|  |  |
| --- | --- |
| Título del guion | La información que circula en los medios de comunicación |
| Código del guion | GUION LE\_07\_11\_CO |
| Descripción | Los medios de comunicación tienen un gran impacto en la sociedad, ¿estás preparado para analizar de manera crítica la información que circula en ellos? |

[SECCIÓN 1] **1 Los medios de comunicación en la sociedad**

Cada día circulan en **prensa**, **radio**, **televisión**, **cine** e **internet** un sinnúmero de mensajes que llegan a nuestros sentidos de diversas formas. En muchas ocasiones no somos conscientes de estos y simplemente convivimos con ellos. ¿Te has preguntado alguna vez si tienes una postura crítica frente a la información que te llega a través de los medios de comunicación?

Probablemente la respuesta sea que nunca te fijas en esos **contenidos** porque en la mayoría de los casos están dirigidos a **audiencias** de mayor edad; en otros, no son **temas** de tu interés, o simplemente porque estás cansado de la **repetición** de estos mensajes en diferentes medios. Pero tu postura sería diferente si vieras el impacto real de esta **información** en tus seres queridos o en ti mismo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG01 |
| **Descripción** | La imagen muestra el impacto de un avión a las Torres Gemelas en New York, una de las tragedias más impactantes de la historia reciente de la humanidad que le ha dado la vuelta al mundo |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/Los diferentes tipos de medios de comunicación/La televisión y el cine/las características de la televisión  <http://profesores.aulaplaneta.com/DNNPlayerPackages/Package10455/InfoGuion/cuadernoestudio/images_xml/LC_07_15_img05_small.jpg> |
| **Pie de imagen** | Cambia todo el pie de página y debe decir:  Entender la información que circula en los medios y asumir una postura crítica frente a esta es la mejor forma que tenemos para construir sociedad y no repetir los errores del pasado. |

Para comprender el alcance de los medios de comunicación es importante conocer su **tipología**, **sus funciones** y la **finalidad** que persiguen. Cada uno surgió en un momento determinado de la historia de la humanidad con el objetivo de satisfacer una necesidad específica. Por ejemplo, informar, entretener, persuadir, generar opinión, entre otras.

En la medida en que desarrolles tu conocimiento sobre los medios de comunicación estarás en capacidad de asumir **posiciones críticas** fundamentadas en la razón, lo que te permitirá crear tu propia opinión y ayudar a construir **opinión pública** en tu entorno.

Los medios de comunicación aparecieron en la historia de la humanidad para suplir necesidades específicas. Hagamos un breve y superficial recuento de su origen: el hombre primitivo tuvo necesidad de plasmar por medio de signos en las cavernas dibujos que **describían** su acontecer, esto dio origen a la **escritura,** que comenzó en tablas de arcilla y puso de manifiesto la necesidad de **expresarse**. Las distancias entre un lugar y otro vieron nacer a los mensajeros, personas que reforzaron la **tradición oral**. **La imprenta** y la urgencia de llegar a **un público más extenso,** de manera relativamente **inmediata y escrita,** trajo como consecuencia la aparición de la **prensa**. **La electricidad** despejó el camino del **telégrafo**, que surgió como instrumento de **transmisión de impulsos eléctricos a distancia** y en **clave**, alimentando posteriormente la aparición de **la radio** como medio exclusivamente sonoro. **La televisión** nació para combinar **imágenes** y **sonidos** y hacer más atractivo el **entretenimiento** y la información para sus receptores. **El cine** vino a conquistar el **entretenimiento** con imágenes y sonidos de calidad mejorada y, finalmente, la necesidad de **comunicación** en **tiempo real** y con **multiplicidad de recursos audiovisuales y textuales,** trajo al mundo al medio de medios: **internet**.

Para ampliar tus conocimientos sobre el impacto de los medios de comunicación en la sociedad consulta este video publicado en la web [[VER](https://www.youtube.com/watch?v=XMYtaqiYLlM)], después realiza la siguiente actividad.

<http://www.youtube.com/watch?v=JWNkFmOe_Ck>

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC10 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: los medios de comunicación en la sociedad** |
| **Descripción** | Actividad para consolidar tu aprendizaje respecto a la evolución de la comunicación con base en la tecnología y su impacto en la sociedad |

|  |
| --- |
| **Recuerda** |
| La comunicación es una **necesidad básica** del ser humano que ha **evolucionado** junto con él y con los **inventos tecnológicos** para **transformar** a las sociedades, generando **espacios globales** donde la **inmediatez, velocidad de transmisión, veracidad e interacción con los usuarios, impactan** positiva o negativamente a la **comunidad.** Los medios de comunicación están llamados a manejar con **responsabilidad la información** que circula a través de ellos y a **evolucionar** de acuerdo con las **necesidades cambiantes** y cada vez más exigentes de sus audiencias. Los **roles** de los medios y los públicos hoy son **más activos** que nunca. |

[SECCIÓN 2]**1.1 Consolidación**

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC20 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: el impacto de los inventos en los medios de comunicación** |
| **Descripción** | Ejercicio para visualizar la aparición de los medios ligada a los inventos y al contexto de la época |

[SECCIÓN 1] **2 Los distintos tipos de medios de comunicación**

¿Has escuchado el famoso refrán “una imagen vale más que mil palabras”? Revisemos si esta afirmación se aplica en general al lenguaje usado por los medios.

Como ya vimos, cada medio de comunicación surgió ligado a una **necesidad** y a un **invento tecnológico** y desarrolló un **lenguaje particular** para llegar a sus receptores. Esta especialización de los medios la podemos observar en el siguiente esquema o **tipología** que plantea los **lenguajes y canales** utilizados, las **características** del lenguaje y algunos **ejemplos**.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipología de los medios de comunicación** | | | |
| **Medios de comunicación** | **Lenguaje y canal** | **Características** | **Ejemplos** |
| **Prensa escrita** | Lenguaje escrito.  Canal textual. | Uso de la palabra escrita de manera clara y sencilla.  Distintas tipografías, tamaños, colores y fuentes.  Imágenes que ilustran la información. | Periódicos, revistas, boletines, volantes, entre otros. |
| **Radio** | Lenguaje oral. Canal auditivo. | Utiliza la palabra hablada, los efectos sonoros, los silencios y la música.  Privilegia la claridad y sencillez, brevedad y concisión y el dinamismo. | Musicales, tertulias, noticieros, deportivos, algunos otros. |
| **Televisión y cine** | Lenguaje oral. Canal audiovisual. | Predominan las imágenes sobre el texto y lo oral antes que lo escrito. Emplea voces, gestos, efectos sonoros y visuales porque busca siempre captar y mantener la atención. | Películas, documentales, series, novelas y otros más. |
| **Internet** | Lenguaje oral y escrito.  Canal multimedia. | Utiliza todos los anteriores y el hipertexto, entendido como la creación de vínculos a diferentes contenidos dentro de la plataforma tecnológica. | Páginas web, foros, redes sociales, entre otros. |

|  |
| --- |
| **Recuerda** |
| La **especialización del lenguaje** en cada uno de los medios requiere de unas **competencias específicas** por parte de los receptores o usuarios, así pues, quien quiera acceder a **la prensa** necesita **saber leer**, aquellos que deseen optar por **la radio** deben tener la **capacidad de escuchar**; para **la televisión y el cine** son necesarios **la vista, el oído, saber leer** y un alto nivel de **concentración**; para **internet** debes contar con **todas las anteriores** y, adicionalmente, desarrollar **habilidades tecnológicas y multitarea**, es decir, abrir todos los sentidos para captar información que combina todo tipo de lenguajes y recursos. |

[SECCIÓN 2] **2.1 La prensa escrita**

La prensa es por excelencia un **medio escrito** que refleja hechos de **interés general** y de **actualidad**, aparece con una pequeña **diferencia en tiempo** frente al acontecer, básicamente por procesos de **impresión** y **distribución.** La posibilidad de **interacción** entre el emisor y el receptor **es limitada** al espacio conocido como “Cartas al director”.

Los diarios, semanarios, revistas, boletines informativos, entre otros, forman parte de este grupo de medios que siempre tienen una **ideología** y por lo tanto, **además de informar, interpretan** los hechos de actualidad de acuerdo con su visión particular. Su lenguaje se caracteriza por la **sencillez** y **claridad**, **brevedad** y **concisión** y por el **dinamismo** que necesitan para atraer a los lectores.

Un **lector crítico** debe estar en capacidad de **analizar a profundidad** la información recibida, **compararla** con la que aparece en otros medios y hacerse una idea personal del tema en cuestión, una **opinión propia** sustentada en **argumentos sólidos** y **veraces.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG02 |
| **Descripción** | Imagen que combina diferentes tipos de publicaciones: diarios, revistas y boletines de información |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Favor realizar un collage de la primera página del diario El Tiempo, la portada de la revista Semana Jr. y el boletín informativo de SURA, disponibles en los siguientes enlaces: [www.eltiempo.com](http://www.eltiempo.com), [www.semanajr.com](http://www.semanajr.com) y <http://www.fundacionsuramericana.com/documentos%20compartidos/boletin/boletin_noviembre_2014/resultados.html>, en sus versiones impresas. |
| **Pie de imagen** | La prensa ha dejado testimonio escrito e iconográfico de los principales acontecimientos del mundo, su alcance es incuestionable y en la actualidad enfrenta el reto de renovarse para los medios digitales. |

A continuación encontrarás los enlaces a algunas publicaciones del país. Te recomendamos visitarlos y hacerte tu propia opinión de estos.

