

	ALCALDIA MAYOR DE TUNJA SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DE APRENDIZAJE	V1 MAR. 2020	

ÁREA (S): LENGUA CASTELLANA – ED. FÍSICA **NIVEL:** Primaria

GRADO: 5º **FECHA:** Del 10 al 21 de Mayo **Nº DE CLASES:** 8 horas

GUIA DE APRENDIZAJE N.6

OBJETIVO: Identificar diferentes medios de comunicación masivos y escritos.

ESTANDAR:

- Caracterizo los medios de comunicación masiva y selecciono la información que emiten, para utilizarla en la creación de nuevos textos.
- Reconozco los fundamentos básicos de las técnicas de movimiento en diversas situaciones y contextos.

COMPETENCIA LENGUA CASTELLANA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OTROS SISTEMAS SIMBÓLICOS

COMPETENCIA ED. FISICA: DESARROLLO MOTOR

DBA:

- Utiliza la información que recibe de los medios de comunicación para participar en espacios discursivos de opinión.
- controla de forma global y segmentaria la realización de movimientos técnicos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJES ESPERADOS: Que los estudiantes identifiquen características de diferentes medios de comunicación masivos y escritos



QUERIDO ESTUDIANTE:

Te invitamos a leer con mucha atención el siguiente taller, aquí encontraras:

- ✓ Información importante sobre el tema (Conceptos y ejemplos) que te ayudaran a entender lo que vas a trabajar.
- ✓ Actividades que te permitirán reforzar las temáticas para seguir aprendiendo en casa.
- ✓ Un espacio exclusivo para que puedas demostrar lo aprendido y evaluar tu desempeño acerca de esta experiencia.

Recuerda que... **SI NO ENTIENDES O SE TE DIFICULTA ALGO**, puedes contar con nosotras **"TUS PROFES"**, siempre estaremos dispuestas a colaborarte en lo que necesites, lo único que debes hacer es  contactarte durante el desarrollo de la guía.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA:

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

Los **medios de comunicación masiva** o **medios de comunicación masiva** son aquellos canales o instrumentos que permiten transmitir un mismo mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de **personas** de forma simultánea.

Por su masividad, **se habla de audiencias o públicos a la hora de referirse a los receptores** de los mensajes transmitidos

- **Impresos.** El mensaje se formula de manera impresa. Este es el medio más antiguo y tuvo sus orígenes con la invención de la **IMPRESA** (en 1440) de la mano del alemán Johannes Gutenberg. Dentro de esta categoría se pueden ubicar los diarios, periódicos, folletos, revistas, volantes, panfletos.
- **Radiofónicos.** En este grupo se ubican la radio, que se vale de ondas para emitir señales sonoras y puede ser AM o FM. Este medio se caracteriza por ser muy económico, eficiente e inmediato y por eso, pese a los años y al surgimiento de otras opciones, sigue siendo una opción.

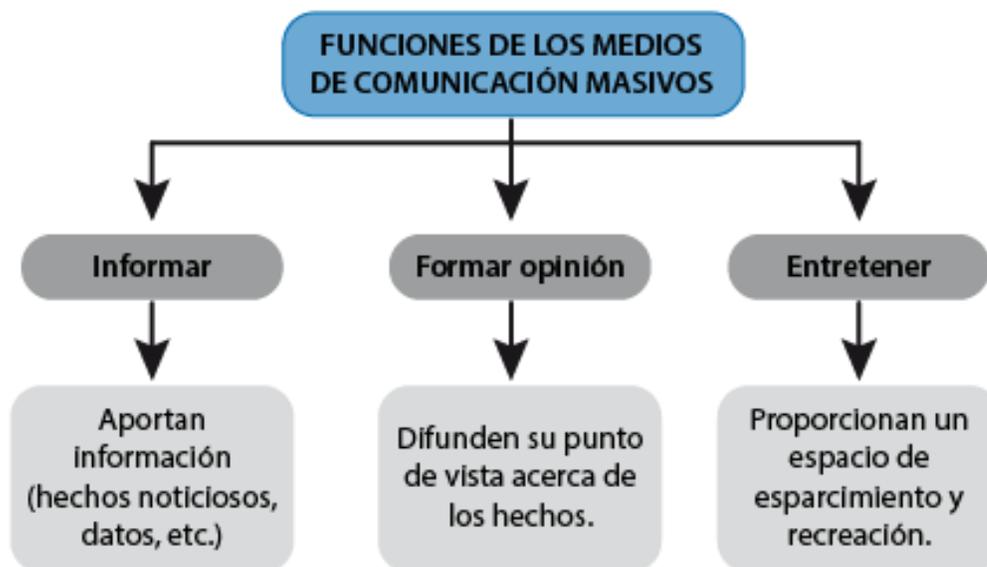
	ALCALDIA MAYOR DE TUNJA SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DE APRENDIZAJE	V1 MAR. 2020	

