**[SECCIÓN 1]** **6 Ética y comunicación: las funciones del lenguaje**

¿Qué diferencia existe entre decir *Dame ese yogur*, *El yogur se obtiene de la fermentación bacteriana de la leche* y *Me encanta el helado de yogur*? Cuando hablamos podemos tener distintos objetivos o intenciones: dar una orden, informar, expresar una opinión, despertar sentimientos en los interlocutores, etc.

El **uso del lenguaje** permite evidenciar esas intenciones: cada hablante enfatiza en un **propósito** cuando participa en un acto comunicativo. En este sentido, adapta el lenguaje a una función. Analiza cuáles son esas funciones:

* La **función emotiva**. Se emplea cuando el **emisor** expresa sus emociones o sentimientos. Ejemplo: *¡Me gustó mucho esa película!*
* La **función conativa**. Se utiliza para transmitir una orden al **receptor** o para convencerlo de algo. Ejemplo: *Pablo, cierra la puerta, por favor*.
* La **función estética** o **poética**. Sirve para embellecer el **mensaje** que se transmite. Ejemplo:

La cuna, casi en sombra. El niño duerme.

Dos hadas laboriosas lo acompañan,

hilando de los sueños los sutiles

copos en ruecas de marfil y plata.

*Los sueños*, Antonio Machado

* La **función fática.** Predomina en situaciones en las que se comprueba la comunicación entre el **emisor** y el **receptor**. Ejemplo: *¿Me oyes? Sí, sí*.
* La **función metalingüística**. Sirve para hablar del propio lenguaje; es decir, centra la información en el propio **código** lingüístico. Ejemplo: *El adjetivo concuerda en género y número con el nombre al que acompaña*.
* La **función representativa** o **referencial**. Se usa al transmitir información objetiva. Se relaciona con el **contexto** porque alude a realidades que tienen lugar en el mundo. Ejemplo: *El cobre es buen conductor de la electricidad*.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_IMG07 |
| **Descripción** | Dos niños jugando ajedrez |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | 84656344  Intervenir la fotografía. Debe ponerse el siguiente diálogo en globos:  Niño de la derecha: Es tu turno. Piensa muy bien tu jugada.  El otro niño, de la izquierda: ¡En este juego siempre me ganas! |
| **Pie de imagen** | Al considerar este diálogo, ¿piensas que en una misma conversación sus participantes pueden hacer uso de diferentes funciones del lenguaje?, ¿por qué? Comparte tu opinión con un compañero. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC220 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 5 Primaria/Lengua Castellana y Literatura/La enciclopedia/Comunicación: las funciones del lenguaje/Relaciona frases con su intención |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | Dejar igual |
| **Título** | **Relaciona enunciados con su función** |
| **Descripción** | Analiza las funciones del lenguaje en diferentes situaciones |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **El uso del lenguaje y sus propósitos** |
| **Contenido** | Las funciones del lenguaje representan los distintos usos que damos a la lengua y dependen de la situación comunicativa en la que nos encontremos. |

Observa el cuadro en el que se resumen las diferentes funciones del lenguaje y el elemento de la comunicación que se destaca en cada una de ellas. Si tienes dudas acerca de los elementos de la comunicación, puedes consultar el siguiente enlace del Proyecto Cíceros [[VER]](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t1/teoria_1.htm).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| FUNCIÓN DEL LENGUAJE | ¿CÓMO SABER DE QUÉ FUNCIÓN SE TRATA? | ELEMENTO DE COMUNICACIÓN QUE PREDOMINA |
| Función emotiva | El emisor expresa sus emociones y sentimientos. | Emisor |
| Función conativa | Se da una orden o instrucción al receptor o se le quiere convencer de algo. | Receptor |
| Función estética o poética | Se busca embellecer el mensaje. | Mensaje |
| Función fática | Se comprueba que el canal funciona. | Canal |
| Función metalingüística | Se centra en el mismo lenguaje, verbal o no verbal. | Código |
| Función referencial o representativa | Tiene en cuenta el contexto o la situación en el que se produce la comunicación. | Contexto |

