

Guía 4



Los formatos propios de la comunicación masiva y la importancia de analizar los mensajes que se transmiten a través de estos

Indicadores de Desempeño

Conceptual

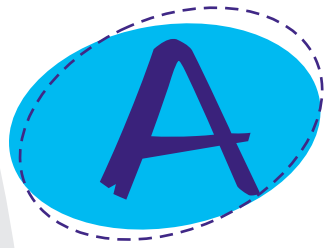
- Conoce los tipos de formato que circulan en los medios de comunicación masiva y sus posibilidades comunicativas.

Procedimental

- Comprende y analiza los mensajes transmitidos mediante los formatos que circulan en los medios de comunicación masiva.

Actitudinal

- Asume una actitud crítica frente a la información que circula a través de los medios de comunicación masiva.



Vivencia

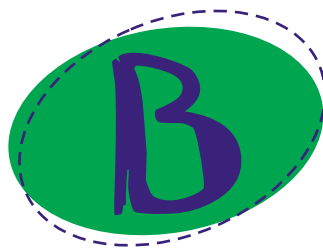
TRABAJO POR PAREJAS

1. Resolvemos las siguientes preguntas para diagnosticar cuánto sabemos acerca de los formatos que circulan a través de los medios de comunicación masiva:
 - a. ¿Conocemos algunos de los formatos que circulan a través de los medios de comunicación masiva? ¿Cuáles?
 - b. ¿Cuál es el propósito comunicativo de cada uno de ellos?
 - c. ¿Son iguales los formatos que circulan a través de la radio, la prensa, la televisión y la internet? ¿Por qué?
 - d. ¿Cuáles de las siguientes palabras son las que mejor definen la información que circula a través de los medios de comunicación masiva? Justificamos nuestra respuesta:

- A. Variada.
- B. De actualidad.
- C. Formativa.
- D. Polémica.
- E. Distorsionada.

1

2. Socializamos y discutimos las respuestas con el grupo.



Fundamentación Científica

TRABAJO POR PAREJAS

1. Leemos y vamos tomando nota en el cuaderno. Nos proponemos aprender sobre los formatos propios en los que circula la información

transmitida por los medios de comunicación, sus discursos y las intenciones comunicativas que los caracteriza.

Formatos propios de los medios de comunicación masiva

Como hemos estudiado en guías anteriores, los medios de comunicación masiva más conocidos son la prensa, la radio, la televisión y la internet, los cuales cuentan con una serie de **formatos** a través de los cuales circula la información. Estos son variados y responden a necesidades y propósitos comunicativos específicos como informar, entretener, educar, persuadir y formar opinión. Así:

1. La prensa: Al igual que todos los medios de comunicación masiva, cumple con las funciones de informar, entretener, educar, persuadir y formar opinión. Estas funciones comunicativas son dadas a conocer a través de sus diferentes **formatos**: El periódico y la revista. ¡Veamos!

Formato 1: EL PERIÓDICO	Formato 2: LA REVISTA
	
<p>Publicación impresa con distribución periódica, cuya función principal es informar, educar, entretener y formar opinión sobre temas de actualidad para el público en general.</p>	<p>Publicación impresa y periódica cuya función principal es informar, educar, entretener y formar opinión pero a diferencia del periódico se focaliza en temas de interés especializado como: Farándula, ciencia, literatura, etc. Es creada para un público en particular.</p>

2. La radio: Es un medio de comunicación auditivo que funciona a través de ondas de sonido. Es un invento del siglo XIX que permite la transmisión de la voz humana a través de la distancia.



Sus principales **formatos** son la entrevista, la tertulia y las cuñas publicitarias.

<p>Formato 1: LA ENTREVISTA</p>	<p>Formato 2: LA TERTULIA</p>	<p>Formato 3: LAS CUÑAS PUBLICITARIAS</p>
		
<p>http://cesarzumaeta.blogspot.com/2011/06/presidente-cesar-zumaeta-brinda.html</p>	<p>http://noticiasrecreativohuelva.blogspot.com/2010_05_01_archive.html</p>	<p>http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Coraz%C3%B3n_de_Poeta_-_Locutor,_Poeta_y_Declamador_Argentino.jpg</p>
<p>Diálogo entre dos o más personas basado en preguntas y respuestas sobre un tema de interés. Su finalidad principal es obtener información del entrevistado.</p>	<p>Reunión informal de varias personas para hablar sobre un tema de interés y compartir opiniones e ideas. Su finalidad depende del tipo de conversación, es decir, puede responder a varias necesidades de comunicación (entretener, informar, persuadir, formar opinión o educar).</p>	<p>Formato publicitario que busca impactar en el oyente para que recuerde o consuma un producto. Su finalidad principal es persuadir.</p>

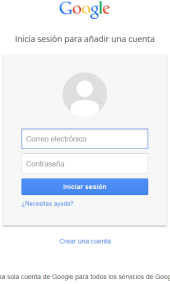



3. **La televisión** cuenta con formatos como: Los informativos o noticieros televisivos, series de televisión, programas de concurso y documentales.



