



Mi Universidad

PRIMERA ACTIVIDAD

Nombre del Alumno: Fernando José Lopez Zamorano

Nombre de la actividad: Ensayo de la unidad II y III

Parcial: 01

Nombre de la Materia: Tecnología de los medios de comunicación

Nombre de la profesora: Juan José Ojeda Trujillo

Nombre de la Licenciatura: Diseño Grafico

Cuatrimestre: Sexto

Unidad II: Comunicación masiva

Introducción

La comunicación masiva son aquellos canales que permiten transmitir un mensaje para que sea recibido por una enorme cantidad de personas de forma simultánea. Podemos hablar de diferentes tipos de medios masivos de comunicación. Algunos de ellos son: impresos, radiofónicos, cine, televisión y internet. Se les atribuyen funciones básicas a los medios de comunicación:

- Informar. Los ciudadanos accedan a información y noticias que les sirven para la toma de decisiones
- Entretener: Generar diversión.
- Enseñar: Aprender y conocer el mundo que nos rodea.
- Formar e influir en la opinión de la sociedad.
- Socializar.
- Publicitar un producto y/o servicio.

Personalmente, creo que los medios de comunicación masiva tiene muchas ventajas para nosotros ya que permite la comunicación a larga distancia de manera fácil, los mensajes llegan de manera inmediata al destino que deseamos que lleguen, el acceso de información ahora ya es más económico aunque en sus inicios no fue así entre otras muchas más ventajas ya que son herramientas o sistemas que nos ayudan a establecer y facilitar la comunicación entre las personas.

Desarrollo

Siendo la Comunicación masiva un tema de por sí amplio y apasionante tiene muchas cosas buenas que sacarle, su principal objetivo es llegar al mayor número de audiencia posible un mensaje o información determinada, esto por medios como periódicos: en donde se recolecta la mayor información posible para redactar noticias, reportajes, crónicas y, en general, cualquier texto que quepa dentro del género periodístico. Revista: en donde se busca que llegue a un buen número de lectores, la labor de los protagonistas del proceso de publicación no se limita a la simple mejora del contenido, sino también en la manera en la que puede ser llamativo, a fin de alcanzar un público más amplio. Radio: en donde implica la adecuada manipulación de los recursos expresivos que garantizan la realización de un producto radiofónico con atractivo para el interés del oyente de radio. La televisión: este medio se refiere a la realización de contenidos para medios de comunicación audiovisuales. Otro medio es el cine: es el proceso de creación y rodaje de una película y está formado por diversas etapas estructuradas gracias a un guion, y en las que intervienen distintos especialistas.

Sus principales características de los medios masivos de comunicación son, el público heterogéneo. Los mensajes que se transmiten en los medios masivos están diseñados para

una audiencia colectiva heterogénea: de diferentes orígenes geográficos, gustos e intereses, clases sociales, edades y sexo.

También existe: los canales artificiales. Como estos mensajes deben llegar a los puntos más diversos, quienes los emiten no pueden valerse de un canal natural, como puede ser el aire.

Gracias a estos medios de comunicación es donde estamos informados hoy día pero sobre todo nos podemos comunicar más fácilmente con cualquier persona a una larga distancia ahora estas son algunas de sus ventajas de muchas que existen el acceso a internet ahora ya es más económico aunque en sus inicios no fue así entre otras muchas más ventajas ya que son herramientas o sistemas que nos ayudan a establecer y facilitar la comunicación entre las personas. Los medios de comunicación tienen como principal función, como su propio nombre indica, comunicar. Pero además los medios de comunicación también se encargan de: Informar, entretener: Generar diversión, enseñar: Aprender y conocer el mundo que nos rodea. Formar e influir en la opinión de la sociedad, publicitar un producto y/o servicio entre otras más.

Como último punto y una de las mayores ventajas que hoy tenemos gracias a los medios de comunicación ayudan a mantener informada a una sociedad globalizada, sabiendo en cada momento que está pasando en cada parte del mundo. Son un importante instrumento de socialización ya que permiten establecer una comunicación rápida e inmediata con personas que se encuentran en cualquier parte del mundo.

Conclusión

En conclusión la comunicación masiva se caracteriza por su audiencia que recibe el mensaje es amplia y esta no pretende enviar una información a un único receptor, sino su objetivo principal es sea un público masivo. Y esto lo logra con los medios como la radio, la televisión, periódicos, cine y el internet, otras de sus funciones son informar, entretener, enseñar, vender productos a la sociedad y claro hoy día podemos decir que podemos estar informados sobre lo que está pasando en cada parte del mundo gracias a estos medios que tenemos al alcance por eso tenemos grandes ventajas y beneficios para nosotros.

Unidad III: Diseño gráfico y medios de comunicación

Introducción

El diseño gráfico y los medios de comunicación están relacionados entre sí y es algo bueno para nosotros como diseñadores, la Comunicación es un tema amplio y apasionante y está relacionado con el Diseño Gráfico, el diseño Gráfico tiene que tener en cuenta a la Comunicación, porque se trata de una manifestación comunicativa con características y peculiaridades muy atractivas para los generadores y consumidores de mensajes.