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC230 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 5 Primaria/Lengua Castellana y Literatura/La enciclopedia/Comunicación: las funciones del lenguaje/Las funciones del lenguaje mediante los elementos de comunicación |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | La **ficha del estudiante** queda así:  **¿Cómo saber qué función es?**  Los elementos de cualquier acto comunicativo están muy relacionados con las **funciones del lenguaje**. Dependiendo del elemento en el que se focaliza la comunicación, se hablará de una función del lenguaje u otra:   * Si el **emisor** habla sobre sus sentimientos, está dando más importancia a la **función emotiva**, porque nos está transmitiendo sus emociones. Está, en cierto modo, centrado en el *yo-emisor*. Ejemplo: *Me regalaron una mochila preciosa. ¡****Me encanta****! ¡****Estoy*** *muy****contenta****!* * Cuando al **receptor** se le da una orden o se le intenta convencer de algo, predomina la **función conativa**. La comunicación se centra en el *tú-receptor* de quien se quiere conseguir una respuesta o la ejecución de una acción. Ejemplo: ***Cierra (tú)****la puerta, por favor*. * En el caso de que lo primordial sea embellecer el **mensaje**, predominará la **función estética o poética**. La comunicación se centra en cómo se presenta el mensaje. Ejemplo: *Soplaba un****viento enfurecido***. * Siempre que queremos comprobar que el **canal** funciona adecuadamente estamos dándole importancia a la **función fática**, es decir, la función que nos permite saber si la información llega al receptor. Ejemplo: *¿****Estás****ahí? ¿****Me oyes****bien?* * En la situación en la que queremos reflexionar o pensar sobre nuestro propio **código**, predomina la **función metalingüística**. La comunicación enfatiza en la propia lengua, el lenguaje escrito, los gestos, etc. Ejemplo: *La palabra* “*él” es un****pronombre masculino***. * Al observar el **contexto** o la situación que nos rodea y hablar sobre ello, aparece la **función referencial**o **representativa**. También cuando la información se centra en las circunstancias de la situación comunicativa y que se puede comprobar. Ejemplo: *Está* ***lloviendo***.   La **ficha del profesor** queda así:  **Objetivo**  Esta secuencia de imágenes destaca la relación que se establece entre las funciones del lenguaje y los elementos que integran el acto comunicativo. Así pues, el objetivo principal no es que el estudiante memorice el nombre de las funciones, sino que observe que en cada situación puede predominar uno de los elementos y, por tanto, una función determinada.  **Propuesta**  **Durante la secuencia**  La secuencia se compone de una serie de imágenes que dan pie a tratar cada uno de los elementos de la comunicación y enfatiza la función del lenguaje, destacando la relación entre estos.  Puede formular las preguntas que se presentan en la secuencia e ir profundizando en la relación que se establece entre los elementos y las funciones. Además, puede proponer a sus estudiantes reflexionar en torno a estos interrogantes:  - ¿Por qué la función emotiva está relacionada con el emisor y no con el receptor?  - ¿Por qué crees que la función fática está relacionada con el canal?  - ¿Por qué la función estética o poética toma como principal elemento el mensaje y no el código?  **Después de la secuencia**  Si lo considera conveniente, proponga a los estudiantes que entre todos recuerden la información que aparecía en la pantalla *Recuerda* y la anoten en una hoja para que puedan consultarla:  - Emisor → función emotiva o expresiva.  - Receptor → función conativa.  - Mensaje → función estética o poética.  - Canal → función fática.  - Código → función metalingüística.  - Contexto → función referencial o representativa.  Luego, organice la clase en seis grupos. Indique a cada equipo una función sin que el resto la oiga. A continuación, pídales que creen una situación comunicativa que sirva para ejemplificar la función que les ha tocado a cada uno.  Una vez escrita, invíteles a que la lean o representen al resto de la clase. Los demás grupos deben identificar cuál es el elemento que predomina en la situación expuesta y, si lo recuerdan, la función. Gana el grupo que más acierte. |
| **Título** | Las funciones del lenguaje y los elementos de la comunicación |
| **Descripción** | Secuencia de imágenes que permite identificar las funciones del lenguaje y tratar las relaciones entre estas y los elementos de la situación comunicativa |

**[SECCIÓN 2] 6.1 Consolidación**

Actividades para consolidar lo que has aprendido en esta sección.