- **Cine.** Es un medio audiovisual que tiene sus orígenes a finales del siglo XIX y se lo asocia al arte y al entretenimiento.
- **Televisión.** También es un medio audiovisual que surgió en la década de 1920, por el que se emiten géneros de todo tipo como información, entretenimiento, publicidad, propaganda, documentales y otros.
- **Internet.** Este medio se volvió masivo a partir de los años 1990 y no dejó de crecer desde entonces. Aquí se pueden emitir mensajes escritos, sonoros, audiovisuales o una combinación de todos ellos y en él confluyen todos los géneros: entretenimiento, información, propaganda, publicidad, y más.



FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

- **Entretener.** Los medios de comunicación son un canal en donde se difunden muchos contenidos o mensajes vinculados con el entretenimiento, como las películas, la música y las telenovelas.
- **Informar.** Los medios masivos son un instrumento clave para que los ciudadanos accedan a información y noticias que les sirven para la toma de decisiones. Es por ello que en las democracias, la libertad de prensa es tan importante.
- **Formar.** Este tipo de medios les permiten a sus audiencias acceder a conocimientos y productos culturales de todo tipo.



	ALCALDIA MAYOR DE TUNJA SECRETARIA DE EDUCACION MUNICIPAL I.E. GIMNASIO GRAN COLOMBIANO	PAG 1	
	GESTION DE CALIDAD PROCESO DE APOYO BIBLIOGRAFICO Y EDUCATIVO	A-BE-GS-2	
	GUÍA DE APRENDIZAJE	V1 MAR. 2020	

<u>VENTAJAS</u>	<u>DESVENTAJAS</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Permiten la comunicación a distancia en forma fácil. • Los mensajes llegan de manera inmediata a destino. • Permiten el acceso a conocimientos que antes quedaban restringidos a la cercanía física. • Son accesibles y económicos para los receptores. Si bien es cierto que en los comienzos eran costosos, a largo plazo su precio bajó en forma considerable. • Ayudan a cerrar la brecha cultural ya que permiten el acceso de este tipo de bienes a las distintas clases sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suelen generar dependencia entre los consumidores. • Pueden volverse canales en los que se difunde información falsa o manipulada. • Reducen la interacción cara a cara entre las personas. • Pueden difundir e instalar estereotipos. • Incentivan el consumismo, adquirir productos.

LA COMUNICACIÓN ESCRITA

La comunicación escrita es aquella que **se establece a través de las palabras o de cualquier otro código escrito**. El emisor y el receptor deben compartir el conocimiento de ese código en cuestión, para que la comunicación sea efectiva.

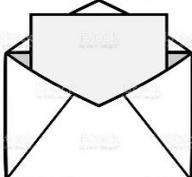
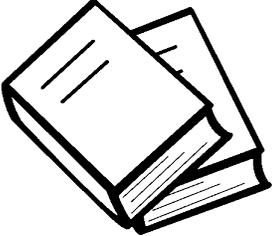
En esta clase de comunicación, **el emisor escribe mientras que el receptor lee**. Siempre, como canal, habrá un dispositivo físico, que puede ser un papel o la pantalla de una computadora o incluso una pared.

La comunicación escrita más antigua fue a través de pictogramas: son signos o dibujos que representan un concepto o idea.

CARACTERÍSTICAS DE LA COMUNICACIÓN ESCRITA

- **No es simultánea:** No se recibe el mensaje a medida que se va produciendo como sucede en una conversación en la que mientras que el emisor habla, el receptor escucha.
- **Permanece en el tiempo:** A diferencia del mensaje oral, el escrito logra perpetuarse. A las palabras no “se las lleva el viento”.
- **Debe respetar reglas:** El mensaje debe adaptarse a reglas gramaticales u ortográficas para que el contenido cobre sentido y sea efectivo.
- **Las distancias no son un impedimento:** A diferencia de una conversación cara a cara, los mensajes escritos pueden dar la vuelta al mundo. Las distancias no son un problema para ellos.
- **Los mensajes son planificados:** El emisor debe planificar, por más mínima que sea la comunicación, de qué manera formulará el contenido para que tenga cohesión y coherencia.