Personalmente es algo que nos beneficia y lo hace aún más genial es que el diseñador gráfico es un comunicador y dicha comunicación toma forma en las manos creativas del diseñador gráfico con trabajos expresivos. Las áreas o campos donde se puede ver este tipo de comunicación son los siguientes: Revista y periódico: diseño editorial, anuncios espectaculares, cine y televisión. Y es aquí donde vemos que tenemos una gran ventaja, ya que como diseñadores debemos de comunicar por medios de trabajos expresivos.

Desarrollo

Gracias a los medios de comunicación en el área de diseño gráfico que son: Revista y periódico: diseño editorial, anuncios espectaculares, cine y televisión, tenemos varias herramientas para poder comunicar, o transmitir un mensaje a algún público objetivo. Claro el diseñador se encarga de ser un comunicador y dicha comunicación toma forma en las manos creativas del diseñador gráfico con trabajos expresivos. Pero en que consiste cada área en el que el diseño gráfico está presente son las siguientes:

Diseño Editorial: una de las ramas del diseño es esta, es interesante porque combina composiciones inteligentes, diseños originales y una tipografía creativa. Todos esos elementos juntos, crea revistas muy atractiva para así poder generar interés al público y sobre todo comunicar el mensaje deseado. De aquí podemos ver como la comunicación es muy buena para poder transmitir algún mensaje deseado todo esto lleva a un juego de variedad de componentes que permiten crear proyectos asombrosos.

Televisión: se elabora una fantasía creando una realidad para el espectador. El entorno escenográfico tiene una influencia directa en la reacción del público. El diseñador se encarga de elaborar este proceso para lograr el efecto deseado. Primero se define la escenografía para poder continuar con las ideas sobre la acción, el trabajo de las cámaras, la iluminación y el sonido.

Cine: el diseño gráfico entra en el área de la Fotografía cinematográfica en el cine es el acumulado de imágenes que se realizan en movimiento, en donde cada segundo es importante y cuenta con 24 fotogramas; los cuales son las imágenes en secuencia que van creando la acción de la cinta que se esté rodando.

Anuncios Espectaculares: estos medios publicitarios aumentan la visibilidad de los productos o servicios que ofreces con el fin de atraer una mayor cantidad de clientes. Este medio de

publicidad se vuelve eficaz cuando se transmite el mensaje de manera adecuada ya que así se llama la atención del público objetivo.

La colocación de los elementos en los espectaculares son los siguientes:

El diseño debe de ser simple, porque debemos recordar que en diseño menos significa más, debemos tratar de expresar el mensaje importante sin distraer a tu cliente saturando de elementos el anuncio.

Su mensaje debe de ser legible, no deberás romper al momento de crear un anuncio espectacular es la de asegurarte que el mensaje sea legible a una distancia considerable.

Debemos de cuidar el contraste del color, el mensaje sea legible no solo debes seleccionar la tipografía correctamente, sino que también debes seleccionar el contraste óptimo entre el color de la letra y el del fondo.

Debemos de emplear imágenes con suficiente resolución, para esto requerirás fotografías profesionales de preferencia con una excelente resolución, de lo contrario los resultados serían muy desagradables a la vista y contraproducentes para tu negocio.

Así la comunicación es donde se hacen creaciones que mediante composiciones sencillas y armónicas, logran despertar interés en los consumidores y que también fomentan actitudes positivas en torno a la percepción de productos y servicios, generando así sentimientos de lealtad y aceptación, lo que deriva en resultados beneficiosos a largo plazo para las marcas, es algo muy bueno ya que como diseñadores podemos comunicar de distintas formas los mensajes deseados a un público objetivo o de interés, al igual se encuentran distintas áreas donde aplicar lo aprendido.

Claro teniendo cuidado con la contaminación visual que consiste en: el exceso de información en colores, luces y formas, que hace que nuestro cerebro no pueda procesarla debidamente y, al final, ignore una parte y deje mucha de lado, almacenada en la memoria, aunque no nos demos cuenta. Así que a la hora de crear hay que tener mucho cuidado con lo que realizamos.

Conclusión

En resumen es bueno que la comunicación y el diseño gráfico tengan una relación entre si ya que como diseñadores tenemos que ser comunicadores y esto lo realizamos con herramientas para poder comunicar, o transmitir un mensaje a algún público objetivo con trabajos expresivos donde se hacen creaciones que mediante composiciones sencillas y armónicas, logran despertar interés en los consumidores y que también fomentan y actitudes positivas, generando así sentimientos de lealtad y aceptación, lo que deriva en resultados beneficiosos a largo plazo para las marcas y esto se realiza en los medios de comunicación como : Revista y periódico: diseño editorial, anuncios espectaculares, cine y televisión. En fin como diseñadores tenemos varias áreas para poder desarrollar lo aprendido durante la carrera siempre y cuando lo que realicemos transmita el mensaje deseado.

Fuentes de información

Bibliografía: Antología Uds, Tecnología de los Medios de Comunicación, unidad I pag 41-67. Unidad II pag 70-98.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Briggs, A. y Burke, P. (2002) De Gutenberg a Internet. Editorial Taurus.
- Napoli, Philip. (2010) Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences.
- Scolari, Carlos A. (2019) Media Evolution.