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC240 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 5 Primaria/Lengua Castellana y Literatura/La enciclopedia/Comunicación: las funciones del lenguaje/Refuerza tu aprendizaje: las funciones del lenguaje |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | Cambiar el siguiente enunciado:    Por:  Realiza la siguiente actividad. Cuando termines haz clic en *Enviar*. Si es necesario, entrega las respuestas por correo electrónico a tu profesor para que pueda validarlas.  Ese enunciado está en el encabezado de las 3 diapositivas, así que se debe cambiar en las 3.  El contenido de la diapositiva 1 no cambia.  El contenido de la diapositiva 2 no cambia.  El contenido de la diapositiva 3 cambia: cambiar la palabra Pon por Escribe |
| **Título** | Refuerza tu aprendizaje: las funciones del lenguaje |
| **Descripción** | Actividad sobre las funciones del lenguaje |

**[SECCIÓN 1] 7 Los medios de comunicación y su rol en la sociedad**

¿Sabías que los niños y jóvenes de hoy están más expuestos a los medios de comunicación de lo que estuvieron sus abuelos o bisabuelos en su época de infancia o adolescencia? Hoy en día los medios de comunicación hacen **parte integral** de la vida de las personas y del desarrollo de las sociedades modernas.

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Los medios de comunicación** |
| **Contenido** | Los medios de comunicación son todas las herramientas que los periodistas tienen a su alcance para transmitir información, generar opinión y entretener. Son la **prensa escrita**, la **radio**, la **televisión** e **Internet**. |

Siempre que hablamos de **comunicación** hacemos referencia a un proceso por medio del cual alguien expresa pensamientos, sentimientos, opiniones o ideas respecto a un tema en particular. Sin embargo, es importante recordar que el acto de comunicarrequiere deotro participanteque **recibe** el mensaje, lo entiende e interactúa con él. Desde que nacemos traemos integrada la necesidad de comunicarnos, pero solo realizamos totalmente tal necesidad cuando aprendemos a emitir y recibir señales por medio de un canal y un código compartido.

El ejemplo más fácil de asimilar es el del recién nacido que con su llanto **emite una señal** de alerta: algo necesita el bebé, pero el llanto por sí mismo no le dice a la madre qué quiere él (ya sea comida, compañía o cambio de pañal). Ella debe aprender a **identificar** aquello que requiere su hijo, y este proceso de aprendizaje, natural y continuo, con errores y aciertos, es algo único y maravilloso.

Para el caso de los **medios de comunicación** el proceso es mucho más complejo. Primero, porque transmiten para múltiples audiencias con diversas edades, gustos, intereses, entre otros aspectos; segundo, porque están en espacios diferentes que no permiten ver las reacciones inmediatas de unos y otros; tercero, porque los avances tecnológicos hacen que la información fluya a unavelocidadque dificulta su control y en muchas ocasiones su verificación. A través de los medios de comunicación se difunde información **al mayor número** posible de receptores en **el menor tiempo**. ¿Te imaginas la responsabilidad que esto conlleva?

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_IMG08 |
| **Descripción** | Micrófonos en una rueda de prensa |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | 248737984 |
| **Pie de foto** | La responsabilidad de los medios de comunicación y de quienes ejercen el oficio es innegable, dado que impactan directamente a la sociedad positiva o negativamente.  [LaKirr](http://www.shutterstock.com/pic.mhtml?id=248737984&src=id) / Shutterstock.com |

Cuando sostienes una conversación con tus amigos sueles emitir pensamientos, juicios de valor, sentimientos y otros; una vez que los has expresado, no puedes regresarlos a la intimidad de tu mente, ya son de dominio público en tu grupo de interés. Igual le ocurre a los medios de comunicación: emitido el mensaje, la difusión gira como una bola de nieve que en su camino va añadiendo información y tomando dimensiones que no siempre se alcanzan a calcular. Por esta razón, los medios cumplen un **rol social** y tienen **responsabilidad** de lo que comunican.

