LIBRO TOKIO BLUES
HARUKI MURAKAMI

28-02-2919

Abril

05-03-2019

medios masivos de comunicación

- Finalidad narrativa → Discurso → Pretende crear una realidad
- Empresas comunicativas (generan dinero y luego comunican)

Los medios masivos son cualquier herramienta utilizada que nos permite llevar una información o intención comunicativa a más de cinco receptores. Los medios se suponen como herramientas sin fines de lucros, en caso contrario se les llamará empresas comunicativas.

El mayor cambio que estos han tenido es la inmediatez y la bidireccionalidad.

En chile el medio masivo más utilizado es la internet, seguido por la televisión y la radio. La televisión en chile era público hasta 1989 y por tanto tenía dependencia con el estado

Documental:

- Mercurio, medio vigente y antiguo de Chile (internacional).
- Agustín Edwards Eastman
  - El mercurio miente manipula información del denuncia de violación a los derechos humanos en dictadura.
- 1967 U. católica
- Promueve el golpe militar, además de obviamente ser anti-Allende
- Intermedio oficial para búsqueda y captura
- 279 muertos.

05-03-2019

- "La ayuda extranjera ya viene."
  Manipulación
  ↳ "Mueren y huyen como ratas" / "Exterminados como ratones" o "mueve mujer (...)".
- Se especula que Edwards organizó el Golpe
  Dueño actual de la mayor cantidad de comunicación en Chile.

el lenguaje en los medios masivos

La relación que tiene el lenguaje y la literatura en los medios masivos se debe a que estos es capaz de crear realidades y por tanto verdades. Es deber de toda persona dudar de la veracidad de los medios, ya que, estos siempre presentaran una visión subjetiva porque la percepción en sí misma lo es, aunque estos sean hechos.

06-03-2019

El lenguaje en un comienzo cumplía una funct. de catálisis, pero debido al sistema económico se transforma en lúdico-afectivo. El lenguaje comienza a tener una segunda característica llamado polisemia que significa que ya no solo van palabras si no una combinación de estímulos que crea un nuevo sentido.

Otra característica es la aparición de signos temporales, lo que obligará a estar pendiente de la información, ya que, aquello que se dice y no se escucha se pierde. La posibilidad de

06-03-2019

volver a recuperar un signo/palabra es fundamental y todos los medios van en su búsqueda.

Uno de los últimos aspectos importantes se deben a la preponderancia del lenguaje oral, aunque sea escrito, siendo para muchos la causante de los problemas de lectura contemporánea.

Creer que la evolución del lenguaje es negativa es negar la evolución de la misma, por tanto debemos considerar que todos los paradigmas en algún momento van a morir, para dar paso a un nuevo paradigma.

Vocabulario

Policemia → Imagén + palabras.
Paradigma → Algo establecido (como por ej: la cultura de un país, la cual está establecida).
Preponderancia → Es una situación de superioridad o autoridad.
Apología →

PRUEBAS

- Lobo Estepario → 19/marzo
- El extranjero → 26/marzo
  Albert Camus

12/03/19 MEDIOS MASIVOS

Los medios masivos no tienen un origen claro, pero los primeros conocidos en occidente fueron los documentos publicados en la plaza sobre el senado y el imperio (griegos y romanos), en latinoamérica existieron los CHASQUIS que eran personas que corrían de pueblo en pueblo para entregar las informaciones.

Si bien existían las publicaciones escritas, eran pocas y de mala calidad por lo que la masividad no era tan significativa.

A finales de 1400, termino de la edad media aparece la imprenta, lo que da un empuje a los medios masivos de comunicación. En el transcurso de los 1500 años existieron personas encargadas de cantar o gritar las informaciones, permitiendo a los números artísticos ser informativos.

El problema que surgía con los medios orales era la desinformación que existía, ya que, los mensajes cambiaban con el paso de los años. La información escrita tampoco escapaba de la desvirtuación de la información.

La prensa mantiene la importancia de ser el único medio masivo ya su información no tiene problemas de temporalidad, ya que, permanece en el tiempo.

En el año 1900 áprox. los medios comienzan un BUM debido a la reciente revolución industrial que permitió a la prensa ser realmente masiva e impulso a la radio y el cine como nuevos medios.

12/03/2019

El cine se inicia a finales de 1800 pero no es hasta los años 20 donde comienza a entregar información en sus funciones de manera masiva, ya que, anteriormente las películas eran escasas y los tiempos de cines muy breves, es la segunda guerra mundial quién le da mayor importancia al cine para poder informar y generar campañas de apoyo.

Paralelo al cine estaba la radio que permitió entregar información y posteriormente algunas piezas musicales, a diferencia a el cine en un inicio era más limitadas, ya que, pocas personas podían pagar una radio, pero durante la primera decada sus costos bajaron y se modifico.

