



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA
UNIDAD AJUSCO

“APORTES EDUCATIVOS PARA LA RECEPCIÓN CRÍTICA DE
MENSAJES AUDIOVISUALES TRANSMITIDOS POR LA
TELEVISIÓN”

T E S I S

QUE PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA

P R E S E N T A:

NOEMÍ DÍAZ GAYTÁN

ASESOR: LIC. HÉCTOR MORA ROJAS

México D. F. agosto de 2007

AGRADECIMIENTOS

Gracias no solo por darme la vida sino porque me han enseñado a luchar por lo que quiero, a convertir mis sueños en realidad, a dar lo mejor de mí cada día de mi vida, por creer en mí, y especialmente, a ti mamá por apoyarme en esta aventura.

GRACIAS PAPÁS

Gracias por los consejos, los buenos deseos y el impulso que me diste para llegar a esta meta, sin ellos no hubiera sido un interesante desafío que resolver y una excelente oportunidad que aprovechar.

GRACIAS CLAUDIA

Gracias por todos los momentos tan maravillosos y divertidos pero, sobre todo, por aquellos que parecían no tener solución y que causaban en todas nosotras angustia y confusión. Ahora, sé que estos momentos nos han permitido crecer personal y profesionalmente, además de comprender que cuando el camino es más oscuro es por que la meta está cerca.

GRACIAS CHICAS

Gracias por brindarme su apoyo y orientación para lograr esta meta, por escucharme y ayudarme a encontrar las respuestas, por darme la oportunidad de colaborar y aprender con el equipo de trabajo de la División pero, sobre todo, por creer y confiar en mí.

GRACIAS MTRA. PATY

Gracias a ustedes he aprendido el verdadero sentido de la colaboración y de la solidaridad, a reírme de mis errores, a divertirme y a disfrutar mientras trabajo organizada y creativamente. Además de reafirmar, una vez más, el sentido de la amistad.

GRACIAS ALEJANDRA Y GUSTAVO

Gracias por su apoyo y compromiso para con este trabajo de investigación, por sus valiosos comentarios que lo han enriquecido y por la atención que le prestaron al mismo y, especialmente, al Mtro. Héctor por aceptar dirigir este proyecto.

GRACIAS ASESOR Y SINODALES

De antemano sé que son muchos los involucrados en este proyecto; que cada uno de ustedes contribuyó con un comentario, recomendación, sugerencia y/o observación muy peculiar que sin duda enriqueció aún más este trabajo, por lo que, pido una disculpa si no los menciono en este momento, pero tengan la certeza de que los llevo en mi mente y mi corazón.

GRACIAS POR SU APOYO, COMPRENSIÓN Y ENTUSIASMO

ÍNDICE

PRESENTACIÓN I

CAPÍTULO I LOS MASS-MEDIA Y LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN

- 1. Medios de información y difusión**
 - De la comunicación a la información 2
 - Funciones de los medios 6
 - Impacto social de los medios de información masiva 9
 - Influencia educativa de los medios de información masiva 12

- 2. La televisión**
 - Reseña histórica 14
 - Géneros televisivos 20
 - Dominación de la televisión 26
 - Algunas investigaciones en torno a los efectos televisivos 30

CAPÍTULO II EDUCACIÓN Y TELEVISIÓN

- 1. El proceso de percepción**
 - Percepción de imágenes 40
 - Principios de percepción 42

- 2. La composición del lenguaje audiovisual**
 - La imagen: definición, componentes y características 44
 - La composición del lenguaje visual a favor de la educación 47
 - El sonido: definición, componentes y características 51

- 3. El lenguaje audiovisual**
 - Origen y definición 55
 - El proceso de alfabetización audiovisual 58
 - La pedagogía de los medios audiovisuales 61

CAPÍTULO III “APRENDE CON LA TELEVISIÓN” PROPUESTA DEL CURSO PARA LA RECEPCIÓN CRÍTICA DE LOS MENSAJES TRANSMITIDOS POR LA TELEVISIÓN

1. Antecedentes: Programa de estudios en Artes visuales	67
2. Modelo pedagógico	
— Ámbito psicológico	74
— Ámbito pedagógico	75
— Ámbito comunicativo	79
3. Características para el desarrollo del curso	84
4. Modelo de diseño instruccional (PRADDIE)	87
5. Programa del curso: “Aprende con la televisión”	94
CONCLUSIONES	114
BIBLIOHEMEROGRAFÍA	117
PÁGINAS WEB	121

PRESENTACIÓN

La televisión como medio de información colectiva ha sido y será objeto de un sinnúmero de investigaciones, ya que ha permeado todas las esferas de la vida cotidiana de la sociedad en general, y en específico, es un objeto de estudio digno de ser analizado como fenómeno educativo.

Sin duda alguna la televisión ha revolucionado y sorprendido a la sociedad, la cual no titubeó en incorporarla al aula; sin embargo, a pesar de las grandes posibilidades educativas que ofrece ésta, no se le ha sabido dar la orientación pedagógica y didáctica adecuadas, propiciando diversos problemas, tales como a) la relación de dependencia entre televisor y televidente, b) la dominación y reproducción del orden social, c) el pensar que la tecnología de ésta se convierta en la panacea del ámbito educativo, entre otros.

En este sentido, el propósito de estudiarla en la presente investigación, es el de proponer una vía para “Aprender con la televisión”, independientemente del tipo de televisión, de la existencia de cadenas televisivas, de los tipos de programa existentes, de su duración, etc.

Este trabajo comprende tres capítulos:

En el primero, se retoma la influencia que los medios de información ejercen en lo educativo, de manera concreta, se resaltan las funciones y las diferencias que guardan algunos medios de información colectiva, éstos a su vez han sido tomados como ejemplo para destacar y describir las potencialidades educativas que poseen.

Para conocer y comprender lo que implica el medio televisivo, se hace mención de su descubrimiento y de sus avances tecnológicos, los cuales propiciaron su evolución, tanto en su presentación física, en su formato de programación, así

como el tipo de discurso que caracteriza a cada programa, y a la transmisión constante de mensajes audiovisuales, entre otros.

Al final del primer capítulo, se presenta una reflexión sobre la dominación que la televisión ejerce, partiendo de investigaciones, que han planteado la problemática y han sido retomadas para enriquecer esta investigación.

En el segundo, se explica la composición del lenguaje audiovisual, el cual sin duda, ha generado recreaciones maravillosas y espectaculares de la realidad e incluso de la fantasía y ficción, pero que además, ha provocado confusiones debido a que la gran mayoría de la población no ha desarrollado las habilidades para la recepción crítica de los mensajes emitidos por la televisión (crítica, análisis, interpretación y reflexión), que le permitan diferenciar y vislumbrar la realidad de la ficción y de lo oculto.

En el tercero, se plantea la necesidad de una alfabetización audiovisual que en el contexto de este trabajo, está relacionada con la población del nivel básico terminal; para ello, se hace un análisis de los planes de estudio de la secundaria centrándose en la importancia de la educación audiovisual, la cual tiene como marco de referencia la *Pedagogía de la imagen y con la imagen*, siendo este uno de los propósitos de los “nuevos programas de estudio” propuestos por la Reforma Integral a la Educación Secundaria (RIES).

Asimismo, se desarrolla la propuesta del curso para la recepción crítica de los mensajes televisivos: *Aprende con la televisión*, la cual es abordada desde una perspectiva pedagógica, didáctica y con un diseño instruccional que pretende involucrar a los estudiantes de secundaria en la dinámica de la recepción crítica, a través del desarrollo y fomento de sus habilidades cognitivas y psicoafectivas que les proporcionen elementos para poder intervenir en el acto de ver televisión.

La propuesta analiza los factores anteriormente mencionados y propone una alternativa de solución para el desarrollo de una lectura crítica de los mensajes audiovisuales, sobre todo en los estudiantes de secundaria, quienes se encuentran en una etapa de su vida en la que imitan lo que ven y oyen, puesto que están en una búsqueda constante de su propia personalidad.

Cabe señalar que el diseño de la propuesta responde a una forma integral y flexible en la cual se puedan adaptar los elementos de la misma, a las necesidades del contexto social y educativo, mediante la participación activa y creativa de los protagonistas: estudiantes, docentes y sociedad, así como la correlación que puede existir entre los contenidos curriculares y los televisivos, partiendo del análisis y seguimiento del proyecto mediante la reconstrucción del mismo, siendo el diseño instruccional* eje medular de esta propuesta

Lo anterior, se refleja en el objetivo de propiciar la habilidad de análisis crítico y reflexivo mediante la interpretación de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión, así como el reconocimiento de sus propias actitudes frente a ésta. El fin primordial es el fomentar la *recepción crítica* ante dichos mensajes, en un ambiente de empatía, respeto y motivación, que favorezca su proceso de aprendizaje.

Finalmente, con el propósito de refrendar mi compromiso con la *Universidad Pedagógica Nacional*, con la comunidad universitaria, así como con la sociedad en general, se desarrolla esta propuesta a fin de ofrecer una alternativa mas de solución ante la relación de dependencia que se mantiene entre el televisor y el televidente, que ayude a resolver problemas de recepción acrítica.

* Se entenderá por diseño instruccional: el proceso que crea estrategias de enseñanza a través del uso de teorías de la instrucción y de teorías del aprendizaje que involucran el desarrollo de materiales didácticos, actividades de aprendizaje, pruebas y evaluaciones. Su finalidad es la de asegurar que se alcancen los objetivos planteados de un programa educativo determinado.

CAPÍTULO I

LOS MASS-MEDIA Y LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN

...en medios como el cine y la televisión, sólo encontramos algún centenar de realizadores, de especialistas que saben manejar este lenguaje, frente a millones de espectadores que reciben los "mensajes", sin saber, en la mayoría de los casos, "leerlos" verdaderamente y, sobre todo, sin poder expresarse de la misma manera. No existe la posibilidad de un intercambio, de un diálogo.

Antoine Vallet

1. Medios de información y difusión

— De la comunicación a la información

Los términos comunicación e información generan un diversas definiciones, las cuales adquieren un matiz muy particular dependiendo del contexto en el que aparecen, lo mismo pasa con los medios de información colectiva o mass media; la polisemia en sus significados debe ser aclarada en el contexto de este trabajo de investigación, para ello, es necesario identificar y conocer lo que significa comunicación.

Etimológicamente la palabra “comunicación” deriva de la raíz latina *communis* poner en común, a pesar de su sentido original este término ha sido empleado después de la aparición de los grandes medios (radio, TV, multimedia etc.) como sinónimo de transmisión de mensajes y señales¹.

Posiblemente, es aquí donde el sentido de comunicar se interpreta como el acto de la “transmisión de mensajes y señales”; es decir, únicamente se trata de la verticalidad que existe entre el emisor hacia el receptor, determinando la naturaleza, características y funciones de los diversos medios; así, se entiende que los medios de comunicación masiva son todo un sistema que tiene como base los avances tecnológicos modernos, que producen, seleccionan y trasmiten mensajes, con contenidos simbólicos que se difunden para un público heterogéneo pero, que utilizan un lenguaje audiovisual generalmente “persuasivo”, de fácil lectura, con una gran carga de orientación al consumo entre los que destacan la televisión, radio y prensa.

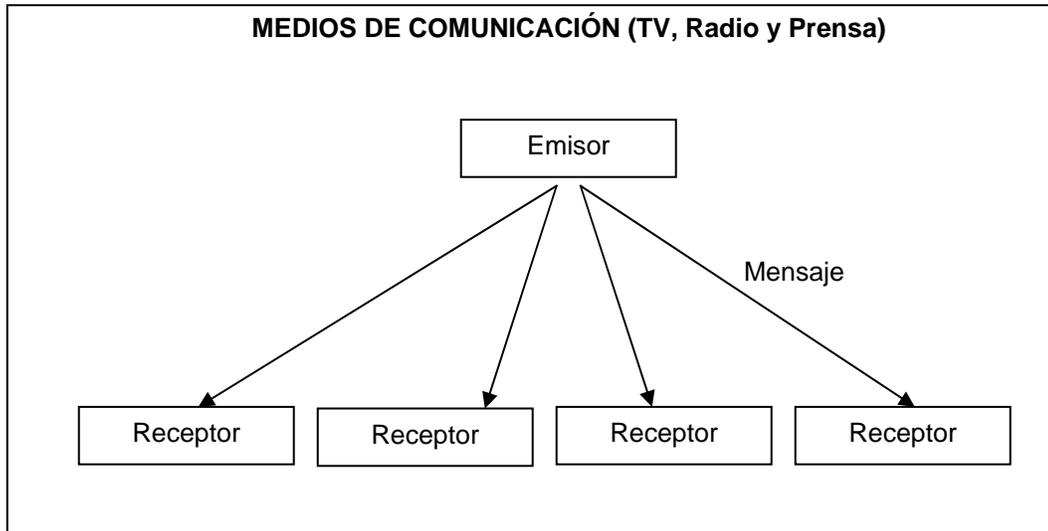
Amadou Mahtar M'Brow² de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla precisa estas ideas así:

¹ Cfr. CORREA García, Ramón Ignacio. *Información y comunicación en un nuevo milenio*. Depto. de Educación, Fac. de Ciencias de la Educación, Universidad de Huelva, España. [En línea: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/nuevmil.htm>] Consultado el 20 de Mayo de 2006.

² MAHTAR M'Brow, Amadu. *Información y comunicación en el mundo contemporáneo*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, Sevilla, 1989, p. 23.

no se escapa a nadie que la esencia de los media consiste en establecer una relación orientada, llamada a veces vertical, del emisor al receptor. Así, todos los medios de comunicación, sean cuales fueren (prensa, radiodifusión, televisión, cine) pueden ejercer cierta influencia sobre los lectores, oyentes, espectadores.

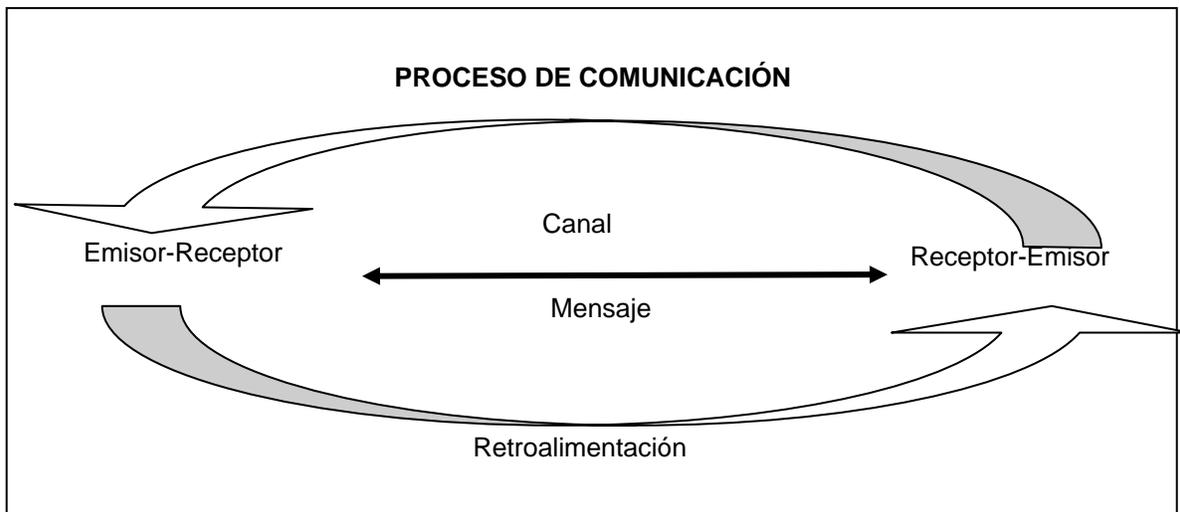
Tal y como se muestra en el siguiente esquema:



Por otra parte, Mario Kaplún³ precisa un concepto más amplio; él plantea que la comunicación es un proceso mediante el cual una persona entra en cooperación mental con otra, desde un plano de igualdad, para alcanzar una conciencia común que es solidariamente compartida y vivenciada, siendo el intercambio para que el emisor y receptor alternen su rol. Lo cual concuerda en gran medida con el vocablo acuñado por Jean Cloutier⁴, toda persona es un EMIREC; es decir, posee capacidades para ser emisor y receptor durante este intercambio de ideas. Veamos el siguiente esquema:

³ Cfr. KAPLÚN, Mario. *El comunicador popular*. CIESPAL, Quito, 1985, p.61-65.

⁴ CLOUTIER, Jean. *L'ère D'emerec ou la communication audio-écrite-visuelle à l'heure des self-media*. Les Press de l' Université de Montréal, Segunda edición, 1975. En KAPLÚN, Op. cit. P.40.



Bajo este entendido, los mass-media o simplemente mal llamados “medios de comunicación”, son sólo “medios de información colectiva”, ya que están lejos de promover “la auténtica comunicación” la cual se caracteriza por el intercambio de experiencias, conocimientos y sentimientos,⁵ pero que también de acuerdo con Kaplún⁶ puede ser entre:

todos los grupos, comunidades y sectores de la sociedad quienes tienen derecho a participar en el proceso de comunicación alternando como emisores y receptores (EMIREC).

Con base en lo anterior, denominaremos a estos medios como: “medios de información colectiva”.

En cuanto a los rasgos distintivos que caracterizan a los medios de información colectiva Francisco García Mikel⁷ resaltan los siguientes:

- **La radio:** Cuenta con una tecnología altamente perceptible. El sonido es codificado con base en el lenguaje hablado y musical, estructurándose con dos códigos: el ruido organizado y el silencio. Sus mensajes se caracterizan

⁵ Cfr. KAPLÚN. Op.cit, p. 68.

⁶ KAPLÚN, Mario. *Educación de adultos en América Latina*. De la Flor, Buenos Aires, 1985, p. 158.

⁷ Cfr. GARCÍA Mikel, Francisco. *Los medios de comunicación en la educación a distancia*, Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa, México, 2006. [En línea: <http://dgtve.sep.gob.mx>] Consultado el 05 de Octubre de 2006.

por la sencillez, instantaneidad y simultaneidad en la captación de la señal, tiene amplias posibilidades educativas, ya que desarrolla contenidos lúdicos, estéticos y reflexivos; una de sus debilidades es la fugacidad de sus mensajes, a la par que motiva la participación con el auditorio que está pendiente de su programación.

- **La televisión:** Utiliza el lenguaje audiovisual, el cual es transmitido a través de aparatos electrónicos, que permiten codificar y decodificar una señal en sonidos e imágenes con sentido; le impide a los usuarios controlar tanto secuencias como la programación. Sin embargo, permite la difusión de los mensajes de manera simultánea y masiva sin obtener respuesta de sus espectadores. En tanto a su potencial educativo, se ha empleado para operar en toda clase de circunstancias y bajo todo tipo de propósitos educativos, teniendo la convicción de equiparar su uso con el trabajo de los docentes. Es por ello, que el tratamiento de este medio en la educación debe ser cuidadosamente planeado.

- **El video:** Emplea una tecnología audiovisual, centrada en la transmisión de señales de amplio alcance, debido a que es un dispositivo electro-magnético de almacenamiento, reproducción y manipulación de imágenes en movimiento, mismas que se pueden reproducir electromagnéticamente en videocaseteras. Su mayor ventaja es la oportunidad de poder controlar el ritmo, interrumpir y repetir a voluntad el flujo de la cinta magnética, además puede ayudar a regular el trabajo, tanto de docentes y alumnos mediante demostraciones a un determinado ritmo y cuantas veces sea necesario.

- **La tecnología multimedia:** Integra los avances tecnológicos del audio y video, de la técnica editorial, del diseño gráfico, de la comunicación oral, escrita y visual, de la cibernética y la archivonomía entre otras disciplinas. Su operación es a través del flujo de impulsos eléctricos interconectados

que permiten el almacenamiento masivo de información; adicionalmente, combina funciones como las de escribir, calcular, diseñar, comunicar, entre otras. Una de las grandes ventajas, es la presentación de la información de diversas maneras y en distintos formatos. Asimismo, su uso tiene grandes posibilidades al estimular los sentidos como la vista, el tacto, el oído, mediante una serie de dispositivos.

— **Las funciones de los medios**

La comunicación es una actividad colectiva, en la cual hay un intercambio constante de hechos e ideas en y de cualquier contexto, suele ser mediada por los medios de información colectiva, los cuales juegan un papel importante y decisivo en cualquier ámbito de la sociedad, ya que estos medios asumen una serie de funciones que caracterizan su actuar diario en la sociedad.

De acuerdo con el Informe MacBride⁸ elaborado en 1979 y presentado ante la UNESCO en 1980, se confiere a los medios de información o difusión las siguientes funciones:

FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN	
<i>Información</i>	Recopilar, almacenar, procesar y difundir noticias, hechos y opiniones que, se requieren para llegar a un entendimiento de las situaciones individuales, comunitarias, nacionales e internacionales, a fin de tomar decisiones apropiadas.
<i>Socialización</i>	Construir un fondo común de conocimiento e ideas que favorezcan la cohesión y la conciencia social de modo que los individuos puedan mezclarse activamente en la vida pública.
<i>Motivación</i>	Promover las metas de la sociedad a corto y largo plazo, así como las aspiraciones individuales y colectivas para las metas comunes.
<i>Discusión</i>	Presentar la información disponible a fin de aclarar los problemas públicos y facilitar el consenso, así como, alentar el interés del público por los problemas locales, nacionales e internacionales.

⁸ MACBRIDE, Sean. *Un solo mundo voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica (FCE), México, 1980, p. 35-36

<i>Educación</i>	Transmitir conocimientos a fin de promover el desarrollo intelectual, la formación del carácter y la adquisición de habilidades durante toda la vida.
<i>Avance Cultural</i>	Discernir las obras culturales y artísticas, preservar la herencia cultural y ampliar los horizontes del individuo despertando la imaginación y estimulando la creatividad y las necesidades estéticas.
<i>Entretenimiento</i>	Difundir el drama, la danza, la literatura, los deportes y actividades semejantes para la recreación personal y colectiva.
<i>Integración</i>	Dar acceso a individuos grupos y naciones, a una diversidad de mensajes que ayuden a conocer y entender los puntos de vista y las aspiraciones de los demás.

Las funciones anteriormente señaladas, prevalecen más en un medio que en otro, e incluso en un contenido o discurso del mismo, lo que posibilita que los medios de información colectiva tengan un aporte que potencialmente resalta su función educativa, tal y como se muestra a continuación.

TABLA COMPARATIVA DEL POTENCIAL EDUCATIVO Y TECNOLÓGICO DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN

MEDIOS DE INFORMACIÓN COLECTIVA	CARACTERÍSTICAS BÁSICAS	FUNCIONES PREDOMINANTES	POTENCIAL TECNOLÓGICO	POTENCIAL EDUCATIVO
<i>Radio</i>	Se basa en los sonidos musicales, ruidos y el lenguaje hablado.	Motivación Participación Educación Discusión Avance cultural Entretenimiento Integración Información	Instantaneidad, simultaneidad y ubicuidad en la señal.	Desarrolla contenidos lúdicos, estéticos y reflexivos.
<i>Televisión</i>	Lenguaje audiovisual transmitido por dispositivos electrónicos.	Entretenimiento Información Integración Socialización Educación	Codificación y decodificación de las señales e imágenes. Difusión masiva de la señal	Se ha utilizado como una herramienta en la educación. Con la finalidad de ampliar las posibilidades educativas para toda la sociedad.
<i>Video</i>	Tecnología audiovisual transmite señales de largo alcance a través de un dispositivo electro-magnético de almacenamiento, reproducción y manipulación de imágenes en movimiento, mismo que se reproduce en la videocaseteras, DVD y VCD.	Entretenimiento Información Integración Educación Avance cultural Motivación	Tecnología audiovisual que almacenar, reproducir y permite controlar el ritmo, interrumpir y repetir el flujo de la cinta cuantas veces se desee.	Se ha utilizado como una herramienta en la educación. Con la finalidad de ejemplificar algún fenómeno natural y brindar posibilidades educativas para toda la sociedad.
<i>La tecnología multimedia</i>	Se caracteriza por el uso de la computadora, así como el sin número de aplicaciones de está.	Motivación Participación Educación Discusión Avance cultural Entretenimiento Integración Información	El avance logrado para combinar audio, video, textos escritos, lenguaje verbal, hojas de cálculo, diseño editorial y de imagen, el uso de la cibernética y de lo virtual. Adicionalmente, la capacidad de almacenar información.	Actualmente es utilizada como una herramienta en la educación. Con la finalidad de ejemplificar algún fenómeno natural y/o brindar posibilidades educativas para toda la sociedad, de cualquier nivel educativo.

Como se puede observar, en la tabla anterior se resaltan algunas potencialidades de los medios de información colectiva, el punto que se quiere subrayar aquí es: la diversidad infinita de posibilidades educativas que nos dan los medios de información colectiva.

También es fundamental saber utilizar dichos medios como un recurso que facilite la construcción del conocimiento a través del aprendizaje casual, así como aquel aprendizaje con objetivos claramente definidos, y que caracterizan a la educación formal e integral que el Estado debe brindar a la sociedad en general.

— **El impacto social de los medios de información masiva**

El impacto social de estos medios de información masiva ha sido investigado durante varios años, por instituciones y por diversos estudiosos del tema a nivel mundial. Varias de estas investigaciones han permitido visualizar dicho impacto, un ejemplo de ello es la clasificación realizada por Ramón Gil⁹ de la Universidad de Colima, quién resalta los siguientes aspectos:

- a) **La construcción de la realidad social:** Tiene la capacidad centralizada de recrear “la realidad” y las relaciones sociales a la casa, en la forma más popular: *el entretenimiento*, mediante las telenovelas, las teleseries, las comedias y las caricaturas, las cuales constituyen portadores de valores y de mapas de relaciones. En consecuencia, definen lo bueno, lo deseable y lo no deseable, lo que es posible lograr, de tal forma que en el inconsciente de los sujetos se conforman patrones de evaluación y comportamiento individual y social.

- b) **El establecimiento de la agenda:** Consiste en delimitar los aspectos de la realidad social, formando un marco de referencia para los sujetos. Esto es, la programación televisiva no le brinda elementos para pensar al

⁹ Cfr. GIL, Ramón en: REBEIL Corella, María Antonieta y Alberto Montoya Martín del Campo (compiladores). *Televisión y desnacionalización: textos de comunicación*, Colima, Universidad de Colima, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Coordinación General de Comunicación Social, 1987, p.6-9.

telespectador ante alguna circunstancia, sino que le enseña a construir una realidad aparente, con nociones limitadas y deformadas del contexto que le rodea, negándoles toda posibilidad de insertarse en la realidad.

- c) **La creación de patrones cognoscitivos:** Desde el punto de vista de Jay Blumer y Dennis McQuail, quienes en 1964 sostienen que dicha creación sucede debido a que los mensajes abiertamente persuasivos (tales como la propaganda política y publicitaria) son reconocidos de manera inmediata por la audiencia, debido a una reacción psicológica natural de los sujetos, que los pone en alerta hacia lo que se les está intentando dirigir o convencer. Mientras que los mensajes de las noticias o teleseries, producen un cierto relajamiento en los sujetos receptores, quienes perciben estos contenidos como “información” o “entretenimiento”, ocasionando la asimilación indefensa de estos mensajes. A través del tiempo, esta recepción acrítica produce nuevos impactos en los auditorios: la paulatina transformación de sus patrones cognoscitivos.

- d) **El diferencial del cultivo:** También llamado desarrollo desigual de la asimilación de mensajes provenientes de los medios de comunicación masiva. Ésta es una aportación de George Gerbner, la introducción de este término permite una visión más realista del impacto de los medios a lo largo de la vida de los sujetos, lo cual depende en gran medida de la intensidad con que los sujetos se expongan a los medios; es decir los efectos de los medios se cultivan en el sujeto y un diferencial es observable entre sujetos que se exponen mas o menos tiempo a los mismos medios.

