

- Introducción: un párrafo de máximo 10 renglones en el que lector evidencie en qué consiste el informe. Éste debe escribirse de forma agradable y sencilla.
- Objetivos: es la finalidad del proyecto, se escribe uno general que describe qué se hizo, cómo se hizo y quiénes participaron. Siempre inicia con un verbo en infinitivo, por ejemplo, *describir*.
- Marco teórico: en este aspecto se indaga en libros u otras fuentes de información y en tres páginas o más se escriben los conceptos asociados al trabajo de campo.
- Metodología: se escriben, en un diagrama de flujo, los pasos que se realizaron para hacer el trabajo.
- Resultados: se escribe el número de acciones que se relacionan con los sistemas nerviosos central, autónomo y voluntario, se describen estas acciones y se analizan con base en lo que indagamos en los libros o el Internet.
- Conclusiones: se escriben las ideas que construimos con base en el trabajo desarrollado y se enfatiza en el análisis de los resultados.
- Bibliografía: escribimos las referencias de los libros o fuentes de las que obtuvimos la información.



## Taller 4

### ¿Qué nos dicen los medios de comunicación sobre el comercio de nuestra región?

**Parte de la gran cantidad de información a la que tenemos acceso a través de los medios de comunicación, está relacionada con nuestro entorno, nuestra cotidianidad y las maneras en que las personas de nuestra comunidad interactúan y se relacionan en diferentes niveles como: el personal o el económico. Por esta razón, vamos a ver de qué manera podemos conocer las características de las actividades económicas y del comercio de nuestra región, a través de los medios de comunicación.**



**Medios de comunicación.**  
*El mundo de los blogs [Blog].*  
**Disponible en:** <http://tatirecord.wordpress.com/2009/11/15/medios-de-comunicacion/>



- Escojamos a cinco compañeros o vecinos y completamos la siguiente encuesta con sus respuestas.
- Analicemos la encuesta y respondamos las siguientes preguntas:
  - ⊕ ¿Cuál es el medio más usado por los encuestados?
  - ⊕ ¿Hay un medio que definitivamente no le gusta al mayor número de personas?
  - ⊕ ¿Por qué en la región hay unos medios con más aceptación que otros?
  - ⊕ ¿Podemos reconocer cuál medio de comunicación prefieren los jóvenes de nuestra región? ¿Por qué razón?

Nombre del compañero	Medio de comunicación preferido	Medio de comunicación menos usado	Medio de comunicación más usado en la familia	Medio de comunicación menos usado en la región

- + ¿Qué sabemos sobre las actividades económicas de nuestra región? ¿Podemos conocerlas a través de los medios de comunicación? ¿De qué temas, relacionados con el comercio, se habla en los medios de comunicación cercanos a nosotros?



Los medios de comunicación de masas nos permiten relacionarnos con el mundo entero, incluso con otras culturas distintas a la nuestra. Nunca como ahora las personas han estado mejor informadas. El acceso a una gran variedad de medios, hace que la cantidad de información sea cada día mayor, y que las personas tengan conocimiento de forma rápida y oportuna, de lo que sucede en el mundo. Aunque no en todas las regiones del planeta las personas cuentan con las mismas posibilidades de acceso a ellos, a nivel general podemos asegurar que su uso ha reducido las distancias y ha transformado la concepción de tiempo y espacio.



Gracias a los medios sabemos casi de manera inmediata qué sucede en el mundo, somos espectadores de los principales acontecimientos que pasan en el planeta y, de alguna forma, los medios nos invitan a participar de manera activa en las transformaciones de la cultura y la sociedad, pues una de las características de los nuevos medios de comunicación es la interactividad, que permite al espectador la posibilidad de opinar y discutir sobre lo que sucede a su alrededor.



Aunque tenemos acceso a grandes cantidades de información, para muchos, los medios son una manera eficaz de manipulación social, pues influyen en los gustos y los hábitos de las personas. Por esta razón, debemos tener una posición crítica frente a las funciones y la responsabilidad

de los medios de comunicación masiva, así como analizar la información transmitida y el enfoque que estos le dan.