*El Espectador* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.elespectador.com/noticias

*El Nuevo Siglo* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.elnuevosiglo.com.co/

*El Tiempo* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.eltiempo.com/

*Portafolio* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.portafolio.co/

*Semana* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.semana.com/

*Semana Jr.* [[VER](http://www.google.com.co)]. http://www.semanajr.com/

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC30 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: explora un medio de comunicación** |
| **Descripción** | Actividad para facilitar el acercamiento a un medio de comunicación especialmente dirigido a públicos de tu edad |

[SECCIÓN 2] **2.2 La radio**

La radio es un medio exclusivamente **oral** lo que le permite al **oyente** efectuar diferentes actividades de manera simultánea. Se caracteriza por ser **inmediata**, es decir, emitida en tiempo real, de **fácil acceso** y **bajo costo**. En sus **inicios,** durante el siglo XIX, concentraba la atención de los radioescuchas de manera **colectiva** lo que implicaba la reunión de estos en lugares públicos para **informarse** y **entretenerse**. Después, con el desarrollo de la tecnología, se fue convirtiendo en una actividad **individual** y en la actualidad está disponible en transistores, teléfonos móviles, reproductores, computadores, entre otros.

Revisa el siguiente video y observa un poco de su historia y de los acontecimientos que la marcaron. [[VER](http://www.google.com.co)]. <http://profesores.aulaplaneta.com/DesktopModules/PPP_EditorGuionesKO/RecursoProfesor.aspx?IdGuion=11744&IdRecurso=572028&Transparent=on>

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC40 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/Los diferentes tipos de medios de comunicación/La radio  <http://profesores.aulaplaneta.com/DesktopModules/PPP_EditorGuionesKO/RecursoProfesor.aspx?IdGuion=11744&IdRecurso=572028&Transparent=on> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | Cambiar la imagen del radio tradicional por uno de teléfono móvil como este de Shutterstock 80159305.  **Por la multiplicidad de cambios en las fichas, favor cortar y pegar el texto como aparece redactado aquí en el estilo del lenguaje colombiano.**  **FICHA DEL DOCENTE**  **El origen de la radio**  Video que revisa los acontecimientos más importantes de la historia y su transmisión por medio de la radio, ayudando a reconocer el impacto de esta en la sociedad.  30 minutos  Video  Exposición  Competencia: identificar los usos y las finalidades de la radio como medio de comunicación.  **Objetivo**  Conocer el origen de la radio y cómo fue utilizada para transmitir información histórica de gran relevancia para el mundo.  **Propuesta**  **Antes de video**  La radio es un medio que acompaña al hombre en sus actividades diarias. Hoy, con las ventajas de internet, se ha reposicionado.  Previo a observar el video, pregúnteles a sus estudiantes qué conocimiento tienen de la radio y cuáles son sus preferencias de emisoras y programas. Por ejemplo:  - **¿Qué es la radio?**  Esta pregunta le permitirá establecer la diferencia entre el medio de comunicación y el aparato tecnológico que la soporta (transistor, tabletas, aplicación de computador, teléfono móvil, entre otros).  **- ¿Escuchas radio?, ¿qué emisoras son tus favoritas?, ¿cuánto tiempo inviertes al día en escuchar radio?, ¿qué clase de programas escuchas?**  Con estos cuestionamientos podrá llamar la atención de los estudiantes respecto al tiempo que pasan en compañía de la radio y los contenidos que escuchan, así como la influencia que este medio ejerce en ellos.  - **¿Sus familias escuchan radio?, ¿la actividad la realizan todos juntos?, ¿qué emisoras y clase de programas escuchan?**  Con esta actividad comprenderán que las audiencias son diferentes de acuerdo con sus edades, gustos, ideologías, creencias, entre otros aspectos.  **Durante el video**  El video tiene dos partes claramente diferenciadas.  En la primera, se escucha el característico ruido que produce la búsqueda de frecuencias y distintos cortes de audio. Motive a los estudiantes para que presten atención a las diversas clases de contenidos: información, entretenimiento, deportes, música, actualidad, entre otros.  En la segunda parte, se repasan los orígenes de la radio y su función a lo largo de la historia. Es importante asegurar la comprensión de la información mediante preguntas dirigidas como, ¿cuándo se inventó?, ¿cuál ha sido la importancia de este medio a nivel mundial?, ¿qué funciones o usos se han dado a la radio?, ¿se ha utilizado como medio para difundir ideologías políticas y religiosas?, ¿qué tipo de contenidos se transmiten a través de este medio?  **Después del video**  El video finaliza con una pregunta clara y directa: **¿qué función cumple la radio actualmente?**  Fomente una reflexión acerca de los usos o funciones cumplidos por la radio en el pasado y en la actualidad. Asegúrese que sus estudiantes visualicen estas cuatro funciones de la radio: **informar**, **entretener**, **persuadir** y **generar opinión**.  Se puede ampliar el tema y propiciar diálogos con otros aspectos como los siguientes: ¿la radio es un medio del pasado?, ¿qué ventajas y desventajas tiene la radio respecto a otros medios de comunicación?  A continuación encontrará algunas de estas para que las comparta con sus estudiantes.  **Ventajas**: gratuidad de la recepción, bajo costo de producción y de los aparatos receptores, inmediatez, portabilidad, acceso sencillo a los recursos técnicos requeridos, facilidad de conexión y multiplicidad de contenidos enfocados en gustos diversos, locales y globales. Permite la simultaneidad de actividades.  **Desventajas**: sus mensajes no son cara a cara, no existe un soporte físico que ayude a la recordación, no puede apoyarse en imágenes, se producen fallas técnicas que generan ruido en la señal o la distorsionan.  También puede revisar con sus estudiantes algunas características del lenguaje radiofónico.  Recuérdeles que por excelencia el lenguaje radial es sonoro, por ende la voz, la música, los efectos sonoros y los silencios deben ser muy bien manejados. En la correcta emisión del mensaje radiofónico son fundamentales la buena pronunciación, entonación, vocalización, estilo personal, buen registro de voz y ambientación musical o con efectos sonoros atractivos para el oyente.  **FICHA DEL ESTUDIANTE** El origen de la radio Video que revisa los acontecimientos más importantes de la radio desde su aparición y su impacto en la sociedad al transmitir acontecimientos históricos.  **La radio como medio masivo de comunicación**  La radio es el medio de comunicación basado en la difusión de mensajes sonoros (lenguaje oral, música, efectos sonoros, silencios) a través de las ondas o por internet entre un público muy amplio, diverso y geográficamente disperso.  El principio de transmisión en el cual se origina la radio fue inventado por **Guillermo Marconi** a finales del siglo XIX, pero pasaron muchos años antes de que esta se implementara como medio de comunicación.  **Las ventajas de la radio**   * Inmediatez y rapidez de difusión. * Requiere poca atención del oyente, permitiéndole realizar más de una actividad a la vez. * Su recepción es gratuita. * Desarrolla contenidos de acuerdo con la proximidad geográfica o cultural, pero en la actualidad las audiencias están dispersas geográficamente, sin que esto afecte los contenidos. * Posibilita la participación por medio de mecanismos relativamente nuevos incluidos en los formatos de los programas. * Tiene bajos costos de producción y es un medio de fácil difusión. * Es una fuente de entretenimiento e información que amplía la formación cultural del receptor.   **El lenguaje radiofónico**  Para que un mensaje radial sea recibido y comprendido adecuadamente por el oyente es necesario cuidar algunos aspectos tales como los siguientes:   * **La voz**: la entonación y la pronunciación deben ser contraladas, evitando exageraciones y vicios en la vocalización. * **Sonido de fondo**: ayuda a crear el contexto de la información o mensaje que se quiere transmitir, pero nunca se debe convertir en un distractor. * **Música y efectos sonoros**: facilita la creación del ambiente y transmiten emociones. Se utilizan para identificar un programa, sección o personaje; preparar a los oyentes, estimular recuerdos, crear cortinillas, de fondo y como transición. Los efectos especiales en la radio sustituyen al lenguaje iconográfico de otros medios. * **Silencio**: elemento con sentido completo que ayuda a centrar el interés, crear tensión, comunicar emociones y subir o bajar la intensidad del mensaje. Jamás debe confundirse con el vacío de sonido no planeado o causado por error. |
| **Título** | **El origen de la radio** |
| **Descripción** | Cambia por…  Video que revisa los acontecimientos más importantes de la historia que fueron dados a conocer por medio de la radio y su impacto en la sociedad |

En sus orígenes la radio **solo transmitía mensajes**, **hoy** también **permite la interacción** de sus receptores por medio de llamadas telefónicas, grupos de discusión, redes sociales, entre otros. Al igual que los demás medios de comunicación, se ha **especializado** de acuerdo con los temas de mayor interés para sus oyentes, de ahí la gran diversidad en su programación.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG03 |
| **Descripción** | Collage que muestra la evolución tecnológica de los aparatos de recepción de la señal radiofónica |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Favor crear un collage de imágenes de radios antiguas y modernas tomadas de shutterstock así: 66143173, 123191629, 154471403 y 158096939. |
| **Pie de imagen** | La radio se caracteriza por su rapidez informativa en la que confluyen la palabra, los efectos sonoros, la música y los silencios. Es un medio cada vez más especializado, según las preferencias de sus audiencias. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Características del lenguaje radiofónico** |
| **Contenido** | * **Control de voz:** son claves el manejo de la entonación y la pronunciación. * **Sonido de fondo:** fundamental para crear el contexto, jamás se debe convertir en un distractor. * **Música y efectos sonoros:** facilita la creación del ambiente y transmite emociones. * **Silencio:** elemento que ayuda a centrar el interés, crear tensión, comunicar emociones y subir o bajar la intensidad del mensaje. Debe ser planeado, no producto de un error o vacío en la emisión. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC50 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: el origen de la radio** |
| **Descripción** | Actividad para revisar tu nivel de comprensión respecto a los orígenes de la radio |

[SECCIÓN 2] **2.3 La televisión y el cine**

La **televisión** y el **cine** son medios que utilizan el **lenguaje audiovisual**, en ellos la **palabra** y las **imágenes** tienen el **mismo peso e importancia**. La multiplicidad de formatos televisivos tomados de la cotidianidad y la fusión del cine con la historia y la literatura son fenómenos evidentes. Estos dos medios de comunicación han sido mejorados gracias a las tecnologías de la información y la comunicación, pero también estas les han impuesto nuevos retos y desafíos a vencer para renovarse y acomodarse a **audiencias** cada vez más **diversas**, **especializadas** y **exigentes**.