Evidencia del impacto que pueden tener los medios en la audiencia es el memorable caso en Estados Unidos de 1938. La cadena radial CBS emitió un programa de entretenimiento que generó pánico en la población de Nueva York y Nueva Jersey, pues la mayoría de los receptores consideró real un hecho que era ficticio. Orson Welles es recordado por este trágico e inusual acontecimiento que superó el efecto que el realizador y la cadena querían lograr. Para informarte en detalle de lo ocurrido consulta este enlace sobre *La guerra de los mundos* [[VER].](https://www.youtube.com/watch?v=xp-W9b3jMcc)

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC250 |
| **Título** | **La influencia de los medios en la sociedad** |
| **Descripción** | Actividad para comprender la responsabilidad social de los medios en su audiencia |

Aunque hoy podemos hablar de este tema como de una anécdota, lo cierto es que puso de manifiesto el nivel de responsabilidad que tienen los medios frente a sus audiencias, y que si no está claro qué **función** y propósito cumple un medio de comunicación en un determinado momento, puede producirse confusión. Las funciones esenciales de los medios son: informar, persuadir, crear opinión y entretener, y en algunos ámbitos se habla también de formar o educar.

Los siguientes ejemplos ilustran estas diversas funciones y permiten percibir sus diferencias:

**Informar**

En aproximadamente un mes podría comenzar a desarrollarse la primera de las seis fases del acuerdo al que llegaron el Gobierno y las Farc para desminar el campo colombiano. Este acuerdo que se estableció el pasado 7 de marzo, es un avance sustancial hacia el fin del conflicto.

*Primera fase del plan de desminado se iniciaría en un mes. El Tiempo*, 5 de abril de 2015.

El texto se caracteriza por un lenguaje directo, sencillo y que explica qué pasó, no emite juicios ni opiniones.

**Persuadir**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_IMG09 |
| **Descripción** | Anuncio de Coca Cola |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | 166766480 |
| **Pie de foto** | Las campañas publicitarias de *Coca Cola* son ejemplo a nivel mundial de la función de persuadir. Buscan acercar el producto a los consumidores con base en sus costumbres o tradiciones.  [Bocman1973](http://www.shutterstock.com/pic-166766480/stock-photo-potsdam-germany-december-coca-cola-iconic-santa-claus-christmas-tour-december-in.html?src=grtIkHcpnGFIccUsnyM0wQ-1-11) / Shutterstock.com |

La intención básica es convencer al consumidor, y para ello se suele utilizar la publicidad o la propaganda. Este anuncio publicitario reúne dos aspectos fundamentales; muestra el producto que se quiere vender y al tiempo recrea una celebración importante y cercana al público: la navidad. Así, el mensaje despierta sentimientos asociados a un tema específico y al instante presenta su producto. Algo notable de esta comunicación mediática es que en muchas ocasiones transmite mensajes sin necesidad de hacer uso de un código verbal, pero sí uno simbólico o pictórico, a menudo más sugestivo y sutil.

**Crear opinión**

[…] la idea no es condenar a los miles de millones de musulmanes alrededor del mundo, ni reducir lo que viene sucediendo a un tema exclusivamente religioso y perseguir, como lo hace el fundamentalismo, a quienes no tienen nada que ver […] Hay que analizar a profundidad lo sucedido y tratar de entender sus implicaciones.

*Kenia: vuelve la barbarie. El Espectador*, 6 de abril de 2015.

Este fragmento expresa claramente un punto de vista particular y además invita a asumir una posición de quien recibe la información. Maneja hechos concretos, pero involucra reflexiones personales.

**Entretener:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_IMG10 |
| **Descripción** | Mafalda y su madre |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | http://aulaplaneta.planetasaber.com/encyclopedia/default.asp?idpack=9&idpil=001MC401&ruta=Buscador |
| **Pie de foto** | Las tiras cómicas llegan al público de una manera breve y divertida. Sus mensajes son concretos y llamativos. Mafalda es uno de los personajes más conocidos del historietista argentino Quino. |

Esta es una forma entretenida de compartir un hecho, una opinión, un punto de vista, una anécdota, una situación. Sin duda, este tipo de mensajes están inmersos en el ámbito de la cultura y el arte, y al igual que en la función de persuadir, además del código verbal, hacen uso de otros.

**Educar**

Los primeros libros fueron manuscritos (escritos a mano por los escribanos o copistas). Por eso se realizaban muy pocos ejemplares de una obra y sólo algunos privilegiados podían permitirse el lujo de leerla.