Por su estructura física, los medios de comunicación se dividen en:



### Medios de comunicación

Audiovisuales	Los que se pueden oír y ver. Son los medios que se basan en la imagen y el sonido para expresar información. Dentro de este grupo encontramos la televisión y el cine.
Radiofónicos	La radio constituye este grupo. No necesita transmitir imágenes para comunicar, ni estar en el lugar de los hechos. Su público es amplio y heterogéneo. Su forma de producción es más simple que la de la TV y, a pesar del tiempo, conserva la magia de las palabras.
Impresos	Son las revistas, periódicos, folletos y todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Se distribuyen en tiendas, almacenes y puestos de revistas con el fin de facilitar el acceso al público.  La prensa es el medio más influyente en la sociedad, pues en su contenido se incluyen opiniones de personalidades del país, además de darle un tratamiento más elaborado a la información.
Digitales	Llamados también nuevos medios, son los más utilizados actualmente por los jóvenes. Se accede a ellos a través de Internet, razón por la que es posible encontrar en la red textos de diferentes medios de comunicación o en diferentes formatos (videos, archivos de audio, textos escritos, etc.)  Los recursos visuales que utilizan los convierten en el medio más atractivo, ya que ofrecen la posibilidad al usuario de interactuar de manera constante en las dinámicas de transmisión de información.  La mayoría de periódicos, revistas y estaciones de radio incluyen contenidos en la red, lo que amplía la capacidad de generar información y de cobertura en cuanto a la difusión de la misma.

Según su carácter y la intención de los textos que presentan, los medios de comunicación se clasifican en:

Medios	Carácter
Informativos	Su objetivo es mantener a la gente informada sobre diferentes acontecimientos de interés general. Los medios informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras, el periódico y la Internet.
De entretenimiento	Buscan divertir y brindar información sobre el mundo del espectáculo, la música, los dibujos, los deportes y los concursos. Hacen parte de este grupo la difusión de actividades culturales.
De análisis y opinión	Tiene un enfoque detallado en los acontecimientos de actualidad. Examinan, verifican y explican la información con mayor profundidad. Los temas más analizados son los políticos, los económicos y los sociales. Dentro de este grupo está la prensa, algunas revistas y programas de opinión en TV.
Especializados	Tratan temas de tipo cultural y científico, generalmente dirigidos a una audiencia especializada en los temas que aborda. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas especializadas, que van dirigidas a grupos como estudiantes universitarios, profesionales en un campo específico, científicos, investigadores, etc.

### Actividad

- Imaginemos que hemos sido encargados de promocionar una feria en donde se van a dar a conocer los principales PPP de la región. El objetivo es atraer a la mayor cantidad de asistentes de la región que sea posible. ¿Qué medio de comunicación emplearíamos? ¿Cuáles son las razones de nuestra elección?
- Supongamos que somos el director de un noticiero de radio y tenemos 10 minutos para informar a la comunidad sobre una emergencia sanitaria que prohíbe el consumo del agua del acueducto del municipio. ¿Qué estrategias utilizaríamos para divulgar esta información, teniendo en cuenta que la alerta es grande y que la noticia debe conocerse inmediatamente?



### **Características generales de los medios masivos de comunicación**

Los medios de comunicación constituyen el origen de la denominada cultura de masas, en donde los sueños, comportamientos e ilusiones del individuo contemporáneo son diseñados y fabricados para el consumo permanente. La cultura de masas se relaciona con las actividades de consumo y con los intereses de producción y demanda de una colectividad. La cultura de masas es de donde se nutre cultural e intelectualmente un alto porcentaje de la población.

Los medios:

- Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo. En la televisión y en las revistas, los jóvenes conocen cuáles son las últimas películas, los grupos musicales más populares, la ropa más llamativa, así como las bebidas y productos más nuevos consumidos por la población. Es importante que la audiencia tenga una posición crítica frente a la información, que tenga criterios de selección que le permitan decidir y actuar frente a la variedad de tendencias que le ofrecen los medios de comunicación.

- Se presentan como el gran escaparate publicitario, por lo que se han convertido en herramientas imprescindibles para el desarrollo comercial y económico. La publicidad aprovecha el inmenso alcance de los medios para la promoción de sus productos, asegurando que miles de personas van a conocer las bondades o los beneficios de lo que están vendiendo. Ese conocimiento se garantiza debido al alcance y cobertura de medios como la televisión, la radio, el cine y los medios impresos, ya que interactuamos de manera constante con ellos.
- Favorecen el intercambio de ideas, al promover el conocimiento de otras culturas, situaciones o realidades, al enriquecer y diversificar las realidades locales, las tendencias de una sociedad que gracias al alcance de los medios, tiende a compartir ideas, opiniones y formas de comportamiento a pesar de las distancias que hay entre sus habitantes.

A través de medios como la radio, la prensa, la televisión o la Internet, tenemos acceso casi de forma inmediata a los sucesos más importantes en el mundo. Podemos escuchar las opiniones de personas a miles de kilómetros de nosotros; leer libros de escritores de otros lugares y épocas; ver eventos políticos, deportivos o culturales que ocurren en otros países, etc. Sabemos que los medios de comunicación

no se encargan únicamente de informar, entretener o divertir, sino que también educan a las personas. Por esta razón, los medios de comunicación juegan un rol protagónico en la educación de las personas, en las posibilidades que tenemos de acceder a la información y en la participación que podamos tener de ellos al analizarlos de manera crítica para construir conocimientos.