La televisión comenzó realmente su desarrollo después de la Segunda Guerra Mundial y durante su existencia ha sido **transmisora y testigo** de los acontecimientos históricos y de entretenimiento más significativos de la humanidad. Pasó del formato en blanco y negro al color lo que la hizo más atractiva para su público, una audiencia que observa productos **informativos, educativos, publicitarios, propagandísticos** y de **entretenimiento**.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG04 |
| **Descripción** | Imágenes que muestran la cercanía de dos medios complementarios que cada vez son más usados en casa |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Favor crear un montaje de estas dos fotos, una sala de cine vista en pantalla de televisión. Imágenes de shutterstock 182635589 y 99918575. Al lado colocar la foto del cartel del quinto poder disponible en: <http://www.lahiguera.net/cinemania/pelicula/6366/el_quinto_poder-cartel-5118.jpg> |
| **Pie de imagen** | La televisión y el cine son medios complementarios cuyo impacto en la sociedad los hace muy poderosos e influyentes, si la veracidad se privilegia construyen, si otros intereses los invaden el riesgo es inminente. |

Para ampliar tu conocimiento sobre el origen de la televisión, revisa el siguiente video. [VER]. <http://cdnprof.aulaplaneta.com/DNNPlayerPackages/Medias/VIN00017.mp4>

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC60 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://cdnprof.aulaplaneta.com/DNNPlayerPackages/Medias/VIN00017.mp4> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | Favor retirar la tilde de la palabra video, todo lo demás se mantiene igual.  Video que permite conocer los orígenes de la televisión y su importancia histórica  Por la cantidad de cambios, favor copiar y pegar tal como aparece redactado aquí. Gracias.  FICHA DEL DOCENTE  **El origen de la televisión**  Video que muestra los orígenes de la televisión y su importancia histórica en la sociedad  30 minutos  Video  Exposición  Competencia: identificar los usos y las finalidades de la televisión.  **Objetivo**  Comprender el desarrollo de la televisión como un invento relativamente reciente. Promover la reflexión sobre su éxito e influencia en la sociedad, reflejados en la repercusión que ha tenido sobre algunos hechos históricos.  **Propuesta**  **Antes del video**  Se sugiere que realice a sus estudiantes algunas preguntas, así conocerá sus saberes previos y logrará espacios propicios de reflexión sobre la importancia de la televisión en nuestra sociedad. Por ejemplo, cuestiónelos acerca de estos aspectos: ¿qué es la televisión?, ¿cuándo se inventó?, ¿qué lenguaje utiliza?  **Durante el video**  Al empezar el video se plantean dos preguntas: ¿cuál es el origen de la televisión? y ¿conoces su historia?  Resalte que la televisión, al igual que la prensa, sigue en constante cambio y que esta evolución está ligada a hechos históricos, políticos y tecnológicos. Reflexione sobre la importancia de valorar el pasado, conocer y comprender el presente y así poder proyectar el futuro.  **Después del video**  Asegúrese de que los estudiantes entendieron la profundidad del mensaje. Para lograrlo, pregúnteles: ¿cuáles son los orígenes de la televisión?, ¿qué hechos históricos se relacionan con el nacimiento de la televisión?, ¿qué es un programa en diferido?  Enfatice en los aportes de la fotografía y el cine (como el lenguaje visual), y la radio, el telégrafo y el teléfono (en relación con la forma de transmisión).  Posteriormente, recupere las preguntas planteadas al final del video: ¿cómo ha cambiado la televisión en internet?, ¿cómo crees que será la televisión del futuro? y organice la siguiente actividad.  Pídales a los estudiantes que, individualmente, elaborenun cuadro comparativo de las diferencias entre internet y la televisión. Después pídales señalar las ventajas y desventajas de la televisión frente al internet.  Clarificados estos conceptos revise puntualmente con sus estudiantes cuál es el impacto que estos cambios producen en la sociedad.   * **FICHA DEL ESTUDIANTE**  El origen de la televisión Video que permite conocer los orígenes de la televisión y su importancia histórica  **La televisión como medio masivo de comunicación**  La televisión es el medio masivo de comunicación que se basa en la transmisión de mensajes **audiovisuales** compuestos por imágenes y sonidos.  A la aparición de este medio le preceden inventos como la fotografía, el cine, el telégrafo, el teléfono y la radio que con sus avances tecnológicos aportaron al desarrollo de la televisión.  La televisión tiene una gran repercusión en la sociedad. La grabación y reproducción de imágenes y sonidos de diferentes sitios del mundo para verlas desde nuestros hogares nos **acercó a las realidades sociales**, **históricas** y **culturales** de otros pueblos  La primera emisión televisiva se dio en Alemania, en 1935. Desde entonces, la televisión ha cambiado mucho. No solo en la tecnología que se utiliza (pasó del blanco y negro al color, cómo se recibe la señal, televisión análoga, televisión digital), sino también en la forma de hacer los programas y en el tipo de contenidos que hoy conforman la oferta, entre otros ejemplos. La televisión del presente permite ver de manera inmediata los acontecimientos desde y en cualquier parte del mundo.  **Tipos de programas**  Hay diferentes tipos de programas televisivos. Según su **contenido** y **objetivo** (informar, educar, entretener, generar opinión), en función del **momento** en que se emiten (en vivo y en directo, en diferido), del **lugar** donde se graba (si es en interior o en exterior), si es **ficción** o **realidad**, entre otros.  **Las ventajas de la televisión**   * Inmediatez y rapidez de difusión. * Comunicación que llega a mucha gente a la vez (masiva). * Gran impacto social por dirigirse a una audiencia muy numerosa. * Lenguaje audiovisual de fácil comprensión. * Aunque requiere un mayor grado de concentración que la radio, permite la ejecución de algunas otras tareas en simultáneo. * Comodidad de consumo en el hogar. * Variedad de contenidos en cuanto a temas y formatos. |
| **Título** | **El origen de la televisión** |
| **Descripción** | Cambia por…  Recurso que permite conocer los orígenes de la televisión y su importancia histórica |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Características de la televisión** |
| **Contenido** | * **Secuencialidad:** las imágenes y los sonidos se suceden unos detrás de otros. * **Actualidad:** la información es de interés general porque atiende a la cotidianidad de la sociedad. * **Simultaneidad:** un programa puede ser visto al mismo tiempo por millones de personas en todo el mundo. * **Oralidad basada en la imagen:** la imagen predomina sobre el texto y lo oral con respecto a lo escrito. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC70 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: el origen de la televisión** |
| **Descripción** | Actividad para reforzar tu aprendizaje en relación con la televisión y su importancia histórica |

Por su parte, el **cine** utiliza un lenguaje **audiovisual mejorado** en el cual la imagen y el sonido se unen magistralmente a la historia, la literatura -y el arte en general- para impactar además de la vista y el oído, las **emociones** de su público. Se dice que la intención del cine es el **entretenimiento**, pero nadie pone en duda que ha sido un extraordinario contador de **historias reales y mágicas** en las cuales los sucesos verídicos y la imaginación se desbordan.

El cine se vale de formatos conocidos con el nombre de **cortometrajes** y **largometrajes**, hay quienes también diferencian entre el cine **comercial** y el cine **arte**; el primero, es el que mantiene la rentabilidad de la industria; el segundo, recoge iniciativas de realizadores independientes que, por lo regular, están enfocados en temas más íntimos.

El origen del cine se remonta al año 1895. En ese entonces la imagen y la historia contada tenían todo el peso comunicativo, dado que el cine era mudo y en blanco y negro (aunque, un realizador como Méliès, llegó a pintar cuadro a cuadro sus cintas). Los efectos especiales, cada vez más sofisticados, aportaron espectacularidad en décadas posteriores. Con la introducción del sonido sincronizado en 1923, del color en 1934 y de las imágenes por computador en los años noventa, el cine llegó a crear mundos que antes eran técnicamente imposibles de realizar. También **introdujo** los conceptos fundamentales de **planos**, **ángulos** de toma, **movimientos** de cámara, **montaje**, **efectos especiales**, entre otros.

Para ampliar tu conocimiento en relación con los orígenes del cine y su impacto en la sociedad, revisa este video. Posteriormente realiza la actividad propuesta. [VER].