- e) **La homogenización cultural:** Se aboca a la difícil tarea de analizar el impacto de la televisión comercial en la cultura Purépecha en el estado de Michoacán, en dicha investigación se concluye lo siguiente:
 - Entre las generaciones más jóvenes se alcanzan índices mayores de reconocimiento de las figuras, símbolos y de personajes televisivos emitidos por este medio. Por lo que, los jóvenes son particularmente

vulnerables a los contenidos televisivos y que la imitación de esquemas contenidos en estos se manifiestan en un 90% de los individuos entrevistados. En consecuencia, se pretende que todos actúen de la misma forma.

- f) **La desnacionalización:** Es una aportación de Alberto Montoya y María Antonieta Rebeil, quienes en el Consejo Nacional Técnico de la Educación en 1981, establecieron el carácter extranjerizante de la programación televisiva, al motivar en los estudiantes deseos por vivir en Estados Unidos y aprobar la idea de que se establezca en todo el mundo, el modo de vida de los norteamericanos. También queda claro que los programas de noticias (en particular los procedentes de la televisión comercial privada) provocan la desinformación de estos jóvenes acerca de la realidad nacional.

Ante tal impacto, el consumo de los diferentes programas televisivos depende del contexto, entendido éste como el lugar físico o simbólico desde donde se realiza la televidencia, pero que también intervienen un conjunto amplio de aspectos relacionados con los estilos de vida de las familias, la situación laboral de los que sostienen el hogar, y su interrelación con las limitaciones de programación de la televisión.

Asimismo, las personas son un factor clave dentro del contexto televisivo, ya que de ellas depende también este consumo; por ejemplo: los adolescentes que están en una búsqueda constante de su identidad, tratando de encontrar respuestas a las preguntas ¿quién soy? y ¿qué me pasa? al ver la televisión, pueden adoptar una serie de actitudes, formas de vestir, hablar y pensar de los diferentes contenidos visuales y narrativos que presenta la televisión comercial privada y abierta, dejando de lado su cultura, raíces u orígenes, con el propósito de “dar respuesta” a sus preguntas y de ser aceptado socialmente.

Un ejemplo más son las amas de casa, quienes consumen los mensajes televisivos transmitidos por las telenovelas, los cuales impactan el aspecto emocional de tal forma que puede llegar a influenciar su comportamiento si la situación observada le pasara a ella.

El consumo televisivo no es un fenómeno aislado, sino que es una actividad dinámica en la que convergen influencias del ambiente y de un contexto constituido por personas y eventos.

A lo que Orozco¹⁰ propone que:

El contexto debe ser considerado como una parte constitutiva del consumo de televisión, ya que las condiciones que rodean a dicho proceso son referencias a la propia cultura de pertenencia de la audiencia y contribuyen a determinar la naturaleza de los significados que pueden llegar a producirse.

Por lo que en un primer momento, la familia como primera instancia de socialización constituye una comunidad de apropiación primaria, ya que es el grupo con el que normalmente se ve televisión y donde se establece una interacción directa con la programación televisiva.

No obstante este tipo de interacción, la mayoría de las veces no es vigilado y regulado, puesto que a la televisión se le concibe como la niñera de la casa, por el hecho de que los entretiene, divierte y aprenden; bajo este entendido, es conveniente desarrollar habilidades de recepción crítica.

— **Influencia educativa de los medios de información**

Los medios de información colectiva han adquirido mayor relevancia que la escuela misma, al respecto en la compilación realizada por Rebeil y otros¹¹ se mencionan algunas razones que la fundamentan.

¹⁰ OROZCO Gómez, Guillermo. *Familia, televisión y educación en México: La Teoría educativa de la madre como mediación en la recepción televisiva de los niños* en: G. Orozco (comp.) *Hablan los televidentes*. Estudios de recepción en varios países. México. D. F. Universidad Iberoamericana. 1992, p. 11-32.

¹¹ Cfr. REBEIL. Op. cit. p. 4-6.

- a) **La tecnología de la comunicación** facilita actividades de largo alcance territorial, penetración a todos los niveles sociales, dominio de horarios y fechas festivas o de descanso, evidenciando el gran impacto de estos medios en la sociedad, ya que las transmisiones pueden ser recibidas en la escuela o en la comodidad del hogar.

- b) **El abaratamiento constante de las operaciones de los medios por cada individuo receptor**; es decir, los gastos de producción de un programa o de una serie son divididos entre los receptores, obteniendo una multiplicidad equiparada entre los recursos financieros y humanos.

- c) **Fomento a una cultura de consumismo**. Desde su creación, los medios han dado cabida a las demandas sociales, convirtiéndose en atractivas posibilidades para difundir las ideas o avances de la modernización a la gran mayoría de la población. Por ejemplo, la publicidad propone el deseo del consumo de artículos suntuarios y el afán de la realización personal a través de la acumulación de bienes, logrando el aceleramiento del ciclo de producción aunque sea costoso y, por ende, la reproducción de estereotipos de una sociedad dominante.

- d) **El concepto de la realidad social**, existe una tendencia al aumento, por parte de la sociedad, en conformar un concepto propio de su realidad, el cual es mediado a través de los medios de información o difusión; es decir, cada sujeto posee un concepto de realidad social, el cual depende de sus experiencias propias y de la forma en que se relaciona con los otros, así como de sus preferencias, intereses, creencias y cultura.

Sin duda, los medios han ganado terreno en el ámbito de la producción social de sujetos, debido a la enorme capacidad centralizada de traer la realidad y las relaciones sociales a la casa a través de las telenovelas, de las teleseries, de las comedias y de las caricaturas, principalmente, siendo portadoras de valores y de mapas relacionales, definiendo estilos de vida mediante el establecimiento de

parámetros entre lo bueno, lo deseable, lo no deseable, lo que es posible lograr etc.

En consecuencia, estos parámetros constituyen paulatinamente el pensar y el actuar de los sujetos, evidenciando la manera acrítica y pasiva ante cualquier medio. Por lo tanto, se van conformando patrones de evaluación y comportamiento individual y social de manera generalizada.

Hasta el momento, se ha descrito un escenario diverso, conformado por los medios de información y difusión, reconociendo el gran papel e influencia que desempeñan estos medios en la sociedad.

No obstante, en el momento que se desenmascare la unidireccionalidad con la que operan estos medios al transmitir la información, probablemente se conviertan en medios de comunicación, en el sentido estricto del término.

2. La televisión

— Reseña histórica

El objeto de estudio sobre el que se trabaja en esta investigación es la televisión, por tal motivo se presenta sucintamente un resumen sobre su aparición e impacto en el mundo y en México especialmente.

La televisión como medio de información colectiva ha revolucionado al mundo entero, ya que este medio puede traspasar las fronteras a través de la diversidad de sus transmisiones producto de sus avances tecnológicos; pero nos hemos preguntado ¿qué significa la palabra televisión?, ¿cómo funciona?, ¿cómo surge? y ¿cómo está constituida tecnológicamente? entre otras cuestiones más.

La palabra televisión¹² se deriva del griego *tele* (lejos) y del latín *video* (ver); es decir, ver de lejos cualquier imagen ya sea de objetos, animales o de seres

¹² Cfr. QUIJADA Soto, Miguel Ángel. *La televisión: análisis y práctica de la producción de programas*. México, Trillas, 1999, p. 15.

humanos. Su funcionamiento técnico consiste en la conversión de rayos luminosos a ondas eléctricas, las cuales se transmiten a un receptor en el que a su vez son convertidas en rayos luminosos visibles que forman una imagen. Cuenta con un dispositivo mecánico, cuya función podría contrastarse con la técnica empleada por los pintores impresionistas; esto es, la descomposición de la luz en diminutos puntos luminosos.

La televisión surge de diversas aportaciones de algunos científicos entre los que destacan: Paul Nipkow, quien en 1885 patenta el telescopio eléctrico. Este es un disco rotativo con perforaciones dispuestas en espiral para la descomposición de las imágenes. A principios del S. XIX, numerosos precursores se esforzaron por lograr la transmisión telegráfica de imágenes sobre grandes distancias, lo cual se obtuvo con el empleo del tubo de Braun (1897), así como con las nuevas aportaciones de A. Kurn (1907), D. von Mihály (1919) y W. Zworykin (1923), este último fue el inventor del iconoscopio. En 1924, se reconocen notables progresos con los inventos de A. Karolus, M. Dieckman y J. Baird; ya para los años siguientes se consiguió la transmisión inalámbrica de imágenes a través de largas distancias, al mismo tiempo se iniciaron en los EE.UU. experimentos con la televisión a color.

En el contexto mundial, las primeras emisiones de prueba fueron realizadas por la BBC de Londres y la Döberitz (Alemania). Éstas fueron interrumpidas por la guerra mundial, reanudando sus transmisiones la BBC en Junio de 1946 y la Döberitz hasta 1953.

En el año de 1962, la organización de Eurovisión realizó las primeras transmisiones a través del satélite Telstar, el cual intercambiaba transmisiones entre EE.UU. y Europa. Paralelamente, se logró la televisión a colores de acuerdo al sistema norteamericano NTSC.* Posteriormente, le siguieron diversos sistemas

* National Television System Committee (N. del T)

tales como: el sistema Francés SECAM y el Pal, de la empresa alemana Telefunken, creado en 1963 por W. Bruch.¹³

En el contexto mexicano, los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca realizaron entre 1928-1930 la primera transmisión, pero es hasta 1931 que se lleva a cabo la primera transmisión en vivo.

El Ing. Guillermo González Camarena realizó programas experimentales con la primera cámara de televisión electrónica. En 1940, patentó su sistema de televisión tricromático basado en los colores verde, azul y rojo dando así, origen a la televisión a colores. En ese mismo año, se inaugura la estación experimental XHIGC propiedad del Ing. González Camarena.

En 1947, el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) nombra una comisión integrada por el escritor Salvador Novo y por el Ingeniero Guillermo González Camarena, encargada de realizar una investigación sobre los sistemas televisivos predominantes en el mundo, el estadounidense (comercial-privado) y el británico (monopolio estatal), con la intención de adoptar el más conveniente para México.

Los resultados de la investigación, son presentados en dos apartados de la misma. El primero, realizado por Salvador Novo, expone aspectos administrativos, de organización, de financiamiento y de contenido programático de ambos sistemas de televisión, además recomienda que no se adopte alguno de los dos sistemas en México. No obstante, vierte elogios con respecto a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC).

El segundo apartado, elaborado por el Ing. González Camarena, constituye una recomendación formal para que México adopte el sistema estadounidense. Las razones expuestas son de índole técnica y económica, argumentando que todos

¹³ Cfr. FELDMANN, Erich. *Teoría de los medios masivos de comunicación*. Kapelusz, Argentina 1977, p.11-12.

los experimentos y aparatos fabricados en México hasta ese momento, se han realizado con base en las especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos.

En este mismo año, la Secretaría de Economía expide el permiso oficial para que los laboratorios GON-CAM, propiedad de Ing. González Camarena, operen comercialmente para fabricar equipos transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de distribución, mezcladoras de audio y video, así como antenas de transmisión. Las primeras transmisiones oficiales realizadas son las siguientes:

AÑO	DESCRIPCIÓN DE LA TRANSMISIÓN
1949	<p>Con fines políticos, se transmitió un evento organizado por el gobierno de la república en el Palacio de Minería, como complemento del segundo informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.</p> <p>Con la dirección del Ing. González Camarena, se logra la primera demostración, con fines educativos durante la celebración de la VII Asamblea de Cirujanos en el Hospital Juárez de la Ciudad de México transmitiéndose en circuito cerrado una intervención quirúrgica, marcando las transmisiones televisivas oficiales.</p>
1950-61	<p>Las transmisiones sucesoras, se caracterizaron por tener un contenido comercial, cómico, deportivo, entre otros, privilegiando el entretenimiento de los televidentes dentro y fuera del país.</p>
1962-63	<p>El Ing. González Camarena patenta en México, Estados Unidos y otras naciones otro sistema de televisión a colores: el bicolor simplificado el cual se establece a base de los colores verde-naranja y verde-azul.</p> <p>Como resultado, se logra la primera transmisión a colores por el Canal 5 con el programa Paraíso Infantil, marcando el inicio del emporio de Emilio Azcárraga y la empresa Televimex, ahora llamada "Grupo Televisa.</p>

Desde sus inicios, la televisión ha estado regulada por el Estado, con la finalidad de vigilar su funcionamiento y el tipo de contenidos que transmite. En este sentido desde los años 50, las normas que vigilan la instalación y funcionamiento de las estaciones radiodifusoras y de televisión.

En los años 60, se establece que la radio y la televisión son medios de interés público y, se crea el régimen de concesiones y permisos. En los años 70, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (en adelante conocida como RTC) decreta vigilar la normatividad y los contenidos que transmiten la radio, la televisión y el cine.

Durante el sexenio de Vicente Fox, los mass-media pretenden cobrar un papel preponderante en su gobierno, ya que intentan fortalecer su función social para consolidar la democracia, respondiendo a los principios de libertad de expresión, de certeza jurídica y de responsabilidad social para lograr así, un benéfico desarrollo de la industria de la radio y de la televisión.

Ante este escenario, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicado en 1973 sufre ciertas modificaciones, las cuales tienen la intención de responder a las necesidades y exigencias sociales actuales. Éstas son las siguientes:

MODIFICACIONES	DESCRIPCIÓN
<i>Normatividad</i>	La industria de la radio y la televisión debe ser fuerte, competitiva, moderna y comprometida con la sociedad.
<i>Publicidad</i>	Se establecen los criterios de clasificación, transparencia y acotamiento en el otorgamiento y referendo de concesiones y permisos.
<i>Administrativos</i>	La simplificación de los trámites administrativos a través de la reducción de requisitos y plazos para la autorización de programas.
<i>Función social</i>	Las transmisiones de la industria de la radio y de la televisión deberán de promover el derecho de réplica y mejorarán la calidad de los contenidos.

En relación a la infraestructura satelital, en la década de los años 80, se da a conocer que México contará con su propio satélite, el cual llevará el nombre de Iluicahua. No obstante, el primer satélite de comunicaciones mexicano, es el

Morelos I y el segundo satélite Morelos II. Al contar México con una infraestructura satelital se da inicio al proyecto de educación médica vía satélite denominado TV Salud, promovido por el Hospital Infantil de México.

En la década de los años 90, se pone en órbita el satélite Solidaridad II. Durante esta década, se consolida la Red Satelital de Distribución de Televisión Educativa (EDUSAT), con seis canales en operación, transmitiendo a 11 mil escuelas del país a través del sistema Solidaridad.

Este desarrollo ha dado lugar a que en México se creen consorcios televisivos como Televisa y TV Azteca, quienes son portavoces, promotores y defensores de las políticas de Estado, debido a que existe una relación estrecha entre la televisora y la cúpula del poder.

Paralelamente a este desarrollo y consolidación de las televisoras, las Instituciones de Educación Superior (IES), preocupadas por dicha consolidación, crearon algunos canales televisivos con fines educativos y culturales, pero que no cuentan con la cobertura geográfica a nivel nacional.

Un consorcio más que ha expandido sus operaciones, en México es la televisión de paga: tal es el caso de Cablevisión y Sky. Su llegada ha propiciado una amplia gama de posibilidades a través de la gran oferta de su programación, lo que ha generado aún más la relación de dependencia ante el televisor, puesto que tienen un amplio abanico para escoger qué tipo de programa se desea ver; es decir, telenovelas, películas, reality shows, series, entre otros, pero que además, ha fragmentado la audiencia. Cabe señalar que este tipo de programación responde a un modelo de vivir y ver la vida, y que lo único que pretenden es reproducir su modelo, a fin de extender sus fronteras a través de la transmisión de mensajes audiovisuales.

Bajo este entendido, es que resulta interesante y sobresaliente realizar una propuesta que brinde una alternativa de solución para aprender a observar los

diferentes programas televisivos, develando lo oculto y contextualizando lo que se presenta sin contexto, a través de la recepción crítica de los mensajes audiovisuales contenidos en los programas televisivos.

— Géneros televisivos

Un aspecto más, que caracteriza a la televisión son: las cadenas televisivas. Éstas se clasifican de acuerdo a la programación, finalidad y público al que van dirigidos.

a) Las generalistas¹⁴ que transmiten desde un programa de dibujos animados hasta un educativo o bien, b) las temáticas, que se centran en un determinado tópico. Dichas cadenas se pueden agrupar en un sistema de emisión como el de ondas hertzianas, el satelital o por cable; asimismo pueden ser privadas o estatales. Las primeras reditúan beneficios económicos a sus dueños. En las estatales, se transmiten más los programas educativos y culturales, que los programas de entretenimiento.

Según Gabelas¹⁵ la programación transmitida por la televisión tiene los siguientes objetivos a) captar el mayor número de espectadores y b) mantenerlos atentos a la cadena el mayor tiempo posible. Por lo que la programación televisiva debe ser continua, evitando tiempos muertos, lo cual puede dar lugar a que el espectador no se desligue y busque otro canal. Es por ello que esa continuidad obligada en la programación ha dado lugar a lo que llamamos géneros televisivos.

Antes de explicar qué es un género televisivo y presentar una clasificación de éstos, es fundamental reconocer las particularidades que según Garrido¹⁶ caracterizan a la televisión.

¹⁴ Cfr. GABELAS Barroso, José Antonio (coord.) *Aprende conmigo: la televisión en el centro educativo*. De la torre, Madrid, 1996, p. 18.

¹⁵ Cfr. GABELAS, Op. cit., p. 18-19.

¹⁶ Cfr. MÉNDEZ Garrido, Juan Manuel. *Aprendamos a consumir mensajes. Televisión, publicidad, prensa y radio*. Grupo Comunicar, España, 2001, p. 15.

- **Lo inmediato:** Cualquier suceso puede contemplarse, independientemente del lugar y hora en que se haya producido, posibilitándole así, al mundo entero, formar parte del espectáculo televisivo.
- **Lo accesible:** El espectador posee la sensación de que todo es válido y posible, el mundo se encuentra, por difícil que parezca, al alcance de su vista.
- **El espectáculo:** Es una realidad filtrada, reorganizada, descontextualizada y en muchas ocasiones inventada, que se le ofrece al telespectador como “única y verdadera”.
- **El presente:** Los hechos, los lugares, las épocas en espacio y tiempo se unen en la televisión, de manera que todo forma parte de una única realidad. No hay más que un tiempo y un espacio, el cual es señalado por la televisión.
- **La publicidad:** Es la que posibilita la unión de programas, debido al aglutinamiento de anuncios y a la estructura misma del discurso televisivo.
- **Lo fragmentario:** Todo programa de televisión aparece enlazado entre sí por las horas y por los diferentes días de la semana, adecuándose a las preferencias (sexo, nivel socio-económico, ideología, intereses, etc.) del teleespectador.
- **La continuidad:** La fragmentación en horas y días es lo que posibilita esta continuidad, cuidando las condicionantes socio-culturales del teleespectador.
- **Lo heterogéneo:** La diversidad de los diferentes géneros televisivos transmitidos por la televisión.

- **Lo plural:** Existen diferentes emisiones simultáneas en la gran variedad de canales que ofrece la televisión abierta y privada, que el telespectador puede recibir.
- **Carencia de clausura (eternidad):** El discurso televisivo se multiplica hasta el infinito sin alcanzar su final.

Para Meléndez¹⁷ un género televisivo es una unidad discursiva, siendo ésta una forma de comunicación intencional que ocurre en condiciones determinadas en un cierto tiempo y espacio, donde el emisor hace llegar el mensaje al receptor. Un género se encuentra integrado por un microdiscurso, por los recursos de unión y de continuidad, los cuales permiten diferenciar un programa de otro, formando un continuum de 24 horas diarias sin descanso.

Asimismo, precisa que los géneros televisivos¹⁸ emergen en un principio de tres vertientes: 1) de los géneros literarios, 2) de los géneros periodísticos escritos y 3) de contextualizarse a través de la historia de la comunicación e información audiovisual.

Así, la televisión se vio en la necesidad de crear sus propios géneros basándose en la estructura de su discurso. Ante este panorama, Meléndez¹⁹ elaboró una taxonomía sobre los géneros, la cual se explica a continuación:

CLASIFICACIÓN DE LOS GÉNEROS TELEVISIVOS	
GÉNERO	CARACTERÍSTICAS
<i>Comerciales</i>	Producciones breves* cuya finalidad es el consumo de bienes materiales.

¹⁷ Cfr. MELÉNDEZ Crespo, Ana. *La TV no es como la pintan: rutinas, modelos, discursos y programas*. México, Trillas, 2001. p. 29-30.

¹⁸ Cfr. MELÉNDEZ Crespo, Ana. *TV Educativa: un modo de planear programas*. Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), México, 1994, p.28.

¹⁹ MELÉNDEZ. Op. cit. p. 52-55.

* Conocidas como spots cuya duración es de 20 seg. a 1 minuto.

<i>Promocionales</i>	Producciones breves que tiene por objeto promover la imagen de una persona o institución u ofrecer servicios.
<i>Informativos</i>	Producciones breves que tienen por objeto aportar datos sobre acontecimientos de actualidad.
<i>Orientación</i>	Discursos narrativos breves que aportan informaciones para guiar a los perceptores en cuanto al uso y aprovechamiento de servicios.
<i>Preventivos</i>	Mensajes educativos que buscan la promoción y conservación de la salud, el ambiente, la seguridad, a través de la modificación y cambio de actitudes y creación de conciencia ciudadana.
<i>Divulgación científica tecnológica</i>	Mensajes educativos cuyo propósito es despertar la comprensión, el interés, la curiosidad, sobre temas y problemas vinculados con la ciencia y la tecnología.
<i>Videoclips</i>	Programas breves cuya duración está determinada por una melodía o composición musical corta de 3 a 5 minutos. Su fin es promover la venta de discos o casetes, la imagen de autores, compositores, intérpretes o ejecutantes de música de diverso géneros y estilos.
<i>Teledramas</i>	Programas que adaptan obras literarias de carácter dramático. Su finalidad puede ser histórica, educativa o de esparcimiento.
<i>Teleteatro</i>	Son adaptaciones de obras originalmente escritas para teatro. Respetan el estilo y el lenguaje dramático de la obra original.
<i>Telenovela</i>	Son obras de contenido melodramático con elementos literarios de la novela. Su característica es la división de la trama en varios capítulos. Cada episodio tiene un desarrollo, pero al final siempre se usa el suspenso como gancho para asegurar el interés del espectador en el siguiente capítulo.
<i>Miniseries</i>	Son obras melodramáticas cuya característica es la división de la trama en capítulos. Con un desarrollo dramático unitario, pero al final emplea el suspenso para asegurar el interés del espectador en el siguiente episodio.
<i>Dibujos animados</i>	Son programas que utilizan como base el dibujo realizado con técnicas de ilustración y animación manuales o digitales, que permiten crear la ilusión de movimiento de las figuras. Su finalidad es el entretenimiento, aunque se usan también con objetivos educativos en todas sus variantes: divulgación científica y tecnológica, cultural, de orientación, información e instruccional.

<i>Musicales</i>	Son programas de carácter espectacular cuyo fin es la apreciación de expresiones musicales diversas. Pueden tener un fin promocional de autores, intérpretes o ejecutantes, o bien de divulgación, difusión y análisis de la cultura musical de una época, país o región.
<i>Cómicos</i>	Son programas con elementos básicos del teledrama, se sostiene básicamente en "gags". Su finalidad es divertir además de la creación de conciencia política o ciudadana.
<i>De revista</i>	Tienen influencia del teatro y su estructura narrativa se organiza de forma similar al teatro clásico de revista. Integra coreografías, chistes, cantantes, instrumentación musical. Su objetivo es el entretenimiento.
<i>Concurso</i>	Son programas cuya finalidad es someter al público asistente al estudio de competencias diversas. Los patrocinadores otorgan a los participantes y los triunfadores una recompensa en especie o dinero. Su finalidad es publicitaria, aunque hay concursos de conocimientos generales, que no implican un fin educativo.
<i>Terror</i>	Son programas de ficción cuyo fin es entretener mediante fórmulas fantásticas que establecen un alejamiento con la realidad. Suele estar relacionado con el sueño, el inconsciente y todo lo que desafía la experiencia, la racionalidad y la lógica.
<i>Ciencia-ficción</i>	Trata del futuro, de la sociedad postindustrial y de las relaciones del hombre con la tecnología más avanzada. Abarcando extraterrestres, la venganza de la naturaleza; y planteamientos conceptuales y figurativos extraños e inidentificables.
<i>Policiaco</i>	Conocido como thriller puede ser el programa criminal tradicional, de gánsters y detectives o el drama psicológico y de atmósfera, o plantea como enigma un crimen.
<i>Reportaje</i>	Se deriva de la prensa escrita y está integrado por notas informativas, de crónicas, de entrevistas, de documentales e incluso de editoriales. Su finalidad es la narración, descripción análisis y apreciación sobre un tema.
<i>Noticiero</i>	Recurre a un locutor que da a conocer las últimas noticias a través de una síntesis noticiosa. Su finalidad es ofrecer una síntesis noticiosa para que el perceptor profundice la información a través de la lectura de periódicos y revistas.
<i>Deportivos</i>	Se llaman también programas de eventos especiales porque se graban y transmiten en directo. Su objetivo es transmitir las competencias deportivas en el momento en que se desarrolla la acción.

* Efecto cómico rápido e inesperado en un filme.

<i>Entrevista</i>	Es la noticia contada por el protagonista al espectador, de dos formas: 1) la entrevista filmada, que se graba en directo buscando la respuesta espontánea del entrevistado; y la 2) es la entrevista en estudio, que se usa para obtener respuestas elaboradas del entrevistado.
<i>Debate en vivo</i>	Es una reunión de varios expertos quienes dialogan libremente sobre un tema previamente señalado. Lo conduce un moderador cuya función es organizar el análisis de un tema.
<i>Mesa redonda</i>	Es una reunión de varios informadores que son sometidos a continuas preguntas en torno a materias de la específica competencia de esos expertos.

El conocimiento de los diversos géneros, que caracterizan los contenidos televisivos permiten adentrarse al análisis y a la reflexión de sus transmisiones y, por ende, fomentar una cultura sobre y para la televisión, siendo importante familiarizarse con los diversos tipos de televisión existentes, los cuales han llegado a variar de acuerdo a los criterios de los diferentes autores que abordan este tema. De acuerdo con Adriana Chávez²⁰, se presenta la siguiente clasificación:

TIPOS DE TELEVISIÓN	PROPÓSITOS
<i>Comercial</i>	Entretener y la promocionar a sus anunciantes, la inducción de valores y representaciones culturales con diversas finalidades que corresponden a intereses comerciales o de grupo.
<i>Cultural</i>	Divulgar y entretener con diseños narrativos propios de la televisión comercial y que dados los condicionamientos espaciales, ambientales, temporales y actitudinales en los que se recibe el mensaje, no precisa planteamientos académicos o científicos.
<i>Educativa</i>	Diseñar programas con una intencionalidad educativa clara y expresa. Los planteamientos técnicos aparecen siempre supeditados a los didácticos, los contenidos y la secuencia son flexibles, definiéndose en función de los objetivos educativos. Sus elementos (códigos audiovisuales) se ponen al servicio de la educación.
<i>Para aprender</i>	Tener presentes los valores y principios que sustentan su cultura y así, ayudar a promover actitudes y habilidades, aunque éstas no sean avaladas por el sistema social.

²⁰ CHÁVEZ, Adriana. En Razón y palabra. Revista electrónica. Diciembre 2003-Enero 2004. No. 36. En línea [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/acabes.html] Consultado el 22 de Marzo de 2006.

De los anteriores tipos de televisión citados, están claramente definidos los tipos de audiencia al que son dirigidos; sus características con las que son producidos, horarios y canales, así como los mensajes que son transmitidos.

Es por ello que la televisión como medio de información masiva adquiere gran relevancia en los diversos ámbitos de la vida de un país, puesto que este medio llega a un sinnúmero de personas de cualquier nacionalidad, creencias, grupos étnicos etc. Por esta razón, varios autores han centrado sus investigaciones en la televisión y sobre todo en la educativa, tales como: Jesús Salinas Ibáñez, José Pérez Tornero, Adriana Chávez, Julio Cabero Almenara, entre otros.