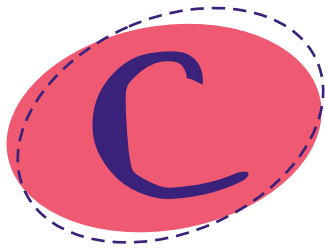
Formato 1: NOTICIEROS	Formato 2: SERIE	Formato 3: PROGRAMAS DE CONCURSO	Formato 4: DOCUMENTALES
 <p>http://corporate.univision.com/wp-content/uploads/2012/04/AGS8023.jpg</p>	 <p>http://www.lapalomitamecanica.com/2011/01/las-50-mejores-series-de-la-historia.html</p>	 <p>http://detele.es/wp-content/uploads/2012/04/infantil-presentado-por-marta-simonet-be-boing-4.jpg</p>	 <p>http://www.coroflot.com/sopmac/natgeo</p>
<p>Informativos que se transmiten varias veces al día. Están divididos en diferentes secciones: Noticias nacionales, internacionales, deportivas, farándula, etc. Su función principal es informar.</p>	<p>Programa audiovisual que se difunde en emisiones continuadas, el cual requiere un seguimiento continuo por parte del televidente. Se divide por episodios y puede ser comedia, ficción, etc. Su función principal es entretener.</p>	<p>Programa en el cual varios participantes realizan una serie de pruebas para obtener algún premio. Su función principal es entretener.</p>	<p>Formato diseñado para mostrar hechos reales sobre historia, sociedad, cultura, etc. Su función principal es educar.</p>

4. La internet: Los **formatos** más utilizados por este potente medio de comunicación son el correo electrónico, las redes sociales, las páginas web, los blogs, entre otros.



<p>Formato 1: CORREO ELECTRÓNICO</p> 	<p>Formato 2: REDES SOCIALES</p> 	<p>Formato 3: PÁGINAS WEB</p> 	<p>Formato 4: BLOGS</p> 
<p>Servicio de red para enviar y recibir mensajes de manera ágil. Su función comunicativa depende del contenido del mensaje, el cual puede ser informar, educar, persuadir, formar opinión o simplemente establecer contacto a través de un saludo.</p>	<p>Tejido humano que gira en torno a comportamientos habituales y creencias comunes entre todos los integrantes de una comunidad.</p>	<p>Página electrónica a la cual se accede a través de un navegador. Está diseñada para presentar texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, entre otros. Sus funciones comunicativas son variadas (informar, educar, entretener, formar opinión, persuadir) y dependen del tipo de contenido al cual se accede.</p>	<p>Espacio web compuesto por textos ordenados cronológicamente que provienen de uno o varios autores. Por lo general presentan una temática abierta y formal tipo foro, que permite manifestar nuestras opiniones personales. Sus funciones principales son educar y formar opinión.</p>

Ahora ya estamos listos para poner a prueba lo que hemos aprendido sobre los formatos a través de los cuales circula la información.



Ejercitación

TRABAJO EN EQUIPO

Resolvemos los siguientes ejercicios para poner en práctica lo aprendido:

1. Revisamos los siguientes textos, **resolvemos las preguntas**, identificamos **los medios** a los cuales podrían pertenecer (prensa, radio, televisión, internet), su **propósito comunicativo** (informar, entretener, educar, persuadir, formar opinión) y **los tipos de formato** a los cuales se ajustarían mejor (noticia, documental, redes sociales, humor, etc.).

Texto1:

El graffiti es desacuerdo¹

Por: 'VOGEL'-GRAFFITERO /

1:19 a.m. / 04 de Agosto del 2013



Mientras algunos graffitis son considerados obras de arte, otros fomentan la violencia y ensucian las paredes. El graffiti ha generado polémica y son distintos los puntos de vista respecto a este tema.