<https://www.youtube.com/watch?v=RyF6NXhT6-4>

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC80 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: el origen del cine** |
| **Descripción** | Actividad para reconocer los aportes de diversos personajes al desarrollo del cine |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **El cine y la televisión comparten un mismo lenguaje** |
| **Contenido** | El **cine** y la **televisión** combinan la imagen y la palabra, los efectos sonoros y visuales, los recursos literarios y todo aquello que les permite **producir emociones** en los receptores. La televisión aprendió del cine el uso de los planos, ángulos, movimientos de cámara, entre otros recursos que **impactan** en la forma de **ver** y **sentir** un hecho narrado, independientemente del estilo escogido para hacerlo. |

[SECCIÓN 2] **2.4 El medio de medios: internet**

Internet es el invento más revolucionario de los últimos tiempos. Ha sido llamado el **medio de medios** por su impacto en todos los demás y en la forma de comunicación que generó desde su aparición. Este medio privilegia el lenguaje **multimedia** combinando los recursos de **texto**, **audiovisuales** y la **interactividad** propia de las nuevas tecnologías, en dispositivos móviles como los celulares, los computadores portátiles, las tabletas, entre otros. Internet no reconoce fronteras y su difusión a nivel mundial integra a los cuatro grandes que le precedieron gracias al uso de los **vínculos** o **hipertextos**.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG05 |
| **Descripción** | Imagen que muestra el manejo de la información que sucede en el mundo por parte de un usuario y desde su computador portátil |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Se conserva la misma imagen que hay en el material original.  1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/Los diferentes tipos de medios de comunicación/El medio de medios: Internet  <http://profesores.aulaplaneta.com/DNNPlayerPackages/Package11744/InfoGuion/cuadernoestudio/images_xml/LC_07_15_img06_zoom.jpg> |
| **Pie de imagen** | Cambia todo  Internet es la red de información que cambió la forma de ver el mundo y puso de manifiesto el impacto global de estar todos conectados en tiempo real. |

El lenguaje que se utiliza en internet tiene una clara característica de **oralidad**, es una conversación permanente entre usuarios, **conocidos** o **desconocidos**, que debe someterse a algunas especificaciones de la lengua escrita. Es una comunicación que no obliga a estar físicamente presente y que a la vez ofrece **ventajas** (sin prejuicios, espontánea, ágil, entre otras) y presenta grandes **riesgos** (falsa identidad, fines ilícitos, engaños, información falsa, etcétera). Este nuevo estilo de comunicación puede ser **sincrónico**, en tiempo real, o **asincrónico**, discontinuo en el tiempo. Adicionalmente, se caracteriza por tender a la **agrupación** de acuerdo con los intereses comunes, **expresividad** **emocional** basada en emoticones, colores, fuentes tipográficas y otros recursos del lenguaje.

Revisa este video para conocer un poco más acerca de cómo se originó internet y sus implicaciones en la sociedad. Luego, deberás comprobar tu aprendizaje realizando la actividad propuesta. [VER]. <https://www.youtube.com/watch?v=i4RE6dBAjH4>

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC90 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: el origen de internet** |
| **Descripción** | Este video muestra el origen de internet en el mundo y la forma como fue conquistando espacios en la sociedad moderna por sus usos y su constante diversificación |

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **Características de internet** |
| **Contenido** | * **Hipertexto:** la lectura deja de ser lineal dado que una misma página remite a diversos enlaces, lo que permite saltar de texto en texto. * **Interactivo:** el usuario establece contacto con otros usuarios, juega, hace aportes, corrige, opina, critica, pregunta, es decir, tiene multiplicidad de oportunidades y formas de participar en la construcción de los mensajes. * **Multimedia:** contiene un universo de textos, videos, imágenes, audios, entre otros recursos que enriquecen y diversifican la comunicación con los usuarios. |

[SECCIÓN 2] **2.5 Consolidación**

Actividades para consolidar lo que has aprendido a lo largo de esta sección.

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC100 |
| **Título** | **Profundiza tu aprendizaje: crea una revista** |
| **Descripción** | Interactivo que te permitirá desempeñar un rol activo en la planeación y creación de un medio de comunicación orientado al ámbito escolar |

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG06 |
| **Descripción** | Imagen que muestra el funcionamiento del la web al remitirnos de una página a otra en pequeños saltos que nos llevan a todas partes |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/Los diferentes tipos de medios de comunicación/ <http://profesores.aulaplaneta.com/DNNPlayerPackages/Package10455/InfoGuion/cuadernoestudio/images_xml/LC_07_15_img02_zoom.jpg> |
| **Pie de imagen** | Cambia todo por…  El hipertexto es el núcleo que dispara nuestros accesos a infinidad de recursos, se asemeja al trabajo en equipo en donde cada persona debe cumplir su rol para sumar al engranaje. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC110 |
| **Título** | La experiencia de crear un medio de comunicación |
| **Descripción** | Actividad que permite coevaluar el trabajo de cada uno de los miembros del equipo que hizo parte de la creación de la revista |

[SECCIÓN 1] **3 Finalidades de los medios de comunicación**

Como ya hemos visto, el surgimiento de los medios de comunicación ha estado ligado al desarrollo de diversos inventos y necesidades de la sociedad de acuerdo con sus cambios históricos, sociales y culturales. Su **finalidad**, es decir el objetivo que persigue cada uno, también tiene **connotaciones históricas**, **políticas** y **sociales**. ¿Sabías que en Estados Unidos, la prensa fue la responsable de la dimisión del presidente Richard Nixon; en Europa, durante la Primera y la Segunda Guerra Mundial, la radio fue prohibida, pero también se utilizó para confundir al enemigo; en Colombia, la televisión fue traída por el General Rojas Pinilla para transmitir su discurso de posesión, y adicionalmente se usó para educar y entretener a la población?

Los medios **nacieron** y **crecieron** conscientes de su enorme **poderío**, no en vano algunos han sido considerados, en sus épocas de grandeza, el **poder detrás del poder** y han estado ligados a **familias** o **emporios económicos** de gran trayectoria*.*

A continuación se reproducen diferentes fragmentos de discursos que responden a distintas intenciones de los medios. Revísalos con atención para que puedas percibir su intencionalidad.

* **Informar**:

*La semana pasada se presentó en la Feria de Tecnología e Innovación de París la nueva tableta 362. Tras algunas horas de presentación los usuarios pudieron probar algunos dispositivos, antes de ser comercializados.*

* **Persuadir**:

*¿Necesitas estar al día en todo momento y estar conectado con todos tus amigos? ¡No lo dudes! ¡Compra la nueva tableta 362!*

* **Crear opinión**:

*Después de comprobar el uso de diversas tabletas, los resultados indican que la tableta 362 es una de las que presenta más funcionalidades. Además, cuenta con una batería con autonomía para 15 horas. Sin embargo, este nuevo modelo tiene una iluminación deficiente respecto a los modelos anteriores.*

* **Entretener**:

*Pulsa el botón azul para empezar el juego, pero antes no olvides crear tu propio perfil, que te acompañará a través de cada una de las plataformas.*

|  |
| --- |
| **Recuerda** |
| Todo medio de comunicación está ligado a una **ideología** y utiliza diversas formas para llegar a su público objetivo. Algunas buscan **informar**, otras intentan **persuadir**, unas más se dedican a **crear opinión** y finalmente, existen aquellas cuya finalidad es **entretener**. Cada una utiliza un lenguaje específico y unos formatos especializados que se conocen como los géneros periodísticos. |

[SECCIÓN 2] **3.1 La transmisión de información**

Para entender las implicaciones de la transmisión de la información es importante comprender el significado de estos términos. La **transmisión** es el hecho de **difundir**, **propagar** o **divulgar** conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, entre otros. Mientras que la **información** está ligada a lo que se comunica, es decir, aquello que se **sabe sobre algún tema** y que permite **ampliar** o **precisar** el conocimiento que otro tiene en relación con este asunto.

La transmisión de la información periodística es un **acto consciente** que obliga a una persona o empresa a documentarse previamente con el objetivo de explicar a otros **qué ha ocurrido** y **por qué**, **sin** brindar **opiniones personales** al respecto y en la que debe predominar la **veracidad.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Destacado** | |
| **Título** | **La noticia** |
| **Contenido** | * La **noticia** es considerada el género periodístico base de todos los demás. Siempre debe responder estos cuestionamientos fundamentales: ***¿qué?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿quién?, ¿dónde? y ¿por qué?*** * Además, se caracteriza por ser **objetiva**, **veraz**, **de interés general** y **de actualidad**. * Maneja una estructura interna en forma de **pirámide invertida,** lo más importante se ubica en el párrafo inicial y lo demás se desarrolla en los siguientes. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC120 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/La función de los medios de comunicación/la transmisión de la información  **Es el primer practica: Reconoce las partes de una noticia.** |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | El enunciado cambia así:  Identifica cada una de las partes de la noticia con base en las imágenes que aparecen aquí.  **Cuidado, hay que retirar una de las frases que comienza con la llegada de turistas… porque aparece dos veces y en una ocasión la valida como subtítulo y en otra como *lead*, así que sugiero eliminarla una vez y dejarla solo como entradilla o *lead*. Es recomendable mejorar las imágenes, pues no tienen buena definición.** |
| **Título** | Igual: Reconoce las partes de una noticia |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad que permite visualizar e identificar las diferentes partes que componen la noticia |