No obstante, retomamos con gran insistencia la aportación de Adriana Chávez sobre **Televisión para aprender**, ya que es primordial que el diseño del discurso narrativo de cualquier género televisivo abocado o no al aprendizaje, tenga presentes los valores y principios de la cultura del país, de tal forma que ayuden dichos contenidos y transmisiones a desarrollar, fortalecer y difundir habilidades y actitudes que colaboren con el desarrollo personal de manera íntegra y que esta contribución no necesariamente sea legitimada por el Estado.

La televisión debe ser utilizada como un medio que contribuya al mejoramiento de los sujetos y, por ende, de la sociedad. Sin embargo, la televisión ha sido utilizada recurrentemente como un instrumento y/o medio de dominación de la sociedad, mediante una serie de estrategias que han sido diseñadas para ejecutar dicho manejo y/o control.

— **Dominación de la televisión**

Varios sociólogos, como por ejemplo: Bordieu, Mac Luhan, entre otros, se han dedicado a investigar hasta que punto la información ejercida por los medios es autoritaria y cuáles son los efectos que produce en la población. Quizá el término autoritarismo sea un término fuerte y drástico, para aplicarlo a la televisión.

Según Acosta²¹, este autoritarismo no emplea la imposición directa para lograr sus fines, sino que utiliza la persuasión, a través de la proyección de imágenes principalmente, y del sonido. Su propósito es el de informar mediante procedimientos múltiples, tales como: fragmentación de imágenes, analogías, contradicciones, empleo de neologismos, sinécdoques, metáforas, uso de adjetivos (verbos o adverbios), peyorativos y otros recursos estilísticos, lingüísticos y hasta fonéticos, todos ellos con un alto contenido psicológico y emocional que apela a motivaciones inconscientes (instinto, frustraciones, o anhelos reprimidos), originando una relación de dependencia entre televisor-televidente. Dicho autoritarismo presenta las siguientes características:

- a) **La evasión de la realidad**, el telespectador recurre al televisor en una posible huída de su mundo real, tal vez sea por la falta de espacio donde se desenvuelve, o bien por la exagerada o carente atención de sus familiares, e incluso por ocio y diversión, provocando en el telespectador la creación de un mundo ficticio, en el cual las metas se pueden alcanzar fácilmente.

Algunos géneros televisivos como: las novelas, las caricaturas, teleseries, entre otros le brindan al telespectador adolescente, en específico, marcos de referencia los cuales le ejemplifican como socializarse e integrarse a grupos que coinciden con su manera de pensar, ser, vestir y actuar, así como resolver problemas, alcanzar metas, e incluso a mentir.

- b) **La violencia**, constituye un contenido que al parecer es favorito del teleauditorio infantil y juvenil.

William Belsan²² señala, que la violencia en la televisión no es sólo una de las causas de la agresividad juvenil, sino que es la causa principal, comenta que:

²¹ Cfr. ACOSTA, Leonardo. *Medios masivos de ideología imperialista*. Quito Sol, México, 1980, p 17-22.

²² BELSAN, William. En: ACOSTA, Op.cit, p. 24.

sí, los niños son sometidos al bombardeo diario de escenas violentas, terminarían acostumbrándose a ella, percibiéndola como algo cotidiano y natural. Además, agrega que sí por alguna razón, algún(os) niño(s) tiene(n) dificultades para distinguir la realidad de la fantasía serán los más expuestos, ya que en ellos se produce de una manera inmediata el proceso de identificación con el personaje.

Joaquín María Dragó²³ afirma que la violencia en la televisión es premiada, al menos tantas veces como es castigada. Por ejemplo: en las series de acción, en las novelas e incluso en las caricaturas los personajes antagonistas (malos) quebrantan la ley, empleando medios ilegales y violentos para alcanzar las metas, con la misma frecuencia los personajes protagonistas (buenos) recurren a dichos mecanismos, sólo que la diferencia radica en que los buenos lo hacen por “justicia”.

c) El consumismo, los adolescentes parecen aceptar plenamente los productos elaborados por las grandes multinacionales, puesto que el vestir, el actuar e incluso el pensar a la moda, es sinónimo de popularidad, garantizando el ser reconocido y aceptado socialmente. Por lo que en él se crea la necesidad de consumir cada vez más para ser admitido por la sociedad, olvidando la verdadera esencia de su personalidad.

Este tipo de implantación se refleja claramente en la publicidad, la cual difunde e informa una serie de noticias, de mensajes y/o de reportajes, convirtiendo inclusive la cultura en mercancía de consumo, debido a que se concentran intereses económicos y políticos ajenos a las clases mayoritarias, y que únicamente las encaminan a apropiarse de un modelo de consumo a través de asumir una conducta pasiva e inconsciente.

El consorcio televisivo transmite sus mensajes con una tendencia a la uniformidad, sin tomar en cuenta los intereses, preocupaciones y formas de vida del teleespectador, sino las aspiraciones, valores y normas que a los grandes capitalistas les conviene reproducir, aunque en varias ocasiones quien protagoniza

²³ Cfr. DRAGÓ Joaquín, María. En: ACOSTA. Op. cit. p. 25.

los sucesos es la clase dominada, favoreciendo formas de penetración cultural, interesada en implantar modelos de vida muchas veces desvinculada de la cultura nacional.

La televisión no ofrece alternativas diferentes al teleespectador que ayuden a fomentar una cultura de reflexión y análisis ante la programación televisiva. Ésta sólo ofrece pocos programas de bajo nivel cultural, los cuales están producidos con un margen alto de transmisiones cargadas de imágenes sensacionalistas y violentas para las diferentes audiencias.

Con una televisión así, se hace fundamental ofrecer elementos de análisis y contenidos que preparen a la sociedad como receptores críticos y creativos de lo que escuchan y observan.

El hecho de que nos encontremos en una era en donde las telecomunicaciones juegan un papel importante, y en donde la televisión se ha convertido en un medio masivo de información que genera nuevos procesos comunicacionales, y que plantea posibilidades de acceder al conocimiento mismo, obliga a que se reflexione acerca de los límites y alcances, como de su potencial tecnológico, que tiene posibilidades para incidir de manera favorable y significativa en la transformación de una sociedad que no recibe los beneficios de una educación integral.

Con la intención de dar a explicación a estos tópicos de interés general, se han concentrado los resultados de algunas investigaciones que nos hablan de la influencia de los medios masivos de información en niños y jóvenes, en un intento de explicar el impacto, la influencia y/o credibilidad que el medio televisivo tiene en la sociedad; en algunos casos, en relación con el uso educativo de la televisión, que en concreto es uno de los motivos centrales a estudiar en este trabajo.

— Algunas investigaciones en torno a la televisión

En México, diversas instituciones de Educación Superior como: la Universidad Iberoamericana, la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), así como el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), entre otros han brindado apoyo a sus investigadores, con el objetivo de realizar proyectos que expliquen la relación existente entre educación y comunicación. Veamos a continuación, algunos ejemplos.

En la Universidad Iberoamericana, los investigadores Guillermo Orozco y Mercedes Charles²⁴ realizaron estudios sobre la televisión y audiencia infantil, sobre las mediaciones cognoscitivas y socio-culturales que subyacen al acto de ver la televisión, y que como tal requiere de una capacitación. Dicha investigación, es publicada en el libro “Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios”, en esta obra, se resalta la importancia de contar con “*una educación para la televidencia*”, la cual implica un proceso con tres momentos (emisión, mensaje y recepción).

Por su parte, Orozco²⁵ publica una obra más, con el nombre “Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo”. Esta obra se conforma por dos apartados: 1) La investigación de la televidencia y 2) La educación televisiva de las audiencias, en ella, se reconoce la importancia de “conocer para intervenir”; es decir, conocer el proceso de ver televisión, los escenarios donde se realizan las múltiples mediaciones de que es objeto, así como conocer a las audiencias implicadas, con el firme objetivo de buscar constantemente y de retroalimentar directamente los esfuerzos de intervención del propio objeto de estudio: *la televidencia*. Esta investigación retoma aspectos de la corriente de estudios culturales del trabajo de Martín Barbero en América Latina.

²⁴ CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco Gómez. *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios*, Trillas, México, 1990, p.39.

²⁵ OROZCO Gómez, Guillermo. *Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo*. La torre y la Universidad Iberoamericana, Madrid, 1996, p. 11-15.

El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa²⁶ (ILCE), diseñó en 1996 el curso “Uso pedagógico de la televisión” coordinado por Irene Martínez Zarandona. Éste fue diseñado para docentes de educación básica principalmente. El uso del medio televisivo no sólo se concibió como apoyo al currículo, sino como el objeto de estudio de las imágenes visuales y auditivas, retomando sus posibilidades comunicativas.

Sus objetivos son: integrar los medios de comunicación en el sistema escolar desde la propuesta de una pedagogía de los medios, aprovechar y potenciar la cultura audiovisual de maestros y alumnos, así como fomentar una recepción crítica de los mensajes televisivos.

Este curso constó de varias etapas para su impartición: 1) la presencial, 2) a distancia vía satélite y 3) a distancia combinando la informática y la televisión. La etapa presencial consistió en el diagnóstico o validación del curso. La aportación de esta primera experiencia fue la dosificación de contenidos, el ajuste en la extensión de las lecturas y la incorporación de actividades de aplicación prácticas que los docentes pudieran realizar con sus grupos.

La experiencia de su aplicación a distancia vía satélite a través de la Red de Televisión Educativa (EDUSAT) fue diseñada con la intención de alcanzar una mayor cobertura para los docentes en servicio. En esta etapa, los contenidos se distribuyeron a través de una antología con las lecturas de apoyo para las doce videoconferencias que fueron televisadas.

La antología de lecturas contiene doce artículos y tres guías de análisis, agrupados en cuatro grandes apartados. Su objetivo es apoyar al magisterio para que reconozcan los tipos de mediaciones existentes en los medios y sus lenguajes, cuya finalidad es la de desarrollar habilidades de análisis y de reflexión ante el medio televisivo.

²⁶ MARTÍNEZ Zarandona, Irene (coord.). *Uso pedagógico de la televisión*, ILCE, México, D. F., Junio 1997, p. 53.

Los apartados de la antología son: 1) Televisión y Educación, 2) El lenguaje audiovisual, 3) Los géneros de la televisión y 4) Guías para el análisis de la televisión: noticieros, programación infantil y telenovelas.

En la tercera etapa del curso impartido vía satélite, y haciendo uso de las redes informáticas se ha adaptado el contenido académico para su consulta en línea; de esta manera puede ser cursado por los docentes a través de la Internet con apoyo de la Red Escolar, siendo esta una estrategia de convergencia de medios telemáticos bajo un modelo pedagógico-comunicacional.

Los objetivos del curso son: fomentar la recepción crítica de los mensajes televisivos y el desarrollo de capacidades creativas y comunicativas, promover el estudio, el análisis y la selección de producciones televisivas, haciendo conciencia de las mediaciones culturales, familiares y personales que influyen en la recepción de los mensajes televisivos, orientar el uso de la televisión como recurso didáctico, para la apropiación de sus códigos, así como el estudio y aplicación de sus potencialidades en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

La estrategia didáctica del curso en línea, se basa principalmente en el estudio autorregulado. No obstante, un tutor acompaña al estudiante a lo largo del curso y lo orienta en la realización de las actividades hacia el logro de los objetivos. Los canales de comunicación entre el tutor y los participantes son: el correo electrónico, foros en línea, teléfono, fax y tele-sesiones.

El curso “Uso pedagógico de la televisión” ha significado para el magisterio mexicano una punta de lanza para introducirse en una propuesta de Educación para los medios, como una necesidad de conocer las influencias culturales a las que están expuestos los estudiantes, y que al ser llevadas al salón de clase intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje, tomando en cuenta que el mismo maestro es espectador constante y asiduo de los distintos medios de comunicación, especialmente la televisión y, por lo tanto, influye en su práctica docente.

En 1994, la Universidad Pedagógica Nacional (UPN)²⁷, diseñó el curso “Educación para los medios” en el que participaron maestros e investigadores de esta casa de estudios, con el propósito de generar un espacio común de reflexión y sobre el potencial educativo de las nuevas tecnologías y medios de comunicación en las sociedades contemporáneas, así como dar cabida al campo de estudio de la educación para los medios, a partir de cuatro líneas de acción:

- Reformulación curricular de los programas de estudio de educación básica.
- Investigación.
- Talleres y cursos de actualización a profesores de educación básica, estudiantes de pedagogía y formaciones afines a la educación.
- Diseño y producción de materiales didácticos que apoyarán el desarrollo de la educación para los medios de nivel básico.

El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y la Universidad Pedagógica Nacional (UPN)²⁸ trabajaron de manera conjunta, con la Unidad de Telesecundaria y la Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la Secretaría de Educación Pública, para diseñar e impartir el curso “Educación para los medios”.

En un principio, la intención de este curso fue: crear e innovar en el ámbito educativo, teniendo como propósito el abrirlo para generaciones subsecuentes, así como a las instituciones y al público en general.

Por otro lado, en Chile, se tiene un trabajo impulsado por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA)²⁹, coordinado por Valerio Fuenzalida, con el nombre de “Educación para la recepción activa de la TV”.

²⁷ GARCÍA Duarte, Nohemy. *Educación mediática, el potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*. SEP, UPN, Porrúa, México 2000, p.27.

²⁸ GARCÍA. Op.cit. p. 28.

²⁹ GARCÍA. Op.cit. p. 29.

Este programa abarca actividades de investigación y capacitación, entre los que se encuentra la elaboración de manuales de actividad o trabajo, los cuales se presentan como textos compactos y flexibles para el público en general. Dicho proyecto busca e intenta rescatar el papel del sujeto situado en su contexto y producción de su cultura.

El proyecto tuvo como materiales o recursos didácticos los manuales de actividad³⁰, los cuales se elaboraron a partir de dos supuestos: 1) la influencia grupal en la construcción del sentido y 2) la educación segmentada socioculturalmente, cuya finalidad es la de diversificar el material educativo para los diferentes destinatarios. Los materiales educativos reúnen las siguientes características:

- El objetivo a inmediato y corto plazo, no sería entonces proporcionar información teórica, técnica o histórica acerca de la TV, sino robustecer una actitud activa ante el medio.
- La educación de una actitud activa sería el resultado de un proceso acumulativo a lo largo de las actividades.
- Aprendizaje grupal ante necesidades emergentes, desde un proceso activo de aprendizaje grupal y la productividad del trabajo e intercambio grupal.
- Por juegos de simulación y juegos de comunicación no verbal
- Materiales autosuficientes; es decir, de una situación de productividad grupal la cual requiere de un “facilitador”
- La exploración para el conocimiento desde un determinado contexto histórico, dando lugar a los manuales de trabajo

³⁰ CHARLES y Orozco. Op.cit. p. 170-187.

- Los textos se presentan como textos compactos y flexibles.

En cuanto a su metodología, son elaborados bajo el principio de la máxima autosuficiencia, ya que desde la experiencia, contar con un monitor o facilitador necesita un entrenamiento para el rendimiento óptimo y fructífero del trabajo grupal. Sus destinatarios se clasifican en cuatro categorías tales como:

- a) Grupos de base.
- b) Agentes educativos directos.
- c) Formadores de agentes educativos.
- d) Planificadores.

Se ha trabajado en la modalidad de Taller Activo, en el cual los participantes no son sujetos que reciben conferencias, sino que ellos mismos practican y experimentan la metodología propuesta en las unidades de los manuales. Los talleres tienen una duración variable, acordada según las necesidades y disponibilidad de los participantes. Por regla general, se trabaja con un mínimo de 10 a 20 horas repartidas en los días disponibles o en jornadas concentradas. Los contenidos genéricos en que trabajan son los siguientes:

- a) Técnicas de comunicación no verbal.
- b) Sesiones con unidades escogidas de los manuales de trabajo.
- c) Discusión acerca de la metodología de la unidad.
- d) Papel y funciones del animador del trabajo grupal.
- e) Exploración de la recepción televisiva.
- f) Recepción activa de la TV y la producción con VTR.
- g) Creación de juegos y unidades de trabajo.
- h) Planificación del trabajo futuro.
- i) Lectura individual y grupal de bibliografía seleccionada.

Otros puntos importantes son:

- j) La estimulación a la creatividad.
- k) Estrategia de institucionalización.

- i) La escuela.
- ii) Grupos y organizaciones sociales.
- l) Los supuestos teóricos.
 - i) Contexto cultural y constructivismo.
 - ii) Historización del proceso de telerecepción.
- m) Objetivos de corto y mediano plazo.
- n) La elaboración semiótica de la demanda cultural.

En Argentina, la relación de medios-escuela, se concreta en el proyecto emprendido por la Universidad Nacional de Cayo de Mendoza³¹, coordinado por Daniel Prieto Castillo, intitulado “La TV en la escuela” cuyo propósito central es el de educar para la lectura y el uso de este recurso televisivo con fines educativos.

Este proyecto en su organización contó con la participación de diversas instancias educativas del gobierno y de los medios de comunicación argentinos. El logro más sobresaliente de este proyecto es haber capacitado a 1,850 profesores, probar una metodología de trabajo específica y como fruto de la investigación que requirieron ambas actividades, publicar cinco libros que, a su vez, constituyen la base para la realización de otros cursos

Tal y como lo señala Daniel Prieto Castillo “*el trabajar directamente con la TV que a diario llega a los hogares de niños y educadores para trabajar desde ella y con ella*”³²; es decir, la recuperación desde la educación formal, del entorno extraescolar mediático que comparen tanto el educador como el educando.

Asimismo, el proyecto pretende en primer lugar aprender de la TV para intentar luego desaprender lo que hemos venido apropiándonos sin límite, frenos o medida. La propuesta buscó reorientar la interpretación de los mensajes televisivos, partiendo de una perspectiva educativa, la cual daba cuenta de la conciencia social de la audiencia de los programas televisivos.

³¹GARCÍA. Op.cit. p. 30.

³² PRIETO, Daniel. *El aprendizaje de la TV en las escuelas de Mendoza*, Argentina, En Revista: Educación en Medios de Comunicación, núm. 8, Andalucía, España, Marzo de 1997, p.129.

En España, los esfuerzos de acercamiento entre comunicación y educación han tenido una plataforma, ya que la Ley Orgánica de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE)³³ aprueba una importante inclusión de contenidos sobre medios colectivos de información.

La LOGSE incorpora el medio televisivo al currículo oficial en una doble vertiente: como eje transversal que abarca todos los niveles educativos, desde la primaria hasta el bachillerato y la educación para adultos, y como área de conocimiento o taller de trabajo con calidad de materias opcionales en los niveles de educación primaria, secundaria y bachillerato. Tal y como lo afirma José Ignacio Aguaded³⁴ profesor de la Universidad de Huelva:

en los niveles de educación secundaria obligatoria (ESO) y el bachillerato, la presencia de los medios de comunicación está en la actualidad mucho mas sistematizada y regulada, a través de normas que recogen explícitamente los contenidos que han de tener las materias en su calidad de optativas, y que en la Autonomía de Andalucía se denominan: Información y Comunicación; Medios de Comunicación; Medios de Comunicación e Imagen y Expresión.

Aguaded aclara, el Ministerio de Educación de España introdujo las asignaturas de procesos de comunicación, para el nivel de educación secundaria, y comunicación audiovisual e imagen y expresión, para el de bachillerato, por lo que, la nueva normatividad educativa de España define como objetivo central de la comunicación, que los alumnos de educación primaria, secundaria y bachillerato adquieran formación en el ámbito de los lenguajes audiovisuales y, en consecuencia, se refiere a la necesidad de formar ciudadanos y ciudadanas críticas, receptores activos y capaces de estructurar mensajes de los medios de comunicación.

Los trabajos de investigación o proyectos educativos anteriormente descritos, son un intento de explicar la relación entre televisión, educación, comunicación y sociedad, y cómo es que esta relación ha impactado en los diferentes escenarios en donde se desenvuelve el sujeto. Asimismo, es importante señalar que las

³³ GARCÍA. Op.cit. p. 31.

³⁴ AGUADED. En: Op.cit. GARCÍA. p. 31.

experiencias o proyectos educativos mencionados, se refieren a un sector de la sociedad en particular, y que como éstos, hay un sin número de proyectos que tienen como propósito el desarrollar habilidades y actitudes críticas ante los mensajes emitidos por la televisión, tal es el caso de este trabajo.

CAPÍTULO II

EDUCACIÓN Y TELEVISIÓN

...La necesidad de hacer frente al mundo tecnológico de hoy en el que nos encontramos saturados de información - especialmente visual después de la introducción de la televisión- ha dado origen a un movimiento que dentro de la comunidad de intelectuales norteamericanos se conoce con el nombre de "Alfabetización Visual", expresión acuñada para describir diversas formulaciones teóricas y consideraciones prácticas vinculadas al fenómeno de la comunicación por medio de signos visuales.

Howard Hitchens

1. El proceso de percepción

— Percepción de imágenes

Actualmente nos enfrentamos a un gran número de bombardeos audiovisuales, los cuales van cargados de diversos estímulos, principalmente visuales, imposibilitando a la persona el procesamiento de toda la información contenida en dicho mensaje. Ante este hecho, la percepción se vuelve selectiva, y se realiza mediante los procesos de atención central y atención periférica.

Pero, ¿qué se entiende por percepción? La percepción es la impresión que uno tiene del mundo exterior a través de los sentidos, además es la interpretación más significativa de las sensaciones. Según Vergés Roger C.³⁵

La percepción podemos definirla como el acto de adquirir conocimiento, interactuar y tener experiencias con el medio ambiente que nos rodea, mediante la estimulación de nuestros sentidos. Los sentidos recogen información del mundo exterior y del interior de nuestro organismo. Esta información llega al cerebro donde es transformada, obteniéndose nuestra experiencia inmediata del mundo. Este procesamiento en el encéfalo se verá influido por nuestras experiencias pasadas y el contexto en el que se percibe.

Esto es, la percepción es el proceso que nos permite organizar e interpretar información mediante nuestros sentidos (visual, auditivo, táctil, olfativo y del gusto) lo cual, sin duda, posibilita vincular la información, las sensaciones y las experiencias nuevas con los conocimientos previos vinculándola así, con la cognición, donde se realizan los procesos mentales (básicos y superiores) que nos permiten reconocer, recordar, interpretar y analizar la información que nos rodea. Durante el proceso cognitivo que implica la percepción selectiva tanto la atención central como la atención periférica juegan un papel importante, ya que de acuerdo a Meléndez³⁶.

la atención central es la mirada que se focaliza en aspectos importantes del campo visual mediante un proceso que da lugar a una especie de segmentación del campo percibido en objetos y fondos"... en cambio, la atención periférica es la mirada que se dirige a elementos de la periferia del campo visual.

³⁵ VERGÉS Roger, C. *La percepción visual. Qué vemos y cómo vemos.* En: Microcirugía ocular, núm. 4 Diciembre 2002. En línea: [<http://www.oftalmo.com/secoir/secoir2002/rev02-4/02d-02.htm>] Consultado el 24 de Marzo de 2007.

³⁶ MELÉNDEZ Crespo, Ana. *El lenguaje de las imágenes. Percepción de imágenes fijas y en movimiento. En la TV no es como la pintan.* México, Trillas, 2001, p. 75.

Es decir, la vista, en un primer momento, se centra en un punto específico, el cual le es más atractivo e interesante, dependiendo de las experiencias previas de quien la observa posteriormente, se visualizan los elementos que acompañan a la imagen, y que se encuentran alrededor de ella como elementos de ambientación y/o contextualización.

Durante este proceso, la mirada lleva a cabo una búsqueda visual la cual pretende encadenar varios momentos de la observación, a fin de explorar a detalle una imagen. Esta búsqueda, se liga a la información, al interés y a la atención que el sujeto brinda. Cabe señalar que en cada exploración, la mirada se desplaza de manera diferente, ya que el objetivo con la que es observada difiere de quiénes la observan, debido a que cada persona explora un elemento en particular, siendo éste el más significativo, atractivo y/o impactante para ella. Según Meléndez³⁷ esta selección, en el caso de los mensajes televisivos:

opera mediante la llamada permanencia del estímulo y el tiempo de duración.

Por lo que dicha permanencia en la televisión, es atractiva, dinámica y está acompañada de imágenes con colores impactantes, así como de música agradable para así, generar y captar en el teleespectador un mayor interés y atención, siendo este uno de los principales criterios para la transmisión de comerciales.

Bajo este entendido, es necesaria la repetición constante de imágenes para que éstas sean vistas por el teleespectador continuamente. No obstante, es importante puntualizar, que de llegar a la saturación, la atención del teleespectador puede decaer y/o desvanecerse o por el contrario, recuperar mentalmente imágenes verbales, visuales y sonoras, a partir de la percepción realizada de cada elemento.

³⁷ Cfr. MELENDÉZ. Op. Cit. p. 80.

— Principios de percepción

A principios del siglo XX, W. Köhler, K. Koffka, Lewin y Wertheimer postularon la Teoría de la estructura o de la organización también conocida como Teoría de la forma o configuración (Gestalt).

La Teoría de la Gestalt declara que la realidad psíquica es unitaria, siempre y cuando se enfoque en un “conjunto estructural”, para ello, la Psicología de los conjuntos, estructuras y formas explica: las estructuras globales tienen una articulación y función específica al interior de cada una de ellas, pero que además son parte de un todo.

Bajo este entendido es que los estímulos cobran gran relevancia, ya que éstos permiten el inicio de algo más que una simple percepción, sino más bien un aprendizaje que recupera las experiencias previas de quien percibe la imagen a través de organizar e interpretar lo que observa, para lo cual según Meléndez³⁸ entra en juego el sistema de percepción, el cual funciona:

a través de un organizador espontáneo que consiste en separar el campo visual en dos zonas separadas por un contorno, llamado: figura y fondo. El contorno contiene la figura y el fondo se encuentra detrás de está.

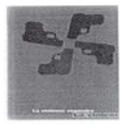
En este sistema, la figura y el fondo de una imagen, no tienen una alternancia, debido a que no es posible verlos de manera simultánea, ya que la figura sobresale del fondo por diversas circunstancias tales como:

- a) La intensidad de la luz y sus diferencias de brillo.
- b) La sencillez en la forma del objeto.
- c) Un objeto es más fácilmente percibido, si pertenece al campo de experiencias del observador.
- d) Las formas se identifican y se recuerdan con mayor precisión a diferencia de los colores.

³⁸. MELÉNDEZ, Op. cit p. 86-87.

Por lo tanto, en la creación y en la percepción de imágenes se siguen los principios de la Gestalt, bajo los cuales el observador a través de una lectura significativa y detallada de las formas, estructuras y mensajes, por muy abstractos que sean, le posibilitan interpretar y develar el mensaje implícito de la realidad presentada (imagen), siendo ésta una característica de la alfabetización audiovisual.

De acuerdo con Meléndez³⁹ los principios de percepción son los siguientes:

PRINCIPIO	DESCRIPCIÓN	REPRESENTACIÓN
<i>Proximidad</i>	Los elementos más próximos se perciben fácilmente que los alejados	
<i>Similitud</i>	Los elementos de la misma forma o del mismo tamaño se perciben como parte de la misma forma.	
<i>Continuidad</i>	Existe una tendencia natural a complementar de manera racional una forma dada, si está inacabada.	
<i>Contraste</i>	Es un elemento que se distingue del resto por su singularidad, por su especificidad así, un objeto puede contrastar con otros por color, forma, tamaño y/o cualidades intrínsecas.	
<i>Inclusividad</i>	Se provoca un desconcierto en el observador porque la configuración de la imagen obstaculiza la percepción. Es una especie de camuflaje el cual permite disfrazar, encubrir o incorporar objetos y personas con el fin de que no se perciban a simple vista.	

Imágenes tomadas de Meléndez Op. cit p. 88

³⁹ MELENDEZ, Op. cit. P.88

Desde una perspectiva pedagógica-didáctica, el uso de las leyes de percepción implica ubicar al alumno en un determinado contexto, generar en él sentimientos y emociones expresadas en una imagen, con la finalidad de desarrollar y estimular la capacidad de recepción crítica, a través del análisis, reflexión e interpretación de los mensajes emitidos por la televisión.

