

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

**Tesis previa a la obtención del título de: LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN SOCIAL CON MENCIÓN EN PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL**

**TEMA:
PROPUESTA METODOLÓGICA EDUCOMUNICATIVA PARA LA LECTURA
CRÍTICA DE PROGRAMAS TELEVISIVOS DIRIGIDOS A JÓVENES DEL
PRIMERO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO SAN FRANCISCO DE
SALES DE QUITO**

**AUTOR :
ANDRÉS ALEJANDRO BALAREZO CORELLA**

**DIRECTOR:
JAIME PATRICIO TORRES MEDRANO**

Quito, febrero del 2014

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE GRADO**

Yo Andrés Alejandro Balarezo Corella autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, febrero de 2014

Andrés Alejandro Balarezo Corella
CC: 1718306374

DEDICATORIA

A compañera de vida, Carolina

A mi hijo, Antonio Alejandro

A mis padres, Mónica y Rafael

Y a mis queridos alumnos.

AGRADECIMIENTO

Yo Andrés Alejandro quiero agradecer a todos quienes estuvieron involucrados en todo este proceso sumamente enriquecedor y lleno de sueños. En primera instancia a la Universidad Politécnica Salesiana, al Dr. Jaime Torres por su confianza y sapiencia porque su conocimiento fue ese respaldo incondicional. Al cuerpo docente de la Universidad Politécnica Salesiana, quienes en cada clase fueron forjando aquel sentimiento hoy incansable de ser docente y dar todo por quienes son escuchan desde una silla en el aula.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I : | |
| UNA APROXIMACIÓN A LA TEORÍA DE LA | |
| COMUNICACIÓN | 9 |
| 1.La Comunicación..... | 9 |
| 1.1 Escuelas De Comunicación | 10 |
| 1.1.1 Escuela De Frankfurt | 10 |
| 1.1.2 Escuela De Chicago | 12 |
| 1.1.3 Escuela De Birmingham | 13 |
| 1.1.4 Escuela Latinoamericana..... | 15 |
| CAPÍTULO II: | |
| UN ACERCAMIENTO A LA EDUCOMUNICACIÓN Y A LOS MEDIOS | |
| AUDIOVISUALES | 19 |
| 1. La Educomunicación | 19 |
| 2. Los Medios De Comunicación | 21 |
| 3. Medios Audiovisuales | 22 |
| 4. La Educomunicación y Los Medios de Comunicación | 23 |
| 5. La Educación Y Los Medios Audiovisuales | 25 |
| CAPÍTULO III: | |
| HACIA UNA LECTURA CRÍTICA EN MEDIOS | |
| AUDIOVISUALES | 27 |
| CAPÍTULO IV: | |
| METODOLÓGICA HACIA UNA PROPUESTA DE LECTURA | |
| CRÍTICA | 30 |
| 1. La Propuesta | 31 |
| 2. Cuadro Guía | 34 |

| | |
|--|----|
| 3. Momentos importantes del taller | 37 |
| CONCLUSIONES | 39 |
| LISTA DE REFERENCIAS | 40 |
| ANEXOS | 42 |

RESUMEN

La importancia del presente trabajo es plantear una propuesta metodológica educomunicativa válida y contemporánea, en donde no solo se priorice las herramientas en el momento de hacer una lectura crítica, sino que se reflexione en volver al ser crítico, a ese ser que al consumir un discurso visual lo pueda decodificar y darle un valor analítico que hoy por hoy no se lo esta realizando.

Realizamos una visión, un acercamiento a varios conceptos de Comunicación que se manejan en un contexto contemporáneo y también se da una revisión puntual sobre las escuelas de comunicación que han generado importancia en la sociedad mundial.

Pasamos a tener una mirada a los conceptos de Educomunicación, ciencia que enfatiza la utilización de nuevos elementos tecnológicos para el aprendizaje, y que al ser los medios audiovisuales aquellas herramientas que proponemos una metodología de lectura crítica era importante revisar junto con ella conceptos que vinculen a la Educación con los medios de comunicación.

Y como el aporte importante se propone una herramienta metodológica aplicable a estudiantes para realizar una lectura crítica contextualizada de los programas de televisión y que se recomienda seguir cada paso para obtener un resultado efectivo.

ABSTRACT

The importance of this study is to present a valid, contemporary educommunicative methodological approach, where not only prioritize the tools at the time to critically read, but reflect on back to be critical, that being that by consuming a speech it can decode visual and give an analytical value that today would not be performed.

Realize a vision, an approach to various concepts of communication that are used in a contemporary context and also provides a timely review of the communication schools that have generated important in the global society.

We have a look at the concepts of Educommunication science that emphasizes the use of new technological elements for learning, and that being the audiovisual media tools that offer a critical reading methodology was important to check with her linking concepts Education for the media.

And the important contribution an applicable methodological tool aims students to read critically contextualized television programs and is recommended to follow each step to obtain an effective result.

INTRODUCCIÓN

A manera de antecedente:

Desde 1970 se ha aplicado la lectura crítica a los medios audiovisuales como: la televisión, el cine. Hoy en día, los cambios tecnológicos de la información y de la comunicación, plantean la necesidad de repensar actitudes respecto a esos medios y también hacia las formas de enseñar a ver sus contenidos.

Las nuevas tecnologías han contribuido al nacimiento de una nueva sociedad en la que los medios tradicionales se han transformado y el sistema de recibir y enviar información ha evolucionado. Un ejemplo claro es la web 2.0 con las redes sociales. Hoy es posible que en cuestión de segundos estemos informados de los acontecimientos no solo locales sino mundiales y desde diversas aristas de pensamiento, esta velocidad en la recepción de mensajes han contribuido también a que los usuarios sufran una saturación de información volviéndolos meros receptores. Según Sartori esto ocurre porque existe tanta información que se consume y ya no se procesa sino que tan solo el ser humano la consume.

En esta sociedad de la información, las tecnologías se han convertido como los transmisores de verdades y no se los ubica realmente como herramientas para la transmisión de información. Esta gran revolución ha tomado varios frentes como: laptops, smartphones, tablets, televisiones portátiles, etcétera. Actualmente, estos instrumentos de comunicación mediática han hecho que las personas pierdan el sentido de análisis y pasan a ser meros consumidores de información ayudados por la tecnología que en sus diversos formatos transmite información cada vez más rápido y accediendo a más personas a la vez.

Pero sin embargo todos ellos caen en lo que Giovanni Sartori habla en su libro *Homo Videns*, la consecuencia del video-vivir que es la consecuencia transformadora radical para el ser humano que se modificó de un homo Sapiens a un homo Videns dado que la imagen sustituyó a la palabra. (Sartori, 1997).

Si revisamos brevemente los antecedentes de los medios audiovisuales de comunicación encontramos que el cine, por ejemplo nace de la fotografía en movimiento en París en 1895 bajo el concepto del cinematógrafo, que tenía gran popularidad para la época. A pesar de que los primeros contenidos eran catalogados

como de mal gusto y muy poco nivel intelectual rápidamente el Cine fue ganando un espacio a tal magnitud que se convertiría en años mas tarde en una gran industria que mueve grandes cantidades de dinero.

Ya en los 1920 y 1930 la tecnología electrónica de la televisión se desarrolló en el país del norte. Este último avance de la ciencia le permitió al presidente Roosevelt emitir el primer discurso televisado. Ya para 1948 había unas setenta emisoras en funcionamientos y varios millones de receptores.

Posteriormente el salto de la televisión blanco y negro al color, las transmisiones vía satélite, la televisión por cable, etcétera se juntan con lo que es llamado “la era de las comunicaciones” puesto que ahora la televisión no solo es un aparato del hogar sino un complemento inteligente que nos permite incluso hacer video llamadas.

La televisión en el Ecuador nace en 1960 con el nacimiento de la “Primera Televisión Ecuatoriana” denominada de esa manera puesto que no tenía competencia alguna, con su sede en Guayaquil con canal 4 que corresponde a Red Telesistema (hoy RTS). Sus primeras transmisiones se realizaron el 12 de diciembre de 1960 por lo que en esa fecha se celebra el día de la Televisión Ecuatoriana, años más tarde Teleamazonas lograba tener la primera transmisión en color para el país logrando así ya la primera red de color en Ecuador. (Ruiz, 1982)

La industria televisiva en el Ecuador nace con un concepto anglo en donde el estado es el dueño de las frecuencias y es quien puede conceder los derechos de transmisión. Hoy por hoy la televisión es el medio más visto por los ecuatorianos, cubre todo el territorio nacional e incluso ya tiene frecuencias con salida a países de primer mundo como EEUU y España.

La Internet también entra en estos nuevos procesos discursivos audiovisuales, puesto que es la mayor tecnología desarrollada en los últimos 60 años al usar una tecnología multimedial, es decir que se pueden emitir sin ningún problema: audio, texto, video. Esta tecnología tiene su nacimiento en la milicia por 1969 cuando la agencia de proyectos de investigación avanzada del departamento de defensa de los Estados Unidos ejecuta el proyecto ARPANET. Una mega red de datos para unir supercomputadoras. Esta comunicación se diferenciaba a las anteriores por su

capacidad de enviar información por paquetes y cada uno de estos con su propia identidad.

En 1983 nace ya la Internet como red de interconexión entre ARPANET y otros servidores todas ellas con protocolos IP. Otras entidades de gobierno ya en 1992 comenzaron a crear sus propias redes creando de este modo la gran red.

Para 1996 los usuarios conectados a la red Internet son 50.000 millones de personas en el mundo y para el año 2014 se estima que mas de 200.000 millones más se integren a la red. (Joyanes, 1998)

Es por esta razón y gracias a la evolución que el mundo de la tecnología de la información ha tenido y que se construye a gran velocidad, se hace necesario y primordial que se haga una renovación de las formas de ver y criticar a los medios audiovisuales y lo más importante que se apliquen al entorno en el que vivimos.

Todos los sistemas de comunicación antes mencionados como: la televisión, el internet y demás entran en las dinámicas del video-vivir, pues son instrumentos que permite elaborar varias tareas a la vez: transmite imágenes, texto, sonidos, crea espacio para la discusión y sociabilización entre usuarios. Sin embargo, existen varios peligros: uno, que la persona llegue a Internet ya como *homo videns*; otro, que la enorme oferta haga estallar la demanda y la sature. En definitiva, las posibilidades de Internet son infinitas, y serán positivas en tanto en cuanto sea usado como herramienta práctica o educativa; como entretenimiento, sin embargo, puede dar lugar a una gran pérdida de tiempo dentro del espacio virtual.