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC130 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación//La función de los medios de comunicación/la transmisión de la información |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | Favor hacer los siguientes cambios en las fichas.  **Los géneros informativos en los medios**  30 minutos  Interactivo  Exposición  Tratamiento de la información y competencia digital  **FICHA DEL DOCENTE**  Interactivo que permite conocer e identificar las principales características de los géneros informativos.  **Favor cortar todo el texto y colocarlo como aparece redactado aquí, porque las modificaciones son sustanciales.**  **Objetivo**  Conocer cuáles son las características de los géneros informativos y analizar con los estudiantes cómo se presenta la información en los medios impresos.  **Propuesta**  **Antes de la presentación**  Comience preguntándoles a sus estudiantes cuál es la **diferencia entre información y opinión**, pídales que aporten ejemplos concretos. Ayúdeles formulando preguntas como las siguientes: ¿una entrevista es un programa informativo?, ¿un programa de concurso puede considerarse un informativo?, ¿una serie de televisión puede ser un informativo?, ¿un crucigrama dentro de un medio impreso es informativo?  Recuérdeles la importancia de la argumentación, así que motívelos a explicar las razones de sus respuestas.  **Durante la presentación**  Visualice las características de los géneros informativos. Contraste las afirmaciones hechas por sus estudiantes con las que aparecen en la presentación.  Cuando tenga cautiva su atención, revise los ejemplos que aparecen a continuación y que presentan una **noticia**, un **reportaje** y una **entrevista.** Deje claras las diferencias entre uno y otro texto.  Los géneros periodísticos se caracterizan por el tratamiento de algunos aspectos que jamás deben faltar en su manejo:   * El grado de **actualidad.** El hecho a tratar debe ser **reciente** y de **interés general**. * La **estructura.** Los hechos siempre se exponen del **más importante** al **menos importante**. Debe responder claramente **qué** sucedió, **a quién**, **dónde**, **cuándo**, **cómo** y **por qué**. * Las **fuentes.** La **fiabilidad** y **credibilidad** de estas debe ser a toda prueba. * La **objetividad**. Jamás debe contener opiniones de parte del periodista, solo ajustarse a los hechos.   **Después de la presentación**  Pregúnteles a los estudiantes sobre la diferencia entre una **fuente fiable** y una **no fiable**. Anímelos a traer ejemplos de noticias, reportajes y entrevistas de diferentes medios o personas.  Con el material a la mano, previamente leído y explorado por ellos, intente conocer el **origen** de la información. Por ejemplo, en qué medio fue publicada, quién lo escribió, cita varias fuentes de información o se conforma solo con una, fue testigo de los hechos, qué tipo de fuentes cita, las fuentes son personas, instituciones reconocidas y que gozan de credibilidad, la fuente es exclusiva o compartida, la fuente es pública o prefiere conservar el anonimato.  Además, aproveche la oportunidad para comparar y contrastar el manejo de la misma información en diferentes medios y por diversos periodistas, será un ejercicio interesante y que le brindará a los estudiantes puntos de vista más amplios respecto al manejo que hacen los medios de comunicación de un mismo hecho noticioso.  **FICHA DEL ESTUDIANTE**  **Los géneros informativos en los medios**  Interactivo que permite conocer e identificar las principales características de los géneros informativos  **Formas de presentar la información**  La evolución de los medios trajo consigo formas distintas de presentar y tratar la información, en algunas ocasiones predomina la opinión de quienes la trabajan, pero en otras lo fundamental es el **hecho** tal como sucede, **sin interpretaciones**, **sin opiniones**, sin tratamientos personales, podríamos decir que es un discurso netamente descriptivo.  **Características de los géneros informativos**   * Siempre trabajan temas de actualidad porque estos son de interés general. * Relacionan datos y hechos concretos. * Son objetivos, no hay interpretaciones ni opiniones. * El periodista no aparece de forma explícita, a no ser que haya sido testigo presencial del hecho. * Ofrecen informaciones tomadas de fuentes fiables, confirmadas y contrastadas.   **Clasificación de los géneros informativos**  **Noticia.** Informa de un hecho actual, reciente y de interés general, de manera clara, precisa, sencilla, directa y concisa y se abstiene de formular opiniones e interpretaciones personales del hecho en cuestión. Maneja una estructura conocida como **pirámide invertida** pues en su base se desarrollan los aspectos más importantes que responden a **qué** sucedió, **a quién**, **cómo**, **dónde**, **cuándo** y **por qué.** En los párrafos siguientes se tratan otros aspectos relacionados con el hecho. Significa que si un lector revisa únicamente el párrafo inicial este tendría que contener la información suficiente para dar el contexto de lo acaecido. Los datos adicionales apoyan y explican la información principal.  Un buen periodista siempre verifica sus fuentes, las contrasta y confirma la información porque de su **veracidad** depende su **credibilidad** y jamás debe olvidar que tiene **responsabilidad social** al difundirla. Nunca debe comprometer su ética profesional.  **Reportaje.** Es una noticia **ampliada** en cuanto a extensión y complejidad. En este los hechos se cuentan de una manera más **detallada**, se vinculan los diferentes **puntos de vista** y adicionalmente se elaboran unas **conclusiones** relacionadas con la investigación del asunto**.** El tema tratado debe ser de **interés general**, pero a diferencia de la noticia no tiene que ser reciente ni de actualidad.  El reportaje es más variado en la forma de contar los hechos y puede involucrar narraciones, descripciones, investigaciones, entrevistas, testimonios, así como otros recursos para enriquecer el relato.  **Entrevista.** Es un formato basado en **preguntas** y **respuestas**, un diálogo abierto entre el entrevistado (experto en un tema o destacado en un arte, una ciencia, un deporte, entre otros) y el entrevistador que se convierte a la vez en un entendido del tema a tratar para poder profundizar en el aspecto que se desea conocer o ampliar.  La entrevista persigue diversos fines, en algunas ocasiones sirve para **conocer a profundidad** la vida del entrevistado; otras veces busca **entender mejor** un tema de interés, que necesita ser explicado con mayor detenimiento; algunas otras es un instrumento para **abordar otros asuntos** desconocidos de un hecho o un personaje, pero sin duda es un formato más amigable y libre que los anteriores.  Los géneros informativos son la principal herramienta de un periodista para explorar de manera objetiva los hechos, pero también para tratarlos de manera amena, agradable y comprensible para su público. |
| **Título** | Igual. **Los géneros informativos en los medios** |
| **Descripción** | Se elimina… (en los medios de comunicación) al final y se invierte el orden de las palabras principales y características.  Interactivo que permite conocer e identificar las principales características de los géneros informativos |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC140 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: identifica partes de la noticia y ordénalas** |
| **Descripción** | Actividad para poner en práctica el aprendizaje sobre la noticia |

[SECCIÓN 2] **3.2 La persuasión**

La **persuasión** es un **arte** propio de la **publicidad** y de la **propaganda**, términos que suelen utilizarse indistintamente, pero que son muy diferentes. Para comenzar, **persuadir** consiste en **convencer** con argumentos a alguien para que crea o haga algo. **La publicidad** divulga noticias o anuncios de **carácter comercial** para **atraer** a posibles compradores, espectadores o usuarios. **La propaganda** persigue **objetivos sociales,** es decir, vende **ideas** políticas o sociales**.**

|  |
| --- |
| **Recuerda** |
| La **publicidad** promueve el **consumo** para **incrementar** las **ventas** de **bienes** y **servicios,** su finalidad es netamente **comercial y económica** basada en la consecución de nuevos **consumidores**. La **propaganda** busca **influir** en la **actitud** de las personas para **posicionar** en ellas **ideas políticas** o **sociales.** |

Revisa con atención los siguientes videos y posteriormente organiza una tabla o cuadro comparativo en el que puedas establecer diferencias y similitudes y enfatiza en los elementos de la publicidad y de la propaganda. [VER].

<https://www.youtube.com/watch?v=BznOT28yrH4>

<https://www.youtube.com/watch?v=w7Zxn7AL4Ss>

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC150 |
| **Título** | **Publicidad vs. propaganda** |
| **Descripción** | Campañas que muestran el objetivo netamente publicitario y el social para visualizar similitudes y diferencias |

[SECCIÓN 2] **3.3 La creación de opinión**

Crear una opinión es una enorme responsabilidad social de los medios. Un generador de **opinión pública** debe ser **líder**, **conocedor** a profundidad del tema, y **consciente** de la importancia y el peso que tiene su propia valoración en la sociedad. Un líder de opinión debe contar con **argumentos sólidos** puestos al servicio de sus receptores con el propósito de brindarles herramientas para **valorar**, **interpretar** y **juzgar** las acciones o los sucesos que son de **actualidad** y de alto **impacto** en su **comunidad**.

Un líder de opinión **no debe condicionar, manipular o utilizar información proveniente de fuentes dudosas**, todo esto iría en contra del principio fundamental de la comunicación que defiende la libre expresión basada en la **veracidad**, en el contraste de las fuentes y en la visión personal que cada quien se forma respecto de lo que sucede en su entorno o en el mundo.