2. La composición del lenguaje audiovisual

— La imagen: definición, componentes y características

El término imagen etimológicamente se deriva de la palabra latina *imago* (retrato), que a su vez deriva de *imitari* (imitación). Según González Serna⁴⁰, la palabra imagen”:

*es un mensaje en forma de signo gráfico o técnico. Además, es la reproducción de un instante de la realidad mediante el reflejo peculiar y/o parcial de está. Es por ello, que, la imagen **no es la realidad** sino la representación que alguien hace de una parte de la realidad misma.*

De acuerdo con estas definiciones, podemos decir que la imagen es una representación de la realidad que se muestra en un retrato, con el propósito de “informar”, “comunicar”, “entretener” e incluso “educar”, siendo esto posible, gracias a la composición con la que fue pensada y/o diseñada, y que sin duda, se estructura a partir de símbolos y normas de uso, las cuales en su conjunto expresan el mensaje de una realidad captada.

Bajo este entendido, el lenguaje visual constituye un alfabeto de significación, el cual puede descomponerse en unidades mínimas con un significado propio y con ciertas características, lo que le permite desempeñar funciones determinadas dentro de la composición. Para analizar y comprender dicho alfabeto, es necesario centrarnos en los componentes visuales propuestos por Dondis⁴¹.

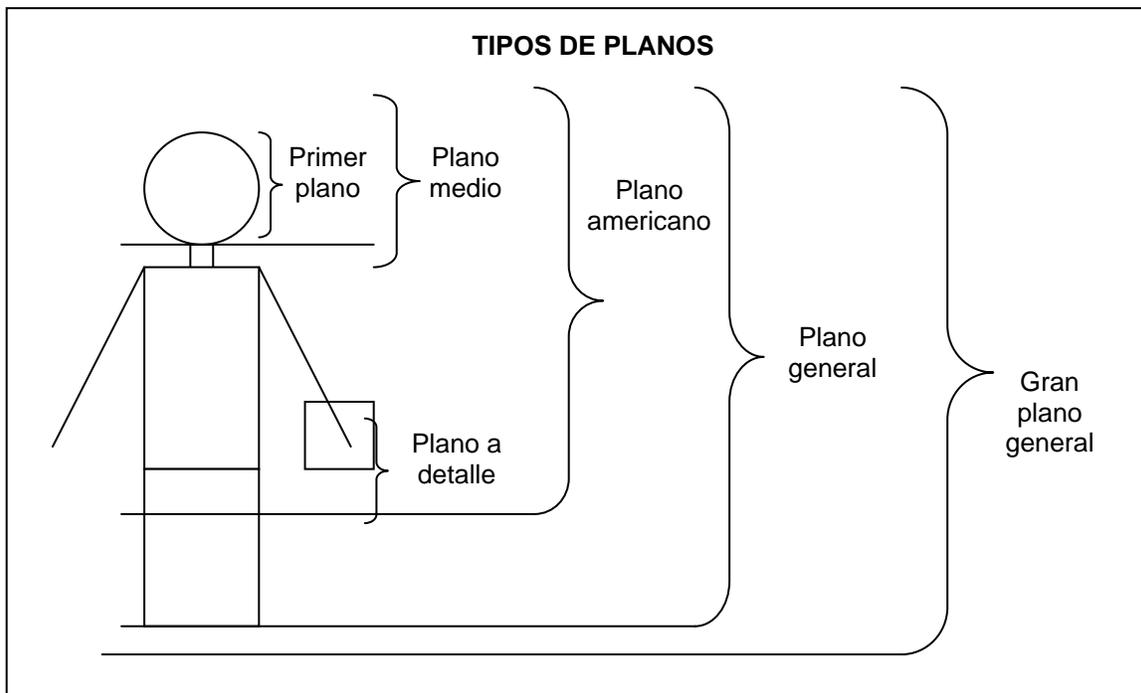
⁴⁰ GONZÁLEZ-SERNA Sánchez, José Maria. *Sintaxis de la imagen*, México, 2006, Wikilearning. [En línea: <http://www.auladeletras.net/material/sintimg.pdf>] Consultado el 24 de Junio de 2006.

⁴¹ Cfr. DONDIS D., A. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976, p. 54-79.

COMPONENTE VISUAL	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS
<i>El punto</i>	Es la unidad mínima dentro de la comunicación visual, por su naturaleza, es un componente gráfico de gran envergadura, ya que su valor se puede intensificar a través del color, del tamaño y de la posición, en la que se encuentre en el plano de la imagen, generando un dinamismo.	<ul style="list-style-type: none"> • Posee una atracción muy fuerte, cuando se encuentra solo. • Puede producir una sensación de tensión, cuando se anexa otro punto y construye un vector horizontal o vertical. • Da lugar a la creación de otros conceptos como el color, siempre y cuando aparezcan diversos puntos en el mismo campo visual.
<i>La línea</i>	Es la unión y/o la aproximación de varios puntos. También puede definirse como un punto en movimiento debido a la marca continua con la que es dibujada.	<ul style="list-style-type: none"> • No es estática. • Permite crear diferentes niveles y volúmenes debido a la separación que hace en los planos, • Dirige la observación del sujeto a la dirección adecuada, para su lectura. • Sugiere texturas.
<i>La forma</i>	Es un signo gráfico que tiene una superficie delimitada con una cierta extensión. Las formas básicas son: <ul style="list-style-type: none"> • El triángulo • El cuadrado • El círculo 	<ul style="list-style-type: none"> • Genera tensión o dramatismo, si el predominio de la forma es oblicua. • Representa robustez, dogmatismo y fuerza, si el predominio de la forma es recta. • Expresa equilibrio y perfección, si el predominio de la forma es curva.
<i>La luz</i>	Tiene un valor expresivo, ya que puede resaltar o suprimir formas y crear una atmósfera determinada. a la par, que produce diversas sensaciones .	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa sentimientos y emociones. • Crea una atmósfera determinada. • Resalta la profundidad de los ambientes. • Distingue diferentes aspectos de una representación.
<i>El color</i>	Las combinaciones de colores adquieren significaciones determinadas, sobre todo en el mundo de la publicidad. Por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • Colores fuertes y contrastados en productos para niños y personas de bajo nivel cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Producen de manera inconsciente diversas emociones, sensaciones y expectativas, dependiendo del color que se use. Por ejemplo: -El negro: el mal, la

	<ul style="list-style-type: none"> • Tonalidades suaves y armónicas para persona sofisticadas. • Colores oscuros para hombres y ancianos. • Colores fríos para mujeres. • Para productos que venden lujo, el violeta. 	<p>muerte, la noche, pero también el poder y la elegancia.</p> <p>-El rojo: sangre vida, sexo, calor, agresividad y alegría.</p> <p>-El naranja: calidez y alarma.</p>
<i>El tiempo y el movimiento</i>	<p>La imagen fija indica el transcurso del tiempo, y por ende, refleja el movimiento, para ello, se han creado técnicas capaces de engañar al ojo a través de la ilusión, de la textura, de la dimensión, de la iluminación y de las formas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posee determinados recursos que permiten la multiplicidad de gestos, la congelación de la imagen e incluso imágenes borrosas.

Adicionalmente a los componentes básicos, tenemos una diversidad de planos, los cuales hacen énfasis en una determinada acción dentro de una imagen, lo que permite que ésta cobre un significado de mayor trascendencia. Los tipos de planos existentes son los siguientes:



Tal y como se muestra en la figura anterior, este tipo de componentes según Roberto Aparici⁴² son clasificados, en las siguientes familias.

- **Los planos generales:** presentan un predominio del espacio sobre la figura.
- **Los planos medios:** presentan una progresiva incorporación de la figura humana dentro del encuadre y de los primeros planos.
- **Los primeros planos:** dan un protagonismo absoluto a la figura.
- **Los planos a detalle:** brindan un protagonismo a partes específicas, tanto de objetos como de personas, en un determinado momento.

Es importante señalar que los planos en una imagen, tienen como finalidad relatar y resaltar: un contexto, un momento, gesto, objeto y/o una acción que representa un segmento de una realidad. Asimismo, el plano de una imagen puede estar en una angulación que denota poder, grandeza (contrapicada); inferioridad, debilidad y/o sumisión (picada) e incluso inestabilidad e inseguridad (ángulo inclinado), lo cual sin duda ejemplifica una manera de ser, pensar y vestir ante una determinada situación.

Ante este hecho, es fundamental que se desarrolle en los teleespectadores la recepción crítica de los mensajes visuales que emite la televisión, a fin de comprender e interpretar la intención, propósito u objetivo del mensaje, que de manera seductora lo invita a reproducir de manera inconsciente, en un primer momento, estereotipos ya establecidos y, que finalmente adoptará como parte de su vida cotidiana.

— **La composición del lenguaje visual a favor de la educación**

El lenguaje visual necesariamente debe guardar un equilibrio entre los componentes que lo estructuran, por lo que el observador al percibir una serie de componentes pueden o no invitarlo a obsérvala. Estos componentes en su

⁴² APARICI, Roberto y Agustín García Mantilla. *Imagen, video y educación*. Fondo de Cultura Económica, España, 1987, p. 114.

conjunto son la composición de la imagen. De acuerdo con Roberto Aparici⁴³ la composición es:

agrupar y ordenar todos los valores visuales (línea, punto, color, luz, formas, planos, ángulos, objetos etc.) para obtener imágenes con sentido, según una idea guía, según un estilo, para alcanzar un efecto estético, informativo o narrativo determinado.

En dicha composición, es básico que se cumplan los siguientes principios propuestos por Dondis⁴⁴:

- Claridad
- Contraste
- Armonía
- Equilibrio
- Ritmo
- El centro de interés
- Regla de los tercios
- Recorrido visual

Estos principios tienen como finalidad lograr un afecto visual agradable y armónico que haga disfrutar a quien la observa. Por ejemplo: la composición de las imágenes transmitidas en las novelas presenta una ambientación agradable, confortable y rodeada de lujos, en la que todo es posible. No obstante, también se presenta el otro lado de la moneda, ya que se representan escenarios con una ambientación enmarcada en la pobreza, que anhela una vida despreocupada a la cual se puede acceder, ya sea por una herencia, por ser un hijo reconocido por el padre rico, o bien por casarse con el (la) protagonista de la historia, entre otros.

Ante estas imágenes transmitidas por televisión, es fundamental que se desarrolle la capacidad de recepción crítica en los teleespectadores para evitar que adopten y reproduzcan una forma de ver y vivir la vida a través de la generación de expectativas falsas.

⁴³ APARICI Op.cit. p. 100.

⁴⁴ Cfr. DONDIS D., A. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili, Barcelona, 1976, p.83-121.

De tal forma, que en el contexto de la secundaria, esta capacidad adquiere un gran matiz, puesto que en la etapa de la adolescencia, los chicos carecen de la madurez biológica, cognitiva y psicoemocional que les permita asumir una postura crítica, reflexiva y analítica ante los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión, por lo que la búsqueda constante de su identidad implicará la imitación e incluso la reproducción de dichos mensajes que modelan y ejemplifican una forma de ser y vivir.

En este sentido, es importante recuperar en la propuesta de este trabajo lo que implica el lenguaje visual y el proceso de la percepción y como éste se relaciona con las experiencias previas del alumno-teleespectador, con el firme propósito de fomentar en el adolescente una actitud crítica, reflexiva y analítica, dejando atrás la visión de un ser pasivo que recibe toda la información sin objetar nada.

Para ello, es fundamental que se reconozcan las funciones didácticas que pueden tener las imágenes, puesto que la composición de algunas de ellas facilitan la internalización de un determinado contenido.

Según Rodríguez Diéguez y Santos Guerra⁴⁵ proponen las siguientes funciones, las cuales contribuyen a mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Las funciones son las siguientes:

- Motivadora
- Vicarial (es necesaria para el aprendizaje de algunos contenidos de naturaleza icónica)
- Informativa
- Explicativa (favorece la comprensión)
- Comprobativa (facilita la verificación de una idea)
- Redundante (de refuerzo)

⁴⁵ RODRIGUEZ Diéguez, J. L. y Santos Guerra en: MARQUÈS Graell, Dr. Pere. *Introducción al lenguaje audiovisual*. México, 2004. [En línea: <http://dewey.uab.es/pmarques/avmulti.htm>] Consultado el 07 de Junio de 2006.

- Sugestiva (potencia la imaginación, creatividad.)
- Estética (origina nuevas sensaciones)
- Recreativa (lúdica)
- Expresiva (facilita la expresión personal)

Asimismo, Rodríguez Diéguez⁴⁶ sintetiza estas funciones en las siguientes seis categorías.

FUNCIONES DIDÁCTICAS DE LA IMAGEN	
FUNCIÓN	DESCRIPCIÓN
<i>Representación</i>	La propuesta icónica se centra en la sustitución de una realidad por una representación que se pretende análoga a la realidad originaria. Dentro de esta función se incluirían la amplia gama de presentaciones identificadoras: retratos de personajes, reproducciones de objetos, constatación de acontecimientos, etc.
<i>Alusión</i>	Se trata de intentos, más o menos explícitos de complementar de modo accidental el mensaje verbal con un componente icónico, ilustrar y/o alegrar una página de un texto que se lee o se habla.
<i>Enunciativa</i>	El sentido de este tipo de imágenes es el de predicar o enunciar algo con relación a determinado objeto o lugar. Las indicaciones presentadas a través de las señales de circulación en carretera constituyen el ejemplo más típico de esta función.
<i>Atribución</i>	Supone la presentación de una información específica de modo adjetivo a través de imágenes. Una gráfica expresada por medio de pictogramas o curvas de evolución de un fenómeno implica presentar una información cuantitativa asociada al fenómeno del que se trata. Un mapa es una atribución de índole locativa.
<i>Catalización de experiencias</i>	No proporciona elementos informativos nuevos sino que organiza las experiencias previas en un entorno unitario a partir del cual se elabora una determinada actividad.
<i>Operación</i>	Muestra cómo realizar una determinada actividad, orientándose al desarrollo de destrezas y habilidades.

⁴⁶ Cfr. RODRÍGUEZ Diéguez, J. L. *Las funciones de las imágenes en la enseñanza*. Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1978. [En línea: <http://dewey.uab.es/pmarques/bibliweb/wrodrier.htm#1977>] Consultado el 09 de Julio de 2006

Al igual que un texto escrito, la imagen en el aula cobra gran relevancia en el proceso de enseñanza-aprendizaje, si se presentan como un recurso didáctico que ejemplifica fenómenos y procedimientos, o bien narra historias, facilitando la internalización de contenidos, los cuales sin duda pueden llegar a ser ilustrativos y significativos para el alumno. Sin embargo, en ocasiones ésta se subutiliza, lo cual obedece a diversos factores tales como: la falta de conocimientos y habilidades por parte del docente para el uso de este lenguaje, los tiempos institucionales para presentar los temas, el desconocimiento de la temática que aborda, entre otros.

Por lo que este trabajo de investigación, ofrece una alternativa de solución para trabajar de manera pedagógica-didáctica la composición de la imagen y como ésta puede mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. .

— **El sonido: definición, componentes y características**

El ser humano se desenvuelve cotidianamente en un contexto sonoro rico en sonidos, voces y silencios. Muchos son los sonidos que se pueden percibir en el paisaje acústico y aún cuando el sujeto no presta atención a un gran número de ellos, todos acompañan a su memoria como imágenes perceptuales de los fenómenos u objetos, ubicados en algún tiempo y lugar. Por ejemplo, si la memoria evoca un ambiente campirano, seguramente recuperará los ecos de pájaros, viento, agua y animales de granja. Ante este hecho, Ángel Rodríguez⁴⁷ identificó dos formas de percepción del sonido:

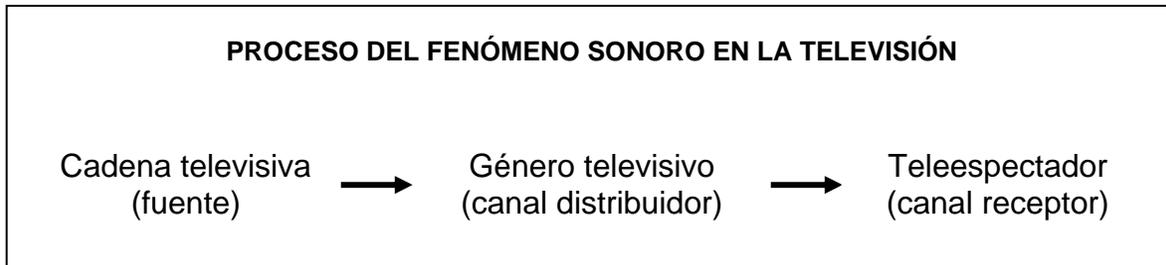
1. **Involuntaria:** aquella que está presente en el ambiente y no es objeto de atención en quien la oye.
2. **Intencional:** el sonido que se percibe es analizado con el propósito de extraer información de él.

⁴⁷ Cfr. RODRÍGUEZ Bravo, Ángel. *Propuestas para una modelización del uso expresivo de la voz*. México 2006. [En línea: <http://www.ehu.es/zer/zer13/propuestas/36.htm>.] Consultado el 24 de Julio de 2006.

Pero, ¿cómo definir el fenómeno sonoro? La perspectiva de este autor⁴⁸ nos dice que:

Físicamente el fenómeno sonoro se puede describir como la percepción de oscilaciones rítmicas estimuladas por algún objeto físico vibrante que actúa como fuente emisora... asimismo, este proceso requiere de una fuente que lo emita, un canal que lo distribuya y otro que lo reciba.

Este proceso al ser trasladado a las transmisiones televisivas podemos ilustrarlo de la siguiente manera:



Durante este proceso, los sonidos cobran sentido como recursos de expresión cuando son organizados para comunicar algo; por ejemplo: la articulación de sonidos para dar a conocer a otro un sentimiento de enfado.

Gracias al sonido, podemos distinguir distancias y direcciones, percibir movimientos y configurar espacios, objetos y sujetos en nuestra mente, aunque claro está, es necesario que sea en colaboración con la atención, la memoria y la imaginación, (habilidades cognitivas de orden básico y superior), habilidades que hacen la diferencia entre oír y escuchar.

El lenguaje sonoro, al igual que el lenguaje visual, se constituye a partir de ciertos elementos, los cuales han sido clasificados por Ana Meléndez Crespo⁴⁹ de la siguiente manera:

- **Verbal hablado:** Contiene los parlamentos y/o guiones de un género televisivo, en la cual se ubica la voz de actores y/o locutores, para ello, se ha catalogado a la voz de la siguiente manera:

⁴⁸ RODRÍGUEZ. Op. cit [En línea: <http://www.ehu.es/zer/zer13/propuestas/36.htm>.] Consultado el 24 de Julio de 2006.

⁴⁹ Cfr. MELÉNDEZ, Op. cit. p. 148-151

- Voz in
- Voz Off
- Voz Over

- **Música:** Ha sido clasificada en dos dimensiones:
 - 1) **Música diegética:** Es parte del conjunto de la realidad debido a que es captada por los micrófonos durante la filmación de un programa.
 - 2) **Música extradiegética :** Es música de fondo, la cual tiene como fin reforzar la escena para hacerla más impactante.

Cabe señalar que la música acentúa, expresa, describe y/o hace énfasis en un momento o un gesto determinado en la historia. Además, tiene la característica de realizar una transición de una idea a otra, de un fragmento de la narración a otro, o bien de un tiempo a otro.

- **Los efectos o ruidos icónicos:** Se reconocen fácilmente ya que aluden a la naturaleza de objetos con los cuales estamos familiarizados. Esto se debe a que la percepción cotidiana que tenemos de la vida, se asocia a una realidad sonora específica. Por ejemplo: el sonido de un timbre, el gorjeo de los pájaros, etc. Estos efectos pueden ser *reales o imitados*, con la finalidad de recrear una “realidad aparente”. Estos han sido clasificados de la siguiente manera:
 - Ruidos naturales
 - Ruidos de animales
 - Ruidos físicos
 - Ruidos humanos

- **El silencio,** Comprende una pausa entre dos sonidos y el silencio entrecortado de la respiración. El silencio es un símil de puntos suspensivos, mediante los cuales el telespectador puede pensar o interpretar lo que el emisor (programa televisivo) quiere decir. El silencio cuenta con funciones expresivas, las cuales se usan para generar

atmósferas emotivas o para generar lentitud siempre y cuando se emplee por un prolongado tiempo.

Con respecto al uso pedagógico del lenguaje sonoro, es importante seleccionar y organizar el mensaje con base en los escuchas (alumnos), buscando sonidos familiares, claros y armónicos, requiriendo atender no sólo a la decodificación del paisaje sonoro, sino a la construcción de él a través del sentido de la audición.

Bajo este entendido es que el lenguaje auditivo contribuye, en gran medida, en el aula, asumiendo las siguientes funciones:

- Llamar la atención de los oyentes.
- Provocar sentimientos y emociones.
- Estimular la imaginación.
- Fomentar valores artísticos.
- Coadyuvar a mejorar la lectura y la escritura.
- Proporcionar alternativas para adquirir conocimientos a través de otras formas distintas al lenguaje escrito.
- Propiciar el uso de diversas formas sonoras: voz, música, etcétera.
- Beneficiar el ambiente escolar, para hacerlo más agradable.

Estas funciones no sólo son generadas por el sonido, sino por la relación existente entre la imagen y el sonido, conformando el lenguaje audiovisual, el cual se constituye a partir de una composición específica, lo que generará determinados significados, dependiendo de la composición de ambos.

Por lo que resulta fundamental desarrollar habilidades para la lectura crítica y analítica, mediante la comprensión e interpretación de lo que implica la observación y la escucha de un programa televisivo, ya que a través de la transmisión de mensajes visuales y auditivos, se emiten una serie de mensajes seductores y subliminales que invitan a la reproducción de estereotipos de una sociedad dominante.

En la medida que se aprenda a desarrollar y a fortalecer tanto la habilidad cognitiva como la actitud del telespectador, se pondrá en juego lo que se piensa, analiza y reflexiona con lo que se siente, y se estará más cerca de ser un receptor crítico de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

3. El lenguaje audiovisual

— Origen y definición

Desde los orígenes del ser humano como ser social que es, ha necesitado de establecer relaciones con sus semejantes y de lograr una interacción que le permitiera su sobrevivencia como especie.

Los primeros hombres sobre la tierra actuaban de manera conjunta para cazar, defenderse y/o trasladarse de un territorio a otro, dando lugar a la comunicación e interacción entre ellos. Posteriormente, se vieron en la necesidad de generar una comunicación no verbal y/o corporal, la cual acompañaban con gritos y/o exclamaciones. Conforme fueron evolucionando, esos gritos y sonidos que emitían adquirieron un significado, el cual fue expresado a través del lenguaje oral.

Asimismo, se dieron cuenta que eran capaces de aprender por experiencia y de no olvidar lo aprendido, por lo que sintieron la necesidad de comunicar no sólo su miedo o su ternura, sino también sus conocimientos y sus experiencias, necesitando de una comunicación más efectiva y explícita.

En este sentido fue que pudieron desarrollar una serie de códigos y de signos con significado para plasmarlos en un lenguaje escrito, dando respuesta a una creciente necesidad de comunicación efectiva y explícita entre ellos.

Esta evolución constante del lenguaje permitió una comunicación más clara y concisa entre las personas. Un ejemplo claro, pueden ser las pictografías que utilizaron para comunicarse, las cuales pueden considerarse quizá como el origen de lo que hoy conocemos como lenguaje visual. No obstante, en esta búsqueda, el

ser humano ha creado a través de los avances tecnológicos lo que conocemos hoy como lenguaje audiovisual.

Pero, ¿cómo se define éste? Según Bartolomé⁵⁰ hay una variedad de definiciones y/o de acercamientos, que permiten conceptualizar el lenguaje audiovisual. Tales como:

- a) *Es un término verboicónico que hace referencia a la comunicación mediada por los medios de información colectiva y, que a través de estos se transmiten mensajes verbales y no verbales, sonoros y/o visuales.*

En este sentido, la clave del lenguaje audiovisual radica en el significado del mensaje, ya que éste viene dado por la interacción sonido-imagen en un contexto secuencial; es decir, la combinación entre imágenes, música, efectos sonoros, ruidos y/o silencios, originando la percepción simultánea del mensaje por los dos canales de elementos (imagen-sonido).

- b) *Es conocer:*
- *La composición de secuencias y de planos.*
 - *Los planos se clasifican en: primeros planos, planos medios, etc.*
 - *Los movimientos de cámara son panorámicas y travellings.*

Es decir, conocer de manera descriptiva los elementos técnicos que conforman la imagen.

- c) *Es: Hablar más que escribir, Ver más que leer, Sentir más que comprender.*

En esta última concepción, el lenguaje destaca la composición, en la que se presentan aspectos sucesivos mediante los cuales emerge el contenido del mensaje audiovisual, a partir de una lectura más crítica de lo que se transmite por la televisión. Asimismo, este lenguaje se caracteriza por lo siguiente:

⁵⁰ BARTOLOMÉ R., Antonio. *Lenguaje audiovisual-mundo audiovisual*. Universidad de Barcelona, 1987.
[En línea: http://www.lmi.ub.es/personal/bartolome/articuloshtml/bartolome_lav_87/index.html#a3]
Consultado el 26 de Junio de 2006.

- **No es lineal**, no se desarrolla siguiendo una historia regular de atrás hacia adelante.
- **Ni es didáctico**, no se desarrolla desglosando la realidad en partes lógicamente articuladas.
- **Ni es sintética, sino de golpe**, no parte de una visión de conjunto para después mostrarnos o analizar sucesivamente los detalles. Es por *golpes de flash* o por ráfagas de luz; ya que presenta sucesivamente las facetas que destacan aparentemente sin orden, sobre un fondo común. Pero existe un orden, presidiendo esos golpes de flash.
- **Ni causal, sino de mosaico o puzzle**, debido a que se percibe un orden al final.

Así, el hablar, el ver y el sentir dicho lenguaje implica desarrollar, estimular, fomentar y difundir una serie de habilidades cognitivas, que permitan la comprensión e interpretación conciente de los mensajes audiovisuales emitidos por la televisión. Para ello, es necesario asumir una postura crítica de lo que se presenta como “único” y “verdadero” y así, tener una visión propia de lo que se pretende transmitir, informar y/o comunicar a través de dichos mensajes.

De acuerdo a Dondis⁵¹ este lenguaje, se encuentra enmarcado por las siguientes funciones:

- Es un **sistema de comunicación multisensorial**, en donde los contenidos icónicos diseñados y/o presentados prevalecen sobre los verbales, impactando el sentido visual y auditivo de cualquier persona.
- **Promueve un procesamiento global de la información**; es decir, proporciona al receptor una experiencia unificada de los elementos que la conforman.

⁵¹ DONDIS Op. cit p. 11.

- Es un **lenguaje sintético**, que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto, ya que se presentan en un contexto determinado.
- **Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto**, suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos.

Ante este panorama, es indispensable que se fomente la lectura crítica de los mensajes audiovisuales a fin de develar lo oculto de ellos y de comprender la realidad presentada, la cual no es más que un segmento que alguien capturó para expresar algo, quizá su sentir o su pensar. No obstante, este tipo de expresiones hoy en día, están cargadas de mensajes que seducen a los teleespectadores menos avezados en esta lectura, y que finalmente sólo reproducen lo que ven y oyen.

Según Dondis⁵² la finalidad de este lenguaje, al igual que el lenguaje escrito y/o verbal es:

construir un sistema básico para el aprendizaje, la identificación, la creación y la comprensión de mensajes visuales que son manejables por todo el mundo, y no sólo por los especialmente adiestrados como el diseñador, el artista, el artesano o el esteta.

Con base en lo anterior, se puede afirmar que el desarrollo de habilidades para la lectura audiovisual de los mensajes emitidos por la televisión, es una acción que es necesaria implementar con mayor firmeza en el Sistema Educativo Nacional, ya que en la actualidad nos encontramos rodeados de una variedad de mensajes audiovisuales que evidentemente invitan a la reproducción de esquemas y/o estereotipos de la clase dominante.