Así entonces la influencia de los medios de comunicación en la sociedad sea positiva o negativa sobre nuestra sociedad produce una auténtica transformación del individuo. Si hablamos de la TV en particular, nos encontramos que sus discursos no son necesariamente reproducciones de la realidad, ni tampoco el reflejo o el espejo de la misma. Por el contrario, ofrecen construcciones cuidadosamente realizadas que han sido sometidas a numerosas pruebas y decisiones. La televisión influye, por ejemplo en cada una de las personas por medio de la información, proporcionando noticias del acontecer mundial, esto influye en el espectador y lo condiciona en el momento en el que deba emitir una opinión.

El análisis y el estudio crítico de los medios de comunicación masiva siempre ha sido un tema que se ha abordado en las últimas tres décadas, sus diversos componentes los cuales están integrados en el proceso de comunicación, a más de una variedad de diagnósticos y reflexiones que también han sido emitidas como denuncia en los sistemas de comunicación social, han hecho que se deje de lado una lectura crítica del medio. La sociedad no puede ignorar el problema cultural que se genera ni ignorar sus consecuencias inhibiéndose en la búsqueda de soluciones.

Las TICs (Tecnologías de la Información y de la Comunicación) son aquellas tecnologías necesarias para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información. Estas Tic's ha modificado las reglas de la comunicación entre los seres humanos, las grandes industrias de contenidos audiovisuales son los que ejercen un control sobre la opinión pública, la creencia y construcción de valores y de mas sistemas propios de cada individuo. La televisión como medio se ha transformado para mucho en el único sustento intelectual ofreciendo discursos fragmentados donde no se sabe a ciencia cierta se evita que el espectador genere su propio juicio.

La televisión económicamente activa se desarrolló desde vísperas de la Segunda Guerra Mundial dentro de una sociedad capitalista como lo son los Estados Unidos de Norte América como una actividad privada y comercial financiada por la publicidad priorizando las ventas antes que los contenidos de programación. A partir de ese momento, la televisión es una herramienta de consumo y de control de masas marcando estereotipos, tendencias, etcétera.

Entonces se da por sentado que las imágenes (y los discursos que ellas emiten) deben ser vistas sin más y la fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace de ésta que sea creída por si sola. Esta eficacia convierte a la imagen, de ser mentira, en más peligrosa, ayudado también por nuestra débil legibilidad del entorno como lo decía Prieto Castillo (Prieto, 2000)

Natalia Bernabeu Morón, Licenciada en Ciencias de la Información ha trabajado en los mensajes televisivos y afirma que: dichos mensajes utilizan una serie de

mecanismos que buscan despertar las más variadas emociones en el receptor y conseguir adormecer su sentido crítico.

La televisión al convertirse en aquella gran pantalla en donde ocurre una metamorfosis que revierte en la naturaleza misma del hombre, transformándolo a ser un nuevo tipo de ser humano, un hombre visual que partirá de que los niños de hoy en día antes de aprender a leer y a escribir aprendieron a ver televisión. (Sartori, p.36, 1997).

Evidentemente es prioritario y necesario regresar a aquel hombre que no solo ve, sino que también piensa, a ese ser crítico que no solo es un receptor de información sino que pasa a ser un perceptor quien ya es el destinatario de la información, que lo puede decodificar y volverlo a codificar generando con ello un intercambio de mensajes.

Estos mensajes que se encasillan dentro del lenguaje icónico (de lo visual) abarcando desde esquemas, mapas y formas completamente sofisticadas de la imagen haciendo de esta un nuevo lenguaje al conjugarlas en secuencia, dando como resultados discursos codificados tanto en cine como para televisión. (Prieto, 2000)

Todos estos parámetros evidenciados en los párrafos anteriores nos hacen reflexionar sobre el nuevo paradigma tecnológico social que involucran los procesos de comunicación actuales. Y una de esas reflexiones nos remite a Daniel Prieto Castillo cuando nos habla en su libro *Análisis de Mensajes*, a cerca de como técnicamente se puede llegar a un análisis de los distintos tipos de mensajes. Y llegar a una capacidad de interpretar críticamente los diversos discursos a través de los medios de difusión colectiva.

Consideremos también que dentro de esta perspectiva de Comunicación el uso de las TIC's es clave, ya que con ellas podemos entender "el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión, a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento, como las Matemáticas, la Ciencia y la Geografía" (Kaplun, 1992)

Enrique Martínez y Salanova Sánchez catedráticos en Educomunicación, han realizado estudios acerca de la Educación para la lectura crítica de la televisión. Pero su trabajo no ha sido socializado. Han puesto de manifiesto que *“Los medios de comunicación y en concreto la televisión no deben convertirse, como la energía nuclear, en un peligro público. Para ello la sociedad en general y el sistema educativo en particular, deben tomar la responsabilidad tecnológica necesaria que permita convertir a los medios de comunicación, de instrumentos ajenos y en algunos casos peligrosos para la humanidad, en indispensables mediadores entre la sociedad y el ciudadano.”* (Martínez, 1999). (Martínez E. , 1999) (Martínez E. , 1999) (Martínez E. , 1999) (Martínez E. , 1999) (Martínez E. , 1999) (Martínez J. T., 1995) (Martínez J. T., 1995) (Martínez J. T., 1995) (Martínez J. T., 1995) (Martínez J. T., 1995)

Conviene definir que si en una sociedad en donde tanto la familia como la educación se encuentran en crisis, todos nos encontramos sobre expuestos a una saturación de discursos audiovisuales y entender que los medios de comunicación no son el problema puesto son tan solo meras herramientas de transmisión y esto no implica que sean buenos o malos, la verdadera problemática está basada en los contenidos que en la televisión se muestran. El “homo videns” sólo podría resurgir como una persona si a la dimensión cognoscitiva se le agrega la dimensión ética-formativa. (Sartori, 1997)

Justificación

Los medios audiovisuales: la televisión, el cine, la internet entre otros, están presentes a todo nivel en la sociedad actual y son referentes en la memoria visual que las personas tienen, independientemente de su condición social, económica o religiosa.

Los medios audiovisuales al ser parte fundamental de la vida cotidiana hacen necesario que se genere una discusión y debate, debido a que los discursos audiovisuales han evolucionado y existen ya nuevas dinámicas desde los medios de comunicación.

Es importante desarrollar una metodología que permita la lectura crítica de imágenes. El saber que los discursos audiovisuales han cambiado tanto en la forma como en su contenido hace que me interese sobre el tema.

En la praxis, los actores en el uso de la metodología para realizar una correcta lectura crítica de medios audiovisuales se encuentran: en los docentes, instructores, y alumnos que usan a los medios audiovisuales como herramientas principales para la formación y dejar de lado la idea que los mismos medios son los más grandes oponentes en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El poder discutir, analizar y criticar son parte de la formación constante que con las nuevas tecnologías que se ha ido dejando de lado, víctima de optimización de procesos y haciendo que se pase de una comunicación crítica en el ser pase a solo ser un mero consumo de imágenes.

La Educomunicación, busca generar un espacio de reflexión que es muy importante para la constante autoformación de los jóvenes, porque al estar en un mundo donde la información tiene diferentes fuentes, se hace vital y necesario que los estudiantes sepan que tipo de información abstraer y que tipo de información desechar, así esta se trate de mera información de entretenimiento.

La Educomunicación ofrece los instrumentos necesarios para leer e interpretar mensajes audiovisuales. Sin embargo, las instituciones educativas no han promovido la utilización renovadora de los medios audiovisuales y tampoco el análisis de contenidos; es justamente en ese campo de acción donde la lectura crítica es fundamental.

Desde mi experiencia como docente también resulta motivante el poder trabajar sobre este tema, puesto que he evidenciado que al vivir en mundo lleno de imágenes el permitirnos tener una forma o una modalidad de crítica hará que podamos exigir a la sociedad mejores y más variados contenidos.

CAPÍTULO I

UNA APROXIMACIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

1. La Comunicación

Al hablar de Comunicación se podrá fácilmente extraer una amplia lista de definiciones, fácilmente se podría afirmar que existe una definición por cada autor que ha trabajado en Comunicación. En este sentido propongo varias definiciones enmarcadas dentro del contexto del presente ejercicio metodológico.

Considero que la Comunicación humana es un proceso social e interpersonal, lleno de textos, discursos, mensajes o voces que intercambian significados entre sí. Que el hecho de expresarse siempre implicará un medio, que se vaya constituyendo por códigos, por lenguajes pero no visto como una manera de auto expresión, sino más bien como la interconexión significativa que nos permitirá entablar un diálogo y ese intercambio de expresiones.

Comunicar es un acto entre actores sociales que prioricen los mensajes para que les permitan tener una interrelación social, como lo afirma el autor John Fiske quien propone que la Comunicación es un fenómeno social que va mucho más allá del solo hecho de la construcción del mensaje (Fiske, 1984)

Alberto Pereira conceptualiza a la comunicación como:

...un hecho social omnipresente y permanente, producto del trabajo y producción humanos y, también, como el medio que permite el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos; de modo que quienes participan de ella se encuentren en competencia de evocar sentidos o conceptos similares; vale decir, que la comunicación hay que asumirla como una praxis colectiva que se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas, tales como el lenguaje verbal, el arte, los mitos, fórmulas, etcétera., o mediante sistemas de signos como la concepción del tiempo y del espacio, la gestualidad, la vestimenta, las ceremonias, los objetos, los colores, etc.; cuya importancia radica en la producción, intercambio y percepción de realidades cotidianas, estéticas, científicas, mitológicas, y otras. (Pereira, 1999)

La Comunicación, constituye en la actualidad una categoría poli semántica, al no ser su estudio solo dedicado a una ciencia en particular sino de varias. El enfoque multidisciplinario de la comunicación presupone una interpretación teórica de ella que condiciona su definición conceptual. En la misma medida en que existan diferentes concepciones epistemológicas, aparecerán varios conceptos sobre ella.

Para María del Socorro Fonseca (2000), Comunicar es *"llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes"*

Z. M. Zorín, en Psicología de la Personalidad. (2012) *"Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistema de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano"*.

