propios de cada una de ellas, por ejemplo la luna creciente simboliza al islamismo; la cruz es el símbolo de los cristianos y la estrella de David representa a la religión hebraica.

SEÑAL

Es un tipo de signo que tiene por finalidad cambiar u originar una acción y actúa de manera directa e inmediata sobre el receptor del mensaje. Cuando vemos una señal, ella nos indica que debemos prestar atención a un hecho en un momento determinado o modificar una actividad prevista.

Las señales deben ser respetadas ya que son de gran ayuda, nos permiten orientarnos. Cuando paseamos por un zoológico o un parque y queremos saber dónde quedan los cafetines, los baños o los animales, observamos señales pertinentes que nos indican su ubicación.

Entre las señales más utilizadas en todo el mundo tenemos las de tránsito.

EXPRESIÓN CORPORAL

La Expresión corporal es una disciplina que permite encontrar, mediante el estudio y la profundización del empleo del cuerpo, un lenguaje propio. Este lenguaje corporal puro, sin códigos preconcebidos, es un modo de comunicación que

encuentra su propia semántica directa más allá de la expresión verbal conceptualizada.

PROGRAMACIÓN EDUCATIVA

Definición:

Es un conjunto de actividades, información, comunicación y educación a desarrollar en un periodo de tiempo determinado en apoyo al programa de salud.

Contribuye al cumplimiento de los objetivos de salud (va respaldando cualquier programa de salud), al estimular cambios de conducta de las personas y/o comunidad donde está inserto el problema, frente a situaciones específicas que los afectan.

PROGRAMACIÓN NO EDUCATIVA

Son aquellos que sirven para entretener o para el ocio y tienen poco o nada para el aprendizaje.

INFLUENCIA DE LA RADIO, LA TELEVISIÓN Y EL INTERNET EN LA EDUCACIÓN BÁSICA.

Estos medios tienen una influencia muy especial sobre la población, sobre todo en los jóvenes y niños, ya que en la actualidad llegan a muchos hogares, sin distinción de clases sociales, raza o credo, lo cual incide en su comportamiento dentro de la sociedad.

Esto es un fenómeno, típico de nuestros tiempos, que presenta múltiples facetas de interés general para los individuos, la característica de estos medios es que como llegan a muchos hogares hay mucho interés sobre la programación que transmiten, por lo que se debe tener un control de los padres en ese sentido, para evitar desviaciones futuras en el accionar de la juventud.

Son medios que se colocan como una organización social, como una cultura socializadora que lleva inmerso un estudio de vida, unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar y actuar con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicos dominantes. Los mismos pueden distorsionar la realidad ya que pueden en algunos casos sustentarse sobre la base de acciones que no se permiten en nuestros códigos sociales, pero sin embargo son permitidos por ejemplo en la televisión y el internet principalmente, como son los crímenes, la pornografía y la violencia en general. El tiempo ocupado en ver televisión, escuchar radio y acceder a internet entre los jóvenes es excesivo, y representa un peligro por su presencia todos los días en distintos canales, emisoras y páginas web, estas últimas accesibles las 24 horas,

por lo cual deben ser supervisados por los padres, ya que la juventud trata de copiar modelos que nada tienen que ver con nuestros valores.

Quizá convendría reflexionar si actualmente estos medios orientan de una manera clara, verdadera y objetiva y ayudan al perfeccionamiento de la persona o, por el contrario, los mensajes que nos llegan, no construyen, sino que transmiten una idea degradada del hombre y de su dignidad. Ante este panorama los padres deben buscar soluciones por la influencia negativa que pueden recibir los hijos. Por tanto, conviene dar criterio con el fin de educar su capacidad crítica y enseñarles a distinguir y a elegir.

Hay que dar un tiempo de calidad a los hijos, con cantidad de horas. Es importante saber qué piensan y qué les influye más. Discernir y observar. Así, por ejemplo, viendo juntos películas o programas de entretenimiento, haciendo comentarios y preguntas, conseguirá un clima de confianza que favorecerá el conocimiento y la comunicación. Los adolescentes, que por su edad son muy impresionables, también son muy idealistas, por lo tanto, no les costará mucho que entiendan la prioridad de la persona sobre las cosas; de la ética sobre la ciencia; del espíritu sobre la materia.

Conclusión.

El auge de los medios de comunicación han hecho posible el acortamiento de las distancias, manteniéndonos vinculados al resto del mundo.

El crecimiento acelerado de la televisión y el internet han producido una degradación en la sociedad, la pérdida de valores éticos y morales.

Actualmente los medios se han convertido en "jueces de la verdad", son ellos quienes deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen que es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuales son los hechos importantes y trascendentes del mundo.

Los medios son considerados únicos portadores de la verdad.

Influyen en la educación de los niños y jóvenes y en la formación de la opinión pública.

Internet es entonces un nuevo canal de comunicación que resalta, además, porque permite en su particular ambiente la combinación de todos los demás medios.

Internet es un nuevo canal de comunicación, y puede tratarse del medio de comunicación más potente que se haya conocido hasta estos días.

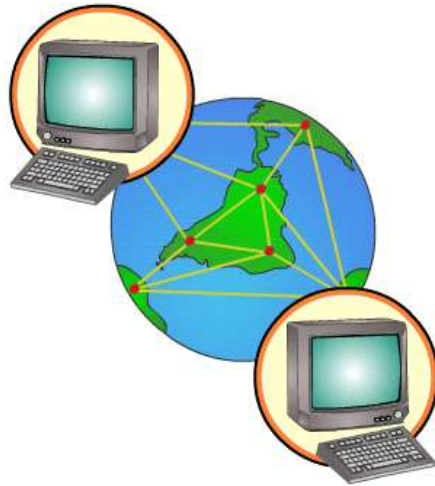
La prensa, la radio, el teléfono, internet y la televisión son hoy una parte casi esencial de la cotidianidad del hombre moderno.

La prensa, la radio, la televisión y el internet influyen sobre las personas, modificando sus modelos de vida, sus elecciones, sus costumbres, el consumo y la opinión pública

Anexos







Bibliografía

Páginas web:

- www.monografias.com
- www.wikipedia.com

Libros:

- Expresión, castellano y literatura, noveno grado educación básica.
- Metodología del aprendizaje.