



GUÍA DE DESARROLLO ACADÉMICO - 2023					
ÁREA	HUMANIDADES: CASTELLANO		GRADO	7	Periodo I
DESEMPEÑO(S)	1A. Comprende y explica la evolución de los medios de comunicación masiva y analiza la información que transmiten.			Guía No.	01
FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN				

¡Buenos días estudiantes! **Bienvenidos a la clase de los medios masivos de comunicación.**

De la radio al podcast. De la televisión al YouTube. Del periodismo impreso al portal de noticias. Del telégrafo al bit

**Motivación:** ¿Qué medios de comunicación utilizas para comunicarte? \_\_\_\_\_

**Saberes previos:** ¿Recuerdas cuáles son los medios masivos de comunicación? \_\_\_\_\_

¿Qué son los medios masivos de comunicación? ) son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mensaje a una enorme cantidad de personas de forma simultánea. Incluye, entre otras tecnologías, la impresión, la radio, el cine, la prensa, la televisión e Internet. es pública, rápida, efímera y pueden atravesar grandes distancias.

Pública porque sirven para enviar mensajes que van dirigidos a una gran cantidad de público, y rápida porque procura llegar al mayor número de receptores en el menor tiempo posible, efímera porque dura poco tiempo y es pasajero, es decir, porque, en muchos casos, está orientada al consumo inmediato.

Algunas de las características de los medios masivos de comunicación son los siguientes:

- **Condición.** Los medios masivos de comunicación son a la vez métodos técnicos e institucionales orientados a la producción, transmisión y difusión de mensajes. Por ejemplo, la televisión no es solo una tecnología de transmisión de imágenes en movimiento, sino también el conjunto de personas y recursos involucrados en la realización de productos televisivos (programas de entretenimiento, noticieros, telenovelas).
- **Distribución.** Los medios masivos generan contenidos que se distribuyen a un gran número de personas. Estas conforman una audiencia colectiva heterogénea, de gustos e intereses diversos, y pertenecientes a diferentes clases sociales, edades y sexo.
- **Variedad.** Debido al carácter heterogéneo del público al que se dirigen, los medios masivos ofrecen una amplia variedad de opciones, tanto de contenido como de soporte o plataforma, para que cada persona pueda elegir aquellas que sean de su preferencia.
- **Ubicuidad.** Los contenidos de los medios masivos pueden llegar a diferentes partes del mundo sin importar las distancias. Las barreras espaciales no constituyen un límite: un mismo contenido puede ser recibido en distintas horas y lugares. Así, por ejemplo, una película puede ser vista por diferentes públicos en diferentes momentos.
- **Influencia.** Los medios masivos moldean gustos e intereses, influyen en la manera de ver la realidad y, de este modo, contribuyen a la formación de la opinión pública.

## Historia de los medios masivos de comunicación

Evolución de los medios de comunicación masiva

*El hombre desde el inicio ha necesitado comunicarse con su entorno pues es expresivo por naturaleza y tiene la necesidad de no sentirse aislado y tiende a desarrollarse comunicándose con los suyos. Es por esto y partiendo del concepto de comunicación más sencillo que la cita como una actividad donde el emisor transmite a un receptor un mensaje con intencionalidad en busca de una respuesta podemos decir con exactitud que para la sociedad actual en su proceso diario de comunicar tiene mucha importancia los diferentes medios de comunicación, entre ellos se encuentra inexorablemente La Radio, La Televisión, La Prensa, El Internet.*

Si bien los medios de comunicación existen desde la antigüedad, **el surgimiento de los medios masivos está estrechamente vinculado a la creación de ciertas tecnologías. Entre las primeras de estas tecnologías se encuentran la imprenta, cuyos orígenes se remontan al siglo XI, en China. Sin embargo, recién con la invención de la imprenta de tipos móviles, creada por Johannes Gutenberg en 1453, fue posible la**



producción de libros en grandes cantidades. Entre los efectos de la imprenta como herramienta de comunicación, suele mencionarse el papel decisivo que desempeñó en la difusión de las ideas de la Reforma protestante.

En el siglo XVII aparecieron los primeros periódicos; su alcance estaba lejos del que tuvieron posteriormente, ya que eran pocas las personas que sabían leer. En los siglos siguientes, a medida que se incrementó la alfabetización, la influencia de la prensa en la vida cotidiana fue cada vez mayor. El abaratamiento del papel, gracias a la invención de técnicas para la obtención del papel de celulosa, el uso de imprentas rotativas y la extensión de ferrocarril permitieron aumentar las tiradas de los periódicos y su distribución.

