



**CURSO: INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA**

**CICLO: II**

**ESPECIALIDAD : FORMACIÓN RELIGIOSA/ LITERATURA BIBLICA/ MISIOLOGÍA**

**DOCENTE: MAGALI K. MIRANDA ABURTO**

**2018**

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD



# INTRODUCCIÓN

Es sorprendente el avance tecnológico de los medios de comunicación en nuestra sociedad y el mundo, cada vez la información llega en menos tiempo y con más precisión a través de los medios. La búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración en el mundo de instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir como el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión.

- ❖ Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre, y prácticamente todos, han sido posibles gracias a la tecnología, que a su vez ha sido el instrumento cuya evolución ha determinado el avance de la humanidad.
- ❖ Hoy en día la prensa, radio, televisión, teléfono e internet constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

# LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



## LA PRENSA

La prensa es un medio editado normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuyo contenido principal son las noticias, nacionales, locales, deportivas, económicas, de sucesos y otras.

Importancia.

Es uno de los medios más importantes, con una fuerte influencia sobre la opinión pública en la sociedad.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Sus contenidos son amplios. Es de fácil acceso.

Llega a mucha gente de diferentes clases sociales.

Desventajas. Es selectivo porque sólo un bajo porcentaje (10 %) es el que se selecciona para su edición.

EN LA EDUCACIÓN.

**Ventajas.** A través de la prensa se puede hacer llegar mensajes educativos para niños, jóvenes y adultos, así como también campañas como vacunación, de concientización, y otros.

**Desventajas.** Hay una tendencia en este medio de ser amarillista, lo que en muchas oportunidades le resta espacio a las noticias de carácter educativo, dándole prioridad a la publicidad y noticias de sucesos.

**Características.** Tiene una vida efímera, por lo general de 24 horas, y una presentación clara y sencilla.

La mayoría se presenta con una estructuración bien definida en cuerpos (economía, deportes, sucesos, entretenimiento, laboral, sociedad, etc.). Hay que hacerlo de un día para otro. Gran velocidad de elaboración.

Su presentación física es en papel. Sus escritos pueden ser en blanco y negro o a colores.

## LA RADIO

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal por medio sonoro.

Importancia.

Se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que posee una calidad íntima muy personal, que la mayoría de los otros medios no tienen.

Ventajas y desventajas.

En la sociedad.

Ventajas. Es el medio que mayormente llega a la gente. Sus contenidos son variados. Es de fácil acceso (sólo basta con disponer de un aparato de radio económico).

Desventajas. Si no escuchamos la información en el momento en que es transmitida, no nos enteramos del evento en cuestión.

## LA TELEVISIÓN



Es el de transmisión de imágenes y sonidos a distancia, mediante ondas hertziana, mediante cable, ya sea coaxial o de fibra óptica, y mediante satélite.

### Importancia

Permite al televidente enterarlo de lo que está pasando alrededor del mundo en esos momentos, con mayor rapidez, el espectador contempla como si fuese un testigo de lo que presencia, es como si el mundo real y ficticio se metiera en su casa.

### Ventajas y desventajas.

#### En la sociedad.

**Ventajas.** Es una vía de fácil acceso para comunicar cualquier mensaje institucional y educativo, campañas de vacunación y cualquier tipo de información.

**Desventajas.** Las personas de mediano a bajo nivel cultural y de preparación profesional, se adaptan sólo a recibir la información por esta vía, sin verificar en otros medios.

#### En la educación.

**Ventajas.** Alto poder de difusión de programas y mensajes educativos. **Desventajas.** Si no se supervisa correctamente puede ser un foco de adquisición de costumbres, hábitos

## INTERNET

Es un conjunto de ordenadores desplegados por todo el mundo y conectados entre sí intercambiándose información. Es una red de redes. Internet es una gran red internacional de ordenadores, permite, como todas las redes, compartir recursos. Es decir: mediante el ordenador, establecer una comunicación inmediata con cualquier parte del mundo para obtener información sobre un tema que nos interesa.

### **Importancia.**

Permite acceder a información variada (económica, deportiva, científica, educativa, musical) en un tiempo muy reducido, desde cualquier lugar de la tierra. Además permite enviar y recibir mensajes, y mantener la comunicación entre investigadores, amigos y colegas.

### **Ventajas y desventajas.**

En la sociedad.

Ventajas. Se puede utilizar para que lleguen mensajes e información a las masas de manera rápida y efectiva, refrescos.

Desventajas. Hay una relación directa entre la dependencia a la internet con los altos niveles de depresión, cambio en el humos del individuo, altos niveles de ansiedad, conductas agresivas y violentas, sobre todo en los jóvenes



# EL TELÉFONO



es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir una conversación por medio de señales eléctricas.

- Importancia.
- Es un medio que permite que dos o más personas se comuniquen en tiempo real a distancias muy lejanas.
- ***Ventajas y desventajas.***
- En la sociedad.
- Ventajas. Sirve para comunicar a personas ubicadas en geografías muy distantes.
- Desventajas. Las personas de escasos recursos económicos y de ubicación muy remota, son las más afectadas para su acceso, por lo que muchas veces quedan aisladas del resto del mundo, incomunicadas.

## EL LENGUAJE PUBLICITARIO



LA PERSUASIÓN

Proyecto Integrado  
4º ESO. IES La Vitis  
Isra Lirio

## ➤ EL LENGUAJE PUBLICITARIO

- El lenguaje publicitario se emplea para persuadir a las masas para comprar diversos productos comerciales, en campañas políticas, para informar a la gente sobre candidatos que se postulan a la presidencia y la publicidad preventiva que nos informa sobre medicamentos, campañas de salud y temas ambientales.