La concepción amplia o genérica concibe la comunicación como una categoría común al hombre y a los animales, a las ciencias sociales, biológicas y físicas. O sea, la comunicación no sólo ocurre entre las personas, sino entre los animales, e incluso entre los fenómenos físicos cuando se produce intercambio de energía. (Lomov, 1983).

Es así como la comunicación es un reflejo de la cultura de las personas y eso la convierte en la base fundamental del proceso de comunicación de las mismas y que el funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

1.1 Escuelas De Comunicación

Una vez que se ha revisado varios conceptos y varios autores de lo que es Comunicación, es necesario también fundamentar las Escuelas de Comunicación.

1.1.1 Escuela De Frankfurt: Se la conoce de esta manera gracias a un grupo de investigadores que se adherían a las teorías de Hegel, Marx y Freud y cuyo centro estaba constituido en el Instituto de Investigación Social, inaugurado en 1923 en Fráncfort del Meno. También se les considera representantes de la teoría crítica que allí se fundó. Es una escuela filosófica y sociológica alemana, conocida también

como Teoría Crítica. Los medios de comunicación, centraron su atención en los procesos de alienación en general que generaba el sistema moderno y el capitalista en particular.

Aparecen nuevas formas de pensar la vida, pensado siempre desde lo urbano y que se es más utilitarista, más racional, más mecánico. El ideal del campo es reemplazado por la ciudad, su movimiento y todo lo que la sociedad urbana encierra y significa: el consumo, la vida sin ataduras, el anonimato, la influencia de la Economía, el producir y producir, el obtener ganancias no importa como, etc. Los teóricos de la Escuela de Frankfurt se ven afectados por una profunda nostalgia de un pasado reciente a punto de desaparecer.

Sus procesos de liberación consistían, entre otras cosas, en hacer dominantes los propósitos educativos de los medios de comunicación de masas para llevar la alta cultura a toda la población.

En su versión más vulgar, aconsejaban socializar los medios de comunicación (en su mayoría en manos privadas) para llevar conciencia revolucionaria y mensajes liberadores a las masas.

Los teóricos de esta escuela son: Max Adorno y Theodor Horkheimer quienes influyeron de manera determinante en las juventudes de los años 50 y 60 en toda Europa, principalmente en Italia y Francia. Llevaron a grandes masas de estudiantes a luchar por sus derechos y por los derechos de los que sentían cercanos como las clases humildes y trabajadoras. En Francia una de las mayores influencias la ejerció el teórico recio Herbert Marcuse por medio de su libro: "El hombre unidimensional". Gran parte de las ideas que alimentaron el famoso movimiento de mayo de 1968 en París y en toda Francia, se debió a las ideas de Marcuse. Estas ideas llegarían en 1969 y desencadenarían movimientos en Estados Unidos y en California a principios de la década de los 1970.

En los autores más representativos podemos citar a :

- Max Horkheimer
- Theodor Adorno
- Walter Benjamin
- Herbert Marcuse

- Jurgen Habermas

En cuanto a conceptos la Escuela de Frankfurt y la Teoría Crítica sus principios son que el Capitalismo es el padre de todos los males. Instauro una nueva forma de pensar que rompe con la tradición, las costumbres, la vida pasada. Impone un nuevo modo de producción a la cultura: lo serializado, lo masivo, lo despersonalizado. Seduce con imágenes falsas y atrayentes. Todo lo vuelve hacia un producto mercantil. Se piensa en el cambiar el comportamiento humano.

No todos los teóricos de la Escuela de Frankfurt coinciden en todas propuestas y críticas, pero en general se piensa que una sociedad industrializada, cuando se deja llevar en la vida cotidiana y en la cultura por las formas de producción propias de las fabricas y la industria, esta prácticamente condenada a la miseria. Es decir la sociedad estaría condenada a su desaparición si adoptase las formas de producción en serie de objetos, el utilitarismo y la "racionalidad técnica".

1.1.2 Escuela De Chicago: Conocida así por ser la ciudad norteamericana, en cuya universidad con el mismo nombre empezaron los primeros estudios sociológicos de consumo de medios, por parte de sociólogos funcionalistas (los ya mencionados Merton, Lazarsfeld y Laswell).

La Escuela de Chicago se refiere al primer corpus principal de trabajos que emergieron en los años 1920 y 1930 especializados en sociología urbana, y la investigación hacia el entorno urbano combinando la teoría y el estudio de campo etnográfico en Chicago, aplicado ahora en muchas otras partes. Aunque recogía el trabajo de académicos de varias universidades de Chicago, el término se usa frecuentemente para referirse al departamento de sociología de la Universidad de Chicago, uno de los más antiguos y prestigiosos, al que está adscrita la revista *American Journal of Sociology*, publicada desde 1895.

De alguna manera esta escuela se preocupó en los estudios de los receptores, pero en el aspecto económico, y después tecnológico, y no en el cultural, como más tarde lo

harán los estudios culturales. Tienen el mérito de haber señalado los aspectos receptores como claves del circuito social y mediático. Umberto Eco le llamó a esta escuela los “integrados”. La fascinación por los medios audiovisuales (en particular la televisión, cuya cuna es EEUU) dominó sus reflexiones y estudios empíricos.

La aparición de una nueva configuración colectiva en la que se conjugaban elementos económicos, políticos y sociales llevó desde un inicio a diversos académicos a la búsqueda de una conceptualización acorde con esta realidad: la ciudad occidental se convirtió entonces en un escenario de investigación idóneo para observar la naturaleza de unas relaciones que parecían marcar el modelo de intercambio que predominaría en la sociedad industrial y post-industrial.

Es una escuela que entre otras áreas, se ocupa de darle un nuevo aire a la Antropología, desplazándola de las áreas rurales o apartadas de la "civilización" para llevarla a la ciudad, lugar en principio, extraño para desarrollar un trabajo de etnográfico.

Entre sus autores tenemos:

George Simmel, que estudió en Alemania, en ciudades como Berlín a finales del siglo XIX. Se dan las bases para los estudios sobre la sociedad urbana.

Robert E. Park. periodista de Chicago de los años 1920, inició y desarrollo de los estudios sobre la vida en las grandes ciudades. Es el periodista más destacado en todas las escuelas sobre Comunicación.

Kevin Lynch: Desarrolló estudios sobre otras grandes ciudades de los Estados Unidos. Sistematizó la observación de la ciudad y crea nuevas y precisas categorías para observar la ciudad y sus individuos sobre todo a la forma de los espacios urbanos.

Ulf Hannerz: Estrechamente ligado a la Universidad de Chicago y a los estudios sobre Antropología urbana. También interesado en el periodismo y sus relaciones con la Etnografía en contextos urbanos.

Armando Silva: Investigador colombiano, quien ha desarrollado sus estudios a partir de los teóricos ya citados. Sus trabajos han observado a Bogotá y Sao pablo.

1.1.3 Escuela De Birmingham: De procedencia marxista, pero no como la de Frankfurt, mas bien centrada en la cultura de las clase obrera. Sus teóricos desde Raymond Williams hasta Stuart Hall, se preocuparon siempre por aspectos culturales dentro de sentidos emancipadores, desde abajo, propios del paradigma marxista.

Se institucionalizó en los años 60, aunque este grupo y sus obras comenzaron en la década del 50. El mismo se formó en torno al Center for Contemporary Cultural Studies de Birmingham, Inglaterra y se fundó en el año 1964 de la mano de Richard Hoggart.

Su impacto se hizo muy fuerte en las ex-colonias británicas sobre todo en la India (Subaltern Studies), desde donde influyó sobre latinoamericano/as estudiando o impartiendo clases en los EEUU (Grupos de Estudios Subalternos Latinoamericanos).

La Escuela de Birmingham aspira a comprender y explicar la articulación entre clase social y práctica cultural con una mirada que trasciende lo socioeconómico. A pesar de que el grupo y sus obras son de los años cincuenta, recién se institucionaliza aproximadamente diez años más tarde, en el Centro Contemporáneo de Estudios de la Cultura en Birmingham, Inglaterra, fundado en 1964 por Richard Hoggart. Entre los padres fundadores, además de Hoggart, se encuentran Stuart Hall, Edward Thompson y Williams Raymond, todos provenientes de las clases más bajas de la sociedad.

Dentro de sus autores más representativos tenemos a:

Edward Thompson, quien afirma que las clases no son categorías estables, sino el resultado de los procesos económicos, y también de los culturales, e históricos.

Richard Hoggart ofrece una lectura de los valores y significados dentro de los esquemas de las clases trabajadoras. A pesar de que al principio, por tener su propio universo simbólico y mediar a través de este, la cultura obrera puede ofrecer algún tipo de resistencia frente a los medios de comunicación de masas (representados por la TV), esa resistencia se va desintegrando, y termina desfigurándose en una cultura sin rostro.

Hall Stuart presta especial atención a las redes discursivas, con una mirada

abarcadora sobre la interpretación. Los cambios tecnológicos implican cambios en los modos de estructuración y recepción de los mensajes. Habla de *receptor activo*, que re significa desde lo que vive y atraviesa. Esto da origen a desfases entre lo que se emite y lo que se interpreta. (Stuart, 1980)

1.1.4 Escuela Latinoamericana: Con este nombre de "Escuela Latinoamericana" se conoce a la serie de estudios que se han hecho sobre cultura y comunicación en América Latina. Es una escuela sin sede específica, pero su punto en común son las delimitaciones geográficas y las condiciones sociales y económicas de las naciones y pueblos de América Latina que contextualizan ciertas problemáticas comunes. Empezó su gran fuerza conceptual a partir de los años 60 y se mantiene hasta la actualidad.

Las teorías latinoamericanas son una respuesta académica que corresponde a la realidad social, económica y política, de nuestros países, bajo la idea de emancipación se desarrollaron en torno a la cultura y comunicación. La escuela latinoamericana “contrario a lo que sucedería en Europa y Estados Unidos en donde la teoría de la comunicación se desarrolla a partir de la investigación científica y aportes como la psicología, la sociología y otras disciplinas, en Latinoamérica esta viene de la mano del desarrollo del periodismo y posteriormente el influjo y aporte de las teorías de la comunicación social aportados por la Iglesia Católica y en el caso específico por la Teología de la Liberación y por la Escuela de Frankfurt.