A mediados del siglo XIX, la invención de la fotografía marcó una nueva etapa en el desarrollo de los medios masivos. Una misma imagen fotográfica podía ser observada por al mismo tiempo por numerosas personas, ubicadas en lugares distantes, a través de las copias que se hacían de ella. Pronto, los periódicos incorporaron fotografías como forma de "testimoniar" la realidad.

En 1895, surgió el cine, que, en pocos años, se convirtió en uno de los principales medios masivos de comunicación, utilizado tanto para entretener como para informar y difundir mensajes publicitarios y propagandísticos.

Por la misma época, Guglielmo Marconi inventó la telegrafía sin hilos, a partir de la cual se desarrolló la radio.

Las primeras transmisiones de televisión se realizaron a fines de la década de 1920, poco después de que se establecieran las primeras emisiones de radio. No obstante, el uso generalizado de televisores se produjo después de la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces la televisión pasó a ser el medio de comunicación por excelencia, desplazando al cine y a la radio.

La llegada de internet constituye el hito más reciente en el ámbito de los medios masivos de comunicación. Sus comienzos datan de la década de 1960, pero su expansión y consolidación tuvo lugar en la década de 1990, cuando Tim Berners Lee creó la World Wide Web (red informática mundial). Desarrollada inicialmente como un sistema de comunicación entre universidades e instituciones estatales, internet actualmente es un enorme centro de intercambio de información, en el que se puede leer, ver películas, escuchar música, jugar e interactuar con otras personas a través de redes sociales.

De acuerdo con la tecnología o el formato utilizado, los medios masivos de comunicación se pueden clasificar en:

- **Medios impresos.** Constituyen el grupo de medios masivos más antiguos. Este grupo incluye a los libros (en particular, aquellos dirigidos a un público general, como las obras divulgación o la literatura de best seller), los periódicos, las revistas, los cómics, los folletos, los volantes y los panfletos.
- **Radiodifusión.** Pertenecen a este grupo la radio y la televisión, que transmiten contenidos a una audiencia masiva a través de medios electrónicos. Tradicionalmente, el medio empleado para la transmisión fueron las ondas electromagnéticas de radio. En la actualidad, se utilizan, además, tecnologías digitales.
- **Cine.** Surgido originalmente como una forma derivada de la fotografía, el cine fue el medio masivo de comunicación más importante hasta la llegada de la televisión, a fines de la década de 1940. Hoy en día, la tecnología cinematográfica analógica, basada en el soporte fílmico, convive con las nuevas tecnologías digitales.
- **Internet.** Constituye el desarrollo tecnológico de alcance masivo más reciente. La gran velocidad de difusión de la información y la versatilidad para incorporar diferentes tipos de contenidos y adaptarse a diversos públicos han hecho de internet el centro de los medios de comunicación. Se trata de un medio horizontal y multidireccional y descentralizado, en el que los usuarios son activos productores de contenido.



- **INTERNET:** Es un método de interconexión de redes de computadoras. Hoy en día es un medio audiovisual interactivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. 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.

- **FAX:** Es la transmisión telefónica de material escaneado impreso. (tanto texto como imágenes), normalmente un número de teléfono conectado a una impresora o a otro dispositivo de salida mediante el cual se reciben mensajes en forma inmediata desde cualquier lugar del mundo. b. Medios de comunicación de masas: En la cual un Emisor envía un mensaje a un Receptor colectivo o grupal. Ejemplo: la radio, la televisión, la prensa, el cine.

- **LARADIO:** 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. Es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas que llegan a lugares lejanos. Es un medio solo "audio" que en la actualidad está recobrando su popularidad, escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil que se engrana con un estilo de vida rápido. Además, es bastante económico en comparación con otros medios.

- **LA TELEVISIÓN:** La palabra televisión viene de la voz griega "tele" (distancia) y la latina "Visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación, que buscan entretener e informar al televidente con una gran diversidad de programas. La televisión y la radio son dos importantes medios de comunicación creados para educar, informar y divertir, pese a sus diferencias, los programas que nos ofrecen son básicamente los mismos. En la radio y en la televisión los programas se pueden agrupar en tres grandes géneros. 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.