— **El proceso de alfabetización audiovisual**

Actualmente, la televisión es vista como un integrante de la familia, como un espacio que permite la socialización, y que además brinda una alternativa de

⁵² DONDIS. Op. cit. p.12.

esparcimiento, ya que las 24 horas ofrece una programación constante que va desde caricaturas, novelas, comerciales, noticieros, espectáculos, juegos, entre otros, los cuales son transmitidos de manera constante, y que en cada uno de ellos, se presentan una sinnúmero de audiovisuales seductores, los cuales emiten mensajes que evidentemente influyen en la manera ser, pensar y actuar del teleespectador.

Ante este hecho, es importante que los teleespectadores desarrollen la capacidad de recepción crítica, siendo importante que aprendan a leer este tipo de mensajes audiovisuales. Por lo que la propuesta de este trabajo de investigación tiene el objetivo de desarrollar en los estudiantes de secundaria la habilidad de análisis crítico y reflexivo, mediante la interpretación de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión, así como el reconocimiento de sus propias actitudes frente a ésta, cuyo fin es el fomentar la *recepción crítica* ante dichos mensajes, en un ambiente de empatía, respeto y motivación que favorezca su proceso de aprendizaje.

En este sentido, aprender a develar los componentes que conforman el lenguaje audiovisual transmitido por la televisión implica conocer y comprender su composición, y a través de la lectura analítica (decodificación) de ésta y de la percepción e interpretación de dichos componentes, se estará alfabetizando audiovisualmente y, por ende, se estará desarrollando la habilidad de recepción crítica, lo que permitirá utilizar y/o transferir este lenguaje a situaciones y áreas de conocimiento que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje, e incluso interpretar la realidad cotidiana de manera conciente.

De acuerdo con Irene Zarandona⁵³, la alfabetización audiovisual puede ser definida como:

el proceso a través del cual el sujeto conoce los códigos que conforman el lenguaje de los medios entendiendo como código un sistema de símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes.

⁵³ MARTÍNEZ Zarandona, Irene. *Uso pedagógico de la televisión*. ILCE, México, 1997, p. 50

En este proceso, podemos identificar, que el teleespectador aprende a:

- Reconocer el recorte de la realidad que muestra la pantalla.
- Distinguir los artificios con que se construye la imagen.
- Reflexionar, comparar y evaluar el mensaje que ofrece.
- Tener la posibilidad de convertirse en un emisor.

Por ello, es importante recordar que la formación docente y de la sociedad en general debe ser fundamentalmente práctica, partiendo de la reflexión de los diferentes contenidos, objetivos, procedimientos, medios, criterios de evaluación, tipos de intervención etc., cuya finalidad es la de orientar el aprendizaje, pero además, es imprescindible que se reconozca, que la televisión no es la enemiga del conocimiento, ni del camino intelectual, sino que es sencillamente un medio que está presente en la vida cotidiana y que hay que *aprender a convivir con ella* *.

En este sentido, Cebrián y Ríos⁵⁴ comentan que los docentes deben desarrollar estrategias encaminadas a lograr los siguientes objetivos:

- Desmitificar el mensaje.
- Ayudar al estudiante en el uso del lenguaje televisivo para comunicarse.
- Estructurar, organizar, sistematizar el mosaico de información y datos del mensaje en una estructura significativa.
- Completar y profundizar la información que se da de forma parcial en los distintos programas.
- Ayudar e invitar al estudiante a comprobar, contrastar, e investigar ciertas informaciones de interés de “la realidad” televisiva con “la realidad” que le rodea.
- Fomentar el gusto artístico y estilístico de los lenguajes audiovisuales utilizados en la televisión, desarrollando la autodidáctica y el ocio.

* Término acuñado por: AGUADED Gómez, José Ignacio.

⁵⁴ CEBRIÁN de la Serna, Manuel y José Manuel Ríos. *Nuevas tecnologías de la información y comunicación y la conservación del medio ambiente: una relación necesaria*. En: Nuevas tecnologías y educación / coord. por María Paz Prendes Espinosa y Francisco Martínez Sánchez, 2004, ISBN 84-205-4162-1, p. 235-240.

De tal forma que se posibilite un mejor proceso de enseñanza-aprendizaje en donde se conjuguen un abanico de estrategias, técnicas y métodos que permitan la internalización del conocimiento de manera significativa, así como el desarrollo, estímulo y fomento de habilidades cognitivas y psicoafectivas en el alumno, que le permitan decodificar lo implícito de lo explícito de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

Cabe señalar que, bajo el lente pedagógico, la televisión puede ser una alternativa para:

- ✓ Ampliar conocimientos.
- ✓ Conocer diferentes perspectivas sobre una variedad de temáticas.
- ✓ Obtener información para describir y analizar la realidad.
- ✓ Encontrar elementos para participar en la realidad de forma creativa y constructiva.

Para lo cual, es necesario saber elegir qué, cuándo y cómo ver la televisión, lo que implica conocer el medio, analizar los contenidos que transmite y, por supuesto, comprender e interpretar los lenguajes y códigos a través de acciones didácticas, las cuales enseñen a interpretar el lenguaje verbal y no verbal, en un determinado contexto y, con el propósito de alfabetizar en y con el lenguaje audiovisual.

— **La pedagogía de los medios audiovisuales**

Actualmente, vivimos una era en la que la sociedad está dominada por el mundo del lenguaje audiovisual, en donde los soportes tecnológicos y los signos de comunicación escrita se van transformando en instrumentos de comunicación gráfica, los cuales, sin duda, transmiten mensajes, configuran la cultura, la sociedad y los valores que la sostienen. Por esta razón, es indispensable que los telespectadores en general, pero sobre todo los alumnos de secundaria, aprendan a leer el lenguaje audiovisual con todos sus sentidos, evitando el hábito de ver y consumir.

Resulta fundamental la enseñanza de este lenguaje, a través de la comprensión e interpretación de su poder comunicativo, el cual permite desarrollar la agilidad psicológica y enfrentar críticamente, tanto los modelos como los valores propuestos por la televisión, convirtiéndose así, en una creciente necesidad de enseñar a estudiantes, futuros maestros y al público interesado, en el dominio de este lenguaje.

Para ello, se debe sensibilizar a los futuros telespectadores sobre la importancia que tienen las imágenes como medio didáctico; además, de su dimensión comunicativa, en la que el lenguaje icónico debe ser enseñado y aprendido en el contexto mismo de la escuela y la familia.

Ante este panorama, la disciplina implicada es la Pedagogía, la cual tiene como fin diseñar una estructura organizada y coherente, que permita el aprendizaje significativo de los componentes del lenguaje audiovisual; mediante una serie de métodos, técnicas y/o estrategias de enseñanza que incluyan a este lenguaje como un recurso didáctico en el aula.

Por tal motivo, la Pedagogía se divide en áreas de conocimiento: 1) La Pedagogía de la imagen y 2) La Pedagogía con la imagen.

Por un lado, Roberto Aparici⁵⁵ concibe a la Pedagogía de la imagen, de la siguiente manera.

La pedagogía de la imagen consiste en conocer el lenguaje de la imagen no sólo en aspectos visuales sino también sonoros; es decir el lenguaje audiovisual.

A partir de esta concepción, podemos decir que la Pedagogía de la imagen, es el conocimiento de los diferentes componentes audiovisuales, los cuales en su conjunto no son más que la composición tanto de la imagen como del sonido, la

⁵⁵ APARICI, Roberto y Agustín García Mantilla. *Alfabetización audiovisual y enseñanza*. En Villaseñor, S. Las nuevas tecnologías en la educación superior a distancia: tendencias y perspectivas, México, Universidad de Guadalajara, 1992, p. 5360.

cual se percibe a través de los sentidos, y que esta percepción puede o no ayudarle a develar lo implícito de un mensaje que le invita a consumirlo, lo cual depende de su habilidad de recepción crítica y de la actitud frente a lo que se le presenta como único y verdadero en un género televisivo.

Es en este sentido que la alfabetización audiovisual del teleespectador cumple el objetivo de decodificar los mensajes implícitos de este lenguaje y, a su vez, pueda relacionarlos con una serie de factores económicos, políticos, sociales, culturales, educativos, entre otros; los cuales contextualizan éste. En la medida en que se desarrolla la habilidad de recepción crítica, se evita la reproducción, y se da paso a la posibilidad de transformar el mensaje audiovisual a partir de poner en juego el análisis, la reflexión y la crítica.

Por otro lado, la Pedagogía con imágenes permite evaluar el uso de la imagen en el aula, puesto que ésta se utiliza como un recurso didáctico que contribuye al mejoramiento del proceso de enseñanza aprendizaje, debido a que ejemplifica procesos y/o fenómenos naturales que son difíciles de observar. De acuerdo con Aparici⁵⁶, los aspectos que nos permite evaluar son:

- **Conocimientos**, valora qué tanto la imagen facilita el aprendizaje y si su composición incrementa el interés del sujeto, permitiéndole la captación total del mensaje.
- **Actitudes**, evalúa el impacto que tiene el mensaje visual (implícito y/o explícito) en el estudiante, con el fin de saber qué actitud (activa o pasiva) tiene frente al mensaje y como éste origina en él cambios de conducta observables.

⁵⁶ APARICI, Roberto y Agustín García Mantilla. Op. cit. p. 5360.

- **Metodología**, valora el tipo de procedimientos y/o métodos que permitan desarrollar y fomentar la habilidad de recepción crítica para realizar una lectura significativa, analítica y reflexiva de los mensajes.

El conocer, comprender e interpretar los componentes que estructuran el lenguaje audiovisual (*pedagogía de la imagen*) facilitará el uso didáctico de estos medios en el aula de manera coherente y estructurada, permitiendo responder a las necesidades curriculares (*pedagogía con la imagen*) para desarrollar y fomentar la habilidad de recepción crítica ante los mensajes audiovisuales.

Cabe acotar que es necesario que desde la familia, así como del contexto educativo, se enseñe a descifrar los códigos y lenguajes que usa la televisión, posibilitando al estudiante asumir las funciones tanto de emisor como de receptor. A continuación se presentan dichas funciones:

- **Como receptor** logra comprender los mensajes de manera integral adquiriendo la habilidad para “leer” textos audiovisuales.
- **Como emisor** comunica a través de ellos su manera de pensar, sentir y actuar.

Aquí es necesario puntualizar, que la recepción crítica va más allá de la comprensión global de la información transmitida por los mensajes, hay que transitar de la lectura comprensiva hacia la crítica reflexiva y analítica, donde el sujeto se pregunta sobre la credibilidad de los contenidos, de la pertinencia de la información en su contexto, de los intereses a los que responde, así como de los efectos que esta información genera en la realidad.

Por lo anteriormente explicado, se hace fundamental realizar una serie de reformas educativas, las cuales consideren el proceso de alfabetización audiovisual, como una asignatura que abarque los diferentes niveles y grados que conforman el Sistema Educativo Nacional Mexicano, con el firme propósito de formar al alumno en el desarrollo de la recepción crítica de mensajes

audiovisuales transmitidos por la televisión, en particular, a través de su alfabetización audiovisual, la cual se concibe en este trabajo de investigación como:

*Hablar más que escribir,
Ver más que leer,
Sentir más que comprender⁵⁷*

⁵⁷BARTOLOMÉ. Op. Cit. [En línea:
http://www.lmi.ub.es/personal/bartolome/articuloshtml/bartolome_lav_87/index.html#a3]
Consultado el 26 DE Junio de 2006.

CAPÍTULO III

“APRENDE CON LA TELEVISIÓN” PROPUESTA DEL CURSO PARA LA RECEPCIÓN CRÍTICA DE MENSAJES AUDIOVISUALES TRANSMITIDOS POR LA TELEVISIÓN

Tal y como Freire había dicho: “no más educadores y educandos sino educadores/educandos y educandos/educadores”, diríamos hoy...no más locutores y oyentes sino “interlocutores”.

Mario Kaplún

1. Antecedentes: Programa de estudios en artes visuales

Con la intención de conocer algún referente académico que sustente esta propuesta del curso “Aprende con la televisión”, se remitirá al programa de estudios en “Artes visuales”⁵⁸ de Educación Secundaria, en el que se establecen una serie de lineamientos generales que le brindan al docente una visión más homogénea de la educación audiovisual.

Además, se explica de manera detallada la fundamentación pedagógica que permite comprender la importancia de la asignatura en la formación de los adolescentes, precisando a) la dosificación de conocimientos, habilidades y actitudes que deben desarrollar los estudiantes, b) las capacidades (creatividad, sensibilidad y expresión) que se fortalecen en el estudiante, c) la concepción de las artes como un espacio en el que los estudiantes disfrutarán, participarán y valorarán las distintas visiones artísticas del mundo y d) la vinculación del conocimiento y la experiencia artística con las demás asignaturas.

Los ejes principales que fundamentan el programa son:

- **La expresión:** se reúnen contenidos que favorecen el desarrollo de la percepción visual de los estudiantes y de la realización de proyectos visuales bi y tridimensionales. Lo anterior, es posible a través de la **estética y el uso de los sentidos**. En la medida en, que los estudiantes son expuestos a diversas vivencias artísticas, los sentidos se agudizan y refinan, por lo que uno de los aspectos principales de la educación artística es propiciar la construcción de conocimientos a través de la experiencia.

- **La apreciación:** le brinda al estudiante elementos para interpretar varios tipos de imágenes, incentivando su sentido crítico a través del **pensamiento artístico**, con el que se pretende que el estudiante sepa identificar cuándo un color matizado, un ritmo lento, un movimiento pausado

⁵⁸ Subsecretaría de Educación Básica y Normal. Reforma Integral de la Educación Secundaria, *Plan de estudio de la asignatura en Artes*. México D.F., Noviembre, 2002 [En línea: <http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/>] Consultado el 07 de Abril de 2006.

o una inflexión de voz resultan idóneos para acompañar un mensaje, así como el desarrollo de una serie de habilidades cognitivas, motrices y sensitivas que le permiten reconocer las cualidades de cada disciplina artística.

Asimismo, se pretende ofrecer experiencias educativas que le permitan saber y experimentar sonidos, movimientos, formas y palabras, a través de la percepción de sus sentimientos, emociones y pensamientos.

- **La contextualización**, se abordará el cambiante papel que ha tenido la imagen en varias épocas y lugares del mundo.

Cabe señalar que el programa constituye una introducción al vasto mundo de la comunicación visual, por lo que su estructura se conforma a partir de tres tipos de imágenes: 1) documentales, 2) publicitarias y 3) artísticas. De esta manera, en cada grado se definen sus funciones y sus usos, mediante el análisis y la práctica de diversas estrategias para su producción.

Igualmente, se aborda la presencia y las funciones de los medios de difusión de la imagen en la sociedad actual; los perfiles de las instituciones y profesiones dedicadas a la creación, el estudio, la divulgación y el resguardo de las imágenes y, finalmente, se introduce a los estudiantes en algunos temas fundamentales como son el cuerpo humano y la naturaleza.

Su propósito es:

- Que los estudiantes profundicen en el conocimiento de un lenguaje artístico y lo practiquen habitualmente, a fin de integrar los conocimientos, las habilidades y las actitudes relacionadas con el pensamiento artístico. Para alcanzar esta meta, el estudiante habrá de conocer las técnicas y los procesos que le permitan expresarse artísticamente, disfrutar de la experiencia de formar parte del quehacer artístico, desarrollar un juicio crítico para el aprecio de las producciones artísticas y la comprensión de

que el universo artístico está vinculado profundamente con la vida social y cultural de nuestro país.

Además, se procura a través de la práctica de las artes fortalecer la autoestima, propiciar la valoración y el respeto por las diferentes expresiones personales, comunitarias y culturales, mediante los siguientes puntos:

- Ofrecer a los estudiantes diversas experiencias visuales que les permitan comprender el vínculo de las imágenes con el mundo social, así como facilitar la comprensión de las diferentes formas en que las culturas han representado la realidad.

- Fortalecer en los estudiantes tres habilidades principales: la creatividad, la percepción visual y la sensibilidad estética.

- Propiciar que los adolescentes asuman diferentes actitudes respecto a su propio aprendizaje y al papel que las imágenes juegan en su vida, por ejemplo: la curiosidad, el disfrute de las posibilidades expresivas que ofrecen las técnicas plásticas, la imaginación para generar puntos de vista propios, la solidaridad en el trabajo colectivo, etc.

Es importante señalar, que el enfoque de las artes visuales en la educación secundaria, privilegia las inquietudes expresivas de los adolescentes e intenta vincularlas con otras áreas de estudio mediante la concepción de la imagen como: medios de conocimiento de la realidad social inmediata, estableciendo un puente entre el bagaje visual y los propósitos de formación de la educación secundaria, en la cual se desarrollará su capacidad de interacción con las imágenes como productores, espectadores y personas críticas. A continuación se presenta la organización de contenidos⁵⁹ de este programa.

⁵⁹ Subsecretaría de Educación Básica y Normal. Reforma Integral de la Educación Secundaria, *Plan de estudio de la asignatura en Artes*. México D.F., Noviembre, 2002 [En línea: <http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/>] Consultado el 07 de Abril de 2006.

GRADOS	PROPÓSITOS GENERALES	BLOQUES	PROPÓSITOS PARTICULARES	CONTENIDOS
Primer grado	<p>-Fortalecer la creatividad, percepción y sensibilidad mediante la identificación y el manejo de los elementos básicos del lenguaje visual ligados a la figuración. Asimismo, se pretende valorar la imagen como portadora de informaciones visuales sobre el mundo, partiendo de su función documental.</p> <p>-Fomentar la apreciación de las cualidades visuales del entorno natural o urbano y participar en la realización de proyectos creativos individuales y colectivos que giren alrededor de esos ambientes.</p> <p>-Interpretar, desde un punto de vista personal y estético, la forma y el contenido de distintas aproximaciones al paisaje, elaboradas por artistas y productores de imágenes en medios bi y tridimensionales.</p>	1) Las imágenes de mi entorno.	<p>Descubrir usos y significados de las imágenes en el entorno cotidiano y en la sociedad actual.</p> <p>Conocer la función documental de la imagen para registrar y representar algún hecho o aspecto de la realidad.</p>	Se plantea en reconocimiento de algunos usos y significaciones de las imágenes en el medio que rodea al alumno. Asimismo, se aborda una primera tipología de la imagen documental, ubicando sus características y empleo en la fotografía de prensa y el reportaje visual.
		2) ¿Qué es la imagen figurativa?	Conocer las características de las imágenes figurativas y distinguir algunas de sus variantes a través de representaciones realistas y no realistas.	En este caso se exploran distintas posibilidades de representación visual de las cosas, atendiendo conceptos como realismo y no realismo.
		3) Composición de la imagen: formatos y encuadres.	Conocer y experimentar con el formato y el encuadre como recursos de composición visual de imágenes bidimensionales.	Se explica a los alumnos a conocer la importancia que tienen estos elementos en la configuración de cualquier imagen y a saber aprovecharlos de la mejor manera posible en sus composiciones.
		4) La naturaleza y el espacio urbano en la imagen.	<p>Expresar ideas, emociones o experiencias acerca de la naturaleza o la ciudad mediante la elaboración de imágenes.</p> <p>Reconocer el valor estético y sociocultural de diversas representaciones de la naturaleza y el espacio urbano en el arte visual de México y de otros países.</p>	<p>Estos dos bloques se retoman un tópico sobre: <i>la recreación en imágenes de las formas naturales, así como de las realidades sociales</i> que pueden generarse en los ambientes rural o urbano.</p> <p>Se considera que los alumnos podrán relacionar fácilmente estos temas con su experiencia visual inmediata y que, asimismo, éstos constituyen un buen medio para introducirlos al concepto de espacio en la imagen y en la escultura.</p>
		5) La naturaleza y el espacio urbano en la escultura.	<p>Expresar ideas, emociones o experiencias acerca de la naturaleza o la ciudad mediante la elaboración de esculturas.</p> <p>Reconocer el valor estético y sociocultural de diversas representaciones de la naturaleza y el espacio urbano en la escultura de México y de otros países.</p>	

GRADOS	PROPÓSITOS GENERALES	BLOQUES	PROPÓSITOS PARTICULARES	CONTENIDOS
Segundo grado	<p>-Fomentar una actitud crítica hacia los mensajes publicitarios por medio de la observación de los elementos visuales de las imágenes y del análisis de su contenido.</p> <p>-Explorar las posibilidades comunicativas de la imagen a través de la interpretación de símbolos.</p> <p>-Valorar el tema del cuerpo humano en las artes visuales a partir de la apreciación de las cualidades estéticas de sus representaciones y de la comprensión de algunos de sus significados culturales.</p>	1) Las imágenes publicitarias.	Analizar los recursos de comunicación visual de la imagen publicitaria, así como algunos de sus efectos en el entorno social.	Se plantea un acercamiento crítico a este tipo de imágenes muy presentes en la vida de la mayoría de los adolescentes.
		2) Imágenes y símbolos.	Analizar la función comunicativa del símbolo visual por medio de la interpretación de imágenes sagradas, mitológicas y alegóricas pertenecientes a diferentes culturas del presente y del pasado.	Se explora el poder de las representaciones visuales para significar ideas. Asimismo, hay una introducción al conocimiento de dos manifestaciones de las imágenes simbólicas, las que tienen un origen sagrado o mitológico y las alegorías.
		3) Medios de difusión de las imágenes.	Analizar las características, funciones y procesos de producción involucrados en algunos medios de difusión de las imágenes.	Se pretende que los alumnos reparen en el papel que cumple la imagen en la prensa (diaria y revistas), la televisión y las exposiciones.
		4) El cuerpo humano en la imagen.	Expresar ideas, sentimientos y experiencias en torno de sí y los demás por medio de imágenes que representen el cuerpo humano. Reconocer el valor estético y cultural de diferentes representaciones del cuerpo humano en las artes visuales de México y de otros países	Se exploran diversas ideas en torno de la corporeidad a través de las representaciones bi y tridimensionales del cuerpo retratado, desnudo o transfigurado, que los alumnos podrán analizar mediante sus significados culturales, simbólicos y psicológicos.
		5) El cuerpo humano en la escultura.	Expresar ideas, sentimientos y experiencias en torno de sí y de los demás por medio de la creaciones escultóricas que representen el cuerpo humano. Reconocer el valor estético y cultural de diferentes representaciones del cuerpo humano en la escultura de México y otros países.	

GRADOS	PROPÓSITOS GENERALES	BLOQUES	PROPÓSITOS PARTICULARES	CONTENIDOS
Tercer grado	-Explorar la dimensión estética de las imágenes vinculándola con las concepciones-tanto personales como sociales- que se tienen en el arte.	1) Las imágenes artísticas.	Investigar acerca de los significados del concepto de arte y de artes visuales. Conocer las funciones que tiene la imagen artística en la sociedad actual.	Las imágenes del arte”, se orienta a que los alumnos descubran diferentes connotaciones del término “arte”, así como algunas de las funciones que ha tenido a lo largo del tiempo.
	-Conocer de cerca el proceso de creación plástica de algún producto de imágenes –artista, diseñador o artesano- de la comunidad, así como las profesiones e instituciones relacionadas con la creación, investigación, conservación y difusión de las imágenes artísticas, en su localidad y en México.	2) Acercamiento al mundo de las artes visuales.	Descubrir diversos aspectos del mundo profesional del arte mediante el acercamiento al proceso de trabajo de algún artista visual y a las profesiones e instituciones dedicadas al estudio, a la preservación y a la divulgación de las imágenes artísticas en la actualidad. Realizar un montaje museográfico. Poner en práctica los conocimientos adquiridos acerca del arte, por medio de la elaboración de textos críticos.	Es un acercamiento al mundo de las “artes visuales”, a través del reconocimiento de las diferentes profesiones especializadas en la producción, difusión, conservación y circulación de las imágenes y los objetos con valor artístico. Además, plantea la relación que los artistas y profesionales del arte tienen con instituciones culturales que llevan a cabo una labor importante.
	-Experimentar con las posibilidades expresivas de la abstracción utilizando distintas técnicas y materiales de producción visual.	3) El lenguaje de la abstracción geométrica.	Ampliar las posibilidades de expresión a través de la realización de imágenes abstractas de tipo geométrico y orgánico.	Los alumnos tendrán la oportunidad de experimentar con elementos del lenguaje plástico con el fin de crear producciones visuales no figurativas y conocer algunas de sus manifestaciones en culturas del pasado y en movimientos artísticos modernos.
		4) El lenguaje de la abstracción lírica.	Ampliar las posibilidades de expresión a través de la realización de imágenes abstractas de carácter lírico y espontáneo.	
	-Producir imágenes en formato mural y explorar algunas manifestaciones del arte contemporáneo, como el ensamblaje y la instalación.	5) Arte colectivo.	Conocer el proceso básico de realización de la pintura mural y su historia en distintos lugares y épocas, especialmente en México. Explorar las posibilidades de creación visual que ofrecen el ensamblaje y la instalación como medios de producción del arte contemporáneo.	El cual plantea a los alumnos la realización de murales e instalaciones. Como cierre del curso, el bloque tiene la finalidad de integrar varios conocimientos adquiridos previamente.

Los recuadros enmarcados en color azul son los bloques que evidentemente se relacionan de manera específica con la propuesta pedagógica de este trabajo de investigación. En el primer bloque, se abordan las nociones, los conceptos y los elementos que conforman el lenguaje audiovisual, los cuales serán retomados por la Pedagogía de la imagen.

En el segundo bloque, se analiza de manera crítica la presentación de las imágenes para los adolescentes, en los distintos medios de difusión colectiva y de qué forma pueden identificar los mensajes que son emitidos por dichos medios. Estos contenidos en la propuesta del curso, se abordarán desde los principios de la Gestalt, los cuales explican el proceso de percepción visual: cómo es que dicha percepción se lleva a cabo al observar un género televisivo.

Por último, en el tercer bloque se rescata la importancia de la imagen artística en nuestra sociedad, como una forma de expresión del hacedor de imágenes para lo cual, es fundamental comprender conceptos básicos sobre las artes visuales, así como reconocer el papel que juega la percepción y la sensibilidad ante alguna imagen y la manera en que se contextualiza dicha expresión.

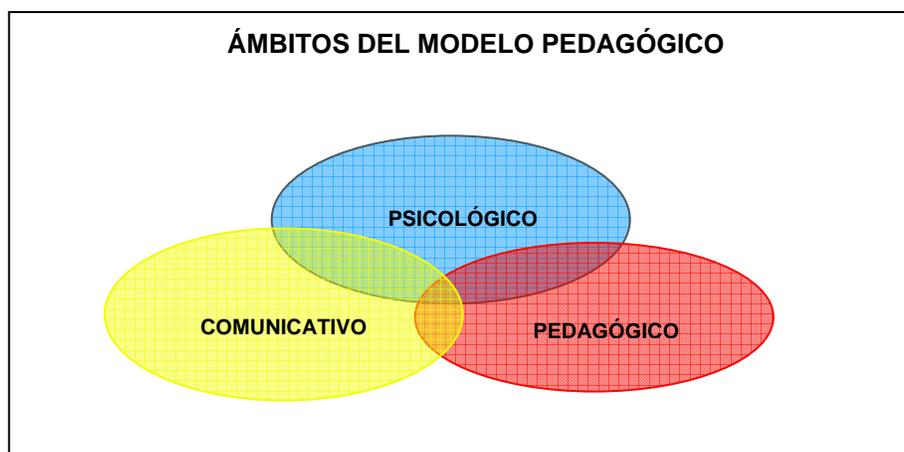
En la propuesta, este tipo de contenidos son retomados desde la Pedagogía con la imagen, a fin de desarrollar en el estudiante la habilidad de recepción crítica para que él revele lo implícito de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

Con base en lo anterior, podemos concluir que aún falta un gran tramo del camino para brindar una adecuada formación de calidad sobre la alfabetización audiovisual, puesto que, aún en este programa, los aspectos, las técnicas y los métodos didácticos son escuetos, ya que únicamente se limitan a la exposición del docente, dejando de lado elementos tales como la pertinencia, la accesibilidad y la correspondencia, así como el uso de estrategias de enseñanza-aprendizaje, que el docente puede emplear para mejorar su quehacer docente.