Hay varios conceptos sobre los que trabaja la escuela latinoamericana, por ejemplo, la comunicación popular que “trata de estimular que el pueblo haga oír su voz defendiendo sus derechos aun a través de medios alternativos, sobre todo cuando los medios de masa están en manos de élites o de personas y grupos, que sólo buscan su interés. América Latina ha sido pionera en esto”. (Terreno, 2006)

Sus expositores más representativos son: Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Renato Ortiz, quienes tienen sus estudios independientes y al margen de los Estudios Culturales y del postmodernismo. Se sienten fuera de la tradición que fundaron en América Latina sobre estudios de comunicación Armand Matellart y Michelle Matterlart. Se interesan por los receptores a quienes conjugan en procesos

híbridos (García Canclini) con los consumidores globalizados o con racionalidades propias de cartografías urbanas de actores sociales subalternos; jóvenes, mujeres, marginales, narcos, músicos, televidentes. (Barbero) o el impacto de la globalización en las identidades nacionales (Ortiz).

a) Los Autores que podemos destacar:

Nestor Garcia Canclini. Argentina y Mexico: La Plata, 1939. Estudió letras y se doctoró en 1975 en la Universidad Nacional de La Plata y, tres años después, con una beca otorgada por el Conicet, se doctora en la Universidad de París.

Ejerció la docencia en la Universidad de La Plata (1966-1975) y en la Universidad de Buenos Aires (1974-1975). Desde 1990, profesor e investigador de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Jesús Martin Barbero: De origen español, radicado en Colombia sus estudios observan a la cultura mexicana y colombiana desde una óptica mas amplia. Estudios sobre el papel de los estudios de la comunicación sobre la cultura, y los medios de comunicación.

Guillermo Orozco: mexicano ha sido coordinador del grupo de trabajo sobre estudios de la recepción de ALAIC y catedrático UNESCO en Barcelona y Bogotá. Autor de numerosos trabajos sobre comunicación y medios, ha centrado su línea de pensamiento e investigación en los estudios de la recepción y la alfabetización audiovisual.

Ha publicado entre otros libros: Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo (1996), La investigación en comunicación dentro y fuera de América Latina (1997), Televisión, audiencias y educación (2001), Recepción y mediaciones, coord. (2002)

Guillermo Orozco defiende una interacción audiencias-televisión-educación. Trabaja con la audiencia, explora sus procesos de ver la televisión, las múltiples mediaciones de que son objeto y las diversas dimensiones televisivas involucradas.

No sólo se trata de una persona habla y el resto escucha si no de crear espacios televisivos en los que se interactúe y de esta forma enriquecer el proceso y adquirir conocimiento.

Analiza la idea de “Dime qué canal ves y te diré qué es lo que te gusta, y por tanto,

desde donde escuchas, miras y sientes”

Daniel Prieto: argentino, estudió filosofía Universidad Nacional de Cuyo, en Mendoza, donde se licenció en 1968. Doctor en Estudios Latinoamericanos por la UNAM (México, 1980). Profesor en materias de educación y comunicación de la Universidad Nacional de Cuyo. Secretario Académico de la Universidad Nacional de Cuy y director de la carrera de postgrado de Especialización en Docencia Universitaria desde 1995.

Esta considerado entre los mayores expertos en América Latina de comunicación y educación y comunicación para el desarrollo.

Daniel Prieto Castillo expresa "Un comunicador tiene mucho que hacer en el seno de los procesos culturales latinoamericanos. Puede colaborar en la recuperación de la memoria histórica de una comunidad, en el fortalecimiento de las organizaciones, en el desarrollo de las formas de expresión que se integren a las relaciones cotidianas, en el trabajo de lectura crítica de mensajes."

Entre los conceptos que trabaja la escuela Latinoamericana está:

b) Imperialismo cultural

En la Escuela Latinoamericana se hablará de imperialismo cultural cuando el poder ejercido por aquellas naciones que pueden imponer su cultura sobre la cultura de otras naciones. Este poder ya no se ejerce de manera física, política o militar. Ya no es necesario invadir los territorios con tropas ni hacer presencia física; basta con hacer llegar mensajes de la cultura dominante sobre la cultura dependiente. La manera como se hace llegar este mensaje es a través de los medios de comunicación.

Las naciones poderosas económica y políticamente, son la que más producen culturalmente: revistas, películas, programas de televisión, producción discográfica, etcétera, además tienen la posibilidad de hacer llegar estos productos más allá de sus fronteras gracias al uso de canales de televisión, transmisiones satelitales, agencias de distribución, estaciones de radio.

El efecto inmediato de estas producciones colocadas por fuera de las fronteras es un "imperialismo cultural". Esto es criticable desde las naciones receptoras de estos mensajes ya que se toman los mensajes venidos de afuera como "estereotipos",

ideales a seguir, ideales a consumir, reemplazando el consumo de cuestiones locales o nacionales por producciones extranjeras. Así se debilita la cultura nacional y se fortalece la extranjera, haciendo cada vez más poderosa, más grande y más rentable y haciendo a los países receptores cada vez más dependientes.

El problema se incrementa por varios factores. Por ejemplo cuando las naciones oprimidas por el mensaje extranjero adoptan dentro de sus propios medios de comunicación las estéticas, los estereotipos extranjeros. El ciudadano local pensando que esta consumiendo o abordando la cultura local, realmente esta consumiendo "cultura" extranjera, producida localmente.

Por otra parte y como lo dirían los teóricos de la escuela de Frankfort, los individuos no se dan cuenta de que están siendo conquistados por la cultura foránea, no se dan cuenta que sus gustos e ideales se han desplazado a otra cultura y que ya no apoyan o valoran la local. Es decir, han perdido capacidad crítica, están felices bajo el dominio cultural extranjero.

En dicho contexto la Escuela Latinoamericana centrará su pensamiento en situar a América Latina en un nuevo modo de desarrollo integrado que combine el crecimiento económico con el desarrollo social y propicie la equidad.

CAPÍTULO II

UN ACERCAMIENTO A LA EDUCOMUNICACIÓN Y A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

1. La Educomunicación

Históricamente al hablar de la Comunicación y de la Educación se pensaba como especialidades independientes y se las estudiaba de la misma manera, pero no son procesos desligados, más bien son áreas integradas. Autores como: Jesús Martín Barbero, Ismar de Oliveira entre otros, han expuesto que: no se las debe individualizar sino más bien tratarlas de manera conjunta.

Para conceptualizar a la Educomunicación podemos partir del concepto de Ismar de Oliveira quien se ha convertido en uno de los pioneros más representativos en la rama, y que afirma que: “la Educación para la comunicación se la debe ver como el conjunto de procesos que abarcan los distintos campos de interrelación pedagógica entre comunicación social y educación” (Charles & Orozco, 1998)

La Educación también puede definirse: como una educación *con, para, en* la Comunicación (Mata, 2000);

- Educación con la Comunicación que consiste en educarse aprendiendo a leer de forma crítica los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. Usando los mismo medios para su análisis.
- Educación para la Comunicación por que el objetivo es establecer una relación entre el emisor y el receptor para alcanzar un aprendizaje colaborativo y efectivo.
- Educación en la Comunicación entendida como un aspecto de la tecnología educativa usando a los medios de comunicación en el proceso de enseñanza – aprendizaje.

De esta manera a la Educomunicación se debe plantear como un saber interdisciplinario, que se basa en sus propias metas y sus propios objetivos.

Mario Kaplún al hablar de Educomunicación, afirma que: *al comunicar se aprende, ya que emisores y receptores, tanto en los procesos educativos como en los comunicativos,*

aprenden unos de otros, pues el lenguaje es el instrumento del pensamiento a partir del cual no solamente podemos comunicarnos, sino también pensar. (Kaplún, 1992)

Lo que nos queda claro, entonces es que el hecho educativo es, esencialmente, un hecho comunicativo. Hoy en día hablar de comunicación y de educación como de procesos diferentes no se puede catalogar como una verdad, puesto que estas dos dinámicas son complementarias y primordiales en la construcción del conocimiento, además los procesos de comunicación son componentes pedagógicos del aprendizaje.

María Paula Naranjo, en un plano mucho más general se refiere a la Educomunicación como: estos procesos formativos que se interrelaciona pedagógicamente entre la educación y la comunicación social agregando que la Educomunicación forma personas críticas y activas frente a los diversos procesos de comunicación en que están inmersas los sujetos. La Educomunicación como tal, es una nueva forma de entender al ser humano, pues lo convierte en un ser en comunicación que democratiza las acciones comunicacionales. (Naranjo & Tapia, 2000)

Y al querer definir más sintéticamente a la Educomunicación, tratando de captar los rasgos esenciales del dicho saber y de la práctica podemos remitirnos a lo que Leonardo Ogaz (2008), dice en su libro “Los Medios de Comunicación una aproximación Sociológica”.

...La Educomunicación sería una teoría crítica de los medios de comunicación y la práctica social de la interrelación entre educación y comunicación para lectura comprensiva, el develamiento, la decodificación, el reciframiento de la cultura, los productos, concepciones, relaciones y sentidos que emanan de los medios de información masiva; además de la utilización inteligente y liberadora de estos medios en la educación formal e informal.

La Educomunicación también se la ha alineado mucho con los medios masivos de comunicación y a las nuevas tecnologías de la información, puesto que es una disciplina que integra la enseñanza con la ayuda de los medios de comunicación dentro del circuito académico.

La Educomunicación no está en contra del consumo mediático de los medios de comunicación más bien reconoce su presencia y aclara la gran influencia que tienen en la cotidianidad de las personas, pero además la presencia de estos también

pretende ingresar en los circuitos de la educación, incluso siendo el objeto de estudio ellos mismos y analizando sus efectos dentro de la sociedad.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación ya han creado esta comunicación universalizada, un proceso que se podría llamar fácilmente de la globalización de la información, en las que las distancias se han roto y en donde las sociedades ya se las ve, se las analiza y se las identifica de una manera completamente diferente a las antiguas.

Estas nuevas tecnologías también forman parte de las herramientas de la Educomunicación, constituyéndose en herramientas formadoras de los nuevos dispositivos de educación y logrando que estas nuevas conceptualizaciones sean cada vez más cercanas a un número en aumento constante de estudiantes.