- **LOS 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.

## INFORMATIVOS, DE FICCIÓN Y DE ESPECTACULO.



## FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

□ **Informar:** Es decir presentar los hechos que ocurren y que por distintos factores. Poseen relevancia social. Se refiere al servicio que deben entregar los medios de comunicación recogiendo y distribuyendo información verdadera, relevante y oportuna acerca de los hechos que ocurren a nivel regional, nacional y mundial. Ejemplo: noticieros de televisión, noticias de la prensa escrita, revistas, noticieros radiales.

□ **Informar:** Es decir presentar los hechos que ocurren y que por distintos factores. Poseen relevancia social. Se refiere al servicio que deben entregar los medios de comunicación recogiendo y distribuyendo información verdadera, relevante y oportuna acerca de los hechos que ocurren a nivel regional, nacional y mundial. Ejemplo: noticieros de televisión, noticias de la prensa escrita, revistas, noticieros radiales.

□ **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)

□ **Entretener:** Es entregar diversión en una función básica de los medios de comunicación. La televisión es hoy en día la fuente principal de entretenimiento masiva, pero no es excluyente. La radio brinda música para todos los gustos, las películas, los libros y las revistas brindan comedia, tragedia, sexo y acción para divertirnos. Hasta los periódicos ofrecen diversión en la forma de artículos de interés, crucigramas, historietas cómicas, horóscopos, etc.

□ **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). Los medios interpretan y ordenan la información de modo que los miembros de la comunidad puedan comprenderla y formar una opinión pública. Ejemplo: documentales, reportajes televisivos, columnas de opinión de la prensa escrita.

□ **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).

**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.

### Los medios de comunicación se clasifican en:

a. Medios de comunicación interpersonal En la cual un Emisor envía un mensaje a un Receptor. Ejemplo: el teléfono, celular, correo electrónico, carta, fax.

b. Medios de comunicación de masas: un emisor envía un mensaje a un receptor colectivo, ejemplos: radio, tv, medios escritos, etc.

- **EL TELEFONO:** Es un medio de comunicación que permite transmitir sonidos entre lugares distantes. Hoy en día utilizando la infraestructura de la red de telefónica básica, es decir teléfono fijo, cualquier usuario puede acceder a internet. Por otra parte, la telefonía móvil (celular) ha transformado la comunicación en el mundo. El teléfono nos permite hablar o comunicarnos con alguien a larga distancia y de forma inmediata.

- **LA CARTA:** Es un medio de comunicación escrito y es de carácter interpersonal. Es escrita por un Emisor llamado remitente, enviada a un receptor o destinatario. En la cual se envía un mensaje de carácter privado.

- **CORREO ELECTRONICO** Es una forma de comunicación por internet que nos permite enviar mensajes en forma inmediata, ha permitido a personas de diversas partes conocerse entre sí.

- **INTERNET:** Es un método de interconexión de redes de computadoras. Hoy en día es un medio audiovisual interactivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Es una red de redes, en la

## LOS MEDIOS IMPRESOS

La idea de imprimir palabras con tipos móviles e intercambiables marca el primer paso hacia la comunicación moderna. La importancia del descubrimiento de la imprenta plantea una nueva dimensión en la relación humana: la letra impresa, al principio con una intención débil, después en torno de una operación, girarían las grandes transformaciones sociales en el devenir histórico.

Las muestras de impresión más antiguas que se conocen, datan de 1454 y 1456 por Johannes Gutenberg. A principios del Siglo XIX, la venta anual de periódicos era cerca de 24 millones y unos 580 libros eran publicados cada año, en ediciones corrientes de unos mil ejemplares, sin embargo, entre 1700 y 1820, repetidas veces se intentó utilizar nuevos métodos con el fin de controlar lo que se editaba.

Posteriormente la información se volvió una industria sumamente costosa debido al encarecimiento de algunos productos como el papel, etc. Esto hizo posible que, desde el Siglo XIX se empezaran a producir síntomas de concentración informativa, que presentó dos aspectos importantes:

**DE LA TELEVISIÓN A YOU TUBE:** Youtube es una red social que permite alojar y compartir videos que han sido creados por los usuarios. A diferencia de otros sitios web similares, **Youtube** tiene un amplio número de participantes y una cantidad muy extensa de información y visitas diarias.