El mento mix informar y entretener

20/03/2019

El internet se vuelve masivo solo cuando aparece el "www", ya que, permitió incorporar la información en una sola plataforma. Posteriormente la aparición de diversas plataformas logro que el resto de los medios masivos tubiese que incorporarse a esta plataforma para no morir.

teorías asociadas a los masivos de la comunicación

Durante la historia siempre existió el miedo de que los medios masivos fueran un problema para la sociedad, también se pensó que el futuro del pensamiento iba a estar relacionado con estos de manera positiva, permitiendo crear las teorías de los medios masivos:

+ TEORÍA DE LA SOCIEDAD DE MASAS: Nos plantea que los

20/03/2019

medios masivos generan personas promedios que tiene como principal característica ser influenciable y por tanto serán estos quienes marquen la tendencia y las ideas.

21/03/2019

Teoría científica

Con la aparición de los nuevos elementos relacionados con la ciencia las interacciones se volvieron más complejas lo que permitió especular en 2 pequeñas teorías:

- **Efectos limitados**: Señala que las personas estan por sobre la capacidad e los medios y por tanto e que se pretenda llegar e todos por igual es imposible, debido e que e que cada individuo presenta diferencias con el otro.
- **Teoría del flujo en 2 etapas**: Se plantea que existen niveles de personas, realizando el recebimiento de una información en los líderes de opinión, quienes son individuos que debido e la situación de poder que tienen pueden influir en el segundo grupo, llamado seguidores de opinión.
- **Teoría de guerra**: Existen formas de entender los medios como elementos utilizados en pro de las guerras o conflictos. Cambiando la teoría de la necesidad de generar una idea determinada. Genero algunas formas utilizadas para generar los resultados pueden ser la exposición selectiva:

- **Exposición selectiva**: Se presente determinadas informaciones quitando la objetividad de la información.

Plan de Redacción.

21/03

- **Retención selectiva**: El receptor recuerda mayormente una información que fue constantemente presentada.
- **Percepción selectiva**: La información presenta una falta de objetividad de parte del emisor y receptor, debido a diversas creencias.

LA PUBLICIDAD

Hoy toma principal fuerza entender cómo funciona la publicidad, ya que, en los sistemas capitalistas son el motor de todo.

Entendemos publicidad como la acción de vender algo de manera consciente, ya sea como una persona o un todo.

Sus orígenes, no bien se remontan en la Grecia recién en la edad media alcanza una gran importancia, ya que comienza el surgir del capital de manera más fuerte.

Tipos de Publicidad

- **Buen anunciado**: Corresponde a una exposición clara y explícita de lo que se vende, es lo más conocida
  Ej: compra este lapiz (lo muestra).
- **Indirecta**: Se presenta un producto sin decir que esta en venta comerciales de perfume, ropa (la persona no esta con el etiquetal).

27/03/2019

3- Corporativa: Se utilizan determinadas marcas para relacionarlas con una empresa / consumo.
Ej: logo en algun lugar

4- De segunda línea: Se utilizan a las personas para poder realizar algunas de las tres anteriores.

Lenguaje Publicitario

- Lingüistico: Se refiere a la utilización del lenguaje entendido como palabra, considerando diferentes/diversos elementos como tipografía o eslogan.

- Icónico: Se refiere a las imagenes, ya sea corporativas o de productos en general, muchas veces se pueden relacionar con el lenguaje de inferencias.

- Inferencias: Es aquel lenguaje que se considera como no directo y que nos obliga a pensar de manera de cómo se expone un producto, intentando relacionarlo con sensaciones u ocultandolas de la percepción consciente

PROPAGANDA

Es aquel mensaje o imagen que busca generar conciencia sobre algo, por lo que se podría señalar que la diferencia con la publicidad es que tiene un fin social.

LOS MEDIOS MASIVOS Y NOAM CHOMSKY

Noam a pesar de ser un lingüística es en la actualidad una de las personas más importantes en el estudio de los medios masivos, específicamente señalando que los medios nos manipulan, lo cual a ocasionado que numerosas veces haya sido señalado enemigo Nº1 de los E.E.U.U. Señala 2 ideas:

- 5 FILTROS

Buscar en internet los 5 filtros de chomsky en youtube

Los medios masivos son Amigos del poder

5 → Es castigo al medio masivo distinto (contrario)

All noticie → enemigo en común

LAS 10 ESTRATEGIAS DE MANIPULACIÓN MEDIÁTICA

1- Distracción → Se considera que uno de los principales problemas de los medios es la inundación mediática, en la cual nos vemos bombardeamos por diversos temas que no presentan relevancia.

2- Crear problemas y ofrece soluciones.

3- Gradualidad → Cuando una idea se considera que no va a ser bien vista se expone públicamente de manera parcializada y consecutiva.

4- Diferir → Cuando una decisión es impopular se señala como mal necesario.