Es así, como lo argumenta Villamizar, los medios de comunicación masiva son el vehículo más importante de la información con la que contamos hoy en día, y que estos pasan a ser los ejes principales en los factores de sociabilización y por añadidura pasan a ser un instrumento de la educación. (Villamizar, 1997)

La Educomunicación, que por su naturaleza interrelacional, “se estructura de modo procesal, mediático, transdisciplinar e interdiscursivo”, es vivenciada por sus actores a través de áreas concretas de intervención social, que pueden constituirse en vertientes, de acuerdo con Ismar de Oliveira Soares. (Soares, 2002)

2. Los Medios De Comunicación

La sociedad audiovisual se define como un universo en el que los medios con sus nuevos lenguajes, construyen de forma vertiginosa y distinta la realidad, de forma que el conocimiento lingüístico y cultural va dando paso a la ciber-cultura y al interaccionismo simbólico.

El reto de la sociedad audiovisual no es otro que integrar los medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo y sus poderosas armas para recrearlo y «construirlo».

Los medios de comunicación son aquellos elementos, herramientas o instrumentos que de una manera masificadora se puede informar y comunicar diversos tipos de mensajes sobre varias plataformas.

Si bien es cierto, hoy por hoy la cotidianidad que tenemos con los medios de comunicación al punto casi de convertirse en un circuito de relaciones naturales, es importante recalcar que no existe una definición que sea capaz de englobar todo su significado.

Para una parte de la sociedad contemporánea, los medios de comunicación son las herramientas más idóneas para la transmisión de un mensaje, pero para otro grupo de la misma sociedad, estos medios son utilizados como meros instrumentos del poder político o económico dándoles una capacidad de manipulación social.

Lo cierto es que los medios de comunicación son ya un poder indiscutido, que va penetrando en la sociedad con mayor rapidez a un contexto global, lo que ha permitido que se los llamen *el cuarto poder*. (Sandoval, 1990)

3. Los Medios Audiovisuales

Los medios audiovisuales son aquellos equipos que registran, reproducen, difunden mensajes audiovisuales por medios de una variedad de canales disponibles, pues permiten transportar los contenidos deseados.

En la construcción de los discursos audiovisuales intervienen: imágenes, texto, animación 2D o 3D, sonidos y todo aquello que contenga algún tipo de interactividad que al ponerlas en combinación, permite que la comunicación por medio de ellos representen canales y códigos especiales para el intercambio de mensajes.

El hecho de que un medio sea eficaz para una tarea de comunicación en cierta área no significa que puede serlo también en otra. Cada medio tiene sus propias limitaciones y a veces unos necesitan de la ayuda de otros para dar una visión global y dinámica del mensaje. (Castañeda, 1990)

También podemos definir a los medios audiovisuales como los medios técnicos de representación que permiten ampliar las capacidades propias de los sentidos. Los

medios audiovisuales representan la realidad a partir de referentes de luz y sonido, de texturas, de profundidades, etcétera, creando un "mundo audiovisual" que modifica la organización y la propia estructura del "mundo real".

Al mediar entre realidad y sujeto perceptivo, modifica aquella de una manera que está íntimamente unida a las características de ese medio. Su forma de "presentar" la realidad nos hace "ver" esa realidad de una manera que, además de estar influenciada por las características técnicas, lo va a estar por los modos de producción de documentos y por los condicionamientos del consumo de esos productos. (Gonzales 2003)

4. La Educomunicación y Los Medios de Comunicación

Los medios de comunicación, vistos de una manera institucionalizada cumplen un rol decisivo en los procesos de relaciones sociales, sean estas: de identidad, socioeconómicas, ideológicas, políticas, etcétera, cuestiones vitales para funcionamiento de las diversas estructuras sociales y que estos se han incorporado a la vida cotidiana de las personas e influyen de una manera u otra en ellas.

La tecnología y el mismo mercado han hecho posible que se pueda difundir a una velocidad abrumadora la presencia de los medios de comunicación por todo el mundo, siendo piezas claves para los procesos globalizadores.

Los medios, sobre todo la televisión por poner un ejemplo claro, es la herramienta principal de sociabilización que posee toda sociedad y que poco a poco se ha ido convirtiendo en el mejor método socializador del conocimiento desde la familia hasta llegar a formar parte de la academia. (Ogaz, 2008)

Los acelerados cambios tecnológicos en el mundo de la información y de la comunicación han llegado a todos los sectores de la sociedad y los han ido re significando, y la relación entre la comunicación y la educación no ha sido la excepción.

Estos cambios se han evidenciado en la eliminación de las distancias, en donde la información ya casi en tiempo real es mucho más precisa y más actual; en donde cualquier persona en cualquier parte del mundo puede acceder a ella incluso desde

lugares muy apartados. Hoy el Internet hace posible mediante sus redes el poder compartir mensajes de todo tipo (imágenes, videos, audios, etcétera) y enviar conocimiento sin un límite de tiempo ni tampoco de distancia.

La Educomunicación es profundamente humana y trabaja con temas transversales, valoriza el conocimiento como un todo, y no solo maneja informaciones de comportamientos. En este proceso, las tecnologías tienen un papel esencial: ellas no son simples instrumentos para mejorar la actuación del profesor; deben ser usadas para mejorar la actuación de todos, ya sean profesores o alumnos o la propia comunidad.

Sin embargo, no pueden ser vistas sólo como instrumentos; el escenario y el ambiente en que actúan también deben ser considerados, o sea, la tecnología debe ser vista como mediación. Contribuye para el aprendizaje, ya que por medio de ella, el individuo puede sentirse tocado, envuelto, conectado, como recuerda Ismar de Oliveira: “De esta manera, el ambiente mediado por tecnologías puede ayudar a producir sentidos, convirtiéndose en mediación”.

El desafío que ya nos plantea la Educomunicación en conjunto con los medios de comunicación, es promover aquella educación libradora aquella que prepara al sujeto para pensar y en donde su sentido crítico llegue a desarrollar su espacio de conciencia y que se nos sea posible comprender que los medios audiovisuales en este caso en particular, tienen una gran influencia en lo que pensamos, sentimos y nos comportamos. No es quizá nada exagerado poder decir que los medios audiovisuales son aquella escuela paralela que todo el tiempo permanece encendida y va marcando parámetros en nuestra forma de ver las cosas.

“La educación es un proceso continuo que rebasa las paredes de la institución escolar que es resultado de la experiencia que tiene los sujetos en la gama de relaciones que establecen en los diversos ámbitos de la vida social. De esta manera la educación es un proceso permanente que toda persona adquiere en las relaciones sociales en las que participa, así como en sus prácticas cotidianas.” (Charles & Orozco, 1998)

Pues si bien esa educación es permanente y se puede realizar en todo lugar, los medios de comunicación juegan un papel primordial en la construcción del saber cotidiano. La información que emiten dichos medios (como la radio, la televisión, los

contenidos de internet, etc.) independientemente de su intencionalidad muestran modelos de sociedad, estereotipos a seguir tanto de hombres como de mujeres, modelos de cotidianidad e incluso de identidad y de relaciones sociales que contienen una determinada valoración ética y social.

5. La Educación Y Los Medios Audiovisuales

La educación en la sociedad audiovisual debe contemplar la específica situación que hemos tratado de exponer y, partiendo de su análisis, concretarse en un proyecto educativo concreto, con una filosofía educativa, que adecue las prácticas y actuaciones escolares a las nuevas demandas sociales (Charles & Orozco, 1998)

En virtud de esas coordenadas sociales y educativas, los medios adquieren roles específicos en sus relaciones con los procesos de enseñanza-aprendizaje. Así, los medios, en un contexto de pedagogía transitiva, como la que hasta ahora ha impregnado prácticamente el quehacer educativo, pueden no ser más que meros auxiliares que complementan la función informativa de los profesores, ampliando sin el campo de conocimientos conceptuales a través del apoyo del lenguaje audiovisual.

Éste es un primer paso, sin duda, pero muy limitado, porque donde realmente cobra sentido la dimensión comunicativa es cuando se convierte en el eje de una nueva conceptualización de la educación en la sociedad audiovisual en que nos ha tocado vivir.

De esta manera la sociedad audiovisual demanda, frente a los estilos pragmáticos que han imperado como modelos educativos, el “aprendizaje experiencial reflexivo”, que supere la educación bancaria (de lo que habla Paulo Freire) de depositar conocimientos dentro de la cabezas de los alumnos y que promueva alumnos más críticos y creativos con su entorno, conscientes de su realidad y capaces de actuar libre, autónoma y juiciosamente. Pensamos, que el papel de los medios de comunicación en esta enseñanza crítica y de valores tiene que ser necesariamente crucial.

En este sentido, se pueden citar como estrategias más válidas el pensamiento crítico, los modelos indagadores, los enfoques de estudios culturales, la educación de los valores, las estrategias interdisciplinarias, las experiencias creativas y la pedagogía

democrática y centrada en el alumno.

Una sociedad cada vez más consumidora de medios que de forma paradójica, apenas si se preocupa por fomentar aptitudes para el conocimiento racional de los códigos y lenguajes de éstos, ha de poner en funcionamiento propuestas didácticas que permitan una intervención consciente del sistema educativo para “alfabetizar” a los chicos y chicas de hoy como consumidores y usuarios de los nuevos lenguajes de la comunicación y la información, con plena conciencia de uso y con potencialidad para su utilización crítica y creativa. (Tyner, 1996)

CAPÍTULO III

HACIA UNA LECTURA CRÍTICA EN MEDIOS AUDIOVISUALES

En culturas como la nuestra automáticamente asociamos la visión de un hecho con su existencia, es decir la imagen toma un grado de identificación con la realidad. Pero no siempre las imágenes representan signos de algo ajeno a nuestras realidades, mas bien incorporan diversos códigos comunicativos, en algunos casos generales, como la gestualidad y el lenguaje no verbal; y otros específicos, como el código iconográfico o la composición entre los elementos que forman la imagen.

Para leer de formas comprensiva y crítica las imágenes es necesario conocer estos códigos. Las imágenes comunican de forma textual e integral y por la vía emotiva. Es así que a menudo, se producen a través de ellas comunicaciones inadvertidas, se transmiten emociones, sentimientos, valores, etc., que el receptor asume de forma inconsciente.