**YouTube** es un sitio Web **que** permite a sus usuarios subir vídeos para **que** otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera Online. Realmente, es una especie de televisión a la carta por Internet. Pero en esta red no solo puedes visionar contenido profesional, sino también de cualquier tipo de usuarios. **Youtube** es un sitio web para compartir vídeos, muy popular y gratuito, **que** permite a los usuarios registrados subir y compartir clips de vídeo en línea. Para ver los vídeos **que** no es obligatorio a registrarse. Lanzado en 2005 por antiguos empleados de PayPal, fue adquirida por Google



### Ventajas de los canales en Youtube

- Crear comunidades a través de las suscripciones.
- Ofrece la posibilidad de publicar los vídeos directamente desde la página principal de YouTube a blogs y redes sociales; enviarlos por correo electrónico, etc.
- Se ha convertido en un recurso ampliamente utilizado por los medios de comunicación.
- Muchos medios han establecido alianzas con YouTube para poseer un canal particular para difundir material propio.
- Es el segundo canal de búsquedas más importante del mundo, sólo detrás de Google.
- YouTube tiene gran capacidad de almacenamiento, podrás subir videos sin problemas de espacio.
- Tienes un público potencial enorme, 450 millones de usuarios usan a diario YouTube.
- La visualización desde cualquier dispositivo, portátil, smartphone, tablet, etc, es perfecta.

### Desventajas de los canales en Youtube

- Los comentarios no se pueden bloquear (pueden comentar lo que sea, groserías, ofensas, etc.).
- Cualquier persona puede ver todos los videos que se suban (puede ser una desventaja porque hay muchos niños que tiene acceso a Youtube y pueden encontrar videos como pornografía, violencia, etc.).
- Los videos pueden ser bloqueados si a las personas les disgustan.

**RADIO:** Se ha visto que los medios de comunicación masivos y no masivos están inmersos en nuestras vidas ya que nos abren una ventana a un mundo lejano sin límite de fronteras que nos detenga. Por todo eso es oportuno y necesario ver y analizar si los medios son o no parte esencial de nuestra vida y que nos educa, informa, entretiene como su fin principal como medio, pues hoy en día muchos de estos medios tanto los impresos como los electrónicos, el 90% de su contenido tiene como fin lucrar ya sea a través de la publicidad tradicional de empresas privadas o por medio de la propaganda política y gubernamental.



## DE LA RADIO AL PODCAST

### ¿Qué es un podcast?

El podcast es un tipo de contenido que se presenta en audio y frecuentemente utiliza un formato de entrevista. Puede escucharse en directo (como sucede todavía con algunos programas de radio), aunque lo más común es que se publique y escuche posteriormente a la grabación y edición en una plataforma especializada

### ¿Para qué sirve un podcast?

Un podcast es una de las múltiples herramientas que puedes utilizar cuando estás buscando expandir tu estrategia de creación de contenido. Como marca te puede servir para promocionar algún aspecto específico del servicio o los productos que comercializa tu empresa.

Además, es un formato que puede serte de mucha utilidad para generar audiencias nuevas y crear una comunidad (o incrementar su cohesión) que siga a tu empresa. Tener un podcast, entonces, abre la posibilidad no solo de expandir tu lista de clientes, sino también de consolidar a tu marca como autoridad en un tema concreto sobre el que tu negocio tenga un amplio conocimiento.

### Estructura un podcast

1. **Entrada:** El primer momento de un podcast consiste en poner sobre la mesa el tema que se tratará y algunos conceptos iniciales acerca del mismo. Por supuesto, puedes incluir una cortinilla, un saludo característico o presentar a los integrantes ante la audiencia. Procura no extenderte demasiado al respecto para, inmediatamente, presentar a lo que quieres llegar en ese episodio.

2. **Discusión:** El segundo elemento de un podcast es la discusión. Una vez que has presentado tus ideas iniciales, es momento de continuar desarrollándolas. Incluso si no tienes una interlocutora o interlocutor, debes seguir una línea argumentativa que en cierto punto entre en discusión con otra. Así lograrás dar tensión a lo que dices, y esto aumenta el interés del público.

Al final, un podcast no se trata de dar lectura a algo que crees con certeza, sino de exponer tus puntos de vista y relacionarlos con tu público, para que este se identifique y pueda tomar una posición.