Es raro darse cuenta que andas mirando a las paredes con la esperanza de que te hablen, de que te enteren de qué paso en la noche, de que te alegren la mañana con un hermoso dibujo. Y entonces te encuentras mirando muros y, en ocasiones, algunas ventanas, leyendo frases y tratando de comprender un conjunto de

¹ "El graffiti es desacuerdo" (2013). Recuperado el 4 de agosto de 2013 de http://www.eltiempo.com/opinion/salon-debate/el-graffiti-es-disenso-vogel-salon-de-debate_12972710-4

imágenes y colores, papeles engrudados, letras y siglas que no entiendes; en este recorrido por las calles, aparece uno que otro mural ofreciendo productos, anunciando una película o concierto, y entonces entiendes que tu ciudad ha cambiado, que los muros hablan, que obligan a ver otras realidades que a veces se ignoran por el afán de llegar al colegio o a tu casa.

El graffiti es eso: expresión de la ciudad, de empresas que quieren vender un producto, de personas que no han sido tenidas en cuenta o que se sienten excluidas, de barras bravas, de personas o grupos que buscan expresar sus necesidades, inconformidades, embellecer con una bonita imagen, o simplemente ensuciar lo que estaba limpio. Los graffitis son imágenes que aparecen, no sólo porque son pagadas o la publicidad las permite sino porque la ciudad habita a sus habitantes y estos habitan su ciudad, y salen y la usan, la patinan, la recorren en bicicleta, la pintan, la construyen, o la destruyen.

	Medios en los cuales se podría divulgar o transmitir	Propósito comunicativo	Formatos a los que se ajustaría mejor
Texto 1	_____	_____	_____

- ¿Cuál es nuestra opinión sobre el graffiti? ¿Es una forma de comunicación válida? ¿Por qué?
- ¿Usaríamos el graffiti para expresar una idea? ¿Con qué propósito comunicativo?

Texto 2:

La caída de un héroe²



² Texto tomado de La caída de un héroe (2013). Crónicas RCN. Recuperado el 21 de julio de 2013 de http://www.canalrcnmsn.com/programas/cronicas_rcn/eccehomo_cetina

Conozca la historia de Mauricio Soler, un campeón ciclista nacido en Ramiriquí, Boyacá. El reconocido ‘escarabajo’, se coronó campeón de la montaña del ‘Tour de Francia’ en el año 2007 y fue destacado como el mejor escalador del mundo

en el año 2009. Sin embargo, su vida daría un giro trágico, en el 2011 en la sexta etapa de la vuelta a Suiza, sufrió un grave accidente, se cayó de su bicicleta a una velocidad de más de 70 kilómetros por hora y duró en coma por casi un mes. Cuando despertó ya no podía volver a competir.

	Medios a los cuales podría pertenecer	Propósito comunicativo	Formatos a los que se ajustaría mejor
Texto 2	_____	_____	_____

- ¿Qué creemos que sintió Mauricio Soler cuando se enteró de que no podía volver a competir?
- ¿Qué actitud asumiríamos frente a la vida si un día nos dijeran que ya no podemos hacer lo que tanto nos gusta?

Texto 3:

La entrevista más personal del colombiano Juanes³


Fecha: 23/10/2007

MARTA BONILLA



Le perseguía una obsesión cuando afrontó este nuevo álbum: «Hacer lo que fuera ¡menos la camisa negra! Tenía que conservar la esencia, pero llevar la música a otro lugar.» Son las primeras palabras de Juanes cuando nos encontramos con él en Madrid para que nos hable de 'La vida es un ratico' (Universal). Un título que sacó de una conversación con su madre «cuando la crisis con mi esposa atravesaba su peor momento. Vivimos a tanta velocidad, en un mundo tan complejo, que se nos olvida cuidar algo tan importante como es el amor ¿Desnudas tu corazón