Alonso, M. & Mantilla, L. (1990) afirman en su libro que: *Las imágenes transmiten un caudal de datos que está ahí con una determinada finalidad. ¿Qué pretende el creador de la imagen? ¿Qué recibe quien la ve? En función de estos criterios, es fácil desembocar en la distinción de tres funciones fundamentales de la comunicación por imágenes: la informativa, la recreativa y la sugestiva. (...)*

Para esto, la lectura crítica tiene por objetivo que los espectadores puedan entender el manejo de códigos para la construcción de alternativas audiovisuales y de prácticas culturales, lográndolo con un proceso de análisis y reflexión, ya que el mundo esta infestado de discursos audiovisuales, siendo la tv y el cine los principales constructores de dichos mensajes, y donde la sociedad no puede dejar de lado el hacer un constante análisis de dichos mensajes.

Así mismo la evolución de las tecnologías de la información, de los formatos, del poder de almacenamiento y de la facilidad de acceso a todo tipo de información es lo que toma el nombre de aldea global. En este nuevo espacio que se va generando la Educomunicación se plantea un reto en el correcto uso, codificación y decodificación de los mensajes audiovisuales.

Dentro de este ir y venir de imágenes, lo que se busca con la lectura crítica es entender los discursos audiovisuales basado en la organización de dichos mensajes, en su sintaxis, en su semántica y pragmática para que el receptor de dicho mensaje no solo se enfrente al mensaje audiovisual para defenderse sino también para que al momento de leerlo correctamente pueda disfrutarlo, conocerlo, recrearlo y dominarlo para después reproducirlo con criterio y un objetivo fundamental. (Villamizar, 1997)

Los medios de comunicación y principalmente los medios audiovisuales, no deben convertirse, en un peligro expuesto al público. Para ello la sociedad en general y el sistema educativo en particular, deben tomar la responsabilidad tecnológica necesaria que permita convertir a los medios de comunicación, de instrumentos ajenos y en algunos casos peligrosos para la humanidad, en indispensables mediadores entre la sociedad y el ciudadano.

Los medios audiovisuales como la televisión al estar en todas partes, poseen un poder de penetración cada vez mayor en los hogares, en la misma calle y en los centros de enseñanza. Esta realidad implica un desafío para el sistema educativo y para los responsables más directos de la educación.

No está demás decir que la lectura crítica es una actividad que se aprende, no es innata porque la audiencia se relaciona empíricamente con las imágenes que ve en la pantalla, de una forma ingenua y hasta cierto punto pasiva porque no cuenta con destrezas que le posibiliten decodificar el mensaje.

El hecho de vivir en una sociedad y en una época dominada por el signo, por iconos e imágenes en movimiento fusionadas con sonidos envolventes, origina interrogantes respecto de la eficacia de la imagen junto a la palabra pero es evidente que la palabra no es el único mensaje. Los individuos sienten el poder sugestivo de las luces y el color.

Los cambios tecnológicos en los sectores de la información y de la comunicación, así como la redistribución de la propiedad de los medios, en especial, la tendencia hacia los monopolios, plantean la necesidad de repensar actitudes respecto hacia esos medios y también hacia las formas de enseñar. Aparecen nuevos instrumentos y también nuevos objetos.

El mundo referencia del ser humano también ha cambiado. Su entorno cercano, sus gustos, su forma de relacionarse con el mundo, la adquisición de conocimientos o las relaciones personales, están influenciadas en buena medida por “nuevos” sistemas de representación: el cómic, las teleseries, las películas populares, el video-clip, la moda o la música pop. (Masterman, 1996)

La lectura crítica de los medios implica el paso del receptor pasivo al receptor activo, reflexivo; aquel que establece de su experiencia mediática una experiencia de vida. El método se sustenta en la idea de que, para potenciar nuevos emisores hay que ejercitar la capacidad crítica en ellos, lo que implica enseñarles a decodificar cultural e ideológicamente los mensajes para que puedan analizarlos y tomar una postura.

Mirar críticamente no significa direccionar la mirada sino brindar instrumentos para hacer un uso correcto del análisis de mensajes televisivos. Conjuga elementos básicos de la pedagogía de Paulo Freire adaptada a la comunicación y la teología de la liberación, y propone varias etapas de análisis de la comunicación y de los medios de comunicación. Se hace fundamentalmente al analizar un programa de televisión y analizar las opiniones, las contradicciones, etcétera, se analizando problemas de comunicación como producto y como proceso.

La lectura crítica de los medios es una transformación de las maneras de recepción; es un redescubrir la condición de espectadores para ser sujetos activos de los discursos mediáticos.

En este panorama, brevemente apuntado, aparecen diversas realidades o dimensiones; las más importantes. una dimensión económico-tecnológica, una social y cultural, una político-ideológica y otra que podríamos denominar representativa, a partir de la cual podemos abordar algunas de las dimensiones anteriores. Parece claro que un sistema educativo, en cualquiera de sus niveles, debe procurar la introducción de nuevas tecnologías con vistas a que los alumnos se familiaricen con ellas.

CAPÍTULO IV

METODOLÓGICA HACIA UNA PROPUESTA DE LECTURA CRÍTICA

Una metodología de lectura crítica se sustenta en la idea de que, para potenciar nuevos emisores hay que ejercitar la capacidad crítica en ellos, lo que implica la decodificación cultural e ideológicamente los mensajes para que puedan ser analizados y tomar una postura.

Mirar críticamente no significa dirigir la mirada del estudiante sino darle instrumentos para que él decida. Conjuga elementos básicos de la pedagogía de Paulo Freire adaptada a la comunicación y la teología de la liberación, y propone varias etapas de análisis de la comunicación y de los medios de comunicación.

El mundo es invadido por imágenes. El medio audiovisual acapara la mayor parte de ellas. La sociedad no puede ignorar el problema cultural que se genera ni ignorar sus consecuencias inhibiéndose en la búsqueda de soluciones. En las aulas se dedica bastante tiempo a la literatura escrita y muy poco o nada al análisis del mensaje icónico, olvidando el tremendo poder que la imagen organizada por los grandes medios de comunicación de masas tiene en la formación de conciencias y en los cambios culturales. (Martínez E. , 1999)

En la sociedad de información, gran parte de los datos que se recibe acerca del mundo que nos rodea son a través de medios de comunicación audiovisuales. Estos medios audiovisuales son entre otros: los filmes de la industria cinematográfica o los mensajes televisivos que de forma ininterrumpida y en distintos formatos ofrece el medio, las redes sociales en sus diversos dispositivos tanto fijos como móviles, entre otros.

Algunas prácticas educomunicativas aplican lecturas críticas; sin embargo, no es común encontrar procedimientos que hagan explícito esta práctica fundamental en la búsqueda de aquel ser crítico. Y más en una sociedad en donde la tecnología informativa está cada vez mas cerca y la información que se recibe es mucho mas rápida cada vez, sin olvidar que es sumamente visual.

La lectura crítica, por lo mismo, se gesta desde las primeras etapas del ciclo educativo y debe alcanzar un pleno desarrollo en las etapas superiores, lo que permite el logro de un educando autónomo y crítico como se planteaba anteriormente. Eso involucra que en cada nivel del ciclo, se requiere el desarrollo de habilidades de lectura específicas.

El ¿cómo hacer? en un proceso de educación y de nueva lectura crítica para los nuevos medios es lo que esta tesis tiene por objetivo primordial, es por ello que a continuación, se expone a modo de metodología una forma ideal para realizar lecturas críticas de los nuevos medios audiovisuales, que se piensa adecuar a las necesidades del grupo y a los requerimientos de la asignatura y/o del nivel de estudios. Ello no excluye su aplicabilidad en ambientes no formales de enseñanza-aprendizaje.

Esta metodología esta destinada a estas nuevas formas de ver y sentir los discursos audiovisuales tanto los que son emitidos de forma tradicional por medios tradicionales como también los que son transmitidos bajo los nuevos aparatos tecnológicos de la información.

El tema de la lectura crítica retoma varios de los contenidos de las experiencias de Mario Kaplún y a continuación se describe las “guías” que se ha utilizado para pensar en este re-diseño metodológico hacia una nueva lectura crítica tecnológicamente contextualizada. (Bustillos & Vargas, 1994)

1. LA PROPUESTA

a) Antecedentes (Alonso & Luis, 1990)

Si bien la lectura crítica de medios audiovisuales no es un tema que se ha tratado recientemente, pero en la última década se ha vuelto necesaria contextualizarla por los diversos medios audiovisuales que la humanidad posee hoy en día.

Los contenidos de los diversos canales de televisión muchas veces no llenan las expectativas de los espectadores y son pocos o ninguno quien realiza una verdadera crítica a dichos contenidos.

La presente propuesta de taller nace por haber evidenciado una falencia total a la

crítica de los discursos televisivos en los estudiantes de los primeros años de bachillerato, dichos estudiantes poco o nada analizan los contenidos que a diario consumen por la televisión.

Diariamente en las diversas clases los elementos audiovisuales han sido de mucha ayuda, pero por la falta de atención a mucho de ellos por parte de los estudiantes han hecho que este tipo de métodos de enseñanza no logren los resultados esperados. Esto ocurre gracias a que los medios audiovisuales en este caso en particular la televisión, roba la mayor cantidad de atención de los alumnos y no consiguen asimilar la información independientemente de los contenidos.

Es por esto que llegar a la construcción de una metodología para la lectura crítica de medios audiovisuales sobre todo lo que ocupa gran parte de la atención de las personas como lo es la televisión, es sumamente importante, puesto que brindará más herramientas de análisis y de comprensión en el momento de mirar un discurso visual.

b) Metodología del taller

Tema General: Lectura Crítica de los nuevos medios audiovisuales de comunicación.

Objetivo General: Aprender a leer críticamente los mensajes audiovisuales con los que estamos diariamente bombardeados por parte de los medios audiovisuales de comunicación a través de discursos audiovisuales (publicidad, cinematografía, series de tv, propaganda, etc.) y compartir un método ágil y participativo para decodificar dichos mensajes y generar criticidad en los participantes.

c) Plan de Clase

El taller está diseñado para un dos meses, dictado en dos encuentros a la semana de 45 minutos cada uno, tomando en cuenta que cada actividad que se detalla en el cuadro guía debe realizarse la parte teórica en un el primer encuentro para pasar a la parte de las actividades en la segunda hora de encuentro por semana.