3. **Cierre:** Una vez que la charla llegue a su punto máximo de tensión, es necesario dar una **conclusión**. En este momento, puedes reconciliar las ideas presentadas o incluso mostrar la pertinencia de una u otra narrativa. Lo importante es que tu audiencia se quede con la sensación de que aprendió algo tan concreto como interesante.

**Qué necesitas para hacer un podcast:** En la sección que sigue te diremos los pasos que debes seguir para hacer un podcast, pero aquí desglosaremos brevemente lo que necesitas para comenzar:

1. **Micrófono y audífonos:** Es básico que cuentes con un micrófono que te permita grabar correctamente. Es aceptable que un video tenga calidad media en la voz, pero aquí será necesario que inviertas en un micrófono de grabación o de estudio, aunque sea de gama económica. Procura usar un **antipop** para suavizar los sonidos al pronunciar.

Asimismo, utiliza unos audífonos que te permitan editar el audio a detalle e incluso para monitorizar la grabación en tiempo real.

3. **Un software de grabación y edición de audio:** Como dijimos anteriormente, es recomendable que **grabas en un programa especializado y puedas editar también**. Así podrás añadir cortinillas, recortar lo que no te agrada y regrabar o añadir secciones posteriormente.

4. **Un espacio para grabar:** Busca un espacio para grabar que te dé privacidad mientras desarrollas tu podcast. Es ideal que cuentes con aislamiento acústico con paneles, pero hay **alternativas económicas para conseguir el mismo efecto**.

### ¿Cómo hacer un podcast?

1. **Plantea los objetivos de tu podcast.** es momento de pensar qué tipo de podcast quieres: ¿uno de entrevista con expertos en temas especializados? ¿Quizá quieres resolver dudas concretas que recibas en tus perfiles de redes sociales?



Elige un tema y concepto para tu podcast. Desde el momento en que estés pensando en el concepto de tu podcast debes saber qué tipo de lenguaje usarás: habla claro, sin adornos, galimatías o palabras complejas cuando estés creando la idea de cada podcast.

2. Gestiona la periodicidad y otros detalles de producción de tu podcast.
3. Crea la identidad para tu podcast.
4. Escribe el guion.
5. Prepara los detalles técnicos.
6. Difunde tu podcast.
7. Mide los resultados y crea una estrategia de posicionamiento.

### DEL TELÉGRFO AL BIT Descripción

El **telégrafo** es una máquina que se emplea para transmitir información codificada mediante señales eléctricas. Estos dispositivos se caracterizaron en su época por la velocidad para la transmisión de los datos y por la distancia que eran capaces de alcanzar, aunque con el avance de la tecnología quedaron obsoletos.

Sistema de comunicación que permite la transmisión de información por medio de impulsos eléctricos y utilizando un código de signos preestablecido. "el telégrafo utiliza el código morse" Aparato que transmite y recibe mensajes mediante este sistema de comunicación. "el telégrafo fue inventado a comienzos del siglo X

Gracias a Samuel Morse, la comunicación cambió rápidamente, y desde entonces ha seguido cambiando cada vez más deprisa. Morse **inventó** el **telégrafo** eléctrico en 1832. Luego tardó otros seis años en normalizar un código para poder comunicarse a través de los cables telegráficos.

**Bit:** Descripción - En informática o teoría de la información, el bit corresponde a un dígito del sistema de numeración binario y representa la unidad mínima de información. El término es un acrónimo de binary digit.

¿Qué es un bit y para qué sirve? Según esta definición, un **bit** es un dígito del sistema **de** numeración binario, **que** se representa con dos valores, el 0 y el 1. En informática, **bit** es la unidad mínima **de** información. Se utiliza **para** representar la contraposición entre dos valores (apagado y encendido, falso y verdadero, abierto y cerrado. El **bit**, en otras palabras, es un dígito que forma parte del sistema binario. A diferencia del sistema decimal, que utiliza diez dígitos (0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9), el sistema binario apela a sólo dos (0 y 1). Un **bit**, puede representar a uno de estos dos valores (0 ó 1.)

- **Bit:** Es la unidad mínima de información empleada en informática. ¿Cuál es el origen de bit? La palabra "**Bit**" es una acrónimo "inglés" de las palabras Blnary digiT, en castellano sería, "dígito binario".