A pesar de que no todas las personas tienen las mismas posibilidades de acceso a la información, los avances tecnológicos han permitido que cada día millones de personas puedan conocer las herramientas que les brinda la tecnología, con el fin de acceder a cualquier tipo de información y de participar de forma crítica en discusiones académicas o en aquellas de orden social.

### Funciones de los medios de comunicación

Se han establecido tres funciones básicas que pueden –y deben– desempeñar los medios de comunicación de masas:

➤ **Informar.** Como la principal actividad que han tenido los medios, incluso antes de la llegada de las nuevas tecnologías, pues los medios siempre han sido la fuente

básica de noticias y de opinión sobre temas de actualidad e interés general.

➤ **Formar.** Los medios son un canal fundamental para la construcción de conocimientos y productos culturales como piezas literarias, teatrales, cinematográficas o musicales.

➤ **Entretener.** Son igualmente plataformas de difusión de contenidos como eventos deportivos o programas de variedades.

En cuanto a la función informativa de los medios de comunicación, veamos de qué manera se producen algunos textos que tienen como principal objetivo la difusión de información.

### La noticia

La noticia es un relato de un suceso o información que se quiere dar a conocer al público. Sus características varían según el tipo de suceso o de evento que se quiere contar o divulgar. En los medios de comunicación, es considerada como un género periodístico relacionado con un tema de relevancia o de actualidad.

El contenido de la noticia debe responder a una serie de preguntas básicas:



- ¿Quién? Se refiere a las personas involucradas en el evento o acontecimiento que se está contando.
- ¿Qué? Se relaciona con el hecho, el suceso, el acontecimiento principal.
- ¿Cuándo? En qué momento sucedió.
- ¿Dónde? Se refiere al lugar de los hechos.
- ¿Por qué? Se determinan las causas del acontecimiento.
- ¿Cómo? Se dan detalles del hecho, secuencias y orden de los acontecimientos.

El orden en que se responden estos interrogantes, depende del tipo de noticia y la forma en que esté estructurada, depende de quién la está dando a conocer, de la urgencia o gravedad de la información y, por supuesto, del medio de comunicación que la está emitiendo. Dar una noticia en televisión es diferente a hacerlo en una emisora de radio o en Internet. Cada medio tiene requerimientos y recursos técnicos propios que determinan la forma en que las noticias son narradas.

Observemos cuáles son las principales características de la prensa escrita:

<b>Características de las noticias en la prensa escrita</b>	
Veracidad	La información de los hechos debe ser verificable.
Objetividad	No involucrar el punto de vista u opinión del periodista.
Actualidad	Los hechos deben ser recientes y pertinentes al momento en que son contados.
Servicio	Ayuda al beneficio de la comunidad y a la toma de decisiones. Forma opiniones respecto a diferentes temas.

**Actividad**

Leamos la siguiente noticia.



---

# SETENTA PERSONAS AFECTADAS DEJÓ CAÍDA DE PUENTE PEATONAL EN BETANIA, ANTIOQUIA

---

*Habitantes de cuatro veredas del municipio claman por la pronta reconstrucción del un puente que, la semana pasada, se cayó sobre el río Tapartó y dejó una persona muerta y otras siete heridas.*

El alcalde de Betania, Carlos Mario Villada, contó que el puente se cayó el domingo pasado, justo una semana después de que la Alcaldía y la comunidad le hicieron mantenimiento.

Según Villada, los habitantes de la vereda *La Solita*, le habían pedido a la administración municipal hace un par de meses, que los apoyaran dándole materiales para arreglarle las tablas y uno de los cables que lo sostenía. Pues desde 1993, cuando el puente resultó afectado por una avalancha, no lo habían arreglado.

El pasado nueve de mayo, sin embargo, el cable que no fue sustituido en el mantenimiento y se rompió cuando

ocho personas que viven en *La Solita* se dirigían, caminando sobre el puente hacia el municipio de Andes para hacer mercado.

Ese día iban hacia el pueblo vecino siete adultos y una niña. Una mujer de 65 años, que al parecer tenía problemas de movilidad en una pierna, fue la víctima fatal del incidente que dejó a los otros seis campesinos con algunas fracturas en piernas y manos.

Según Villada, quienes resultaron lastimados ya se están recuperando en sus casas. 'Afortunadamente ese día no estaba lloviendo, porque si fuera así, yo pienso que las otras personas habrían sido arrastradas por el río' aseguró el alcalde.