Un posible cronograma propuesto para el presente taller se lo definiría de la siguiente manera:

| <i>Número de Clase</i> | <i>Tema</i> | <i>Ejercicios</i> |
|-------------------------------|--|--|
| Clase # 1 (Teórica) | Introducción al tema | Cuestionario y Plenaria |
| Clase # 2 (Práctica) | Montaje y Desmontaje Ideológico | |
| Clase # 3 (Teórica) | Hegemonía y nuevos medios masivos | Proyección de Videos y discusión |
| Clase # 4 (Práctica) | | |
| Clase # 5 (Teórica) | Trasfondo Ideológico de los mensajes televisivos | Análisis y cuestionarios |
| Clase # 6 (Práctica) | | |
| Clase # 7 (Teórica) | Discursos Televisivos | Análisis y búsqueda de opuestos |
| Clase # 8 (Práctica) | | |
| Clase # 9 (Teórica) | Legitimación del sistema | Análisis y Plenaria |
| Clase # 10 (Práctica) | | |
| Clase # 11 (Teórica) | Presentación e interpretación de los participantes (la previa) | Discusión y galería de imágenes |
| Clase # 12 (Práctica) | | |
| Clase # 13 (Teórica) | Criticidad y Autodiagnóstico | Lectura de comerciales, charla y síntesis |
| Clase # 14 (Práctica) | | |
| Clase # 15 (Teórica) | Sistematización (de vuelta a la práctica) | Análisis de ruido en los mensajes audiovisuales. |
| Clase # 16 (Práctica) | | |

* Revisar el cuadro guía

2.- Cuadro Guía

| TEMA | ASPECTOS | OBJETIVOS | TÉCNICA | PROCEDIMIENTO |
|--|---|---|--|---|
| Introducción al tema Diagnostico Visual | <ul style="list-style-type: none"> Inmanencia de los mensajes | Que las y los participantes descubran la no omnipotencia de los medios audiovisuales de comunicación. | <p>Análisis de un programa local de Tv.</p> <p>Cuestionario base de contenidos</p> <p>Eje semántico: Lo explícito y lo implícito.</p> | <p>Se introduce el tema seleccionando dando un contexto de la temática del programa.</p> <p>Dos grupos miran un capítulo del programa seleccionado. Ambos contestan preguntas en cada grupo y elaboran el eje semántico.</p> <p>En una plenaria ponen a consideración los ejes semánticos y los discuten.</p> |
| Montaje y Desmontaje Ideológico | <ul style="list-style-type: none"> Recuperación crítica Factor de distanciamiento | Evidenciar visualmente las posibilidades de recuperación crítica de los mensajes emergentes y re-enviarlos con sentido educativo. | En lo Audiovisual se proyectan cortos de Animación con temáticas distintas., (Contenidos violentos, sexuales, racistas) que fácilmente llegan a los diversos dispositivos tanto móviles como fijos vía Internet. | En conjunto y con ejemplos se explica la propuesta de recuperación de la crítica en los discursos visuales. |
| Hegemonía y nuevos medios masivos | <ul style="list-style-type: none"> Función ideológica Identificación y manipulación Estereotipos Inmanencia del mensaje | Detectar la intencionalidad ideológica de varias producciones audiovisuales (cinematográficas, video digital y televisivas) | <p>Análisis de un largometraje (ejemplo Armagedón)</p> <p>Cuestionario Guía</p> <p>Eje semántico: Protagonista/Antagonista</p> | Proyección en conjunto, se responden las preguntas por grupos de trabajo y se reflexiona nuevamente en conjunto. |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| Trasfondo Ideológico de los mensajes televisivos | <ul style="list-style-type: none"> • Una lectura ingenua y lectura crítica | Que los participantes se apropien del concepto de “lectura crítica” | Charla Introductoria | En plenaria se ilustra con ejemplos en que consiste una lectura crítica de los medios audiovisuales. |
| Discursos Televisivos | <ul style="list-style-type: none"> • Lo comunicado y lo metacomunicado | <p>Que los participantes detecten cómo en mensajes aparentemente inofensivos se metacomunica una visión determinada del mundo.</p> <p>Que se apropien de un instrumento básico para la lectura crítica de mensajes.</p> | <p>Análisis de imágenes asociadas de televisión emitidas vía en red social (Facebook, Twitter).</p> <p>Cuestionario guía</p> | <p>En plenaria se visualizan una página de red social y sus imágenes.</p> <p>En grupos de trabajo analizar el texto y el subtexto de las imágenes proyectadas con la ayuda del guía.</p> <p>En plenaria se ponen en común las respuestas y se socializa la forma de llevar a cabo una crítica de la imagen viral.</p> <p>Una vez seleccionada las respuesta en comunes el eje semántico será buscar lo opuesto encontrado en las imágenes y de esa manera develar sus valores y visión de los discursos visuales en las imágenes virales.</p> |
| Legitimación del sistema | <ul style="list-style-type: none"> • Apelación a necesidades (reales y creadas) • Frustración psicosocial | Que los participantes descubran los enganches persuasivos utilizados por la publicidad y los mensajes ideológicos que introyectan | <p>Análisis de anuncios comerciales. (Publicidades tanto nacionales como internacionales)</p> <p>Eje semántico: apelación/frustración</p> | <p>Se proyectan los anuncios</p> <p>Se distribuyen los comerciales en grupos que su análisis con guía de preguntas y construcción del eje semántico.</p> <p>Plenaria de respuestas en común y</p> |

| | | | | |
|--|---|---|---|--|
| | | | | conclusiones. |
| Presentación e interpretación de los participantes (la previa) | | <p>Crear un ambiente agradable y propicio para un trabajo participativo</p> <p>Introducir por medio de dispositivos audiovisuales algunos elementos de la lectura de medios.</p> <p>Tener una primera visión del nivel ideológico de los participantes.</p> | Galería de Imágenes estriadas de medios audiovisuales. | <p>En las paredes del salón se colocan imágenes de los contenidos de varios medios audiovisuales en un número equivalente a la cuarta parte de los asistentes. Según sus gustos o aficiones se forman grupos equitativos alrededor de las fotografías, los mismos que conversan de su contenido y escriben en una tarjeta (individualmente) el ¿por qué seleccionaron esa fotografía?</p> <p>Y al final cada grupo expone sus respuestas.</p> |
| Criticidad y Autodiagnóstico | <ul style="list-style-type: none"> Nivel de Lectura Grado de Influencia de los medios audiovisuales de comunicación | <p>Detectar la criticidad de los participantes y sus nociones de lectura crítica</p> <p>Reconocer y compartir el efecto de los medios masivos en las distintas realidades.</p> | <p>Lectura de Anuncios Comerciales desde la televisión a las redes sociales de video (Youtube)</p> <p>Formato: diferentes medios en diferentes públicos (niños, adultos, etc.)</p> <p>Charla y síntesis</p> | <p>En plenaria se proyectan diapositivas de publicidades que son emitidas vía web, luego se reparten en grupo entre los asistentes y los analizan según los criterios que crean necesarios y presentan una postura informativa en un collage construido creativamente por los miembros del grupo para posterior identificar los niveles de lectura.</p> <p>Por grupos en un formato A3 contestar creativamente la pregunta ¿cómo influyen los medios</p> |

| | | | | |
|---|--|--|---|---|
| | | | | <p>audiovisuales de comunicación en su comunidad. En plenaria se exponen los criterios de cada grupo y se encuentran tanto las diferencias como las coincidencias.</p> <p>Se expone una síntesis del grado de influencia de los medios audiovisuales de comunicación y se analiza el nivel de lectura detectados en los formatos A3. (grados perceptivos, asociativos, compresivos, etc.)</p> |
| Sistematización (de vuelta a la práctica) | | Que los participantes ejerciten el montajes de mensajes liberadores. | Creatividad de varios medios audiovisuales de comunicación. | Tres grupos trabajan con el mismo mensaje con diferentes medios audiovisuales ejercitando el factor de ruido en el mensaje audiovisual. |

3.- Momentos importantes en el taller

a) Fase de Diagnóstico

El recurso audiovisual es una de las herramientas fundamentales dentro de la presente metodología y se lo ha utilizado también como punto de arranque para que los grupos de trabajo puedan lograr integrarse e inclusive motivarse con los contenidos del trabajo. Además tiene como principio reflejar una realidad de los participantes destacando principalmente las visiones individuales a más de sus propias cargas emotivas, conceptuales, ideológicas, políticas, etc., que de alguna manera son visiones personales del mundo que los rodea.

La relación con la realidad contextual es lo que se busca en esta etapa y que el propio grupo construya un primer nivel de criticidad frente a los programas televisivos y a los medios audiovisuales analizar.

b) Fase de Teorización

En el proceso de teorización lo que se buscará es llegar a un análisis minucioso de los discursos visuales que son expuestos a través de los diversos medios de comunicación. Pensando en que los asistentes al taller manejan cierta motivación como público consumidor de mensajes.

Para esta etapa ya se ha planteado una recuperación crítica y sistematizada de los participantes para entender que la lectura crítica debe causar un efecto conciliador y educativo para no convertir el taller en un modelo defensivo frente a los medios audiovisuales sino más bien encontrar con imaginación y creatividad la utilización de las mismas herramientas audiovisuales para exigir contenidos educativos y de calidad.

c) Fase de Creatividad

Para esta fase se procura provocar la reflexión crítica y familiarizarse con terminología técnica además de los conceptos que tiene la información en los grandes medios audiovisuales. Se enfatiza en la utilización de sus propios códigos y elementos culturales en el momento de la reflexión que estarían presentes en el tratamiento del análisis crítico de los contenidos audiovisuales.

En esta fase la crítica y la autocrítica sobre los mensajes que los van construyendo son la forma de encontrar la práctica y el sentido de la construcción del conocimiento en conjunto.

La comprobación de los resultados posteriores se recomienda que en lo posible no solo sean resultados estadísticos, sino más bien un seguimiento a los participantes y como van construyendo su propio conocimiento en el análisis de los mensajes comunicacionales visuales enviados por los diversos medios audiovisuales de comunicación sobre todo en la programación televisiva nacional.