2. Modelo pedagógico

El modelo pedagógico del curso “Aprende con la televisión”, se vincula con los siguientes ámbitos: el psicológico, el pedagógico y el comunicativo, los cuales en conjunto generan una diversidad de relaciones recíprocas en función y mejoramiento del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Asimismo, se centra en el estudiante, en el aprendizaje significativo, en el desarrollo y en el fortalecimiento de habilidades y/o actitudes de recepción crítica ante los mensajes transmitidos por la televisión. Es así, que esta diversidad de relaciones están permeadas por el proceso comunicativo, que caracteriza al curso, y que apoyado en los recursos didácticos, facilita de manera significativa y casual la construcción del conocimiento por parte del estudiante a través de la interacción **estudiante-contenido-recursos didácticos-contexto**; factores fundamentales en dicha construcción. A continuación, se señala la concepción de cada uno de estos ámbitos.



— **Ámbito psicológico**

Este ámbito hace referencia a un conjunto de conocimientos propios de la Psicología susceptibles de ser descritos y/o explicados, dependiendo del área, (Educativa, Laboral, Clínica y Social), de esta ciencia,

conformando contextos disciplinares. Según Sonia Segura⁶⁰ y otros, los contextos disciplinares se establecen cuando:

las distintas áreas de conocimiento en efecto se construyen sobre principios básicos que determinan la naturaleza del campo de acción y por ende la forma de leer, describir, interpretar, construir modelos, argumentar, generalizar, organizar, relacionar los elementos de la realidad que le competen.

Bajo este entendido, es importante reconocer que los contenidos que se incorporarán son los relacionados con el proceso de percepción, tanto de imágenes como de sonidos, los cuales se abordarán desde la Pedagogía de la imagen, a fin de dar a conocer los componentes básicos a los estudiantes y, por ende, empezar a sensibilizarlos sobre la importancia de leer una imagen y cómo esta lectura la relacionan con sus experiencias previas, generando un aprendizaje e incluso un cambio de actitudes frente a dichos mensajes.

Es este sentido, los contextos disciplinares son una acción fundamental que asegura la calidad académica, puesto que en la elaboración de los contenidos el docente debe argumentar científicamente desde el área de la disciplina ya mencionada, para lo cual es necesario que el docente cubra el siguiente perfil:

1. Tener un conocimiento y dominio del contexto disciplinar.
2. Precisar el alcance y dominio del contenido, señalando el compromiso permanente por actualizarse sobre el mismo.
3. Mostrar una actitud entusiasta y cooperativa.
4. Mostrar disponibilidad y apertura ante las opiniones y/o propuestas.

— **Ámbito pedagógico**

En este ámbito, se enmarca el aprendizaje. Éste se concibe como la reconstrucción de los esquemas cognitivos del estudiante a partir de las

⁶⁰ SEGURA Acosta, Sonia E. y otros. *Modelo pedagógico de la educación a distancia apoyada en las tecnologías de la información y la comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO*. Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO, Sistema de Educación Virtual-SEV. Colombia, 2006. [En línea: http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec17/word_original/sonia_esperanza_16.pdf] Consultado el 20 de Noviembre de 2006.

experiencias que él tiene con el contexto en el que se desarrolla y que le son significativas.

Desde una perspectiva constructivista, Carretero⁶¹ reconoce al aprendizaje como una construcción propia que se va generando como resultado de la interacción de sus disposiciones internas y su medio ambiente; por lo tanto, su conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción que él mismo hace. Esta construcción resulta de la representación inicial (condiciones iniciales o conductas de entrada) de la información y de la actividad, externa o interna, que desarrolla al respecto

El aspecto que se quiere resaltar a partir de esta teoría, es el proceso de construcción de conocimiento que realiza el sujeto a través de sus experiencias significativas y previas, así como la interacción con su contexto y cómo estos aspectos culminan en un aprendizaje.

Por otro lado, la teoría psicogenética de Piaget, señala que el aprendizaje es entendido como la forma de concebir el desarrollo intelectual; es decir, para que el sujeto pueda formarse o adquirir un concepto, es fundamental que primero pueda clasificar objetos o eventos y ubicarlos en un orden determinado, siendo necesario que transite por acciones interiorizadas reconocidas como actos operatorios, en los que el sujeto acomoda o asimila información de su medio. Esta teoría plantea los siguientes aspectos:

- El desarrollo cognitivo comprende la adquisición sucesiva de estructuras lógicas complejas que subyacen en las distintas áreas y situaciones que el sujeto pueda resolver a medida que va creciendo.
- La capacidad de comprensión de aprendizaje de la información nueva está determinada por el desarrollo cognitivo del sujeto, postulando que lo que cambia a lo largo del desarrollo son las estructuras, pero no el mecanismo

⁶¹ Cfr. CARRETERO, M. “*Constructivismo y Educación*”. Buenos Aires, Edit. Aique, 1994, p. 50.

básico de adquisición de conocimiento, el cual consiste en un proceso de equilibrio cuyos componentes son la asimilación, la cual se refiere a la incorporación de nueva información a los esquemas que ya se poseen y la acomodación, ésta se refiere a la modificación de dichos esquemas.

- Los estadios se consideran estrategias ejecutivas que son distintas y corresponden a la manera o modo en que el sujeto tiene que enfocar los problemas.

En resumen, los elementos básicos del proceso de adquisición y equilibrio del conocimiento son: la asimilación y la acomodación, elementos que le permiten al sujeto la construcción de estructuras mentales, cada vez más complejas y, que le facilitan tanto a comprender como a manejar el mundo en que vive, a su vez, le permiten la estabilización de la nueva información con la ya existente.

Una concepción más sobre el aprendizaje es el “Aprendizaje Significativo” el cual postula que éste implica una re-estructuración activa de los esquemas mentales del sujeto (percepciones, ideas, conceptos y esquemas), siendo el eje medular la construcción activa y permanente que realiza el sujeto de la información nueva a través de las habilidades de orden superior (crítica, reflexión, análisis, interpretación, organización, etc.) lo cual implica dos aspectos:

1. Reconocer al estudiante como un sujeto procesador activo de la información.
2. Concebir al aprendizaje como un fenómeno complejo, sistémico y organizado, que va más allá de las asociaciones memorísticas.

Con base en estas teorías, esta propuesta concibe al aprendizaje como: *la construcción permanente y activa del conocimiento, la cual tiene lugar a partir de los conflictos cognitivos o desequilibrios conceptuales del sujeto, en donde él reconoce experiencias determinadas, (interacción con su contexto), y cambios*

específicos, los cuales integra a sus esquemas mentales haciéndolos cada vez más complejos y significativos.

Asimismo los ámbitos anteriormente mencionados (psicológico y pedagógico), podemos establecer algunos elementos necesarios, para tener en cuenta el diseño instruccional.

- El aprendizaje se facilita cuando los contenidos psicológicos se presentan al estudiante con una secuencia lógica y coherente.
- Los contenidos deben presentarse en forma organizada, interrelacionada y jerarquizada.
- Las situaciones de aprendizaje que generan en el estudiante un desequilibrio o conflicto cognitivo, activan sus conocimientos y experiencias previas y, por ende, facilitan los procesos de aprendizaje significativo y casual.
- Orientar al estudiante para identificar, comprender, organizar e interpretar las ideas fundamentales a través del establecimiento de puentes cognitivos (ZDP), que le permitan vincular la estructura cognitiva con el contenido por aprender.
- Los contenidos aprendidos significativamente (por recepción o por descubrimiento) serán más estables, menos vulnerables al olvido y permitirán la transferencia de lo aprendido, sobre todo si se trata de conceptos generales integradores.
- El estudiante en su proceso de aprendizaje, puede llegar a controlar eficazmente el ritmo, la secuencia y la profundidad de sus conductas y procesos de estudio mediante ciertos mecanismos autorregulatorios, lo cual implica un reto para el docente (diseñador instruccional), ya que una de sus

tareas consistirá en estimular la motivación y participación activa del estudiante y aumentar la significatividad potencial de los materiales.

— **Ámbito comunicativo**

Se vincula con el ámbito pedagógico, debido a que toda actividad educativa se subordina a los modelos de comunicación empleados, los cuales posibilitan que el proceso de aprendizaje se desarrolle bajo un modelo bancario o bien, con base en relaciones recíprocas y dialógicas.

En relación a la perspectiva educación-comunicación, Vigotsky⁶² precisa cuatro elementos que se deben tomar en cuenta para facilitar el proceso de aprendizaje.

1. Un sujeto que asuma las veces de aprendiz con una necesidad de aprender algo.
2. Un sujeto que asume el papel de profesor y ayuda al aprendiz en su objetivo.
3. Un problema a resolver en un contexto definido.
4. El conocimiento, insumo necesario para resolver el problema planteado.

A partir de estos cuatro elementos de aprendizaje, Vigotsky postuló el concepto de Zona de Desarrollo Próximo (ZDP)* siendo éste fundamental para comprender dónde y entre quiénes se desarrolla el proceso comunicativo.

La conceptualización de la ZDP apunta al principio básico de la educación, el cual es ayudarle al estudiante a desarrollar sus dimensiones cognitiva, afectiva, ética, valorativa y física, que de manera individual no ha logrado. Por lo tanto, la intervención de un sujeto, directa o indirectamente, en conjunción con el proceso

⁶² VIGOTSKY en: TIFFIN, J y L. RAJASINGHAM. *En Busca de la Clase Virtual. La educación en la sociedad de la información*. Ediciones Paidós, 1997. Barcelona, España, pág 49.

* Zona de Desarrollo Próximo, definida como la diferencia entre lo que una persona puede hacer por sí misma y lo que podría hacer con la ayuda de personas más experimentadas que ella. La zona de desarrollo próximo define aquellas funciones que todavía no han madurado, pero que están en proceso de maduración; las funciones que madurarán el día de mañana, pero que se encuentran actualmente en estado embrionario. (Tiffin, J. y L. Rajasingham. 1995, pág. 49).

de comunicación, generan puentes que permiten acercar el conocimiento y lograr una construcción de esquemas cognoscitivos cada vez más complejos, mediante la interacción con su contexto, y que dicha interacción el intercambio de ideas, conocimientos, creencias etc. sea producto de un trabajo en común.

Como producto de los argumentos anteriores sobre comunicación-educación, esta propuesta opta por el modelo de comunicación horizontal EMIREC, propuesto por Jean Cloutier, ya que toda actividad pedagógica propuesta en los materiales requiere de una planeación, estrategias, organización, recursos y lenguajes para comunicar y alcanzar el propósito planteado.

Asimismo, la elección de este modelo responde también a las siguientes razones:

- El estudiante asume un papel activo y la responsabilidad de su aprendizaje.

- El estudiante es un emisor y receptor activo, que propicia una comunicación bidireccional y multidireccional.

- El estudiante interactúa con los contenidos psicológicos y, por ende, con su proceso de aprendizaje.

- El estudiante estimula y desarrolla habilidades de orden superior (análisis, interpretación, organización, reflexión, etc.).

Es importante señalar que el diseño pedagógico-didáctico de este curso, debe convertirse en una estrategia de aprendizaje que ayude al estudiante a desarrollar y fortalecer habilidades de recepción crítica a través de la realización de actividades que impliquen procesos de selección, organización y transformación del conocimiento, los cuales son mediados por los diferentes recursos (géneros televisivos y lenguaje audiovisual).

Adicionalmente, la mediación que permea a esta propuesta, se basa en la Teoría de la Recepción y la Mediación. Según Sonia Segura⁶³ y otros, cuando hablamos de estos dos términos en el ámbito educativo, se remite a la noción de recepción donde se entiende:

“que la recepción se centra en el sujeto, lo que hace que sea un proceso múltiple y complejo, pues entran en juego diversos elementos y mediaciones provenientes tanto del sujeto, como de su entorno inmediato y su contexto social”.

Durante el proceso de aprendizaje del estudiante, es importante reconocer ¿qué hace el estudiante con los mensajes que recibe? Para contestar esta pregunta, es indispensable comprender que la recepción de mensajes audiovisuales, es un proceso que inicia cuando el estudiante lo determina, continúa cuando él realiza las interacciones entre contenido-recursos, y finaliza cuando él interactúa en su contexto a través de la socialización de lo que aprendió.

Como producto de esta mediación, el estudiante empezará a construir su conocimiento de manera significativa y casual. Durante esta mediación, es fundamental que el diseño instruccional del curso tome en cuenta las siguientes mediaciones:

- **Mediación individual:** consiste en contemplar las estructuras o esquemas cognitivos del estudiante, ya que él no es una tabula rasa, sino más bien un sujeto que interactúa con su contexto, capaz de tomar una decisión en el momento pertinente y ser responsable de ésta. Asimismo, es capaz de emitir un juicio o de recibir una crítica.

- **Mediación situacional:** esta mediación, se genera en el estudiante cuando se pone en contacto por primera vez con el contenido psicológico, reconociendo, en ese momento, lo que sabe. Paso siguiente es la

⁶³ SEGURA Acosta, Sonia E. y otros. *Modelo pedagógico de la educación a distancia apoyada en las tecnologías de la información y la comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO*. Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO, Sistema de Educación Virtual-SEV. Colombia, 2006. [En línea: http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec17/word_original/sonia_esperanza_16.pdf] Consultado el 20 de Noviembre de 2006.

incorporación de la información a sus esquemas mentales, logrando un equilibrio entre lo que sabe y aprendió.

- **Mediación tecnológica:** es preciso señalar que esta mediación se lleva a cabo a través de las aplicaciones o recursos que nos brindan las TIC's, aunque el sólo hecho de que existan o de que se utilicen no garantiza el éxito del programa, sino más bien lo interesante es: el tratamiento pedagógico-didáctico de estas bondades para generar la(s) acción(es) educativas en donde la comunicación y la pedagogía cobran un papel fundamental.

Dentro del ámbito educativo, el **uso pedagógico de los diversos lenguajes y medios** adquiere un matiz muy particular, ya que el ser humano como ser social que es, comunica a través del lenguaje: ideas, opiniones, emociones, sentimientos.

En sus orígenes, el hombre se comunicaba mediante señales, sonidos o pictografías. Actualmente, la comunicación se media por las TIC's, las cuales han generado una variedad de lenguajes (escrito, visual, sonoro y audiovisual) y combinaciones entre ellos. Ante este escenario, el desarrollo del curso básicamente debe responder a un diseño coherente, estructurado, dinámico y lúdico, en donde el clima de trabajo contribuya al mejoramiento del aprendizaje, siendo importante crear un clima de trabajo positivo, solidario, cooperativo, divertido, atrayente y cordial para los estudiantes, en donde se sientan seguros, aceptados y respetados.

Según Monjas⁶⁴, logrando este clima se crean en los estudiantes expectativas positivas sobre lo que van a aprender, se garantiza en gran medida un adecuado nivel motivacional.

⁶⁴ Cfr. MONJAS, M. *La timidez en la infancia y la adolescencia*. Pirámide, Madrid, p. 45.

Bajo este entendido, es necesario que en el transcurso de la primera sesión se establezcan de manera consensuada entre el docente y los estudiantes, una serie de normas que regulen su comportamiento en las sesiones. Las normas básicas serán las siguientes: a) mostrar interés por aprender, b) participar en las actividades, c) respetar las opiniones y participantes, d) valorar el propio trabajo, e) valorar el trabajo de los compañeros y f) escuchar a los demás.

Asimismo, el docente es la figura que debe guiar, dirigir, mediar y observar, tanto los avances del grupo a nivel cognitivo, así como las actitudes que presentan ante los contenidos y a la dinámica propuesta, a través del establecimiento de puentes que le permitan al estudiante aprender con la televisión, así como tener una actitud diferente ante ella.

Para ello, es preciso que el docente tenga la habilidad para dinamizar y motivar al grupo, así como el manejo adecuado de comportamientos difíciles y que además cuente con habilidades sociales, de negociación y de comunicación. Siendo necesario llevar de la mano al estudiante en la construcción de su propio conocimiento mediante procesos cognitivos y emocionales.

Por lo que, es fundamental que cuenten con un marco referencial sobre lenguaje audiovisual, de estrategias de enseñanza-aprendizaje, medios de información, siendo básico que sea un profesional de la educación y/o comunicación educativa, o bien que tenga conocimientos en específico sobre el tema.

Asimismo, es necesario que el docente cubra el siguiente perfil socioemocional propuesto Monjas⁶⁵.

⁶⁵ MONJAS, M. *Programa de enseñanza de habilidades e interacción social para niños y niñas en edad escolar*. CEPE, Madrid, 1999, p.35.

PERFIL SOCIOEMOCIONAL DEL GUÍA	
PROCURAR	EVITAR
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar confianza ✓ Empatizar y estimular ✓ Motivar y valorar ✓ Escuchar efectivamente ✓ Reconocer sus logros y esfuerzos ✓ Provocar éxitos y animar ✓ Proporcionar retroalimentación positiva ✓ Ayudar cuando se presenten problemas y /o dificultades ✓ Aceptación y respeto ✓ Orientar, asesorar y atender ✓ Mostrar interés y apoyar frente a los fracasos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Criticar ✓ Humillar ✓ Descalificar ✓ Ridiculizar ✓ Castigar ✓ Amenazar ✓ Comparar inadecuadamente ✓ Utilizar la burla, el sarcasmo y la ironía ✓ Sobreproteger ✓ Recriminar ✓ Consentir en exceso ✓ Exponer repetidamente el fracaso

3. Características para el desarrollo del curso

Las sesiones responden a una secuencia lógica de los contenidos procedimentales, actitudinales y conceptuales. Éstos se organizan de lo general a lo particular (*epítome*) debido al desglose de los temas, el cual se hace en tres momentos 1) introducción, 2) desarrollo y 3) conclusión; de tal manera que, se construye un proceso autodirigido tanto por el contenido como por el docente quien facilita la interpretación de los temas. La duración aproximada del curso es de 60 horas.

Además, es importante considerar que la estructura de los contenidos debe ser clara, concreta y concisa, con un lenguaje sencillo que facilite la comprensión eficaz y rápida del tema. Cabe señalar que durante el proceso de construcción del aprendizaje por parte del estudiante es importante motivarlo y estimularlo en el desarrollo del curso.

Lo anterior, tiene la finalidad de fortalecer en él su propio proceso de construcción de conocimiento, lo que respondería en términos de la Teoría de la Elaboración a la secuencia de elaboración⁶⁶.

En cuanto a los *prerrequisitos de aprendizaje*, es fundamental conocer el nivel cognitivo de los estudiantes, con la finalidad de saber que tan heterogéneo u homogéneo se encuentra el grupo y así, adaptar una serie de estrategias de enseñanza conforme ha este resultado.

Con respecto a las actividades de aprendizaje, las cuales se encuentran clasificadas en:

- a) **De inducción**, las cuales permiten al estudiante establecer un vínculo con la realidad e identificar sus habilidades cognitivas y psicoafectivas ante el medio, implicando una actividad mental de reconocimiento e identificación. Estas también responden al *epítome*.

- b) **De reforzamiento y consolidación**, las cuales consisten en brindarle una variedad equilibrada de experiencias fortaleciendo en él, la habilidad o actitud a desarrollar en un tema determinado a través de la apropiación, de la internalización y del contacto con su realidad. Este tipo de actividades se presentan como autoevaluaciones parciales al término de cada sesión. Su función es la de ser un *recapitulador y/o sintetizador*.

Éstas pueden ser representadas por una serie de ejercicios tales como: preguntas, identificadores gráficos y textuales, señalizaciones, mapas conceptuales, juegos, entre otros.

⁶⁶ REIGELUTH Charles, M. <<The elaboration Theory of Instrucción >>, Instruccion Design Theories and Models: an Overview of their Current Status, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates, 1983, p.337 En: ACASO, López-Bosch María. *La teoría de la elaboración como estrategia organizativa dentro del marco de la educación artística como disciplina*. Arte, Individuo y Sociedad, n° 10, Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense, Madrid, 1998. [En línea: <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/bba/11315598/articulos/ARIS9898110063A.PDF#search=%22la%20teoria%20de%20elaboracion%20de%20reigeluth%22>] Consultado al 20 de Abril de 2006.

Asimismo, todos los ejercicios que se le piden resolver al estudiante tienen una *retroalimentación*, la cual le indica una serie de aspectos que son necesarios desarrollar, estimular, fortalecer y/o mantener para el mejoramiento de su calidad de vida.

Gran parte de las tácticas y estrategias que se utilizan en el curso responden tanto a *analogías* o metáforas, las cuales son utilizadas como un recurso didáctico, que explican e ilustran un tema en específico, cuyo fin es el conducir el proceso de aprendizaje del alumno y llevarlo a situaciones simuladas que le ejemplifican y le permiten a la vez un nivel de comprensión elaborado, debido a la vinculación entre contenidos y su realidad.

Un recapitulador o sintetizador más, es el resumen que el docente realiza mediante un guión estructurado por él o bien estructurado entre él y los alumnos. Éste consiste en una síntesis clara y precisa de los diferentes temas abordados, indicando de una manera muy breve los puntos más importantes (ideas centrales) del tema, de la sesión o del curso.

Adicionalmente, el docente informará y recomendará al estudiante, en todo momento, que hay un sinnúmero de estrategias o tácticas que le pueden facilitar el aprendizaje de un determinado tema, y que éstas pueden o no funcionarle, lo cual depende de su forma de aprender.

Asimismo, el estudiante es el responsable de su propio aprendizaje, pues sólo él sabe qué aprende con mayor rapidez, qué se le dificulta, qué le gusta y qué no le gusta; así como saber cuál es la mejor estrategia para aprenderlo. Ésto responde al control del estudiante.

Es por ello que el docente asume el papel del guía o mediador, debido a que es él quien establece los puentes cognitivos, acercando cada vez más al alumno a la zona de desarrollo próximo (ZDP) que propone Vigostky, propiciando el proceso

de aprendizaje mediante el uso de estrategias, métodos y técnicas y tácticas que se adecuen, tanto a la habilidad cognitiva como psicoafectiva de los estudiantes, con el fin de potenciarlas mucho más.

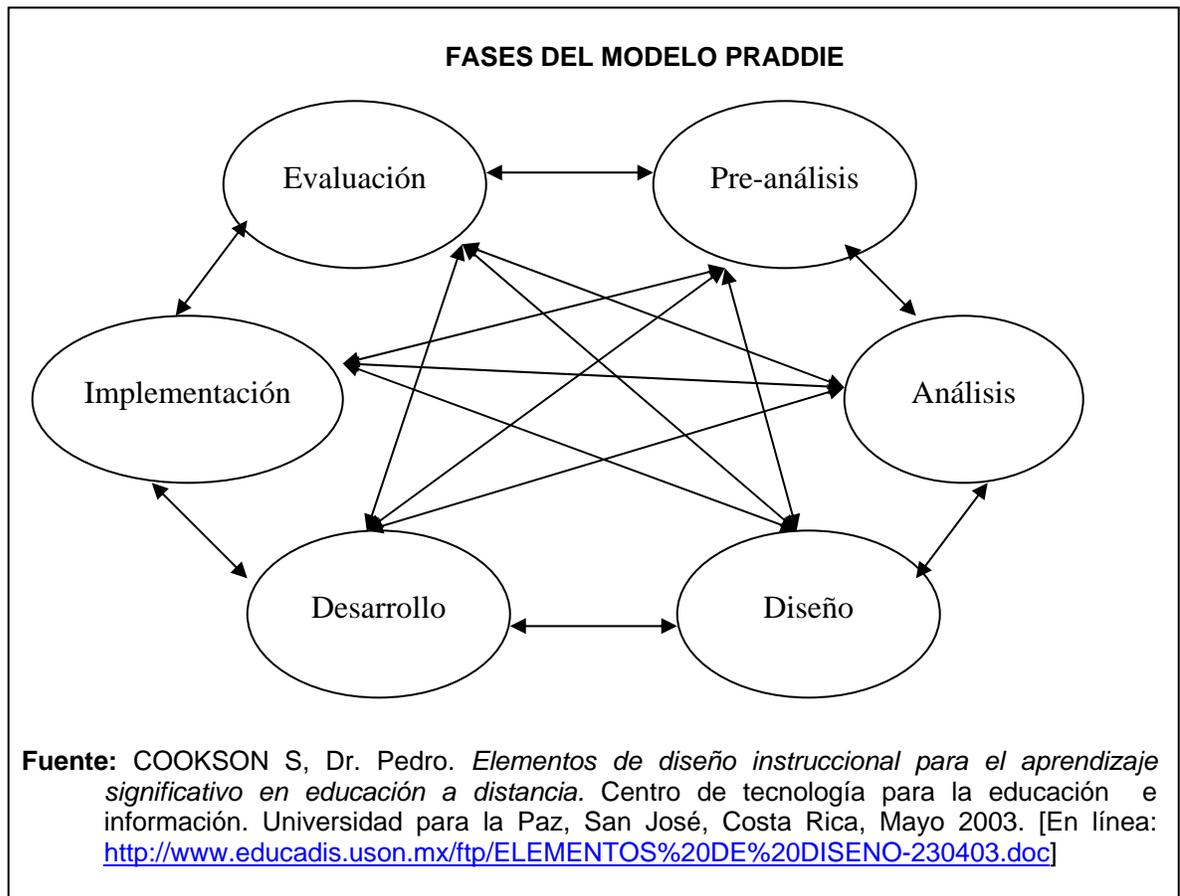
Por último, la recomendación que se realiza para este curso es referente a la evaluación, la cual sin duda es considerada la manzana de la discordia en cualquier esfera de la sociedad, debido a que ésta emite juicios de valor. Sin embargo, es importante que esta actividad se considere como un elemento de mejora continua tanto del curso, como del nivel de avance académico por parte de estudiantes y guías.

En este sentido, es importante conjugar la evaluación sumativa que únicamente refleja porcentajes numéricos en el sentido estricto de la palabra, con la evaluación formativa, cuya finalidad es la de reflejar los procesos que intervienen en el proceso de enseñanza aprendizaje, los cuales se ejemplifican en el dominio del contenido y/o abordado, mostrando determinadas cualidades, habilidades y actitudes que difícilmente se pueden medir y, sobre todo, estandarizar.

4. Modelo de diseño instruccional (PRADDIE)

Se da a conocer en la IV Reunión de la Educación a Distancia en Hermosillo, México, en el 2003, por el Dr. Pedro Cookson, Director del Centro de Tecnología para la Educación e Información de la Universidad para la Paz, San José, Costa Rica.

Cabe señalar que este modelo se instrumenta para diseñar programas educativos en línea. No obstante, se señala que este modelo es flexible y que puede guiar el diseño de programas educativos tanto presenciales como en línea. A continuación se esquematiza en que consiste este modelo:



Veamos cada una de las fases:

Pre-análisis: consiste en contar con un marco contextual y teórico de la propuesta, para lo cual es necesario considerar lo siguiente:

- *Plan estratégico de la organización:* la propuesta elaborada debe ser congruente con la misión, visión y valores de la institución que lo quiera implementar. Dicha misión, visión y valores se deberán dar a conocer a los expertos en contenidos con anticipación.
- *Recursos financieros:* se refiere a los recursos económicos con los que se cuenta para apoyar los diferentes aspectos del proceso del diseño instruccional tales como:
 - La formulación del plan de estudio.
 - La elaboración de textos que fundamenten la propuesta.
 - Compilación de colecciones y/o documentos relevantes.

- La elaboración de guías de estudio.
- La grabación y edición de recursos audiovisuales.

- *Intereses de los miembros:* constituye un reconocimiento de carácter científico y político, ya que es indispensable tomar en cuenta las perspectivas de los diferentes actores que participan en la propuesta priorizando los valores, expectativas y metas de la institución y garantizando así, el éxito de la propuesta.

Debido al alcance del modelo educativo, es fundamental incluir productos o insumos que representen puntos de vista multiculturales. Para ello, es necesario presentar una propuesta preliminar que responda a las preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿cuánto costará?, en consecuencia se tomará la *decisión de proceder*.

Análisis: después de haber tomado la decisión de proceder, es importante compilar la información detallada para avanzar al planteamiento del curso, en este sentido se debe poner atención en los siguientes puntos.