Hoy en día, se valora poco el aspecto de un escrito, la forma y el tipo de sus letras; pero, en ciertas épocas, la **caligrafía** −“bella escritura” − de un libro se valoraba casi tanto como las ideas que contenía. Las letras, más que escribirse, se dibujaban. La escritura se consideraba como un arte.

Rubio, P., Fernández, J., Hernández, M., Llamazarez, M. T. *Libros manuscritos*, 2002.

Es un texto explicativo cuya finalidad es ayudar a la formación. Por eso, expone a profundidad conocimientos y maneja ejemplos de fácil comprensión.

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC260 |
| **Título** | **Distingue las diferentes funciones de los medios** |
| **Descripción** | Actividad para diferenciar las funciones de los medios de comunicación en la sociedad |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Los medios en tu día a día** |
| **Contenido** | Para observar el impacto de los medios de comunicación en nuestro día a día y la evolución que han experimentado en las últimas décadas, intenta responder estas preguntas:   * Cuando sucede un fenómeno o evento de tu interés ¿dónde buscas información al respecto? * ¿Cuántas horas al día ves la televisión al día? * ¿Cuántas veces entras en Internet en un día normal? * ¿Cuánto tiempo transcurre entre un suceso y su retransmisión por televisión, radio, prensa digital o redes sociales? Piensa en algún ejemplo concreto. * ¿Qué podemos hacer si creemos que una noticia no es veraz? |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_11\_REC270 |
| **Título** | **Las funciones sociales de los medios de comunicación** |
| **Descripción** | Actividad que ejercita la capacidad de identificar las diferentes funciones de los medios en textos concretos |

**[SECCIÓN 2] 7.1 La sociedad de la información**

Para comprender la dimensión e importancia del concepto de **sociedad de la información**es necesario devolvernos en el tiempo y revisar cómo han influido los inventos tecnológicos en nuestras formas de transmitir información. Por ejemplo, entre 1907 y 1930, la radio se desarrolla como un medio de comunicación, y su uso estuvo ligado a grupos que en la mayoría de los casos servían como portavoces oficiales. Entre 1940 y 1950, la televisión se convierte en un medio que produce contenidos de integración local o nacional, así los Estados logran una mayor participación social y también ampliar la audiencia sobre la que impactan para hacerla más homogénea.

Entre 1950 y 1970, avances tecnológicos como los satélites, la televisión por cable y los computadores, entre otros, se ponen al servicio de proyectos multinacionales que no siempre van en la misma línea que los intereses de los Estados. Hasta entonces, se trataba de un modelo de comunicaciónen el cual un emisor transmitía un mensaje a unos receptores masivos, a través de unos medios en manos de grupos con sus propios intereses económicos y políticos, por lo cual los grandes críticos de los medios hablan de monopolios cerrados de la información, y de un modelo en el que se transmiten valores particulares con la intención de hacerlos nacionales.

Desde 1990 y hasta la fecha, surge un revolucionario modelo de comunicación virtual basado en Internet que impacta a la sociedad a nivel mundial. Si el carbón dio origen a las máquinas en el siglo XVIII, lo que se conoce históricamente como la primera Revolución Industrial; si el petróleo y la electricidad abrieron las puertas a los motores eléctricos, la denominada segunda Revolución Industrial en la que se transformó la forma de producir bienes y servicios, impactando la economía y la cultura a gran escala; entonces, **la electrónica y sus derivados** han dado origen a una Revolución Informática al remover todas las estructuras mediáticas conocidas hasta el momento. La robótica, la microelectrónica, la biología nuclear, por citar solo algunas ciencias que se basan en la información, han cambiado radicalmente la forma de abordar el mundo, las relaciones sociales y las costumbres.