# SEÑAL

Es un tipo de signo que tiene por finalidad cambiar u originar una acción y actúa de manera directa e inmediata sobre el receptor del mensaje. Cuando vemos una señal, ella nos indica que debemos prestar atención a un hecho en un momento determinado o modificar una actividad prevista. Ejemplo las señales de tránsito.

## **II INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **1. Descripción de la problemática**

Hoy en día, los medios de comunicación constituyen una herramienta persuasiva que nos permiten mantenernos en continua comunicación con los distintos sucesos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. La publicidad cumple una importante función en la



## 2. Diagnostico



Si comenzamos hablando de los periódicos, aumentado la prensa amarilla y sensacionalista, que muestra imágenes que van desde accidentes hasta mujeres semi-desnudas (venden a la mujer como objeto sexual) lo que influye de manera directa en el subconsciente de la población y como ejemplo tenemos a los periódicos: El Popular, Ajá, El Chino, Satélite (local), entre otros.

En la publicidad, podemos observar a diario mensajes subliminales, que van desde el estilo de vida, la belleza y hasta la forma de pensar.

En la Televisión Peruana, se le dedica mucho tiempo al espectáculo escandalizado, la televisión ficticia y llena de contenidos que no aportan nada a nuestra cultura, sino idiotizan a los niños y adolescentes, haciendo que adopten diversas actitudes de los mismos programas; como ejemplo tenemos: TV, Amor amor amor, Esto es Guerra, La gran Sangre, etc

### **3. Posibles causas del problema**

- 3.1 Poca preocupación, por parte de los padres de familia, para corregir el tiempo en el que sus hijos pasan frente a la TV e Internet.**
- 3.2 La falta de iniciativa y convicción por parte del estado, para crear una comisión encargada de analizar los contenidos que muestran en los medios de comunicación.**
- 3.3 Las desmedidas ansias de los empresarios, por hacer que sus productos tengan éxito en el mercado, no tomando en cuenta lo nocivo que son los contenidos de sus Spots publicitarios: televisivos y radiales, y mucho menos respetando el público restante el cual no es su “público objetivo”.**
- 3.4 Transmisión de Series, Películas y Novelas que tienen alto contenido erótico y delincuencial, en canales de señal abierta y en un horario que es de protección al menor.**

## **4. Consecuencias**



- 4.1 Bajo rendimiento académico escolar-universitario**
- 4.2 Falta de Comunicación Familiar.**
- 4.3 Conductas Irregulares en los Niños y Adolescentes.**
- 4.4 Embarazos Prematuros**
- 4.5 Trastornos alimenticios en las Chicas, en su afán de querer igualar las esbeltas figuras de las modelos que aparecen en los Spots Publicitarios de reconocidas marcas de Belleza.**
- 4.6 Delincuencia - Pandillaje adolescente, ya que imitan actitudes que se muestran en algunas series peruanas, que son transmitidas a señal abierta y en horario de protección al menor.**


## **5. Posibles soluciones.**

- 5.1 Los contenidos deben ser analizados antes de ser emitidos en los medios de comunicación.**
- 5.2 Los pobladores no deben consumir todo lo que ven simplemente por su atractivo publicitario.**
- 5.3 Controlar nuestro nivel de consumo, no llegando al extremo, y sabiendo elegir entre lo bueno y lo malo.**
- 5.4 Tener en cuenta el horario en el que se van a transmitir los diversos programas, películas, entrevistas, publicidad, etc.**
- 5.5 Regenerar la confianza, para permitir una amplia comunicación en el Seno Familiar.**



## Conclusiones

- 1. El auge de los medios de comunicación han hecho posible el acortamiento de las distancias, manteniéndonos vinculados al resto del mundo. 2.El crecimiento acelerado de la televisión y el internet han producido una degradación en la sociedad, la pérdida de valores éticos y morales.**
- 3. Actualmente los medios se han convertido en "jueces de la verdad", son ellos quienes deciden y dictan modas, consumos, modelos de vida. Establecen que es lo correcto y qué es lo incorrecto, y deciden cuales son los hechos importantes y trascendentes del mundo.**
- 4. Los medios son considerados únicos portadores de la verdad en la formación de la opinión pública.**



5. Quizá convendría reflexionar si actualmente estos medios orientan de una manera clara, verdadera y objetiva y ayudan al perfeccionamiento de la persona o, por el contrario, los mensajes que nos llegan, no construyen, sino que transmiten una idea degradada del hombre y de su dignidad. Ante este panorama los padres deben buscar soluciones por la influencia negativa que pueden recibir los hijos. Por tanto, conviene dar criterio con el fin de educar su capacidad crítica y enseñarles a distinguir y a elegir.

6. Hay que dar un tiempo de calidad a los hijos, con cantidad de horas. Es importante saber qué piensan y qué les influye más. Discernir y observar. Así, por ejemplo, viendo juntos películas o programas de entretenimiento, haciendo comentarios y preguntas, conseguirá un clima de confianza que favorecerá el conocimiento y la comunicación. Los adolescentes, que por su edad son muy impresionables, también son muy idealistas, por lo tanto, no les la ética sobre la ciencia; del espíritu sobre la materia.



**Dios te  
bendiga**



**dondequiera que  
estés!!!**