Esta semana unas 70 personas de las veredas de *La Solita*, *El Troya*, *La Montañita* y *Llano Grande* no han podido cruzar diariamente a los Andes, el pueblo donde muchos en la zona trabajan todos los días o desde el que traen comida a sus veredas. Los niños de las cuatro comunidades tampoco han podido asistir al colegio, pues está del otro lado del río.

La Alcaldía de Betania declarará la zona en estado de emergencia en los próximos días, para reparar el puente, a más tardar, la próxima semana"

(Editorial El Tiempo: 2010)



Identifiquemos los elementos más importantes de la noticia anterior y respondamos las preguntas que aparecen en la tabla. Escribamos en el cuaderno las respuestas:

¿Quién?
¿Qué?
¿Cuándo?
¿Dónde?
¿Por qué?
¿Cómo?

Respondamos las siguientes preguntas:

- ¿En qué beneficia a los habitantes del departamento de Antioquia conocer la noticia anterior?
- ¿La manera en que se presenta la información es objetiva? ¿Por qué?
- ¿Qué actos de habla sobresalen en la noticia anterior?
- Identifiquemos la reacción de las personas frente a la noticia. ¿Cuál es su opinión frente a los hechos?
- ¿De qué manera se informa sobre la opinión de las personas involucradas en los hechos? Escribamos dos opiniones tomadas de la noticia anterior.

- ¿Es posible decir cuál es la opinión frente a los acontecimientos narrados en la vereda de *La solita*?

Pensemos en nuestro municipio y contestemos las siguientes preguntas:

- ¿De qué forma se informan los habitantes de nuestra región sobre los temas de interés general?
- ¿Cuáles son las fuentes de información más utilizadas en nuestra región?
- Si queremos tener información sobre los recursos y la economía de nuestra región, ¿Qué tipo de medios de comunicación utilizaríamos?

### Actividad

#### Busquemos información sobre nuestra región

- Busquemos un ejemplar de un periódico que sea de importancia en la región y respondamos las siguientes preguntas:
  - ¿Con qué periodicidad es publicado este periódico?
  - ¿A qué tipo de público está dirigido? ¿Cómo podemos detectar el tipo de lectores?



- Identifiquemos qué noticias nos sirven para saber sobre el comercio de la región.
- Hagamos una lista de los productos y servicios que son promocionados en el periódico.
- ¿Qué tipo de productos y servicios son los más comercializados en este medio?
- ¿Responden estos productos y servicios a las necesidades de los habitantes de la región? Justifiquemos nuestra respuesta.

### Actividad

Leamos el siguiente texto sobre la historia de los nuevos medios de comunicación.

### Historia de los nuevos medios

*Hablar de nuevos medios significa referirse a Internet, a los medios electrónicos y a todas las formas de comunicación derivadas de estos medios, los cuales han revolucionado los procesos de información y comunicación mientras crecen a pasos agigantados en el mundo entero. Aunque en Colombia la historia de los nuevos medios es bastante corta, pues no tiene más de diez años, ya se ha comenzado a sentir y a entender su enorme influencia.*

*Antes de que tuviesen el enorme impacto en la estructura social que hoy y desde hace unas pocas décadas tienen, tanto Internet como la comunicación electrónica tardaron en desarrollarse y madurar. Sin embargo, una vez lo consiguieron, y a pesar de la gran cantidad de críticas, se ha hecho evidente que estos medios recuperan ciertos aspectos propios de las sociedades orales, tales como la simultaneidad de la acción, la percepción y la reacción.*

*También han logrado que la experiencia sensorial vuelva a ser una forma esencial de comunicación, aunque de forma diferente a como se entendía ésta hasta hace poco, pues ya no se necesita el contacto físico entre las personas para sentir el cuerpo y las sensaciones del otro: la comunicación electrónica no piensa en las limitaciones físicas del tiempo o el espacio (un ejemplo de ello son los mensajes electrónicos, que además de ser la forma más usual en Colombia y en el mundo entero de usar los medios electrónicos, pueden ser escritos y leídos por muchas personas sin importar el lugar donde éstas se encuentren).*

*Los inicios de Internet pueden ser detectados en el proyecto ARPANET, auspiciado por el ejército estadounidense hacia 1969. La finalidad de este proyecto era crear y mantener una red de comunicación secreta con fines bélicos. Con el paso del tiempo, dicho proyecto comenzó a salir a la luz pública, primero en las universidades y luego en las grandes*

*ciudades, lo cual hizo que se llegase a la red mundial (world wide web) que hoy conocemos.*