Según algunos analistas, si antiguamente los Estados se expandían conquistando nuevos territorios, en la actualidad crecen de acuerdo con el alcance de sus **tecnologías de información** y de comunicación, con las cuales pueden difundir sus ideologías, funciones y modelos culturales.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_IMG11 |
| **Descripción** | Ilustrar a Napoleón en actitud de conquista, pero en lugar de espada colocar una tablet en su mano y ubicarlo sobre un mapamundi plano. El ilustrador cuenta con libertad para incluir ideas propias siempre que contribuyan a expresar el concepto de la conquista y el poder que implica la trasmición y el control de la información en la actualidad. |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Ilustrarción |
| **Pie de foto** | En la actualidad, la conquista de nuevos territorios está en manos de la producción y comunicación de la información. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC280 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 5 Primaria/Lengua Castellana y Literatura/El diálogo/Comunicación: los medios de comunicación/Los medios de comunicación en nuestras vidas |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | En el interactivo cambiar:  Diapositiva 2  ¿Sabes cuánto tiempo dedicas a la semana a los medios de comunicación? Por ¿Sabes cuánto tiempo dedicas a los medios de comunicación semanalmente?  Diapositiva 3  ¿Sabes cuánto tiempo pasas escuchando música a la semana? Por ¿Tienes conocimiento de cuántas horas a la semana dedicas a escuchar música?  Diapositiva 5  ¿Sabes cuánto tiempo pasas a la semana viendo televisión? Por ¿Eres consciente del número de horas a la semana que pasas viendo televisión?  Diapositiva 7  ¿Sabes cuánto tiempo pasas leyendo la prensa a la semana? Por ¿Cuántas horas a la semana inviertes leyendo prensa?  Diapositiva 8  Un joven no lee prensa más de 3 horas a la semana. Por Un joven invierte 3 horas semanales, como máximo, en leer prensa.  Diapositiva 11 eliminarla en su totalidad.  En **la ficha del docente** poner:  **Objetivo**  Promover la reflexión sobre el uso que hacen los estudiantes de los medios de comunicación.  **Propuesta**  **Antes de la presentación**  Comience esta reflexión preguntándoles a los estudiantes de manera personalizada, ¿qué medios de comunicación utilizan? Sus respuestas le permitirán identificar los medios que más impacto tienen en su cotidianidad.  Después invítelos a definir qué entienden por sociedad de la información.  Anote en el tablero algunas de las palabras que se acerquen con mayor claridad al concepto y motive la participación de sus estudiantes. Deje pendiente la definición oficial para después de la presentación.  Posteriormente, pídales reflexionar sobre si la presencia de las tecnologías de la información y la comunicación influyen de alguna manera en la forma de interactuar con sus amigos y familiares. Escuche atentamente sus comentarios y anímelos a escribir algunos de esos cambios en sus cuadernos.  **Durante la presentación**  Muestre las diapositivas de manera pausada y permita que sus estudiantes respondan las preguntas en forma verbal para enriquecer el intercambio de información. Facilite la participación de 5 estudiantes, como mínimo, antes de compartir la respuesta a cada pregunta.  Observe con atención sus reacciones con las respuestas suministradas en la presentación y cuestiónelos sobre si están de acuerdo o no con los tiempos estimados.  **Después de la presentación**  Concédales un tiempo prudente para que respondan las preguntas sobre su consumo personal y luego organice una tabla como la siguiente con la información.   |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | |  | **Lun.** | **Mar.** | **Mié.** | **Jue.** | **Vie.** | **Sáb.** | **Dom.** | | Radio |  |  |  |  |  |  |  | | Televisión |  |  |  |  |  |  |  | | Prensa |  |  |  |  |  |  |  | | Revista |  |  |  |  |  |  |  | | Internet |  |  |  |  |  |  |  | | Prensa en Internet |  |  |  |  |  |  |  | | **Total horas** |  |  |  |  |  |  |  |   Después utilice esta información y las palabras anotadas en el tablero para construir la definición de **sociedad de la información.** Deje claro cada uno de los términos usados y asegúrese que todos la entiendan y asimilen correctamente.  Finalice preguntándoles qué ventajas y desventajas observan en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en sus vidas, y si la dinámica lo permite, nombre defensores y contradictores de su uso para que argumenten con ejemplos claros sus posiciones.  En **la ficha del estudiante**  La sociedad de la información es un fenómeno moderno que hizo su aparición a finales del siglo XX y que no ha dejado de evolucionar desde entonces.  Los medios de comunicación adquirieron una dimensión más personalizada en esta nueva sociedad y además de informar, persuadir, entretener, crear opinión y educar, deben responder a los gustos e intereses de sus receptores si desean permanecer en el tiempo y hacer presencia en sus vidas.  La prensa, la radio, la televisión y el cine vieron la necesidad de renovarse e involucrar en sus formatos una mayor participación de sus receptores que dejaron de ser pasivos y se convirtieron en sujetos activos en la construcción de los contenidos. Sin duda, Internet es el gran motor de este cambio.  Sin importar la periodicidad, el lenguaje utilizado, el público al cual se dirigen, o las figuras que los representan, los medios de comunicación comprendieron su doble rol como emisores y receptores y aceptaron el reto de renovarse al ritmo de los avances tecnológicos. |
| **Título** | **Los medios de comunicación en nuestras vidas** |
| **Descripción** | Secuencia de imágenes que promueve la reflexión sobre los usos y el tiempo que dedicamos a los medios de comunicación |