En la generación de opinión el rol del líder o del medio es **tan activo** y **tan valioso** como el del **receptor**. Quien recibe una valoración o juicio de la información, siempre debe sopesarla, analizar los argumentos, verificar si estos están de acuerdo con lo que realmente sucede, distinguir si se identifica con ese juicio de valor o no, y por qué, y finalmente asumir una **postura consciente basada en su propio pensar y sentir.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC160 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/La función de los medios de comunicación//la creación de opinión/Los géneros de opinión en los medios  <http://profesores.aulaplaneta.com/LoIdRedirect.aspx?LoId=LC_07_15_Recurso160&IdRecurso=RES-FC435AE1E63C45C58C67840FB8BE4124> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Favor copiar y pegar como aparece redactado aquí, existen cambios sustanciales en la redacción.**  **FICHA DEL DOCENTE**  **Los géneros de opinión en los medios**  Interactivo que señala las principales características de los géneros de opinión  30 minutos  Interactivo  Exposición  Tratamiento de la información y competencia digital  **Objetivo**  Comprender las características fundamentales y diferenciadoras de los géneros de opinión en comparación con los géneros informativos.  **Propuesta**  **Antes de la presentación**  Pregúnteles a los estudiantes si conocen las diferencias entre los géneros de opinión y los informativos. Si la respuesta es afirmativa, anímelos a construir en el tablero y de manera colectiva un cuadro comparativo entre estos.  Si la respuesta es negativa, proceda con la presentación de la información.  **Durante la presentación**  Utilice el recurso interactivo para visualizar las características de los géneros de opinión. Si en la etapa anterior lograron construir el cuadro comparativo, permita que lo contrasten con lo que aparece en el material. Realce los aspectos en los cuales tenían razón y corrija los conceptos equivocados. Permítales procesar la información e invítelos a revisar los ejemplos propuestos.  Comience por recordarles que los géneros de opinión se trabajan por medio del **artículo de opinión**, el **editorial** y la **crónica**. Con base en la información presentada pídales realizar una tabla en la que especificarán las semejanzas y diferencias entre estos tres géneros. Permítales trabajar por espacio de cinco minutos en esta actividad y luego valide la información por medio de una tabla que debe contener la siguiente información:   |  |  |  | | --- | --- | --- | | **Artículo de opinión** | **Editorial** | **Crónica** | | Expresa abiertamente la opinión de su autor. | Plantea directamente la opinión del medio de comunicación en el que aparece. | Mezcla información y opinión de un experto en el tema, pero el autor analiza los hechos, aporta datos e interpreta todo lo anterior. | | Siempre es firmado por su autor. | Nunca es firmado por una persona en particular. | Siempre lleva la firma de su autor. | | Además de tratar temas de actualidad, puede referirse a cualquier otro. | Únicamente versa sobre temas de actualidad. | Trabaja temas culturales de actualidad, pero presenta la visión personal de su autor. | | El autor se vale de argumentos para sustentar su opinión. | El medio valora un acontecimiento, lo interpreta y expresa su juicio de valor al respecto. | El autor explica lo sucedido, analiza el tema y su impacto en el contexto con base en datos y, adicionalmente, aporta su propia visión o interpretación de los hechos y de las cifras que rodean la investigación. |   Asegúrese de que los estudiantes entendieron las diferencias, porque ahora van a poner en práctica lo aprendido. Invítelos a realizar una redacción de una página en la que trabajen dos conceptos fundamentales: **subjetividad** y **argumentación**. Asigne el tema, o si lo desea, permita que trabajen libremente.  **FICHA DEL ESTUDIANTE**  Interactivo que señala las principales características de los géneros de opinión  **Formas de presentar opiniones en los medios**  Existe una línea delgada pero claramente definida entre informar y opinar. La opinión siempre es responsabilidad de su emisor y por tratarse de una **expresión pública** debe **argumentar** con **precisión** y cuidado sus **puntos de vista** y **valoraciones** respecto a los hechos en cuestión.  **Características de los géneros de opinión**   * Nunca se limitan a contar solo los hechos, siempre presentan un punto de vista personal o una valoración sobre el tema. * No siempre trabajan temas de actualidad. * Son subjetivos. * Se puede identificar a su autor: periodista o medio. * Desarrollan argumentos y presentan datos para sustentar las opiniones.   **Clasificación de los géneros de opinión**  **Artículo de opinión.** Puede ser escrito por un colaborador permanente o por un experto invitado que está dispuesto a reconocer su autoría y a sustentar sus opiniones personales con argumentos y datos de apoyo. El tema en cuestión es de interés general, pero no siempre de actualidad.  **Editorial.** A diferencia de los otros dos géneros de opinión, este tiene sus cimientos en el medio, por ello nunca va firmado por una persona en particular, ya que refleja el pensamiento y el sentir sobre el cual se basa el medio de comunicación. Generalmente se enfoca en temas de actualidad y utiliza fuentes confiables y contrastadas.    **Crónica.** Contienela opinión de un experto que normalmente habla de un tema cultural de actualidad y su impacto. Mezcla información y opinión, además el autor hace una interpretación propia de los datos que soportan el tema. Siempre va firmado por el autor. |
| **Título** | Igual. **Los géneros de opinión en los medios** |
| **Descripción** | Cambia por…  Interactivo que señala las principales características de los géneros de opinión |

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC170 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://profesores.aulaplaneta.com/DesktopModules/PPP_EditorGuionesKO/RecursoProfesor.aspx?IdGuion=11744&IdRecurso=572033&Transparent=on> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Igual las preguntas solo cambia el título y la descripción del recurso.** |
| **Título** | **Cambia por**  **Refuerza tu aprendizaje: comprende el lenguaje en el fragmento de una crónica** |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad para diferenciar de manera práctica y sencilla la diferencia entre el lenguaje objetivo y el subjetivo dentro de una crónica |

[SECCIÓN 2] **3.4 El entretenimiento**

En un mundo agobiado por problemas sociales, ambientales, políticos y religiosos, en el cual los medios registran minuto a minuto los conflictos de una sociedad presionada por la intolerancia, las guerras, la falta de oportunidades, el poderío militar de algunos, las nuevas y mortales enfermedades que nos aquejan, el desarrollo imparable de las tecnologías, el cambio climático, entre otros aspectos, los medios de comunicación han redescubierto su **función** de **entretenimiento**.Millones de espectadores, sobre todo los más jóvenes, se han volcado a consumir ese tipo de programas: música, series, películas de todos los géneros, videos musicales, aprendizajes autónomos en plataformas virtuales, literatura, poesía, novelas y muchos más. Contenidos que se orientan hacia las artes y la cultura y que distraen a los usuarios de las grandes problemáticas.

El mundo del entretenimiento ha encontrado en los medios de comunicación un entorno creativo y lleno de efectos audiovisuales que le permite al usuario soñar con dimensiones fantásticas. Entretener no tiene nada de malo, pero cuidado, **no se puede caer en el error de creer que una producción con este objetivo, se entienda como una fuente legítima de información de lo que acontece en la realidad.** El poder de los medios es tan maravilloso y riesgoso como la ideología que los respalda.