- *Explorar el entorno:* el objetivo es determinar las condiciones externas relevantes (aspectos políticos, sociales, económicos, cuestiones de mercado, de competencia, legales y tecnológicas) que pueden influir o determinar la naturaleza y alcance del programa instruccional. Para tal efecto, se requiere una búsqueda de información a través de comités de asesoría, encuestas a participantes prospectivos, asociación con colegas, observación de acciones de otras organizaciones o instituciones, ponerse al corriente con las noticias y la bibliografía profesional.

- *Valoración organizativa:* se refiere al seguimiento y monitoreo que se debe realizar en el ambiente interno de trabajo.

- *Dominio de materia, ramo o disciplina:* consiste en elaborar un mapa conceptual, en el cual se desglosen las diferentes actividades y su vinculación con cada integrante del equipo. Además, es una herramienta muy útil que permite la identificación del contenido que incluye el curso y que permite responder a la pregunta ¿Qué es lo que quiero que los alumnos sepan, hagan, y sientan? traduciendo lo anterior, en objetivos educativos (generales y específicos).
- *Características de los participantes:* las características del estudiante pueden afectar dramáticamente la efectividad de sus experiencias en aprendizaje. Por lo que el diseñador instruccional debe tomar en cuenta las características físicas, nacionales, culturales, lingüísticas, socio-económicas, educativas, laborales, así como sus actitudes e intereses.
- *Necesidades de aprendizaje:* se definen como la diferencia que existe entre lo que se conoce, lo que se conocerá y lo que se ignora. Para identificarlos, es necesario emplear instrumentos que nos permitan reconocer dichas necesidades. Podemos mencionar algunas de ellas: a) entrevistas a grupos de interés, b) encuestas y c) observación participativa.

Lo anterior tiene como resultado el bosquejo general del contenido del curso, en el cual se esbozan los niveles de competencia que el estudiante tiene antes, durante y después de haber concluido el curso.

Diseño: en esta etapa se desarrolla toda la construcción pedagógica y didáctica del contenido del curso. Estableciendo los siguientes puntos:

- *Objetivos generales y específicos* (cognitivos, procedimentales o actitudinales).
- *Plan de evaluación:* consiste en cómo medir y evaluar los resultados de la participación del curso. Para ello, es necesario diseñar un modelo de evaluación a través de instrumentos que se enfoquen en los siguientes aspectos:

- Nivel de satisfacción de los estudiantes.
- Nivel de conocimiento, habilidades, destrezas y sensibilidades de los estudiantes después del curso.
- Nivel de actuación en el trabajo antes y después del curso.
- Nivel de resultados, el cual está presente en todo el plan y proceso de evaluación.

De tal forma, que el contar con todo un plan de evaluación esboza las diferentes estrategias que permitirán recolectar información diversa con la intención de obtener retroalimentación y poder tomar mejores decisiones.

- *Plan de actividades de aprendizaje:* representa la secuencia lógica de temas del contenido a tratar en el curso, los cuales necesariamente responden a los objetivos de instrucción o de aprendizaje. El plan de actividades puede ser organizado en períodos, tipo de actividades y actividades específicas a desarrollar.

Especificaciones de los materiales del curso: radican en la descripción detallada de las funciones que realiza cada uno de los elementos y materiales que conforman el curso. Algunos de ellos pueden ser: a) maestro, b) canales de comunicación, c) tareas, d) autoevaluaciones, e) lecturas y f) actividades individuales y grupales.

Adicionalmente, el diseñador instruccional debe garantizar que la elaboración de los materiales didácticos respondan a determinadas características, considerando tanto el perfil de los participantes. Igualmente, con la finalidad de guiar, orientar, interpretar y complementar el proceso de enseñanza-aprendizaje, que se ha desarrollado.

Desarrollo: consiste en conjuntar la parte de la preparación de todos los elementos del curso con los contenidos, a través de la construcción de los instrumentos y materiales ya mencionados, para obtener los siguientes resultados:

- *Recursos de aprendizaje:* compilación, análisis, elaboración y digitalización de los diferentes materiales de apoyo en el curso. Es importante no olvidar incluir los derechos de autor en cada uno de los materiales elaborados.
- *Ambiente de aprendizaje:* este punto se refiere al ambiente que debe predominar en el aula, con la finalidad de que responda a las necesidades de aprendizaje de los estudiantes y de la propia institución que lo va a implementar.
- *Instrumentos de evaluación:* se realiza la construcción de los diversos instrumentos y procedimientos de evaluación. La finalidad es generar datos e información que permitan conocer la eficacia del curso en diversos aspectos.

Especificaciones de materiales del curso: Consiste en contar con un catálogo que permita conocer el tipo de materiales con los que contará el curso. Por ejemplo: a) Guía para los profesores, b) Guía de estudio para los alumnos c) Instrumentos de exploración en caso de ser necesarios, d) Evaluaciones globales, y e) Cuestionario de satisfacción del participante.

Implementación: una vez que ya se tiene el diseño y se han construido los materiales de aprendizaje, se procede a realizar una “prueba piloto” en la que se validen varios procesos. Después de realizar esta prueba, se pasa a la siguiente fase, la implementación del curso. Los aspectos que serán evaluados durante la prueba piloto son:

- *Rol del maestro:* es quien enseña el curso, pero no necesariamente está involucrado con la generación del contenido. Su función es la de facilitar el aprendizaje de los estudiantes, a través de la guía, resolución de inquietudes y reforzamiento de las estructuras de conocimiento. Su desempeño será validado mediante las diferentes estrategias de enseñanza y de motivación para con los participantes.
- *Recursos de aprendizaje:* se debe verificar que correspondan a los objetivos del curso (general y específicos) que fueron planteados.

Durante el desarrollo del curso, es importante llevar un seguimiento de todas las actividades realizadas, mediante la administración del plan de gestión. Este consiste en instituir aspectos administrativos sobre las siguientes actividades: a) promoción y mercadeo, b) captación y retención de alumnos del programa, c) gestión de aspectos financieros y d) selección, capacitación y evaluación de instructores.

Evaluación: se encuentra presente a lo largo de todo el proceso de diseño instruccional, por lo que no debe considerarse como la fase final. Su importancia radica en que es un componente que retroalimenta y mejora el proceso de manera cíclica, favoreciendo la toma de decisiones.

Para llevar a cabo la evaluación, es necesario diseñar y elaborar un instrumento que guíe el proceso durante las diferentes fases (pre-análisis, análisis, diseño, desarrollo, implementación y evaluación) con miras a una mejora continua.

Es importante puntualizar, que el modelo *PRADDIE* aquí propuesto no se instrumentará, debido a que únicamente se explica el diseño del modelo pedagógico-didáctico de la propuesta, más no su desarrollo e implementación. No obstante, se incluye en este trabajo por si alguien se interesa en desarrollarlo y tenga una alternativa para tal acción.

Con base en los antecedentes, el modelo pedagógico propuesto, las características del curso y el modelo de diseño instruccional, se presenta a continuación el programa del curso: “Aprende con la televisión” con el propósito de brindar una alternativa para el desarrollo de habilidades de recepción crítica, evitando el consumo inconsciente de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

Programa del curso: “Aprende con la televisión”

Índice	
Objetivos	96
Presentación	97
Sesión: Presentación grupal	99
Unidades temáticas	
1. ¿Adicto a la televisión?	100
1.1. ¿Qué es un hábito?	
1.2. ¿Qué es un hábito televisivo?	
1.3. ¿Qué significa ser un telespectador?	
2. Televisión ¿qué cosa es?	102
2.1. Cómo surgió	
2.2. Tipos de televisión (comercial, educativa y cultural)	
2.3. Cadenas televisivas (abierta y cerrada)	
3. Géneros televisivos	104
3.1. Qué es un género televisivo	
3.2. Qué géneros existen	
3.3. El discurso de cada uno de ellos	
4. Realidad o ficción	106
4.1. La composición de la imagen	
— La forma	
— Los colores	
— La luz	
— La línea	
— El punto	
— El movimiento	
— Lenguaje audiovisual	
4.2. Lenguaje audiovisual	
— Encuadres, ángulos, planos, movimientos, sonidos, silencios, etc.	
4.3. Cómo percibes este lenguaje	
5. Aprende conmigo	110
5.1. Estrategias para aprender con la televisión.	
— Analiza, crítica y reflexiona	
6. Recomendaciones	113
7. Anexo I	I

Objetivos

Objetivo general

El estudiante de educación secundaria desarrollará la habilidad de análisis crítico y reflexivo, mediante la interpretación de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión, así como del reconocimiento de sus propias actitudes frente a ésta, cuyo fin es el fomentar la *recepción crítica* ante dichos mensajes, en un ambiente de empatía, respeto y motivación que favorezca su proceso de aprendizaje.

Objetivos específicos

Que el docente:

1. Realice un sondeo grupal el cual le permitirá conocer las debilidades y las fortalezas de sus integrantes, con el fin de establecer vínculos afectivos entre docente-alumnos y alumnos-alumnos a través de un ambiente de empatía, respeto y motivación, que favorezca el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Que el alumno:

2. Reconozca sus hábitos televisivos a través de un ejercicio de auto-introspección que deleve la relación de dependencia ante la televisión, con el fin de transformarla.
3. Sintetice los avances tecnológicos de la televisión a través del surgimiento de las diferentes cadenas televisivas y de los diferentes tipos de televisión, con la intención de comprender su evolución y emisión.
4. Jerarquice los diferentes tipos de programa de acuerdo a su discurso televisivo, con la finalidad de comprender a que público va dirigido tanto por su contenido y hora de transmisión.
5. Analice los elementos que conforman el lenguaje audiovisual, con el propósito de decodificar e interpretar lo implícito de los mensajes transmitidos por la televisión, evitando su reproducción de manera inconsciente.
6. Aplique una serie de estrategias para analizar, criticar y reflexionar lo que se escucha y observa, con la finalidad de aprender y disfrutar lo observado.

Presentación

La televisión como medio de comunicación colectiva dirigido a grandes audiencias, tiene objetivos explícitos e implícitos en sus mensajes; es decir, desde vender un auto, hasta incidir en el comportamiento social, en las actitudes y en las acciones de las personas.

Por lo que es necesario tomar en cuenta que estamos expuestos a un sinnúmero de información aparentemente “válida”, y “única”, la cual llega a todos los niveles sociales, géneros (femenino y masculino), culturas, grupos étnicos y edades, etc. Además, ocasiona en los niños el “fin de la niñez”, ya que ahora hablan, visten y viven como adultos mientras que en los adolescentes genera actitudes de confusión, ya que no debemos olvidar que están en una constante búsqueda de su identidad.

Ver la televisión se ha convertido en acto inocente e inconsciente, ya que, no se reflexiona en torno a sus consecuencias e implicaciones al ver cualquier genero televisivo, ya sea en un sistema abierto o cerrado. Sin embargo, aunque existen diversos agentes mediadores que intervienen en la recepción de los mensajes tales como: la familia, la escuela, y la sociedad, quienes deberían orientar, facilitar y complementar la información que presenta dicho medio, a través de una postura analítica, crítica y reflexiva de la misma. No obstante en la realidad no es así.

De acuerdo a Delia Crovi⁶⁷, esta tarea no se realiza por completo, ya que se

asume un rol de un simple telespectador pasivo que sólo recibe información sin procesarla, convirtiéndose en un receptor pasivo que no comprende, valora e interpreta, ocasionando una relación dependiente entre televidente-televisor, en la cual el televisor vacía un cúmulo de información en la cabeza del telespectador, generando una actitud receptiva del medio.

Por otro lado, ver la televisión está afectando el proceso de la comunicación de los grupos sociales de manera que origina tanto conductas negativas como malos entendidos, poca extensión en el vocabulario o bien, conductas positivas e interacciones entre los diferentes grupos sociales. Ambas situaciones, son el resultado de benéficas o malas mediaciones* de la familia, escuela o sociedad.

⁶⁷ CROVI Druetta, Delia Maria. *El placer de ver televisión: Los televidentes opinan* En Convergencia: Revista de Ciencias Sociales. p.249-274, Año 6, sep-dic. Núm. 20. México. Facultad de ciencias políticas y administración pública. Universidad Autónoma del Estado de México.

* Las mediaciones pedagógicas se refieren al conjunto de acciones e intervenciones, recursos y materiales didácticos como un conjunto articulado de componentes que intervienen en el hecho educativo, facilitando el proceso de enseñanza-aprendizaje. Su principal objetivo es, así facilitar la intercomunicación entre el estudiante y los orientadores para favorecer, por medio de la intuición y del razonamiento, un acercamiento comprensivo de las ideas a través de los sentidos (Eisner, en Fainholc, 1999)

Aguaded⁶⁸ opina al respecto que:

no se ha considerado el largo tiempo que se pasa frente a la caja mágica y mucho menos se han desarrollado hábitos constructivos y formativos, así como no se ha reflexionado sobre los contenidos y las imágenes que presenta; es decir, se ha desaprovechado lo que este medio nos ofrece.

Por ejemplo: en el aula el tratamiento que se le da a la programación televisiva, no es el adecuado, ya que algunos docentes no han considerado que vivimos en una cultura audiovisual, en la que es necesario desarrollar habilidades para analizarla detalladamente, puesto que la televisión es un recurso didáctico que puede mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de métodos, técnicas y estrategias de enseñanza, que faciliten el análisis, la crítica y la reflexión y, por ende, la resignificación de lo aprendido con su realidad.

Ante esta situación, Cabero⁶⁹ opina:

se tiene la falsa concepción de que el sólo hecho de incorporar la tecnología en el aula resolverá los problemas de aprendizaje de los alumnos, viendo a la televisión como la panacea en la educación.

Es por esta razón, que el problema de la lectura crítica de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión, se agudiza en la población debido al desconocimiento total de las potencialidades que ofrece, así como de la alfabetización audiovisual.

Para efectos de este trabajo de investigación, resulta sobresaliente el estudio de esta carencia en el nivel básico terminal (Secundaria), por las siguientes razones:

La primera, por la etapa de desarrollo biopsicosocial y cognitivo del sujeto, ya que no debemos olvidar que los adolescentes están en una búsqueda constante de su propia identidad, y qué mejor que se les ayude a desarrollar su capacidad de decidir asertivamente; es decir, que tengan la posibilidad de decir “No” o “Sí” ante cualquier circunstancia presentada, en los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

La segunda, debe ser una prioridad, ya que el contar con una serie de habilidades cognitivas, actitudes psicoafectivas y herramientas que consoliden una alfabetización audiovisual, permitirán el desarrollo de la actitud crítica ante la transmisión de mensajes audiovisuales, tanto explícitos como implícitos de los medios de información. De tal forma, que el estudiante tenga la posibilidad de analizar, reflexionar y comprender, a partir de una postura sobre lo que observa y escucha.

⁶⁸ AGUADED Gómez, José Ignacio. *Descubriendo la caja mágica: Enseñamos a ver la tele*, Huelva, Grupo Comunicar, 1998. p-45

⁶⁹ CABERO Almenara, Julio, *Retomando un medio: la televisión educativa*, En: CMIDE-SAV: Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa. Universidad de Sevilla, España. [En línea: <http://tecnología.edu.us.es/bibliovir/pdf/118.pdf>]. Consultado el 27 de Noviembre de 2004.

Sesión: Presentación grupal

Duración: 2 horas

Objetivo: Realizar un sondeo grupal el cual le permitirá conocer las debilidades y las fortalezas de sus integrantes, con el fin de establecer vínculos afectivos entre docente-alumnos y alumnos-alumnos a través de un ambiente de empatía, respeto y motivación, que favorezca el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Actividades

En esta primera sesión, se realizará la presentación grupal. El docente solicitará a los alumnos lo siguiente:

- Presentarse por su nombre.
- Comentar brevemente qué esperan del curso.
- Qué programa televisivo les gusta más y por qué.

Una vez realizada esta actividad, el docente se presentará, cubriendo los puntos anteriores. Posteriormente, recapitulará las preferencias televisivas de los integrantes del grupo.

Actividad de cierre

1. Traer resuelto el cuestionario de introspección “Conoce tus hábitos televisivos” (ver anexo I).

Actividades de investigación

1. Investigar qué es un hábito.
2. Definir con palabras propias qué entiendes por hábito.

Unidad 1: ¿Adicto a la televisión?

Duración: 8 horas

Objetivo: Que el alumno reconozca sus hábitos televisivos a través de un ejercicio de auto-introspección que revele la relación de dependencia ante la televisión, con el fin de transformarla.

Temas

- 1.1 Qué es un hábito
- 1.2 Qué es un hábito televisivo
- 1.3 Qué significa ser un telespectador

Actividades

1. Introducir brevemente a los alumnos en el tema.
2. Recuperar y comentar las respuestas del cuestionario de auto-introspección “Conoce tus hábitos televisivos”, buscando ejes que permitan un análisis de lo que implica el acto de ver la televisión.
3. Definir de manera grupal qué es un hábito y hábito televisivo a través de la recuperación de las diferentes investigaciones realizadas por los alumnos.
4. A partir de la resolución previa del cuestionario de introspección “Conoce tus hábitos televisivos”, los alumnos determinarán si el o los programas que ven son por costumbre, diversión y/o interés.
5. Reflexionar sobre la siguiente pregunta ¿cómo influye lo que vemos en un programa televisivo en nuestra manera de ser y actuar?
6. Definir qué es un telespectador, explicar cuál es su papel frente a la televisión y reflexionar sobre ¿Qué tipo de teleespectador soy? a partir de las respuestas del cuestionario de introspección “Conoce tus hábitos televisivos”.
7. Elaborar un crucigrama en equipo (15 alumnos), con los elementos que definen un hábito, hábito televisivo y telespectador a fin de resolverlos en grupo.

Actividad de cierre

1. Con base en las actividades del 1 al 5, realizar la evaluación “Aprender a ser un telespectador crítico”.

Aprende a ser un telespectador crítico

Objetivo: Analizar un programa televisivo, poniendo en juego las habilidades de análisis, crítica y reflexión.

Instrucciones:

1. Observa un programa televisivo de cualquier género y especifica lo siguiente:
 - Nombre del programa
 - Horario
 - Canal en el que se transmite
 - Sinopsis
 - Audiencia a la que es dirigida
2. Analiza el programa teniendo como eje las siguientes preguntas:
 - ¿Qué te dice?
 - ¿Qué sientes?
 - ¿Qué entiendes? y ¿Qué no entiendes?
 - ¿Crees que lo que se muestra es real? Sí por qué o no por qué.

Actividades de investigación

1. Solicitar a los alumnos la investigación breve sobre el surgimiento de la televisión.
2. Traer la programación televisiva, ya sea en un periódico y/o revista.

Bibliografía básica

- AGUADED Gómez, José Ignacio. *Descubriendo la caja mágica: Enseñamos a ver la tele*. Huelva, Grupo Comunicar, 1998.
- CHARLES Creel, Mercedes y Orozco Gómez Guillermo, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medio*. Trillas, México, 1990.
- CROVI Druetta, Delia Maria, *El placer de ver televisión: Los televidentes opinan* En *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*. Año 6, sep-dic. Núm. 20. México. Facultad de ciencias políticas y administración pública. Universidad Autónoma del Estado de México.

Unidad 2: Televisión ¿qué cosa es?

Duración: 10 horas

Objetivo: Que el alumno sintetice los avances tecnológicos de la televisión a través del surgimiento de las diferentes cadenas televisivas y de los diferentes tipos de televisión, con la intención de comprender su evolución y emisión.

Temas

- 2.1 Cómo surgió
- 2.2 Tipos de televisión (comercial, educativa y cultural)
- 2.3 Cadenas televisivas (abierta y cerrada)

Actividades

1. Brindar a los alumnos un panorama general del tema.
2. Exponer brevemente la investigación realizada sobre los orígenes de la televisión.
3. Resaltar y explicar los puntos y fechas más sobresalientes de la investigación realizada.
4. Realizar un debate, con base en las siguientes preguntas eje:
 - a. Todos conocemos un mundo lleno de televisores, pero ¿siempre ha sido así?
 - b. ¿Cómo te imaginas una vida sin televisión?
 - c. ¿Hasta qué punto es bueno planificar el consumo?
 - d. ¿Puede ser de utilidad que tengamos nuestros propios compromisos ante la diversidad de programación televisiva?
5. Explicar cuáles son los tipos de televisión (comercial, educativa y cultural) a partir de la identificar el propósito que persigue cada una de ellas. Para ello, se darán tres ejemplos representativos de programas: Hoy, Edusat y Tv UNAM.
6. Identificar las diferentes televisoras en el periódico o revista, comentar el tipo de programación que transmiten y analizar las diferencias de su programación.
7. Reflexionar sobre las siguientes preguntas
 - a. Consideras que el tipo de programa que ves ¿te educa, te divierte y/o entretiene?
 - b. El tipo de programa que te gusta pertenece a Televisa, TV Azteca, Cable, Sky, Multivisión u otro. Especifica a cuál.

Actividad de cierre

Con base en las actividades del 1 al 7, realizar la evaluación “Conoce más a la televisión”.

Conoce más a la televisión

Objetivo: Conocer los diferentes tipos de televisión a través de un ejercicio que permita identificar las características que los diferencian el uno del otro.

Procedimiento:

1. Observa tres programas televisivos con las siguientes características:
 - Comercial
 - Educativo
 - Cultural
2. Después de observarlos identifica cuáles son los aspectos o características que los diferencian, para ello se te sugiere que realices una tabla, en la que consideres los siguientes aspectos:
 - Nombre del programa
 - Horario
 - Tipo de televisión
 - Cadena televisiva
 - Canal en el que se transmite
 - Sinopsis
 - Diferencias / Semejanzas

Bibliografía básica

CABERO Almenara, Julio (coord.). *Retomando un medio: la televisión educativa*. En: CMIDE-SAV: Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa. Universidad de Sevilla, España, 1994. [En línea: <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/118.pdf>]

MEJÍA Barquera, Fernando Tomado de: Sánchez de Armas (coord.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. RMC/Espacio98, México, D.F. 1998.

Unidad 3: Géneros televisivos

Duración: 10 horas

Objetivo: Que el alumno jerarquice los diferentes tipos de programa de acuerdo a su discurso televisivo, con la finalidad de comprender a que público va dirigido tanto por su contenido y hora de transmisión.

Temas

- 3.1 Qué es un género televisivo
- 3.2 Qué géneros existen
- 3.3 El discurso de cada uno de ellos

Actividades

1. Explicar a los alumnos qué se entiende por:
 - a. Género
 - b. Géneros televisivos
2. Realizar un sondeo para describir cada uno de los géneros televisivos, para ello, se basará en las siguientes preguntas.
 - a. ¿Qué programa ve tu mamá?
 - b. ¿Qué programa ve tu papá?
 - c. ¿Qué programa ven tus hermanos?
3. A partir de las preguntas anteriores (punto #2), identificar qué tipo de programa es (novelas, noticieros, caricaturas, películas, musicales, etc.).
4. Clasificar los programas televisivos publicados, en el periódico o revista e identificar que tipo de géneros predominan en las televisoras.
5. Realizar la proyección de varios segmentos de un programa (noticias, novelas, caricaturas, películas y espectáculos) y analizar sus diferencias.
6. Elaborar un memorama en equipos de 15 alumnos para intercambiar entre equipos y reforzar el tema.

Actividad de cierre

1. Con base en las actividades del 1 al 6, realizar la evaluación “¿A qué género televisivo pertenece?”

¿A qué género televisivo pertenece?

Objetivo: Clasificar el género televisivo del programa de preferencia y/o interés a partir de los elementos de análisis.

Instrucciones:

1. Elige el programa que más te guste.
2. Elabora un breve análisis basándote en siguientes elementos eje.

- Nombre del programa.
- Horario de transmisión.
- Nombre del canal.
- Canal abierto o de paga.
- Tipo de programa.
- Género televisivo.
- ¿Por qué crees que es ese el género televisivo?

Actividades de investigación

Para la siguiente sesión:

1. Traer revistas de espectáculos y de comic's.

Bibliografía básica

MELÉNDEZ Crespo, Ana. *La TV no es como la pintan: rutinas, modelos, discursos y programas*. Trillas, México, 2001.

Unidad 4: Realidad o ficción

Duración: 15 horas

Objetivo: Que el alumno analice los elementos que conforman el lenguaje audiovisual, con el propósito de decodificar e interpretar lo implícito de los mensajes transmitidos por la televisión, evitando su reproducción de manera inconsciente.

Temas

4.1 La composición de la imagen

- La forma
- Los colores
- La luz
- La línea
- El punto
- El movimiento
- Lenguaje audiovisual

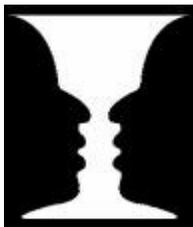
4.2 Lenguaje audiovisual

- Encuadres, ángulos, planos, movimientos, sonidos, silencios, etc.

4.3 Cómo percibes este lenguaje

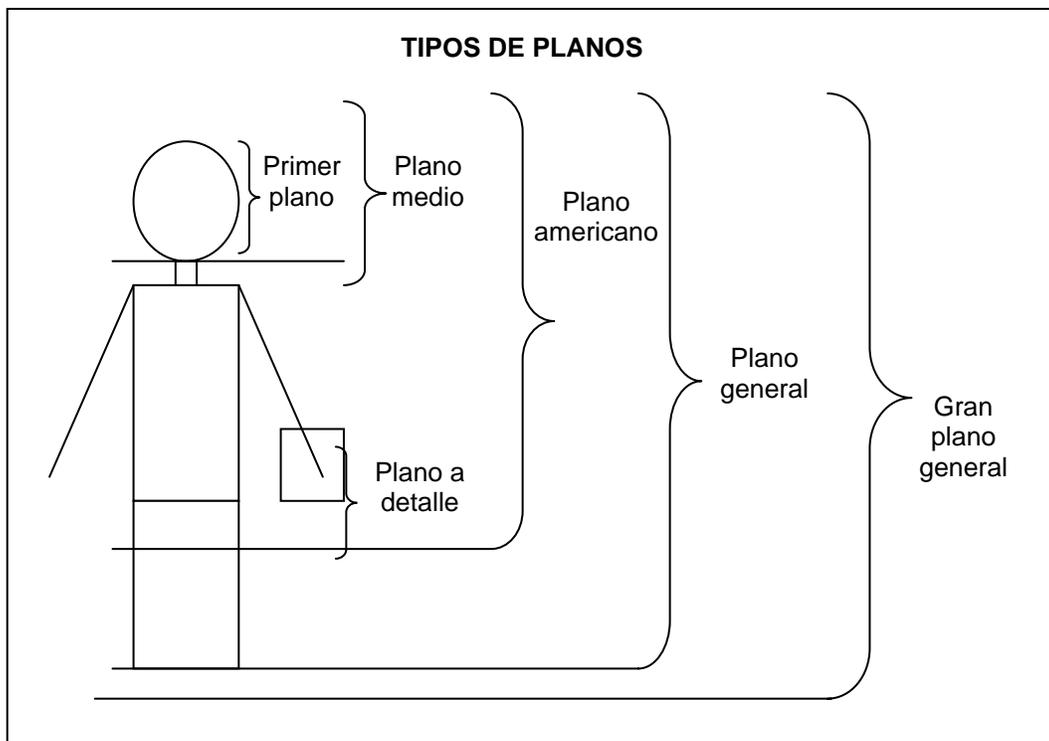
Actividades

1. Explicar en qué consiste la composición de una imagen, a partir de la siguiente pregunta: ¿Qué ves?



2. Realizar un debate en función de las siguientes preguntas eje:
 - a. ¿Consideras que lo que miras a primera vista es la realidad?
 - b. ¿Consideras que las imágenes te dicen algo?
 - c. ¿Crees que basta con mirar una sola vez una imagen para saber su significado?
 - d. Para ti, ¿cuál es la diferencia entre mirar y observar?
3. Explicar las leyes de percepción de la Gestalt a partir de imágenes representativas de géneros televisivos. Por ejemplo: los comerciales.