Algunos ejemplos de comunicación escrita pueden ser los siguientes:

FOLLETOS O VOLANTES	<p>Por medio de ellos se comunican mensajes vinculados a la propaganda o a la <u>publicidad</u>. En general, buscan convencer al receptor de algo. Se suelen repartir en espacios públicos y tener poco <u>texto</u>.</p>	
CARTAS	<p>El mensaje se escribe en un papel que se coloca en un sobre para que el correo lo haga llegar a destino.</p>	
E-MAIL	<p>Son la versión moderna de las cartas, que se envían a través de la <u>web</u>. La ventaja es que, a diferencia de las cartas, permiten adjuntar <u>archivos</u> que por medio de un sobre podría resultar mucho más costoso y complicado. Su contenido, al igual el de las cartas, puede ser de lo más variado: personal, laboral, comercial, informativo.</p>	
DIARIOS Y REVISTAS	<p>Sus contenidos suelen estar vinculados con la actualidad, están escritos por periodistas y se imprimen cada cierto lapso de tiempo.</p>	
LIBROS	<p>A diferencia de los diarios o revistas, no tienen una periodicidad y no están pensados para ser descartados. Contienen los géneros más variados, no pierden vigencia. La principal función de los libros es entretener y difundir conocimiento.</p>	
INTERNET Y TODAS SUS VARIANTES	<p>Más allá del e-mail, con <u>Internet</u> llegó una serie de medios escritos incalculable: desde portales web hasta <u>redes sociales</u> como WhatsApp o Twitter. Desde la red de redes, las palabras escritas llegan de manera mucho más veloz, en forma más masiva y económica. Para algunos, es un avance clave en la democratización del conocimiento.</p>	

Observa el video para reforzar el tema ingresando al link:
https://www.youtube.com/watch?v=9-POvA_RubU

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

1. Lee con atención toda la información del marco teórico.
2. Selecciona un medio de comunicación masivo o escrito y realiza una consulta donde se incluya: Definición – características – historia, para exponer.
3. Elabora material de apoyo (Diapositivas – Cartelera - friso). Recuerda utilizar letra grande y visible, buena ortografía, manejo de espacio. Puedes incluir imágenes.
4. Prepara exposición y preséntala en la clase Sincrónica (Virtual).

NOTA: QUIENES NO PUEDAN UNIRSE A LA CLASE SINCRÓNICA (VIRTUAL), DEBEN REALIZAR UN VIDEO DE LA EXPOSICIÓN Y ENVIARLO A LA PLATAFORMA COMO EVIDENCIA DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.

5. ¡CONTINUAMOS EJERCITANDONOS!



Observa con atención:
https://www.youtube.com/watch?v=8ydIGNCN_7g&ab_channel=juancarlosquerrero
 luego realiza un video con la secuencia de los ejercicios ,
 súbelo a la plataforma "CLASSROOM"

No olvides realizar calentamiento y estiramiento.
 Recuerda que es importante estar en traje deportivo y tenis para evitar accidentes.

VALORO LO APRENDIDO

Lee con atención; luego, marca con una X la que consideras:

CRITERIO			
Tengo organizado mi horario de trabajo en casa y cada día voy avanzando de forma organizada en el desarrollo de la guía.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leo con atención cada instrucción dada; y realizo preguntas de lo que no entendí a mi profesora.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Me apoyo de la fundamentación teórica y de mis conocimientos para desarrollar las actividades propuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- Desarrollo de las actividades de la guía de trabajo.
- Presentación y pulcritud.
- Entrega oportuna del trabajo realizado

BIBLIOGRAFÍA E INFOGRAFIA:

<https://valenjimenez.weebly.com/el-rol-de-los-medios-de-comunicacioacuten-masiva.html>
<https://concepto.de/medios-masivos-de-comunicacion/>
<https://concepto.de/comunicacion-escrita/>

DOCENTE : JENNY BONILLA

CORREO ELECTRÓNICO DE RECIBIDO: CORREO ELECTRÓNICO DE RECIBIDO:
jenny.bonilla@gimnasiograncolombiano.edu.co