[SECCIÓN 2] **3.5 Consolidación**

|  |  |
| --- | --- |
| **Profundiza: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC180 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | 1 Eso/Lengua castellana y literatura/Los medios de comunicación/La finalidad de los medios de comunicación/consolidación  <http://profesores.aulaplaneta.com/LoIdRedirect.aspx?LoId=LC_07_15_Recurso080&IdRecurso=RES-2194737C3E384964B689DBC47CC87D07> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Favor copiar y pegar como aparece redactado aquí, existen cambios sustanciales en la redacción. Gracias.**  **Antología de textos: los medios de comunicación**  Interactivo para practicar la comprensión de textos escritos identificando elementos clave de los géneros periodísticos.  60 minutos  Interactivo  Exposición  Tratamiento de la información y competencia digital  **Cuidado, hay que hacer varias correcciones en el interactivo, en primer lugar es confuso que en algunas preguntas solo haya una respuesta correcta y en otras hasta 3 respuestas correctas. Favor dejar todo con respuesta única y hacer los siguientes cambios.**   1. Texto “Hallan 5 kilos de…” la respuesta a la pregunta   ¿Qué objetivo tiene este texto? La respuesta correcta es **informar** porque se trata de una noticia.  ¿Podía haber explotado la goma 2? Eliminar lo que sigue… Puede haber más de una respuesta correcta porque no es cierto.   1. Texto “La era de las posibilidades”. Cambiar la pregunta ¿Qué información se da en la introducción del texto? Por… ¿Qué información aparece después del título?   Cambian las opciones de respuesta por:  Introducción del tema.  Todos los puntos del mensaje.  Algunos aspectos relevantes del texto.  Toda la información relevante.  Pregunta ¿Cuál es el tema del texto? Cambiar las dos últimas respuestas así:  Las guerras europeas.  La construcción de la paz internacional y la eliminación de las fronteras.  ¿Qué consecuencia tuvo la caída del Muro de Berlín? Corregir la palabra Berlín en la pregunta.  ¿A qué conclusión llega el texto?  Corregir la palabra Berlín en la segunda opción. El ejemplo de Berlín.  Eliminar las diapositivas 9 y 10 relacionadas con preguntas sobre el lenguaje.   1. Texto Noticias Regional Canarias.   Cambiar la pregunta ¿Por qué la presentadora…? Por… ¿Por qué la emisión del informativo no empieza con la presentadora?  Eliminar un “es” repetido de la última opción en esta misma pregunta.  Porque es la mejor forma de hacerlo.  ¿Cómo se pueden evitar los incendios? Eliminar lo que sigue y dejar respuesta única.  Cambiar la última opción por…  Con árboles más bajos.  Eliminar las diapositivas 9 y 10 relacionadas con el lenguaje.   1. Texto Rafael Santandreu…   Arreglar en la lectura en el penúltimo párrafo… hace falta un es en la frase… es nuestra principal arma.  En la pregunta ¿Cuál es la intención del texto? Cambiar las opciones para respuesta única así:  **Informar, opinar y ampliar un tema.**  Entretener.  Persuadir.  Educar.  Pregunta ¿Cómo se introduce el texto? Eliminar lo que sigue y dejar respuesta única así:  **Por medio de la presentación del tema y del invitado.**  Igual.  Igual.  Por medio de ejemplos.  Eliminar las diapositivas 9 y 10 relacionadas con el lenguaje.   1. Texto “Julia Otero”.   Pregunta ¿Qué objetivo tiene este texto? Cambiar la última opción para que quede de respuesta única por…  Persuadir.  Eliminar las diapositivas 8, 9 y 10 relacionadas con el lenguaje.   1. Texto “Onda Cero”.   ¿Con qué motivo se desplazan los expertos? Cambiar la pregunta y eliminar lo que sigue para que quede respuesta única así:  ¿Para qué se desplazan los expertos? Cambian las opciones.  **Para verificar el estado de varias piezas de la iglesia.**  Igual.  Para cambiar algunas piezas.  Igual.  Pregunta ¿Por qué ha sido elegido ese equipo de restauradores? Cambiar las opciones así:  Igual.  Igual.  **Porque conocen y han trabajado antes en la iglesia.**  Porque son los mejores en ese oficio.  Eliminar las diapositivas 8, 9 y 10 relacionadas con el lenguaje.  **También hay cambios fundamentales en las fichas. Favor copiar y pegar como aparece a continuación. Gracias.**  **FICHA DEL DOCENTE**  **Objetivo**  Profundizar en el estudio de los textos que se manejan en los medios de comunicación para perfeccionar destrezas en la comprensión y análisis de sus estructuras.  **Propuesta**  **Antes de la presentación de los textos**  Comience recordando los puntos principales de los temas vistos. Luego, organice grupos de cuatro estudiantes y solicíteles escribir mínimo cinco preguntas abiertas sobre esas temáticas y facilite el intercambio de preguntas entre los grupos para que sean ellos mismos quienes las resuelvan. Valide las respuestas en una plenaria y corrija en caso de ser necesario.  Después, propóngales realizar una primera lectura de comprensión general en la que deben identificar los siguientes aspectos: tipo de texto, subrayar las palabras desconocidas, intentar entenderlas con base en el contexto y finalmente asegurar el significado consultándolo en el diccionario.  Concluida la primera etapa deberán realizar una segunda lectura para comprender puntualmente **qué, a quién, cómo, cuándo, dónde** y **por qué** sucedió el hecho que se cuenta en el texto.  Finalmente, y para asegurar la comprensión global del texto, se sugiere una tercera lectura en la que deberán ampliar información sobre el tema, **determinar la estructura del texto y reconocer al emisor**.  **Durante la presentación de los textos**  Existen diversas formas de abordar el trabajo: en plenaria, grupal, en parejas e individualmente. Para centrar la atención de los estudiantes y facilitar la práctica periodística y la comprensión lectora se sugiere que la actividad sea desarrollada de manera individual.  Concédales algunos minutos para organizarse y tener a disposición los recursos necesarios. Realice la actividad de manera secuencial y permita la interacción entre ellos solo hasta el final, dado que es importante identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de los estudiantes.  **Después de la presentación de los textos**  Facilite la participación de la mayor cantidad de estudiantes al revisar sus respuestas, de esta manera asegurará la comprensión de los textos y de los temas relacionados con el manejo de la información en los medios de comunicación.  **FICHA DEL ESTUDIANTE**  Interactivo para practicar la comprensión de textos escritos identificando elementos clave de los géneros periodísticos.  **Formas de abordar y comprender los textos periodísticos**  Recuerda que siempre que exploras un texto debes identificar aspectos clave para determinar el tipo de documento a trabajar, la intención del autor y la forma de lectura que debes adoptar para comprender a profundidad la estructura del mismo.    **Características de la noticia**   * Siempre utilizan un **titular** que destaca lo más importante de la noticia. En ocasiones se acompaña de un antetítulo o un subtítulo, o de ambos. * Presentan un resumen conocido como **entradilla** o ***lead****,* allí se plantean algunas respuestas a las preguntas fundamentales. * El desarrollo básico de la noticia se ubica en lo que se conoce como el **cuerpo.** * El texto noticioso entrega lo más importante al comienzo y va decreciendo con información de menor relevancia. Esta estructura se conoce como **pirámide invertida.** * Aunque pueden llegar a tratar temas especializados, siempre manejan un lenguaje sencillo, claro y preciso. |
| **Título** | Igual. **Antología de los textos: los medios de comunicación** |
| **Descripción** | Cambia por…  Interactivo para practicar la comprensión de textos escritos identificando elementos clave de los géneros periodísticos |

[SECCIÓN 1] **4. Los medios de comunicación en Colombia**

En Colombia los medios de comunicación en general **nacieron** de la mano de un grupo **político, económico** o **intelectual,** que vieron en ellos un gran potencial para **divulgar** su **pensamiento**.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG07 |
| **Descripción** | Infografía que muestra en manos de quién o quiénes se encuentra la propiedad de los periódicos en Colombia. |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | <http://www.mediosencolombia.com/a-quien-pertenece-la-prensa-que-leemos-2/> |
| **Pie de imagen** | La concentración de medios en pocas manos es un alto riesgo para el ejercicio de la profesión periodística y para el manejo imparcial de la información. |

**La prensa en Colombia**

Para el siglo XVIII, la prensa nacional ya hacía sus primeras apariciones en la *Gaceta de Santafé en 1785,* pero se considera que el primer diario fue el *Papel periódico de la ciudad de Santafé* fundado en 1791 por Manuel del Socorro Rodríguez. Después,muchos le siguieron, pero fue *La Bagatela* de Antonio Nariño en 1810 el que logró un mayor impacto en la sociedad al derrocar a la Junta de Gobierno de esa época. El siglo XIX vio el surgimiento de los principales periódicos del país que aún se conservan y desarrollan el oficio, entre ellos *El Espectador* y *El Tiempo*.

Las revistas aparecieron como un intento de los intelectuales por compartir temas culturales, pero se enfrentaron a profundas crisis económicas. La primera de gran impacto, *Voces¸* se publicó en 1917 en Barranquilla y a ella le siguieron muchas más que nacieron, crecieron y murieron rápidamente contando historias culturales, políticas y sociales de Colombia y sus personalidades. En la actualidad la variedad de revistas y casas editoriales que las publican son innumerables, pero tal vez una de las más representativas es *Semana* con el cubrimiento de temas políticos de gran impacto en la sociedad.

**Colombia y la radio**

La radio llega a nuestro país de la mano del presidente Miguel Abadía Méndez quien inauguró en 1929 la primera radiodifusora llamada *HJN.* En 1931 surge el concepto de emisora comercial bajo el nombre de *HKF.* Alfonso López Pumarejo impulsa la radio educativa en sus periodos de gobierno (1934-1938 y 1942-1945). En 1942 nace la Radiodifusora Nacional de Colombia, ente oficial encargado de divulgar los temas culturales del Estado y para 1945 aparecen las primeras emisoras culturales como la *HJCK*, al tiempo que se establecen RCN radio, Caracol radio, Todelar, entre otras.

Curiosamente, la radio y la prensa tuvieron fuertes enfrentamientos y se vieron como competencia, tanto que en 1939 la prensa logró la emisión de un decreto que le prohibía a la radio la lectura de sus noticias. Debían pasar por lo menos doce horas para que el medio auditivo pudiera utilizar los recursos noticiosos de la prensa. Y a pesar del origen de nuevos medios, la radio sigue siendo el medio que “llega a donde los demás no pueden hacerlo”.

El nacimiento de la radio comunitaria en Colombia, formalmente hablando, se ubica entre la décadas del sesenta y el setenta, pero su antecedente de impacto y conocimiento a nivel nacional se llevó a cabo en 1950 con Radio Sutatenza, emisora privada y regional dedicada a instruir a los campesinos y a tratar temas cercanos a sus intereses y necesidades. En la actualidad algunas radios comunitarias reciben un apoyo del Estado -que es más simbólico que real- porque es finalmente la misma comunidad la que se ha encargado de colaborar con la estructura y el mantenimiento de este tipo de labor en su región.

La radio escolar aparece en Colombia a principios de los noventa en los colegios de mayor poder económico y es programada, dirigida y orientada por jóvenes con inclinaciones por el medio. Es usada para entretener a sus compañeros, también con fines académicos y como medio para expresar sus opiniones frente a las directivas de los planteles. Aunque en sus inicios fue un privilegio de los colegios privados, en la actualidad funciona en públicos y en privados.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG08 |
| **Descripción** | Infografía que muestra las emisoras más escuchadas en Colombia y a quiénes pertenecen |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | <http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/04/TOP_10_radioV2-390x625.png> |
| **Pie de imagen** | La infografía muestra las emisoras más escuchadas, ¿tú formas parte de alguno de estos grupos de oyentes? |

**Una mirada a la televisión**

La televisión llega a Colombia el 13 de junio de 1954, año en que el General Rojas Pinilla está al mando. Posteriormente nacen las cadenas privadas de televisión como RCN y Caracol, Producciones JES y Colombiana de Televisión que transmitían televisión pública controlada por el Estado. En 1979 se introduce la televisión en color, lo que dispara su consumo y los programas y programadoras de entretenimiento. Para 1997 se abre la única licitación pública en nuestro país para crear canales privados, modelo que en la actualidad se sostiene con dos canales privados y tres públicos a nivel nacional y con un sinnúmero de pequeños canales regionales tanto públicos como privados.

|  |  |
| --- | --- |
| **Imagen (fotografía, gráfica o ilustración)** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_IMG09 |
| **Descripción** | Infografía que señala el gusto de los colombianos por las telenovelas |
| **Código Shutterstock (o URL o la ruta en AulaPlaneta)** | Favor dejar únicamente la parte que hace referencia a la comparación de sintonía del Capo y el mundial de fútbol. El último fragmento.  <http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/03/TOP_10_TVnovelas-01-390x625.png> |
| **Pie de imagen** | ¿Reflejan estas preferencias televisivas los intereses de los jóvenes de tu edad? |