³ Tomado de La entrevista más personal del colombiano Juanes (2007). Magazine Woman Madame Figaro. Recuperado de <http://www.woman.es/agenda/protagonistas/la-entrevista-mas-personal-del-colombiano-juan>



en este disco? Completamente. Mis letras se alimentan de la realidad, de lo que me sucede y lo que siento. En estas, he volcado todo lo bueno y lo malo que me ha pasado en estos dos últimos años. Especialmente, en relación con mi esposa, pero esto no es nuevo... siempre he hablado de amor, es lo que mueve el mundo. **En tus trabajos anteriores dabas una visión más romántica del amor. En este te deslizas hacia las relaciones de pareja. ¿Es el reflejo de cómo lo has vivido en cada momento?** En 'Un día normal', hablaba de un amor más idealista. Era el momento en que me estaba enamorando. 'Mi sangre' era romántico, pero no tanto, y en este se refleja la pura realidad de las parejas, cuando tienes problemas con la persona que amas, cuando te enfrentas con el miedo a la ruptura cara a cara, cuando tratas de recuperar la relación... El amor hay que trabajarlo. **¿Envuelto en la vorágine del éxito te faltó tiempo?** Tiempo y madurez para entender que el amor se transforma. **De la crisis a la reconciliación. Te confiesas a través de las letras...** Yo pienso en los discos como si fueran un libro –autobiográfico– y cada canción es un capítulo. 'Difícil' es una melodía trágica. Refleja el desespero de amar tanto a alguien que no sabes si es más doloroso seguir siendo su amigo o alejarte. 'La mejor parte de mí' es una de las que más me gusta de este disco. La escribí cuando la energía entre nosotros no estaba bien pero yo sentía que la amaba locamente. Lo digo en la canción: 'Amar nunca ha sido fácil'. Cuando hice 'Tú y yo' ya nos habíamos reconciliado y es de agradecimiento. También lo es el tema 'Me enamora'. **Ésta es una declaración de amor...** Absolutamente loca. **En la fusión de rock con ritmos colombianos que define tu estilo musical, esta vez prevalecen los últimos. ¿Te has liberado de complejos?** Quizá sí... Igual que las letras, he hecho la música que me nacía del corazón. Me he dado cuenta que para ser universal hay que ser local. Nunca voy a ser Led Zeppelin, porque soy de Medellín y he crecido escuchando música popular. Es mi disco más sincero. **¿Cómo nació 'Minas piedras' que cantas a dúo con Calamaro?** Visité uno de los municipios más afectado por las minas en Colombia y hablé con aquella gente sobre lo que les había pasado y cómo querían salir adelante. Esta canción es una foto de ese día. Es preciosísima y cuento con la credibilidad y la magia de Andrés. **¿Sigues creyendo que la música puede cambiar el mundo?** Creo que puede ser una poderosa arma de paz y cada uno, como ciudadano, debe ser parte del cambio. Yo mantengo este compromiso desde que empecé en la música, hace 18 años, y me sigue pareciendo algo necesario. **¿Te sientes seguro en Medellín?** Allí voy al supermercado, al cine, y soy una persona normal. No me siento más inseguro que cuando cojo un avión en Nueva York o estoy en Londres, Madrid... **¿Cómo has llevado el interés de los medios por tu vida?** Por primera vez, la fama me afectaba de forma negativa. Como todo ser humano, tenía problemas que resolver, pero ya está, todo está volcado en el disco.

	Medios a los cuales podría pertenecer	Propósito comunicativo	Formatos a los que se ajustaría mejor
Texto 3			

- a. Reflexionamos sobre lo que dice Juanes: *“Vivimos a tanta velocidad, en un mundo tan complejo, que se nos olvida cuidar algo tan importante como es el amor”*. Escribimos nuestra conclusión.

- b. ¿Estamos de acuerdo con Juanes cuando dice que la música puede ser una poderosa arma de paz? Justificamos nuestra respuesta.
2. Socializamos las respuestas y las discutimos con el grupo. Buscamos otros ejemplos de formatos que circulan a través de los medios de comunicación masiva para nutrir la socialización.



TRABAJO CON LA COMUNIDAD

1. En nuestra institución nos han pedido que recuperemos la historia de nuestra región para luego socializarla con la comunidad y así fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad de sus habitantes. Para este fin, debemos consultar varias fuentes en las que se registre esta información y luego presentarla a través de uno de los **formatos** propios de los medios de comunicación masiva que más se ajuste a nuestro propósito comunicativo (educar, informar, formar opinión, entretener, etc.). Seguimos las preguntas orientadoras que nos presentan a continuación para realizar nuestro trabajo:
- ¿Qué función esperamos que cumpla el texto que vamos a escribir (dar una información breve, hacer una descripción profunda, transmitir una opinión, etc.)?
 - ¿Cuál será el grado de presencia del autor en el texto (asumirá una actitud distante, se implicará para contar algo que ha vivido en primera persona, emitirá juicios de valor, etc.)?
 - ¿Qué características tendrá el texto (breve, extenso, lenguaje creativo, acompañado de ilustraciones, etc.)?