*En Colombia no son muchas las personas que cuentan con este y otros recursos electrónicos (en 2002, tan sólo alrededor del 2,6% de la población tenía acceso a la red), debido, fundamentalmente, a cuestiones de índole económica, aún a pesar de que la educación actual busca sensibilizar a los estudiantes frente a este nuevo medio multimedial que conlleva radio, vídeo, sonido, texto, etc.*

*Hoy en día en Colombia, el uso que más se hace de la Internet es el de generador de correos electrónicos y el de búsqueda rápida de información puntual (lo que hace evidente la falta de educación al respecto y el desconocimiento, de parte de la gran mayoría de personas, de las enormes capacidades que ofrecen los medios electrónicos).*

*En la red proliferan los portales cada vez más llamativos y mejor diseñados, los sitios de compras de toda clase de cosas que prometen cambiar el estilo de vida de las actuales sociedades y que buscan facilitar la vida de los consumidores.*

*En nuestro país estamos todavía lejos de estos grandes cambios, pues según teóricos como Jesús Martín Barbero, Latinoamérica es aún una zona donde se hace necesario el contacto humano.*

(Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango: s.f.)

Respondamos las siguientes preguntas:

- De acuerdo con el texto anterior, ¿cuál es la importancia de los nuevos medios en la sociedad actual?
- Describamos de forma detallada el uso que hacen las personas de los nuevos medios de comunicación en nuestra región.
- ¿Por qué un medio como Internet ha tenido este tipo de impacto a nivel mundial?
- ¿En promedio, cuánto tiempo dedicamos diariamente a la Internet?
- ¿Qué tipo de información utilizamos en la Internet? ¿Con qué propósito?
- ¿Qué tipo de información ponemos en circulación en la Internet?



Respondamos las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles medios de comunicación afectan la vida familiar de las personas y por qué?
- Para promocionar y vender efectivamente los productos de nuestro PPP, ¿cuál es el medio más efectivo en nuestra región? Sustentemos nuestra respuesta.
- Redactemos un anuncio en el que promocionemos nuestro PPP para un programa de radio.
- Pensemos en un acontecimiento importante que haya sucedido recientemente en nuestra región. Redactemos una noticia como la que leímos en este taller, y en la que contestemos a las preguntas básicas de cualquier género periodístico.



- Pensemos un poco en nuestro PPP...  
Qué estrategias utilizaríamos para comercializarlo en los siguientes medios:
  - ⊕ Prensa
  - ⊕ Radio
  - ⊕ TV
- Completemos el siguiente cuadro comparativo, teniendo en cuenta las ventajas y desventajas para comercializar nuestro PPP.

MEDIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Radio		
Prensa		
Televisión		
Internet		





## CONSTRUYAMOS NUESTRA EXPERIENCIA COMO JÓVENES EMPRENDEDORES

### Los talleres realizados y nuestro PPP

Es importante que hagamos una pausa e identifiquemos qué cosas importantes aportó a la evaluación de los logros de nuestro PPP la realización de los talleres.

En la siguiente tabla presentamos nuevamente las preguntas de cada taller. Revisemos nuestros apuntes, recordemos las actividades que realizamos, volvamos al momento *Consolidemos nuestros saberes* y tratemos de completarla. Podemos apoyarnos en nuestros compañeros y en nuestro profesor.

### ¿Qué nos aportó el desarrollo de los talleres a la evaluación del PPP?

<b>Taller 1</b> ¿Qué tipo de instrumentos nos ayudan a verificar el desarrollo del PPP?	En este taller comprendimos que debemos aprender a identificar las relaciones que se dan entre....
<b>Taller 2</b> ¿Cómo afecta nuestro PPP a la comunidad?	En este taller aprendimos que identificar algunos aspectos de nuestro PPP nos permite...
<b>Taller 3</b> ¿Qué señales y respuestas se han generado en el desarrollo del PPP?	Con la realización de este taller comprendimos que debemos aprender a identificar las señales que nos permitirán mejorar condiciones para...
<b>Taller 4</b> ¿Qué nos dicen los medios de comunicación sobre el comercio de nuestra región?	En este taller aprendimos que lograr mejores estrategias comunicativas para dar a conocer nuestro PPP nos permite....



### Trabajando en la construcción de nuestro PPP

Recordemos la pregunta del paso: **¿Cómo evaluar los logros alcanzados en el desarrollo de nuestro PPP?** Reunámonos en grupo, analicemos las respuestas que dimos en el punto anterior, y con la ayuda de nuestro profesor, reconstruyamos la ruta que seguimos para aproximarnos a la solución de esta pregunta.

### Reflexionemos sobre nuestro proceso de aprendizaje

Para finalizar, pensemos en los talleres que realizamos en este paso e identifiquemos la actividad que nos pareció más difícil de llevar a cabo y la más fácil.