**Los nuevos medios de comunicación**

Internet y sus recursos aparecieron en el contexto colombiano en el año **2002** y para ese entonces se estima que solo el **2.6%** de la población tenía acceso a este medio debido a su alto costo. Para el **2013** se hablaba de **8.2 millones de suscriptores**. Su desarrollo en la última década ha sido fenomenal, no solo le cambió la cara a los medios masivos de comunicación tradicional sino que acercó a los **usuarios, conocidos o desconocidos,** a pesar de estar a cientos o miles de kilómetros; modificó la forma de **ofrecer y vender productos y servicios**, rompió las barreras idiomáticas y abrió puertas para el intercambio cultural sin ningún límite. **Los medios en general son una cosa antes y después de la aparición de internet.** Los autores de libros, las bibliotecas, las empresas, las familias y las personas en general aprendieron a comunicarse con **recursos multimedia** a una velocidad sin precedentes. Gracias al uso de formatos nuevos y ágiles que impusieron una nueva dinámica en el **diálogo entre usuarios y usuarios con los medios**, el rol dejó de ser pasivo y se convirtió en **activo,** lo cual le imprime más ritmo a los medios y una mayor responsabilidad social.

|  |  |
| --- | --- |
| **Practica: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC190 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: infografía sobre el uso de internet en Colombia** |
| **Descripción** | Actividad para investigar y crear tu propia infografía sobre el crecimiento de internet en Colombia |

[SECCIÓN 1] **5. Competencias**

|  |  |
| --- | --- |
| **Competencia: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC200 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://profesores.aulaplaneta.com/DesktopModules/PPP_EditorGuionesKO/RecursoProfesor.aspx?IdGuion=11744&IdRecurso=572037&Transparent=on> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **En la pestaña de Comprensión, última diapositiva, favor eliminar toda la actividad de… Observa el titular e indica…**  **En el último punto de esta diapositiva eliminar dos veces la palabra “más” que hace referencia a más subjetiva debe quedar solo subjetiva.**  **Eliminar la pestaña Léxico completamente, incluyendo las 4 categorías internas que contiene.**  **.**  **En la pestaña de Investiga primera diapositiva la actividad cambia por la siguiente:**  **Redacta una noticia sobre la invención de la aviación interplanetaria con fines turísticos. Recuerda que estás en el 2015, pero que ya se han hecho algunos vuelos en cohetes fuera de la Tierra, revisa esa información y visualiza lo que podría llegar a suceder en el lanzamiento inaugural en el 2030.**  **Recuerda que no puedes adivinar el futuro, pero sí imaginar los alcances de un invento como este.**  **Eliminar toda la actividad relacionada con la imprenta.**  **Eliminar en la segunda diapositiva en el primer párrafo después de fotografía que debe ir quedaría así… fotografía acompañada de un pie de foto.** |
| **Título** | Cambia por  **Competencias: comprensión de texto noticioso** |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad que permite verificar tu capacidad para comprender textos informativos y crearlos |

|  |  |
| --- | --- |
| **Competencia: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC210 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://profesores.aulaplaneta.com//DNNPlayerPackages/Package11744/Recurso190/adjuntos/player.html> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Ninguno.** |
| **Título** | **Igual.** |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad para reflexionar acerca del texto y desarrollar destrezas con el objetivo de optimizar el aprendizaje |

|  |  |
| --- | --- |
| **Competencia: recurso nuevo** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC220 |
| **Título** | **Refuerza tu aprendizaje: reconocimiento de textos de opinión** |
| **Descripción** | Actividad para explorar e identificar un texto periodístico |

|  |  |
| --- | --- |
| **Competencia: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC230 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://localhost:53104/_resource_ppp_interface.zip/content.html> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Favor introducir esta actividad aquí, eliminar del enunciado Si es necesario, entrega…** |
| **Título** | **Igual.** |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad para reflexionar acerca del impacto de la información en la sociedad |

[SECCIÓN 1]**Fin de tema**

|  |  |
| --- | --- |
| **Mapa conceptual** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC240 |
| **Título** | Mapa conceptual |
| **Descripción** | El mapa ofrece una mirada general de los aspectos trabajados en el tema *La información que circula en los medios de comunicación* centrando la atención en el desarrollo y el impacto de los medios |

|  |  |
| --- | --- |
| **Evaluación: recurso aprovechado** | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC250 |
| **Ubicación en Aula Planeta** | <http://profesores.aulaplaneta.com/DesktopModules/PPP_EditorGuionesKO/RecursoProfesor.aspx?IdGuion=11744&IdRecurso=572056&Transparent=on> |
| **Cambio (descripción o capturas de pantallas)** | **Cambia todo por…**  **Lee con atención las preguntas y responde cada una de ellas. Recuerda que solo tienes una oportunidad para realizarla.** |
| **Título** | **Igual.** |
| **Descripción** | Cambia por…  Actividad para evaluar tu aprendizaje respecto a la temática trabajada |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Webs de referencia** | | |
| **Código** | LE\_07\_11\_REC260 | |
| **Web 01** | *Actress Sofía Vergara. First Pepsi comercial. Youtube.* | [*https://www.youtube.com/watch?v=BznOT28yrH4*](https://www.youtube.com/watch?v=BznOT28yrH4) |
| **Web 02** | *AulaPlaneta. Lengua Castellana y Literatura. Primero de Educación Secundaria Obligatoria.* | [*http://profesores.aulaplaneta.com/Materias/EditorTemas/tabid/81/GuionID/11744/Default.aspx*](http://profesores.aulaplaneta.com/Materias/EditorTemas/tabid/81/GuionID/11744/Default.aspx) |
| **Web 03** | *¿A quién pertenece la prensa que leemos?* | [*http://www.mediosencolombia.com/a-quien-pertenece-la-prensa-que-leemos-2/*](http://www.mediosencolombia.com/a-quien-pertenece-la-prensa-que-leemos-2/) |
| **Web 04** | *Campaña contra el hambre 2014. ONG Manos Unidas.* | [*https://www.youtube.com/watch?v=w7Zxn7AL4Ss*](https://www.youtube.com/watch?v=w7Zxn7AL4Ss) |
| **Web 05** | *Cápsulas históricas: la historia del cine UCSG Televisión.* | [*https://www.youtube.com/watch?v=RyF6NXhT6-4*](https://www.youtube.com/watch?v=RyF6NXhT6-4) |
| **Web 06** | *El Espectador.* | [*www.elespectador.com*](http://www.elespectador.com) |
| **Web 07** | *El Juramento* | [*http://www.larepublica.pe/20-04-2014/el-juramento*](http://www.larepublica.pe/20-04-2014/el-juramento) |
| **Web08** | *El Nuevo Siglo.* | [*www.elnuevosiglo.com.co*](http://www.elnuevosiglo.com.co) |
| **Web 09** | *El Tiempo.* | [*www.eltiempo.com*](http://www.eltiempo.com) |
| **Web 10** | *Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje, Ciencias, Matemáticas y Ciudadanas. PDF.* | [*http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-116042\_archivo\_pdf.pdf*](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-116042_archivo_pdf.pdf) |
| **Web 11** | *Historia de internet. Youtube.* | [*https://www.youtube.com/watch?v=i4RE6dBAjH4*](https://www.youtube.com/watch?v=i4RE6dBAjH4) |
| **Web 12** | *Historia del periodismo en Colombia.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per78.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per78.htm) |
| **Web 13** | *Historia de la prensa.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/prensaencolombia.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/prensaencolombia.htm) |
| **Web 14** | *Historia de la radio.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/radio.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/radio.htm) |
| **Web 15** | *Historia de las revistas.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per81.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per81.htm) |
| **Web 16** | *Historia de los nuevos medios.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per80.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per80.htm) |
| **Web 17** | *La evolución de la comunicación en la tecnología.* | [*https://www.youtube.com/watch?v=JWNkFmOe\_Ck*](https://www.youtube.com/watch?v=JWNkFmOe_Ck) |
| **Web 18** | *Portafolio.* | [*www.portafolio.co/*](http://www.portafolio.co/) |
| **Web 19** | *Radio comunitaria.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per75.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per75.htm) |
| **Web 20** | *Radio escolar.* | [*http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per76.htm*](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per76.htm) |
| **Web 21** | *Reseñas históricas de los medios.* | [*http://asomedios.com/index.php?idPage=17#sthash.edwgjkDv.dpuf*](http://asomedios.com/index.php?idPage=17#sthash.edwgjkDv.dpuf) |
| **Web 22** | *Revista Semana.* | [*www.semana.com*](http://www.semana.com) |
| **Web 23** | *Revista Semana Jr.* | [*www.semanajr.com*](http://www.semanajr.com) |
| **Web 24** | *Semana Jr. y la pedagogía mediática.* | [*http://sostenibilidad.semana.com/ejes-de-accion/pedagogia-mediatica/articulo/semana-jr-pedagogia-mediatica/28627*](http://sostenibilidad.semana.com/ejes-de-accion/pedagogia-mediatica/articulo/semana-jr-pedagogia-mediatica/28627) |
| **Web 25** | *Top 10. Emisoras más escuchadas.* | [*http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/04/TOP\_10\_radioV2-390x625.png*](http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/04/TOP_10_radioV2-390x625.png) |
| **Web 26** | *Top 10. 22 narconovelas en 10 años.* | [*http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/03/TOP\_10\_TVnovelas-01-390x625.png*](http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/03/TOP_10_TVnovelas-01-390x625.png) | *Top 10. Emisoras más escuchadas.* | [*http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/04/TOP\_10\_radioV2-390x625.png*](http://www.mediosencolombia.com/wp-content/uploads/2014/04/TOP_10_radioV2-390x625.png) |