|  |
| --- |
| **Recuerda** |
| La plaza pública o ágora moderna es el **ciberespacio**, pues en él confluyen elementos vitales del intercambio social; dentro de él se produce la cohesión entre unidades grupales y se presenta un alto grado de penetración de ideologías. A ello hay que sumar la inmediatez y velocidad de la comunicación y la interacción, su versatilidad, espacios más amplios, etc. Así pues, **la sociedad de la información** se caracteriza por el uso de tecnologías que acercan a los individuos, independientemente de su raza, creencias o gustos, entre otros muchos aspectos. |

La sociedad de la información puede verse como un **gran tejido** sin fronteras nacionalesen el que se socializan valores y normas, se transmiten herencias históricas a las que se incorporan nuevas generaciones; también se construyen pensamientos colectivos en los que difundimos modelos y prácticas culturales y donde se ponen de manifiesto conflictos políticos y sociales; en este tejido de relaciones se crean grupos solidarios y se convoca a la movilización social. Estamos ante una comunicación en la que la interacción es de **doble vía**: receptor y emisor juegan diversos roles que se complementan y nutren en la inmediatez.

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Características del nuevo modelo de comunicación en la sociedad de la información** |
| **Contenido** | * **Propiedad.** Desconcentrada y plural. * **Control.** Poco regulado y autónomo. * **Dinámica.** Flexible, libre, interactiva, multidireccional, abierta y plural. * **Participación social.** Abierta, independiente, diversificada,dinámica e interactiva. * **Mensajes.** Colectivos, sectorizados y personalizados. |

La sociedad de la información se enfrenta a cambios rápidos y vertiginosos, y según se dice, quienes se adaptan fácilmente a ellos evolucionan conjuntamente con el medio, pero quienes se resisten quedan rezagados y en algunos casos condenados a desaparecer. Basta observar como los periódicos, la radio o la televisión han migrado a Internet muchos de sus contenidos, mientras otros se han especializado en crear productos propios para este medio.

Sin embargo, este nuevo orden trae consigo ciertos riesgos: la ausencia de control y de normas para regular contenidos ha generado una multiplicidad de fuentes de información que emiten sin que nadie verifique su credibilidad. También se han producido excesos de libertad que violentan los derechos de otros. No hay que dejar de mencionar la vulnerabilidad de los niños frente a ciertos contenidos o la difusión de ideologías que atentan contra las libertades individuales, también la usurpación de la identidad y el plagio de ideas y obras.

Aún conscientes de los riesgos que Internet ha traído a nuestras vidas, no podemos negar que nos ha permitido gozar de los beneficios de una economía global. Asimismo, para muchos ha roto barreras temporales e idiomáticas, prejuicios raciales, religiosos o generacionales. La historia de los medios se divide antes y después de la aparición de Internet y su impacto en la forma de comunicarnos.

**[SECCIÓN 2]** **7.2. Consolidación**

Actividad para consolidar lo que has aprendido en esta sección.

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC290 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: elabora una infografía** |
| **Descripción** | Proyecto para crear un infograma y practicar el diseño y uso de las principales funciones de los medios |

**[SECCIÓN 1] 8. Competencias**

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC320 |
| **Título** | **Las funciones del lenguaje en la publicidad** |
| **Descripción** | Actividad para analizar el uso del lenguaje en la vida cotidiana |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_11\_REC330 |
| **Título** | **Los medios y sus atribuciones** |
| **Descripción** | Actividad para identificar las características de los medios |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_05\_01\_REC340 |
| **Título** | **Características de la comunicación en la sociedad de la información** |
| **Descripción** | Actividad para practicar las características del nuevo modelo de comunicación en la sociedad de la información |