CONCLUSIONES

- La lectura crítica es una técnica que se puede aplicar a todo tipo de discursos audiovisuales y le permite al lector crítico, en este caso en particular al estudiante, vaya haciendo un seguimiento a su comprensión a medida que consume el mensaje televisivo.
- La lectura crítica ha sido un instrumento para la reflexión de discursos visuales, pero se deberá tomar en cuenta que no todas esas metodologías son las más apropiadas, es por esto que la metodología planteada busca contextualizar a una sociedad moderna con el análisis de nuevos discursos audiovisuales tomando en cuenta que el uso de esta metodología de lectura crítica le permitirá al estudiante poder emitir juicios y opiniones una vez asimilado lo que visualmente ha leído.
- Al trabajar con la presente propuesta de metodología de lectura crítica se busca generar espacios de discusión y diálogo que no solo se encuentre en el ámbito académico en un aula de clases, sino también poder llevarla a espacios familiares donde también es importante generar análisis de los discursos televisivos.
- Del trabajo metodológico se espera que al aplicarlos los estudiantes establecer juicios de valor a lo que ve, así de estará mejor preparado para actuar de manera reflexiva en la interpretación de cualquier entorno de información y comunicación en lugar de aceptarlos o rechazarlos tal como se presentan.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alonso, M., & Luis, M. (1990). *Imágenes en Acción*. Madrid, España: Akal.
- Bustillos, G., & Vargas, L. (1994). *Técnicas Participativas para la Educación*. Guadalajara, México.
- Castañeda, M. (1990). *Los medios de Comunicación y Tecnología Educativa*. México D.F., México: Trillas.
- Charles, M., & Orozco, G. (1998). *Educación para la Recepción*. México D.F., México: Trillas.
- Fiske, J. (1984). *Introducción al estudio de la Comunicación*. Colombia: Norma.
- Fonseca, M. S. (2005). *Comunicación Oral. Fundamentos y práctica estratégica*. Mexico: Pearson Educación de México.
- García, C., & Al-Ghassani, A. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Joyanes, L. (1998). *Fundamentos de la Programación*. Mc Graw Hill.
- Kaplún, M. (1992). *Método de Lectura Crítica, en CENECA. Educación para la comunicación. Manual Latinoamericano*. Santiago de Chile, Chile: CENECA/INICEF/UNESCO.
- Lomov. (1989). *El problema de la Comunicación*. La Habana, Cuba.
- Naranjo, P., & Tapia, D. (2000). *La Educomunicación: un desafío para el cambio*. Quito, Ecuador: U.P.S.
- Masterman, L. (1996). *La Revolución de la Educación Audiovisual*. Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Martínez, E. (1999). *Didáctica, educación y aprendizaje en la formación profesional ocupacional*. Barcelona, España: Facep.
- Martínez, J. T. (1995). *Teorías de la Comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paulinas.

- Mata, M. (2000). *Nociones para pensar a la Comunicación y la cultura de masas*. Buenos Aires, Argentina: La Crujia.
- Ogaz, L. (2008). *Los Medios de Comunicación una aproximación Sociológica*. Quito, Ecuador.
- Pereira, A. (1999). *Lingüística para comunicadores*. Quito, Ecuador: U.P.S.
- Prieto, D. (1990). *Diagnóstico de Comunicación. Mensajes, instituciones*. Quito, Ecuador: CIESPAL.
- Sandoval, C. (1990). *Inventario de los Medios de Comunicación en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Escuela de ciencias de la comunicación. .
- Sartori, G. (1997). *Homo Videns*. España: Santillana, S.A. Taurus .
- Soares, I. d. (2002). *Gestión Comunicativa y Educación*. Sao Paulo, Brasil: Segmento.
- Stuart, H. (2011). *Cuestiones de Identidad Cultural* . Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Tyner, K. (1996). *Aprender con los medios de comunicación*. España: Grupo Comunicar.
- Villamizar, G. (1997). La Educomunicación, medios, narrativa, fin de siglo. *Chasqui*, 12-14.

ANEXOS

LA TELEVISIÓN EN EL ECUADOR UN CONTEXTO ACTUAL

Los medios de comunicación desde sus inicios surgen con distintas aspiraciones y contradicciones. Estos medios llegan diariamente a millones de personas, y debido a la introducción de nuevos medios, se genera una nueva problemática. La técnica ha creado máquinas realmente útiles, que muestran un progreso inmenso, sin embargo, en el mismo instante que surge una nueva tecnología, deja obsoleta a otra, en síntesis esto es lo que ocurre, aunque detrás de toda este progreso, está un trasfondo de problemas, para emisores y receptores que participan del producto que los medios ofertan. (*CHASQUI, Revista de Comunicación Latinoamericana, Edición 9*)

Si lo contextualizamos, en el Ecuador según datos de la Fundación José Peralta existen un total de 50 canales, 232 frecuencias y 184 repetidoras.

Si hablamos de televisión se pueden obtener los siguientes datos:

- En la Costa existe 20 canales con 77 frecuencias y 55 repetidoras.
- En la Sierra 26 canales con 115 frecuencias y 93 repetidoras
- El Oriente posee 2 canales con 35 frecuencias y 33 repetidoras
- En Galápagos existen 2 canales con 5 frecuencias y 3 repetidoras.

Si nos remitimos un poco de historia, la Primera Televisora en Quito fue HCJB TV, la Ventana de los Andes (hoy su equivalente es Asomavisión), le siguieron Teletortuga Canal 6 (ubicada en la Casa de la Hacienda de Piedrahita en el actual Parque Itchimbia), Teletigre, canal 2 de Televisión en la ciudad de Quito (ocupando el local de canal 6), y Televisora Nacional Canal 8 de Televisión. La Primera Televisora Ecuatoriana Canal 4 (Telecuatro) en la ciudad de Guayaquil (Teletortuga Canal 6 de Televisión en la ciudad de Quito) fue realmente la primera estación comercial de televisión con programación para todos los públicos.

En dicho contexto, la Tv Nacional solo transmite programas llamados “enlatados”, programas internacionales que funcionan y que han generado rating y que en su gran mayoría trabaja sobre los valores de individualismo, consumismo, violencia y discriminación de todo tipo. (Fundación José Peralta, Ecuador su realidad)

En julio de 1959 llegaron los equipos a Quito y los nativos, asombrados al comienzo ante esta nueva tecnología, se preguntaban si no se podría transmitir por las pantallas algo menos aburrido que los cánticos religiosos, que el coro de la HCJB interpretaba, en un escenario donde la decoración en una carrera semejante a esas películas del viejo oeste norteamericano.

La primera empresa comercial fue la compañía ecuatoriana de televisión creada y fundada justamente en Guayaquil, y desde 1960 la televisión ecuatoriana comenzó a competir en Guayaquil y en Quito. La fecha del inicio de la primera emisión y transmisión de la televisión ecuatoriana que se inauguró oficialmente en Quito ocurrió el 10 de agosto de 1959 y la fecha del inicio de la primera emisión y transmisión de la televisión ecuatoriana en Guayaquil ocurrió en septiembre de 1959 durante el inicio del primer circuito cerrado y la primera señal de prueba de la primera emisión y transmisión de la televisión ecuatoriana efectuado en los estudios de Radio Cenit.

Según el libro “La primera pantalla: Crónica del nacimiento de la televisión en el Ecuador”, del escritor manabita Fernando Macías Pinargote, la televisión en el Ecuador crece a ritmo vertiginoso, manteniendo la lucidez y capacidad de ofrecer al público entretenimiento.

El líder de la estación televisiva y el líder del canal de televisión más grande del Ecuador: Ecuavisa, es la empresa que posee señal internacional y empezó a transmitir desde el cerro del Carmen en Guayaquil un miércoles 1 de marzo de 1967,

Ya en la década de los 70's los grandes e importantes canales ecuatorianos, RTS, Ecuavisa Canal 2 de Guayaquil, TC Televisión, Ecuavisa Canal 8 de Quito y Teleamazonas; comenzaba sus primeras transmisiones en color del país, llevando a la imagen a otro nivel al espectador.

Ya en la década de los 80's en donde se da paso a la televisión por cable, se crea TVCable, fundada en 1986, incrementando cada día el número de afiliados a esta

red, teniendo un crecimiento masivo en todo el país. Esto significó que los discursos audiovisuales ya no solo eran locales o de programación enlatada, sino que el Ecuador pasaba a tener varias miradas fuera de la localidad.

Canal Uno y Telerama son hoy en día el sexto y séptimo canal más joven del Ecuador después de RTS Canal 4 de Guayaquil, Ecuavisa Canal 2 de Guayaquil, TC Televisión Canal 10 de Guayaquil, Ecuavisa Canal 8 de Quito, y Teleamazonas Canal 4 de Quito, dejando en el olvido a canales como Gama TV Canal 2 de Quito. (Pinoargoti, 2000)

Alfonso Espinosa de los Monteros, Director Nacional de Noticias de Ecuavisa, indica en cuanto al origen de la televisión en Ecuador que la existencia de medios de comunicación privados responde a la necesidad social de proveer contenidos informativos y de entretenimiento en un ambiente de libre competencia, las necesidades de programación en la televisión privada son resueltas en base a los recursos que se pueden disponer del mercado publicitario, relación que se refleja cuantitativamente en el número de programas al aire y cualitativamente en los criterios que se aplican para definir los horarios de difusión según el resultado de sintonía, los servicios informativos van ganando más sintonía y, consecuentemente, más mercado, en el caso de Ecuador, la tarifa más alta de publicidad se paga en los noticieros de televisión; la competencia abierta de la televisión privada ha generado un resultado muy positivo para el público, puesto que encuentra siempre la alternativa de escoger lo que desea ver, lo que ha producido cierta educación, del televidente, para volverse más exigente cada vez.

De esta forma se ha hecho un recuento de la televisión en el Ecuador, la cual produjo un cambio total de la forma comunicación conocida hasta ese entonces y originó una serie de actividades y oportunidades inadvertidas por la sociedad ecuatoriana.

Dejando un poco de lado a la historia, el estudio sobre usos y preferencias de medios de información en el Ecuador, realizado en 1999 por CIESPAL, informa de la costumbre socializada al ver televisión, pues su sintonía se produce dentro de espacios familiares (la gran mayoría), lo que determina la existencia de relaciones sociales específicas dadas por y en torno al medio, esto nos da una perspectiva de

que la lectura crítica es una de las herramientas que sale del aula de clase para convertirse en una práctica cotidiana y más aún en una sociedad que consume altos índices de mensajes televisivos y discursos que son de preferencia publicitario.