Taller	La actividad más difícil fue	La actividad más fácil fue	Expliquemos nuestras respuesta
1			
2			
3			
4			





## TRABAJEMOS EN NUESTRA MISIÓN

En este momento hemos finalizado la primera fase. Es importante recordar cuáles son las misiones que debemos cumplir para culminar satisfactoriamente nuestro aprendizaje y la consolidación de nuestro PPP.

- Elaborar un informe de seguimiento en el que tengamos en cuenta lo planeado en nuestro PPP y en el protocolo de producción.
- Organizar y realizar, en la institución educativa, una jornada de socialización sobre oportunidades de negocio en la región con base en la experiencia de formulación y desarrollo de nuestro PPP. A esta jornada asistirán docentes y estudiantes de la institución educativa, representantes del sector productivo de la región y autoridades locales.

Así como Andrés realizó un informe de seguimiento al final de la fase 1, realicemos nuestro propio informe. Incluyamos en él lo planeado en el PPP y en el protocolo de producción.

### A la hora de escribir nuestro informe tengamos en cuenta

Como su nombre lo indica, el principal propósito de este tipo de texto es informar. Algunos informes pueden intentar persuadir al lector, es decir, hacer sugerencias y recomendaciones sobre el tema del cual se quiere dar cuenta. Generalmente, los informes pretenden plantear preguntas y soluciones sobre algún proceso, pueden ser públicos o privados y abordar temas relacionados con los negocios, la educación o la ciencia.

Existen diferentes formatos para la presentación de un informe. Algunos incluyen diagramas, gráficos, imágenes, tablas de contenidos, resúmenes y notas al pie de página, por lo que es importante identificar el tipo de esquema que puede ayudarnos para exponer el seguimiento que hemos hecho de nuestro proyecto. Es importante también, que en el informe tengamos un título y que se mencione a las personas involucradas en su elaboración.

### Algunos tipos de informes

De avance en el desarrollo de un proyecto

De calidad

De presupuesto

De investigación

Estadísticos

Académicos

### Pensemos en la forma adecuada de presentar el avance de nuestro PPP

Debemos tener en cuenta a quién va dirigido el informe, qué tipo de detalles vamos a incluir, cómo ser claros en la exposición sobre lo que haremos de cada proceso y en qué etapa de ejecución se encuentra nuestro PPP.

La página titular, es decir la portada del informe debe identificar el nombre del PPP, del departamento, del municipio, de la institución educativa y de los integrantes del grupo que elabora el documento.

En cuanto al contenido del informe, debemos elaborar un plan previo para saber: qué información vamos a transmitir, cuáles son las actividades sobre las que se dará cuenta y cuáles son los resultados que hemos obtenido. No olvidemos tener en cuenta el plan de actividades enunciado en la formulación de nuestro PPP.

Para que el informe sea claro, será de gran utilidad el uso de tablas de datos, imágenes, diagramas y fuentes bibliográficas.

Como escribimos un informe de avance que da cuenta del trabajo realizado en nuestro PPP, asegurémonos de incluir:

- Portada.
- Justificación del proyecto, la cual realizamos en el primer taller.
- Metodología.
- Diagrama de proceso.
- Resultados obtenidos.

## Retomemos los pasos más importantes para la escritura de nuestro informe

- Hagamos una introducción sobre la importancia de desarrollar nuestro PPP como alternativa para atender una necesidad de nuestra región y como estrategia para obtener nuevos conocimientos. Esta introducción también debe mencionar nuestros principales intereses sobre el tema de nuestro PPP y señalar cómo está organizado el informe.
- Escribamos cuáles son los objetivos del informe.
- Desarrollemos el tema. Hagamos una exposición clara sobre el tema en cuestión, en la que incluyamos opiniones, actividades, metodología utilizada, actividades realizadas, resultados obtenidos y los momentos más relevantes del proceso. Para esta parte, utilizaremos la información que hemos seleccionado previamente y el plan de escritura para la organización de nuestras ideas.
- Escribamos la conclusión de nuestro informe. En esta parte es necesario hacer un cierre de las ideas y momentos expuestos en el desarrollo del tema. Se pueden hacer recomendaciones sobre el proceso y revisar que se hayan cumplido los objetivos propuestos al inicio.

- En caso de que sea necesario, se puede incluir una bibliografía de las fuentes consultadas.

En todo proceso de escritura es necesario hacer una revisión de aquello que hemos redactado. Recordemos lo que hemos trabajado en los talleres de lenguaje:

- El informe debe ser claro, las ideas deben estar desarrolladas, el texto debe ser coherente y comprensible para quien lo lea.
- La ortografía y los signos de puntuación, deben permitir una lectura adecuada del texto.
- El informe debe dar explicaciones de la manera como hemos desarrollado nuestro PPP, y debe tener argumentos sólidos, que apoyen el tema y las opiniones que queremos expresar.





