

# **Cómo trabajar los medios masivos en el aula**

Julio Longa  
Mara Cecilia Riccio  
Juan Pablo Álvarez

---

# índice

## ● **Introducción** 5

## ● **Módulo 1** 6

### *La presentación de los mensajes en los medios*

Objetivos  
La presentación de los mensajes en los medios  
La participación emotiva  
Mecanismos de transferencia  
La creación de la noticia  
El modelo funcionalista  
La Teoría Crítica

## ● **Módulo 2** 23

### *¿La televisión en el aula?*

Objetivos  
¿La televisión en el aula?  
Las noticias en la tele  
Los mecanismos de censura definidos por Bourdieu  
Información como mercancía  
El moralismo de la televisión  
La percepción de los chicos  
¿Qué los motiva a sentarse frente al televisor?  
El realismo de las series  
La identificación  
Encuesta sobre la televisión

## ● **Módulo 3** 43

### *El uso del diario en la escuela*

Objetivos  
El uso del diario en la escuela  
Noticia  
Factores noticiables  
El texto periodístico  
El "nuevo periodismo" o la novela de "no ficción"  
Los elementos de titulación  
La ubicación de las noticias  
Fotoperiodismo e infografía

---

Los roles o funciones habituales  
¿Cómo empezar a pensar un diario?  
Encuesta sobre medios gráficos

## **Módulo 4**

***El uso de la radio en la escuela***

**65**

Objetivos  
El uso de la radio en la escuela  
El lenguaje radiofónico  
El texto radiofónico  
Géneros y formatos  
El magazine: variedad y ritmos  
Los bloques  
Los separadores y la "artística" en general  
Guiones o pautas  
Los roles  
Encuesta sobre usos de la radio

## **Módulo 5**

***La publicidad: del medio al aula***

**82**

Objetivos  
La publicidad: del medio al aula  
¿A quién nos dirigimos?  
Los anuncios  
Denotación y connotación  
El texto en las publicidades gráficas  
La imagen denotada  
La connotación  
Los colores  
Abordajes de la publicidad

## **Trabajo final integrador**

**96**

# i ntroducción

## Estimados colegas:

Sería impensable en nuestros días un mundo sin radio, sin prensa, sin televisión. Cien años atrás, con excepción de libros y periódicos, la comunicación era más interpersonal que masiva. ¿Dónde tenía lugar esta comunicación?...En las reuniones familiares, en los clubes, en los comités políticos, entre otros lugares cotidianos.

Cuando hablamos de medios masivos de comunicación hacemos referencia a la información que se comunica mediante distintos canales y que permite llegar a una gran cantidad de personas. Estos medios, más allá de que se los valore positiva o negativamente, ocupan distintos espacios de la vida social cotidiana. Es tan grande su influencia en nuestra sociedad que se los considera como formadores culturales, ya que moldean nuestras ideas, nuestros hábitos y nuestras costumbres. La cultura de masas termina imponiendo a nuestros jóvenes patrones de belleza, de música de lenguaje y de alimentación, entre otros muchos. Son realmente un poder porque poseen los mecanismos y las tecnologías para imponerse.

Es por esto, que al hablar de medios de comunicación en nuestros días, no podemos dejar de lado el tema de la educación; pues estos medios ofrecen a niños y jóvenes la posibilidad de una educación informal, generalmente más interesante que la institución escolar brinda.

Desde la escuela surge un sentimiento de rechazo hacia los medios masivos. La propuesta de este libro es dejar de lado ese sentimiento e incorporar los medios al aula, instrumentar a los alumnos con las nuevas tecnologías para recuperar el lenguaje oral, el escrito y el artístico. Al trabajar los medios masivos el docente tiene la posibilidad de formar a sus alumnos en una lectura crítica acerca de los mensajes que les llegan habitualmente, especialmente mediados por la televisión, la radio, la prensa escrita. El curso presenta una modalidad eminentemente práctica que propone analizar para comprender, el periódico, la publicidad, la radio y la televisión; y a continuación, aplicar lo aprendido.