A continuación encontraremos algunas pautas extra para facilitar nuestro trabajo:

PARA PLANEAR LA SITUACIÓN...

Después de determinar las características que tendrá el texto, recreamos y simulamos una situación comunicativa en la que se privilegie el uso de algún medio de comunicación para dar a conocer los escritos. Por ejemplo: La dramatización de un noticiero a través del cual se den a conocer las últimas noticias de la comunidad, alguna crónica en la que se pueda relatar un hecho trascendental ocurrido, etc.





PARA PRESENTAR NUESTRO TRABAJO...

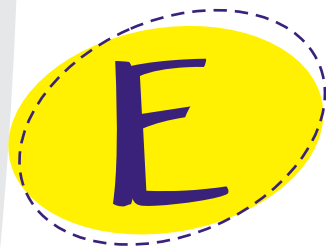
Planificamos la logística: Determinar el día, la hora, los espacios y los recursos necesarios para invitar a la comunidad a que participe en el evento.



PARA COMPARTIR CON LA COMUNIDAD...

El día del evento y después de socializar los escritos, se abre una tertulia para que los asistentes compartan sus apreciaciones sobre la historia de la región, narren hechos pasados importantes para la comunidad, reflexionen sobre el sentido de pertenencia de sus habitantes, etc.

2. Pedimos a nuestro profesor que valore nuestros desempeños y saquemos algunas conclusiones sobre la pertinencia de seguir realizando este tipo de actividades con la comunidad.



Complementación

TRABAJO EN EQUIPO

1. Seleccionamos un formato, es decir, un periódico o una revista y a partir de su análisis identificamos y caracterizamos la información que allí circula.
2. Hacemos una lista de los programas que vemos a diario por la televisión y los clasificamos de acuerdo con los tipos de formato y propósitos comunicativos.
3. Escuchamos algunos programas radiales e identificamos los formatos más utilizados en estos. Este ejercicio nos permitirá rescatar el valor de la radio como un medio de comunicación masiva a través del cual se transmiten otros programas además de los de entretenimiento.
4. Socializamos los ejercicios en clase y pedimos al profesor que valore nuestros desempeños.

Evaluación por competencias

TRABAJO INDIVIDUAL

Resuelvo las siguientes preguntas para autoevaluar mis competencias. Justifico las respuestas:

1. Si necesito opinar sobre un tema, el formato apropiado para hacerlo es:

- A. Una cuña publicitaria.
- B. Una columna de opinión.
- C. Un programa de farándula.
- D. Un documental.

1

2. El propósito comunicativo de un programa de farándula es:

- A. Formar opinión.
- B. Persuadir.
- C. Educar.
- D. Entretener.

2

3. Imagino que estuve presente en un pleito callejero y quiero denunciar los atropellos cometidos contra personas inocentes. ¿Cuál o cuáles formatos usaría para cumplir este objetivo? ¿A través de cuál o cuáles medios de comunicación los daría a conocer? Justifico las respuestas.
4. Si tuviera que elegir el medio de comunicación masiva a través del cual *se transmiten más y mejores programas con propósitos educativos*. ¿Cuál elegiría? ¿Por qué?
5. Si tuviera que elegir el medio de comunicación masiva que *mayor influencia ejerce en la forma de vida de los jóvenes*. ¿Cuál elegiría? ¿Por qué?

Glosario

- **Complejo:** Complicado, confuso; de difícil realización o entendimiento.
- **En coma:** Pérdida de conciencia comúnmente ocasionada por accidentes con traumas en la cabeza.
- **Engrudado:** Que contiene engrudo.
- **Engrudo:** Sustancia pegajosa usada como pegamento.
- **Escarabajo:** Insecto que se caracteriza por su habilidad para hacer rodar bolas de basura con sus patas.
- **Inconformidad:** Estar a disgusto con algo o incomplacido con el resultado o estado de una cosa.
- **Polémica:** Discusión, controversia, desacuerdo.
- **Sigla:** Palabra formada con las iniciales de cada una de las palabras que conforman el nombre de un lugar, organización, empresa, etc. Ejemplo: ONU (Organización de Naciones Unidas).
- **Te deslizas:** Te inclinas, te interesas.
- **Volcar:** Inclinarsse hacia algo; tendencia a hacer una determinada cosa.
- **Vorágine:** Remolino.