>> **Aprendamos Haciendo 1** • ¿Cómo evaluar lo alcanzado en el desarrollo del PPP?

Para cumplir con nuestra misión debemos socializar los aprendizajes que hemos logrado al desarrollar nuestro PPP. Para esto, en la institución educativa organizaremos una jornada de socialización donde podamos compartir nuestros aprendizajes con los estudiantes de sexto y séptimo, los profesores y los demás miembros de la comunidad educativa. Esto lo haremos desde una posición de mayor co-

nocimiento sobre el tema de los PPP. En este evento, cada grupo presentará las oportunidades de negocio que ha podido proyectar para un futuro.

Para realizar esta actividad debemos organizarnos en equipos de trabajo, cada uno con tareas específicas. Podemos guiarnos por el siguiente esquema de organización válido para: “antes”, “durante” y “después del evento”.

Actividad	Responsables	Tiempos	Recursos
Solicitud de permiso , envío de invitaciones y cartas de agradecimiento		Antes del evento Después del evento	Papel, teléfono, impresora.
Consecución de espacios y organización		Antes del evento y durante el evento	Salones, pasillos, teatro, pantallas, video beam, proyectores, cronograma de actividades, etc.
Consecución de recursos		Antes del evento	Recursos propios (rifas, cuotas semanales) Recursos de apoyo de empresas, de la institución, donaciones, etc.
Protocolo de recepción y control del evento		Durante el evento	Señalización del lugar, ubicación de sitios de descanso y de lugares para invitados especiales, refrigerios, entrega de cronogramas, etc.

Después del evento debemos reunirnos con nuestro grupo de trabajo, con el fin de evaluar la actividad. Para esto se puede tener como referente la siguiente rejilla:

Aspecto a analizar	Grado de cumplimiento		
	Alto	Medio	Bajo
La actividad se cumplió de acuerdo con lo planeado.			
Los equipos de trabajo cumplieron con las tareas asignadas.			
Los tiempos y espacios fueron adecuados.			
Se logró la participación de la comunidad.			

Por último, demos respuesta a la pregunta de *Aprendamos haciendo 1*: ¿Qué condiciones se necesitan para consolidar nuestro PPP?

***Sigamos con la fase  
Aprendamos haciendo 2...***



## REFERENCIAS

### Libros y artículos de revista

Abril Vargas, N. (2003). *Información interpretativa en prensa*. Madrid: Síntesis.

Agejas, J. (2002). *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona: Editorial Ariel.

Andón, M. (2007). *Icónicas mediáticas: la imagen en televisión, cine y prensa*. México: Siglo XXI Editores.

Aprile, O. C. (2008). *La publicidad audiovisual: del blanco y negro a la web*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Balsebre, A. (1998). *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra.

Batanero Bernabeu, C. (1998). Recursos para la educación estadística en Internet. *Uno: Revista de didáctica de las matemáticas*. (15) Págs. 13-26.

Bermúdez Guerrero, O. (2003). *Cultura y ambiente: la educación ambiental, contexto y perspectivas*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, IDEA.

Biagi, S. (2009). *Impacto de los medios de comunicación*. (8a. ed.). México: Cengage Learning.

Camargo, L. y Samper C. (1998). Talleres para la enseñanza de algunos conceptos matemáticos en la Educación

Básica. En: *XIV Coloquio Distrital de Matemáticas y Estadística*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional, Universidad Nacional y Universidad Distrital.

Curtis, H. (2001). *Biología*. (6a. ed.) Buenos Aires: Editorial Médica Panamericana.

Díaz, O. (1964). La Pola. En: *Historia extensa de Colombia* (Vol. VI, tomo I, pp. 235-246). Bogotá: Ministerio de Educación Nacional.

Dickson, L. (1991). *El aprendizaje de las matemáticas*. Madrid: Editorial Labor.

Fernández Ruíz, B. et al. (2003). *Botánica*. Barcelona: Carroggio Ediciones.

Gelles, R. J. (2000). *Sociología: con aplicaciones en países de habla hispana*. (6ª ed.) México: McGraw-Hill.

Gili Gaya, S. (1980). *Curso superior de sintaxis española*. Barcelona: Ediciones Vox.

Godino, J. y Cañizares, M. (1897). *Azar y probabilidad. Fundamentos didácticos y propuestas curriculares*. Madrid: Síntesis.

Gómez, C. (abril, 2008). *Se habla farsi*. En: *Revista Arcadia*. No. 31.