5- Se reduce la edad del discurso → Se presentan ideas enfocadas como si fuesemos niños, adornando y enterneciendo una idea.

6- Se utiliza lo emocional por sobre lo reflexiblo → Apelando a lo efectivo se logra manipular la conducta de manera más fácil

7- Mantener la ignorancia

8- La complacencia de la mediocridad → Se celebra y se promueve la incultura, lo vulgar y la ignorancia (se normaliza)

10/04/2019

9- Autoculpabilidad → Se responsabiliza al receptor de sus problemas y causas, como si fuese el único culpable.

10- Conoce al individuo mejor que a sí mismo

Medios masivos de comunicación

Herramientas utilizadas para elevar una información o intención a más de 5 recep.

- Sin fines de lucro → **inmediatez**, **bidireccional**
- Con fines de lucro → **empresas comunicativas**

en Chile

Medios másivos más utilizados

1° **internet**

2° **TV** → publica hasta 1989, dependía del estado.

3° **radio**

SUS ORIGENES

Los primeros conocidos en Occidente fueron los documentos publicados en las plazas sobre el senado y el Imperio (Griego-Romano)

Latinoamérica

→ **Chasquis**: corrían de un pueblo a otro para entregar las informaciones.

Eran pocas las publicaciones escritas y de mala calidad por lo tanto no era másiva. ni significativa

1400 → Aparece la **imprenta**, dando un empuje a los medios masivos.

1500 → Personas cantan y gritan informaciones permitiendo que los n°s artísticos sean inf.

- medios orales
- medios escritos

} **problema de diseminación** de la inf. al paso de los años

1900 → Boom en los medios debido a la Rev. Industrial que permite que la prensa sea masiva e impulsa la radio, el cine como nuevos medios

prensa

Único medio en el que su inf. no tiene problemas de temporalidad ya que permanece en el tiempo

radio

Entrega inf. y prezas musicales. En sus inicios era limitado por su precio pero durante la 1ª década estos cayeron logrando su masificación

cine

Inicia a finales del 1800 A los años 20 entrega inf. de manera masiva 2da Guerra Mundial le da mayor importancia ya que informa y genera

el lenguaje en los medios masivos

Su relación con los medios es que este el capaz de crear realidades (verdades)

→ Toda persona debe dudar de la veracidad. ya que siempre presenta una visión **subjetiva** (sobre los medios). porque la percepción en sí misma lo es.

→ Lenguaje → analisis

cambio para crecer debido al sistema económico

Polisemia además **Lúdico - afectivo**

↓

no son solo palabras, sino una combinación de estimula. que crea un nuevo sentido.

→ Aparecen los signos temporales.

↓

se debe estar pendiente de la inf. ya que aquello que se dice y no se escucha, se pierde.

Recuperar un signo es fundamental y todos los medios van en su búsqueda

→ preponderancia del lenguaje oral siendo uno de los causantes de problemas en la lectura contemporanea

↓

todos los paradigmas mueren dando paso a otro

TV

- Surge en los años 20 generando inmediatez en las imagenes
  → Se globaliza en los años 80'.

- 1927 → BBC en Inglaterra realiza las 1ª transmisiones públicas

Chile

- Comienza en los 40 pero no es hasta los 60 → (contexto mundial futbol) que se masifica

- Cumple con necesidades informativas y entretención.

INTERNET

Surge como herramienta para comunicar sistemas durante la guerra

→ 70' se masifica conectando computadores para compartir inf. corporativa.

→ Masivo cuando aparece el www permitiendo incorporar toda inform. en 1 plataforma

los demás medios deben incorporarse a esta para no morir.

teorias de los medios de com.

Existen dos tipos de pensamientos

- los medios eran un problema para la sociedad
- el futuro del pensamiento tenia relacion con los medios

Por lo cúal se crean las teorias (3)

Teoria de (1) La sociedad de masas

Los medios generarán personas influenciables siendo los medios quienes marquen tendencias e ideas

Teoria (2) cientifica

Trae aparejo nuevos elementos en la ciencia las interacciones se vuelven complejas especulando 2 nuevas teorias

→ **Efectos limitados**
Personas sobre los medios, no se puede llegar a cada individuo por su diferentes caract.

→ **Teoria del flujo en 2 etapas**

- **Lideres de opinion**: influyen por
- **Seguidores de opinion**: reciben inf. de los lideres siendo

Teoria de (3) Guerra

los medios se utilizan en pro de guerras y conflictos cambiando su caract. de informar o persuadir existiendo diversas formas para su resultado que pueden ser

→ **La exposicion selectiva**
Diversas informaciones sin su objetividad

→ **Retencion Selectiva**
Receptor recuerda una inf. constantemente presentada (comerciales)

→ **Percepción Selectiva**
Información no objetiva por parte del emisor y receptor debido a diversas creencias