Griffiths, A. et al. (2008). *Genética*. (9a. ed.) Madrid: McGraw-Hill.

Herrera González, J. y Flórez, I. (2006). La cartografía social. En: IDEP. (2007). *Memorias del VI congreso internacional de investigación en educación y pedagogía: desafíos contemporáneos*. Bogotá: IDEP.

Lodish, H. et al. (2002). *Biología celular y molecular*. (4a. ed.) Buenos Aires: Editorial Medica Panamericana.

Lomas, C. (1999). *Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras: teoría y práctica de la educación lingüística*. Barcelona: Paidós.

Martínez Solís, M. (1997). *Análisis del discurso: cohesión, coherencia y estructura semántica de los textos expositivos*. Cali: Editorial Universidad del Valle.

Ministerio de Educación Nacional y Cooperativa Editorial Magisterio. (1998). *Lineamientos Curriculares Lengua Castellana*. Bogotá: Editorial Magisterio.

Ministerio de Educación Nacional. (2006). *Estándares Básicos de Competencias en Lenguaje, Matemáticas, Ciencias y Ciudadanas*. Bogotá: Editorial Ministerio de Educación Nacional.

Mondragón Martínez, C. (2002). *Química I*. Bogotá: Santillana.

Parra, C. y Saiz, I. (Comp.) (1994). *Didáctica de matemáticas: aportes y reflexiones*. Buenos Aires; Barcelona: Editorial Paidós.

Rodríguez, S. et al. (2000). *Matemáticas 9*. Bogotá: Prentice Hall.

Tirado Mejía, Á. (1991). López Pumarejo: La revolución en marcha. En: *Nueva Historia de Colombia*. Tomo I. Bogotá: Planeta Colombiana Editorial.

Tovar Pinzón, H. (1987). La lenta ruptura con el pasado colonial. En Colmenares G. et al. *Historia económica de Colombia*. Bogotá: Siglo Veintiuno Editores.

### Recursos electrónicos e Internet

Archila, M. (2003). *Desafíos a los movimientos sociales y partidos políticos*. Recuperado de: [http://www.fecode.edu.co/descargas/enf/DesafiosalosMvtosSocialesypartidos\\_Mauricio%20Ar.pdf](http://www.fecode.edu.co/descargas/enf/DesafiosalosMvtosSocialesypartidos_Mauricio%20Ar.pdf)

Biblioteca Virtual Luis Ángel Arango. (s.f.) *Historia de los nuevos medios*. Recuperado de: <http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/periodismo/per80.htm>

DANE. (2005). *Resultados del censo general*. Recuperado de: [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=307&Itemid=124](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=307&Itemid=124).

Domenech, L. y Romeo, A. (2005). *Materiales de lengua y literatura*. Recuperado de: <http://www.materialesdelengua.org/>



Editorial El Tiempo. (2010). *Setenta personas afectadas dejó caída de puente peatonal en Betania, Antioquia*. Recuperado de: [http://ads.casaeditorialeltiempo.com/colombia/antioquia/setenta-personas-afectadas-dejo-caida-de-puente-peatonal-en-betania-antioquia\\_7709709-1](http://ads.casaeditorialeltiempo.com/colombia/antioquia/setenta-personas-afectadas-dejo-caida-de-puente-peatonal-en-betania-antioquia_7709709-1)

Editorial Revista Diners. (julio, 2010). *Todos al agua*. Revista Diners. Recuperado de: <http://www.revistadiners.com.co/nuevo/internaedicion.php?IDEdicion=38&idn=774&idm=2>

Kalmanovitz, S. (s.f.). *El desarrollo histórico del campo colombiano*. Recuperado de: <http://www.lablaa.org/blaa-virtual/historia/colhoy/colo9.htm>.

Ministerio de Educación Nacional. (2004). *La educación ambiental: hacia la transformación de la educación y sus proyecciones en la construcción de la sociedad*. Recuperado de: [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-81732\\_archivo.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-81732_archivo.pdf)

Organización Proyecto Aula. (s.f.). *Proyecto para la lengua española*. Recuperado de: [www.lenguayliteratura.org](http://www.lenguayliteratura.org)

Organización Reciclar en casa. (2009). *Reciclaje de residuos*. Recuperado de: <http://www.reciclarencasa.com.ar/comoclasificobasura.htm>

Palés Matos, L. (2010). *Danza negra*. Recuperado de: <http://www.ciudadseva.com/textos/poesia/ha/pales/danzan.htm>

Tirado, A. (1989). López Pumarejo: *La revolución en marcha*. En: Nueva Historia de Colombia. Tomo I. Bogotá: Planeta.