4. Reflexionar en torno a:
 - a. ¿la imagen nos invita a consumir? o ¿el consumir es el mensaje que transmite la imagen?
5. Analizar dos géneros televisivos: Hoy y Los Comediantes, considerando los elementos color, luz, línea, punto y movimiento a fin de identificar el papel que juegan en los diversos géneros televisivos.
6. Elaborar un cuadro sinóptico o mapa mental, en equipo de 5 alumnos, en el que se represente la manera en que influyen los elementos color, luz, línea, punto y movimiento, en el telespectador
7. Explicar cómo se realiza la secuencia de los planos y encuadres a partir del siguiente esquema.



8. Identificar en un cómic's la manera en que se presenta la secuencia de los planos y encuadres, considerando cómo estos le dan peso a la historia.
9. Reflexionar en torno al siguiente punto:
 - a. ¿Cómo influye la composición, el tipo de plano y encuadre de la imagen, en el mensaje que transmite?
 - b. ¿Cómo te sientes al ver las imágenes, por ejemplo de un cómic's?

10. Proyectar un segmento de la caricatura “La pantera rosa” e identificar los siguientes elementos:
 - a. ¿Qué información aporta la imagen?
 - b. ¿Existen algún tipo de audio, sonidos, ruidos y/o silencios? Cuáles.
 - c. ¿Consideras que la imagen y los efectos sonoros se complementan? De ser así ¿cómo la hacen?
11. Reflexionar sobre los siguientes elementos eje:
 - a. ¿Consideras que el silencio nos dice algo?
12. Proyectar un segmento del capítulo de la novela “Rebelde”, con base en él, de forma individual, hacer un análisis, considerando los siguientes puntos:
 - a. ¿Cuál es el contexto social y cultural de dicho género?
 - b. ¿Qué tipo de vestuarios utilizan los personajes?
 - c. ¿Cómo hablan los personajes?
 - d. ¿Qué te transmiten los personajes?
 - e. ¿Qué sientes al verlos?
13. Presentar al grupo el resultado del análisis realizado y comparar los productos obtenidos.
14. Con base en las actividades 1 a la 14, realizar la evaluación “¿Los mensajes audiovisuales hablan?”.

Actividad de cierre

¿Los mensajes audiovisuales hablan?

Objetivo: Desarrollar habilidades de recepción crítica en los alumnos con el propósito de que aprendan a develar lo oculto de los mensajes audiovisuales transmitidos por la televisión.

Instrucciones:

1. Elige el programa que más te guste, a partir del cual elaborarás un análisis basándose en los siguientes elementos eje.
 - Nombre del programa
 - Horario de transmisión
 - Nombre del canal
 - Canal abierto o de paga
 - Tipo de programa
 - Género televisivo
 - ¿Cuál es el contexto social y cultural de dicho género?
 - ¿Abordan alguna problemática en particular?
 - ¿Qué tipo de vestuarios utilizan los personajes?

- ¿Cómo hablan los personajes?
- ¿Qué te transmiten los personajes?
- ¿Qué sientes al verlos?
- ¿Qué te dice tanto la imagen como los efectos sonoros de ese género televisivo?

Bibliografía básica

AGUADED Gómez, José Ignacio. *Descubriendo la caja mágica: Enseñamos a ver la tele*. Huelva, Grupo Comunicar, 1998.

APARICI, Roberto y Agustín García Mantilla. *Alfabetización audiovisual y enseñanza*. En: Villaseñor, S. *Las nuevas tecnologías en la educación superior a distancia: tendencias y perspectivas*, Universidad de Guadalajara, México, 1992.

BARTOLOMÉ R., Antonio. *Lenguaje audiovisual-mundo audiovisual*. Universidad de Barcelona, 1987. [En línea: http://www.lmi.ub.es/personal/bartolome/articuloshtml/bartolome_la_v_87/index.html#a3]

CHARLES Creel, Mercedes y Orozco Gómez Guillermo, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medio*. Trillas, México, 1990.

DONDIS D., A. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili S. A., Colección comunicación visual, España, 1994.

ILCE. *Uso pedagógico de la televisión*, México DF. 2006. [En línea: <http://www.comfer.gov.ar/publi/notasinternet/USO%20PEDAGOGICO%20DE%20LA%20TELEVISION.htm>]

MARQUÉS Graell, Dr. Pere. *Introducción al lenguaje audiovisual*. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, México, 2004. [En línea: <http://dewey.uab.es/pmarques/avmulti.htm>]

MÉNDEZ Garrido, Juan Manuel. *Aprendamos a consumir mensajes. Televisión, publicidad, prensa y radio*. Grupo Comunicar, España, 2001.

VERGÉS Roger, C. *La percepción visual. Qué vemos y cómo vemos*. En: *Microcirugía ocular*, núm. 4 Diciembre 2002. En línea: [<http://www.oftalmo.com/secoir/secoir2002/rev02-4/02d-02.htm>]

Unidad 5: Aprende conmigo

Duración: 15 horas

Objetivo: Que el alumno aplique una serie de estrategias para analizar, criticar y reflexionar lo que se escucha y observa, con la finalidad de aprender y disfrutar lo observado.

Temas

5.1 Estrategias para aprender con la televisión.

— Analiza, critica y reflexiona

Actividades

1. Introducir a los alumnos en la temática a abordar en esta unidad, a través de la exposición del docente.
2. Realizar un debate entorno al siguiente punto:
 - a. ¿Crees que puedes aprender con la televisión?
 - b. ¿Consideras que algún género televisivo puede ejemplificarte mejor algún proceso que te ayude a comprender algún tema escolar en particular?
 - c. Menciona tres géneros televisivos que te ayuden a ejemplificar y, por ende, a comprender algún tema escolar.
3. Elaborar y representar el guión de un género televisivo, en el que se indique los recursos del lenguaje audiovisual. La actividad se llevará a cabo con todos los integrantes del grupo.
4. Comentar con los integrantes de todo el grupo lo siguiente:
 - a. ¿Qué implicó la actividad?
 - b. ¿Cómo se sintieron?
 - c. ¿Qué aprendieron?
 - d. ¿Lo volverían a hacer?
5. Proyectar tres géneros televisivos: 47 segundos, El rival más fuerte y La hora de la papa. Posteriormente, realizar un análisis de manera individual, considerando los siguientes elementos:
 - a. Nombre del programa
 - b. Horario
 - c. Canal en el que se transmite
 - d. Duración
 - e. Género televisivo
 - f. Sinopsis
 - g. Qué tipo de temas podrían apoyar.
 - h.Cuál es la función predominante de cada uno de ellos.

6. Presentar al grupo el resultado del análisis realizado y comparar los productos obtenidos.
7. Reflexionar entorno a los siguientes puntos:
 - a. ¿Es posible que la escuela pueda enseñar a ser telespectador crítico?
 - b. ¿Cómo desarrollarías y/o fomentarías las habilidades de recepción crítica?
 - c. ¿Qué pasaría si las habilidades de recepción crítica las pusieras en juego siempre que ves televisión?

Actividad de cierre

1. Con base en las actividades 1 a la 8, realizar la evaluación “Aprende y diviértete con la televisión”

Aprende y diviértete con la televisión

Objetivo: Aplicar una serie de estrategias que desarrollen y fomenten las habilidades de recepción crítica.

Instrucciones:

1. Observa un género televisivo el cual ejemplifique algún tema escolar de tu interés. Se recomienda verlo antes y, después grabarlo para transmitirlo a sus compañeros.
2. Realiza una ficha técnica con los siguientes rubros:
 - Nombre del programa
 - Horario
 - Canal en el que se transmite
 - Duración
 - Género televisivo
 - Sinopsis
3. Realiza un plan el cual considere diversos criterios como los que a continuación se mencionan:
 - Tema que apoya el género televisivo.
 - De que manera explica y/o ejemplifica algún proceso o bien desarrolla alguna habilidad.
 - Cómo lo utilizarías para comprender el tema.
 - Consideras que después de analizar, criticar y reflexionar lo que observas y escuchas te posibilitan un aprendizaje.
 - Consideras que esta forma de observar a la televisión también afecta tu vida cotidiana.

Bibliografía básica

- AGUADED Gómez, José Ignacio. *Descubriendo la caja mágica: Enseñamos a ver la tele*. Huelva, Grupo Comunicar, 1998.
- CHÁVEZ, Adriana. *Aprender con la televisión*. En: Razón y palabra. Revista electrónica. Diciembre 2003-Enero 2004. No. 36. En línea [<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/acabes.html>]
- CHARLES Creel, Mercedes y Orozco Gómez Guillermo, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medio*. Trillas, México, 1990.
- CROVI Druetta, Delia Maria, *El placer de ver televisión: Los televidentes opinan* En Convergencia: Revista de Ciencias Sociales. Año 6, sep-dic. Núm. 20. México. Facultad de ciencias políticas y administración pública. Universidad Autónoma del Estado de México.
- GABELAS Barroso, José Antonio (coord.). *Aprende conmigo: la televisión en el centro educativo*. De la torre, Madrid, 1996.
- MARTÍNEZ Zarandona, Irene (coord.). *Uso pedagógico de la televisión*, ILCE, México, D. F., Junio 1997.
- MELÉNDEZ Crespo, Ana. *La TV no es como la pintan: rutinas, modelos, discursos y programas*. Trillas, México, 2001.
- MÉNDEZ Garrido, Juan Manuel. *Aprendamos a consumir mensajes. Televisión, publicidad, prensa y radio*. Grupo Comunicar, España, 2001.

Recomendaciones

A continuación te ofrecemos una serie de consejos, con el propósito de desarrollar y fortalecer las habilidades del teleespectador crítico. Sin embargo estamos convencidos de que son pocos, pero con tu ayuda podremos incrementarlos.

- No dejes que tus hermanos vean solos la televisión, acompáñalos para contrastar información y opiniones.
- ¡No lo veas todo! Selecciona la programación que vas a observar y evita perder el tiempo en cosas que no interesan.
- ¡No te dejes dominar por la programación! Aprende a encender y apagar la TV manualmente.
- ¡Contrasta lo que observas en la tele con tu mundo real! y pregúntate ¿será cierto? No te confíes demasiado del mundo electrónico.
- ¡Fomenta la crítica, sobre todo en la publicidad! No te dejes engañar ten presente lo siguiente ¿Merece la pena tener y usar todo el mundo de apariencias?
- ¡Habla con tus hermanos, amigos y/o padres sobre lo que ves! Discute con ellos los contenidos de los programas y sé analítico, crítico y reflexivo.
- Trata de descubrir los estereotipos que intentan vendernos.
- ¡No te abandones a la tele, que ésta no llene todo tu tiempo! Busca otras alternativas con tus amigos, por ejemplo: el deporte.
- ¡No todo en la tele es malo! Descubre lo bueno y benefíciate de ello.
- Recuerda la TV por si sola no es mala, todo depende de su uso. No te conviertas en un teleadicto.

Anexo I

Conoce tus hábitos televisivos

Objetivo: Reconocer la importancia que tiene la televisión en la vida cotidiana, a partir de la reflexión de los hábitos de consumo que se tienen en forma individual y familiar

Instrucciones:

A continuación, encontraras una serie de preguntas que te orientan a explorar el tiempo de exposición, las preferencias, las costumbres y los comportamientos asociados al consumo de la televisión.

Se te recomienda analizar cada pregunta cuidadosamente y responder con sinceridad, a fin de que el ejercicio te permita estar conciente de la manera en cómo “ves la televisión”.

1. ¿Qué tipo de programas ves?

2. En tu vida cotidiana, ¿Qué factores propician que veas la televisión? (diversión, entretenimiento, interés por conocer sobre un tema, acompañamiento, etc.).

3. ¿Cómo y quién decide el tiempo en que está encendida la televisión en casa?

4. ¿Quién selecciona los programas que se ven en casa y con base en qué criterios se hace dicha selección?

5. ¿Qué papel juega el control remoto?

6. ¿Los programas que ves por televisión propician la interacción en tu familia? Si su respuesta es afirmativa, escriba brevemente dos situaciones que lo reflejen. Si es negativa, comente a qué se debe que no haya interacción.

7. ¿Crees que el número de televisores en tu casa y el lugar donde se ubican guarden alguna relación con los hábitos televisivos de consumo en la familia?

8. Describe las actividades que harías en un día de tu vida cotidiana sino existiera la televisión.

9. ¿Cuáles son los aspectos positivos y negativos que tiene la televisión en tu vida cotidiana?

10. ¿Qué utilidad puede tener el estar consciente de los efectos de la televisión en tu vida personal y familiar?

11. Menciona tres aspectos que te gustaría cambiar y tres que te gustaría reforzar sobre los hábitos de consumo de la televisión en tu vida cotidiana.

CONCLUSIONES

Finalmente, para concluir este proyecto de investigación puntualizaré lo siguiente:

- Ver la televisión resulta ser un hábito que lejos de beneficiar al televidente lo ha perjudicado debido a la relación de dependencia y sumisión de él hacia la televisión, ya que no ha desarrollado habilidades de orden superior (crítica, análisis, reflexión, etc.) que le permitan hacer un análisis del discurso televisivo, el cual se presenta como único y verdadero.
- La televisión seduce al televidente a través de la multitud de mensajes audiovisuales que transmite haciéndole creer en un mundo fantasioso al cual puede aspirar sin mayor problema. Lo malo de esta aspiración es que el televidente acaba por creerlo y reproducirlo en el contexto que vive, desarrollando una actitud frente a la vida que le impide tomar decisiones con asertividad, ya que a partir de las situaciones que se presentan como “únicas” y “verdaderas” en diferentes géneros televisivos realiza la “toma de decisiones” aparentemente.
- El consumo televisivo se ha convertido en un escaparate para que el televidente se fugue al menos un instante de sus realidad, pero que al fugarse de ésta la olvida, creyendo en otra sin importar qué pueda pasar.
- La televisión, además de divertir y “educar”, asume nuevas funciones que le permiten diversificar su programación, captar más audiencia y extender sus fronteras. Entre las nuevas funciones tenemos: el de niñera, consejera, amiga y, por si fuera poco, la que te hace “participe” de sus concursos, y la que te da dinero sin nada a cambio, por lo que el problema radica en el consumo inconsciente de los mensajes audiovisuales transmitidos por ella y en la falta de mediaciones familiares y pedagógicas que coadyuven a la solución de este problema.

- Tomar en cuenta algunas consideraciones e incluso recomendaciones que este medio informa no es malo. Por el contrario, es una actividad que implica **la comprensión, la valoración y la interpretación** de lo que ella muestra y dice a través de sus mensajes audiovisuales, beneficiando al telespectador, ya que él estará fomentando la recepción crítica ante dichos mensajes.

- La falta de educación para los medios, la alfabetización audiovisual y la pedagogía de la y con la imagen en el Sistema Educativo Nacional es un aspecto que está acrecentando aún más la recepción acrítica debido a que no se generan las estrategias pedagógica-didácticas que permitan desarrollar un consumo conciente de los mensajes audiovisuales. Cabe señalar que este tipo de educación es obligatoria en España.

- El desarrollo y fomento del consumo conciente de mensajes audiovisuales es corresponsabilidad tanto del Estado como de la familia ambas instituciones la han dejado de lado, considerando que no es prioridad. No obstante, el Estado tiene la obligación de impartir la educación gratuita y laica, proporcionando una formación integral, tal y como lo establece el Programa de Educación 2006.

- La Reforma Integral a la Educación Secundaria (RIES) pretende desarrollar la habilidad de recepción crítica a través de la enseñanza de las Artes visuales. Sin embargo, es notorio que el adolescente que llega a este nivel carece de las habilidades que le permitan tener un juicio y una comprensión de un texto escrito ¿cómo decirle ahora, que debe ser un televidente crítico o activo? Por lo que es fundamental que las reformas educativas se realicen de manera integral y no segmentadas, en las que se considere un modelo pedagógico que desarrolle y potencialice las áreas de un sujeto: cognitivo, psicoafectivo y psicomotriz.

- La diversidad de esfuerzos para coadyuvar la falta de recepción crítica ha llevado a varias Instituciones de Educación Superior (IES) a implementar una serie de talleres, cursos, diplomados, conferencias seminarios en los que se aborda dicho problema e incluso se ofrecen alternativas, los cuales en algunas ocasiones suelen ser no tan benéficos para la población, en general, ya que en su mayoría aunque el objeto de estudio sea la televisión, quien termina siéndolo es el estudiante.
- La propuesta que este trabajo de investigación pretende ser una contribución para solucionar problemas de recepción crítica de los mensajes transmitidos por la televisión, invitando a los estudiantes, por el momento de nivel secundaria, a transformar su relación a través de la práctica de lo que ellos hacen para así, transformarla y brindarles la posibilidad de disfrutar realmente la televisión, descubriendo lo que realmente les invita a hacer.
- El curso propuesto brindará una estrategia motivacional que les ayudará a los estudiantes a construir su proceso de aprendizaje y les permita tener otra actitud frente a la televisión. Es importante puntualizar que se enfatiza el audiovisual, ya que este es el código que se utiliza actualmente para los mensajes ocultos.
- **Aprender con la televisión** no es más que saber interpretar lo que ésta nos dice a través de los diferentes discursos televisivos que ella posee y poder decidir qué es lo que en verdad se quiere, aprender a disfrutarla y sobre todo aprender a no depender de ella. Por lo que es básico aprender a observarla más allá de lo que muestra, escucharla más allá de lo que dice y finalmente, interiorizar y sentir lo que ello implica.

Por todo lo anterior, con la propuesta aquí presentada se espera contribuir con la comunidad universitaria, así como con la sociedad en general quienes exigen y tienen el “derecho a ser educados”, siendo ésta una responsabilidad y obligación del Estado y no un privilegio del mismo. Asimismo, es fundamental refrendar mi compromiso universitario con la Universidad Pedagógica Nacional.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- ACOSTA, Leonardo. *Medios masivos de ideología imperialista*. Quito Sol, México, 1980.
- AGUADED Gómez, José Ignacio. *Descubriendo la caja mágica: Enseñamos a ver la tele*. Huelva, Grupo Comunicar, 1998.
- APARICI, Roberto y Agustín García. *Alfabetización audiovisual y enseñanza*. En: Villaseñor, S. *Las nuevas tecnologías en la educación superior a distancia: tendencias y perspectivas*, Universidad de Guadalajara, México, 1992.
- APARICI, Roberto y Agustín García. *Imagen, video y educación*. Fondo de Cultura Económica, España, 1987.
- CEBRIÁN, de la Serna Manuel y Ríos José Manuel. *Nuevas tecnologías de la información y comunicación y la conservación del medio ambiente: una relación necesaria*. En: *Nuevas tecnologías y educación / coord. por María Paz Prendes Espinosa, Francisco Martínez Sánchez*, 2004, ISBN 84-205-4162-1.
- CARRETERO, M. *Constructivismo y Educación*. Buenos Aires, Edit. Aique, 1994.
- CHARLES Creel, Mercedes y Guillermo Orozco Gómez. *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medio*. Trillas, México, 1990.
- CROVI Druetta, Delia Maria, *El placer de ver televisión: Los televidentes opinan* En *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*. Año 6, sep-dic. Núm. 20. México. Facultad de ciencias políticas y administración pública. Universidad Autónoma del Estado de México.
- CRUZ Feliu, Jaume. *Teorías del aprendizaje y tecnología de la enseñanza*. Trillas, México, 1999.
- DÍAZ Barriga, Frida. *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo una interpretación constructivista: La formación docente como un profesional autónomo y reflexivo*. Mc Graw Hill, México, D. F. 2002.
- DONDIS D., A. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili S. A., Colección comunicación visual, España, 1976.
- Subsecretaria de Educación Básica y Normal. Dossier educativo, Educación #31 2001. *Reforma de la educación secundaria, Secretaria de Educación Pública, Subsecretaria de educación básica y normal*. En: *Revista mexicana de educación*. Núm.107, abril 2004.

- FAINHOLC, Beatriz. *La interactividad en la Educación a Distancia*. Paidós, Bs. As. 1999.
- FELDMANN, Erich. *Teoría de los medios masivos de comunicación*. Kapelusz, Argentina, 1977.
- GABELAS Barroso, José Antonio (coord.). *Aprende conmigo: la televisión en el centro educativo*. De la torre, Madrid, 1996.
- GARCÍA Duarte, Nohemy. *Educación mediática, el potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*. SEP, UPN, Porrúa, México 2000.
- GARCÍA, Enrique. *Vigotski: La construcción histórica de la psique*. Biblioteca Grandes Educadores. Trillas. México, 2001.
- GARCÍA Mantilla, Agustín. *Los medios para la comunicación educativa, la educación para los medios de comunicación*. En: Antología (Roberto Aparici.) UPN, México, 1997.
- GIL, Ramón en: REBEIL Corella, Maria Antonieta y Montoya Martín del Campo Alberto (compiladores). *Televisión y desnacionalización: textos de comunicación*, Colima, Universidad de Colima, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Coordinación General de Comunicación Social, 1987.
- HITCHENS, Howard. "Estados Unidos. La alfabetización audiovisual" en la educación en materia de comunicación. París, UNESCO, 1984.
- HOUDE, Olivier. *El Espíritu De Piaget*. Popular, España. 2001.
- ILCE, *Uso pedagógico de la televisión*, México DF. 2006. [En línea: <http://www.comfer.gov.ar/publi/notasinternet/USO%20PEDAGOGICO%20ODE%20LA%20TELEVISION.htm>]
- KAPLÚN, Mario. *El comunicador popular*. CIESPAL, Quito, 1985.
- KAPLÚN, Mario. *Educación de adultos en América Latina*. De la Flor, Buenos Aires, 1985.
- KOZULIN, Alex. *La Psicología De Vygotski*. Alianza, Barcelona, España. 1990.
- MACBRIDE, Sean. *Un solo mundo voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica (FCE), México, 1980.
- MAHTAR M'Brow, Amadu. *Información y comunicación en el mundo contemporáneo*. Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla, Sevilla, 1989.

- MARTÍNEZ Zarandona, Irene (coord.). *Uso pedagógico de la televisión*, ILCE, México, D. F., Junio 1997.
- MEJÍA Barquera, Fernando Tomado de: Sánchez de Armas (coord.). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. RMC/Espacio98, México, D.F. 1998.
- MELÉNDEZ Crespo, Ana. *La TV no es como la pintan: rutinas, modelos, discursos y programas*. Trillas, México, 2001.
- MELÉNDEZ Crespo, Ana. *TV Educativa: un modo de planear programas*. México, Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), 1994.
- MÉNDEZ Garrido, Juan Manuel. *Aprendamos a consumir mensajes. Televisión, publicidad, prensa y radio*. Grupo Comunicar, España, 2001.
- MONJAS, M. *La timidez en la infancia y la adolescencia*. Pirámide, Madrid, 2000.
- MONJAS, M. *Programa de enseñanza de habilidades e interacción social para niños y niñas en edad escolar*. CEPE, Madrid, 1999.
- MORTERA, Fernando (coord.). *Educación a distancia y diseño Instruccional: Conceptos básicos, historia y relación mutua*. Taller Abierto, México. Junio, 2002.
- OROZCO Gómez, Guillermo. *Televisión y audiencias: Un enfoque cualitativo*, La torre y la Universidad Iberoamericana, Madrid, 1996.
- OROZCO Gómez, Guillermo. *Familia, televisión y educación en México: La Teoría educativa de la madre como mediación en la recepción televisiva de los niños* en: G. Orozco (comp.) *Hablan los televidentes*. Estudios de recepción en varios países. México. D. F.: universidad Iberoamericana. 1992,
- PIAGET, Jean. *Seis Estudios De Psicología*. Planeta Mexicana. México, D.F. 1993.
- PRIETO, Daniel. *El aprendizaje de la TV en las escuelas de Mendoza*, Argentina. En: *Revista Educación en Medios de Comunicación*, núm. 8, Andalucía, España, Marzo de 1997.
- QUIJADA Soto, Miguel Ángel. *La televisión: análisis y práctica de la producción de programas*. México, Trillas, 1999.
- REBEIL Corella, Maria Antonieta y Alberto Montoya Martín del Campo (compiladores). *Televisión y desnacionalización: textos de comunicación*, Colima, Universidad de Colima, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Coordinación General de Comunicación Social, 1987.

RODRÍGUEZ Bravo, Ángel. *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós Ibérica, Barcelona, 1998.

VALLET, Antoine. *El lenguaje total*. Zaragoza, Luis Vives, 1970.

VIGOTSKY en: TIFFIN, J y L. RAJASINGHAM. *En Busca de la Clase Virtual. La educación en la sociedad de la información*". Ediciones Paidós, Barcelona, España. 1997.

PÁGINAS WEB

- BARTOLOMÉ R., Antonio. *Lenguaje audiovisual-mundo audiovisual*. Universidad de Barcelona, 1987. [En línea: http://www.lmi.ub.es/personal/bartolome/articuloshtml/bartolome_lav_87/index.html#a3]
- CABERO Almenara, Julio (coord.). *Retomando un medio: la televisión educativa*. En: CMIDE-SAV: Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa. Universidad de Sevilla, España, 1994. [En línea: <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/118.pdf>]
- CHÁVEZ, Adriana. *Aprender con la televisión*. En: Razón y palabra. Revista electrónica. Diciembre 2003-Enero 2004. No. 36. [En línea <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/acabes.html>]
- COOKSON S, Dr. Pedro. *Elementos de diseño instruccional para el aprendizaje significativo en educación a distancia*. Centro de tecnología para la educación e información. Universidad para la Paz, San José, Costa Rica, Mayo 2003. [En línea: <http://www.educadis.uson.mx/ftp/ELEMENTOS%20DE%20DISENO-230403.doc>]
- CORREA García, Ramón Ignacio. *Información y comunicación en un nuevo milenio*. Depto. de Educación, Fac. de Ciencias de la Educación, Universidad de Huelva. España, Mayo 2006. [En línea: <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primer/modulos/teorias-del-aprendizaje-y-comunicacion-educativa/nuevmil.htm>]
- GARCÍA Mikel, Francisco. *Los medios de comunicación en la educación a distancia*. Centro de Entretenimiento de Televisión Educativa, México, 2006. [En línea: <http://dgtve.sep.gob.mx>]
- GO2LEARN, *Definición de diseño instruccional* Santiago de Chile, 2006 [En línea: <http://www.go2learn.cl/id.html>]
- GONZÁLEZ SERNA, Sánchez José María. *Sintaxis de la imagen*, Wikilearning México, 2006. [En línea: <http://www.auladeletras.net>]
- MARQUÉS Graell, Dr. Pere. *Introducción al lenguaje audiovisual*. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, México, 2004. [En línea: <http://dewey.uab.es/pmarques/avmulti.htm>]
- REIGELUTH Charles, M. <<The elaboration Theory of Instrucción >>, *Instruccional Design Theories and Models: an Overview of their Current Status*, New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates, 1983, p.337 En: ACASO, López-Bosch María. *La teoría de la elaboración como estrategia organizativa dentro del marco de la educación artística como disciplina*. Arte, Individuo y Sociedad, nº 10, Servicio de Publicaciones, Universidad Complutense,

Madrid, 1998. [En línea:
<http://www.ucm.es/BUCM/revistas/bba/11315598/articulos/ARIS9898110063A.PDF#search=%22la%20teoria%20de%20elaboracion%20de%20reigeluth%22>]

RODRÍGUEZ Bravo, Ángel. *Propuestas para una modelización del uso expresivo de la voz*. México 2006. [En línea:
<http://www.ehu.es/zer/zer13/propuestas/36.htm>.]

RODRÍGUEZ Diéguez, J. L. *Las funciones de las imágenes en la enseñanza*. Gustavo Gili. S.A. Barcelona, 1978. [En línea:
<http://dewey.uab.es/pmarques/bibliweb/wrodrier.htm#1977>]

SEGURA Acosta, Sonia E. y otros. *“Modelo pedagógico de la educación a distancia apoyada en las tecnologías de la información y la comunicación en la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO”*. Corporación Universitaria Autónoma de Occidente-CUAO, Sistema de Educación Virtual-SEV. Colombia, 2006. [En línea:
http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec17/word_original/sonia_esperanza_16.pdf]

SEP. *Reforma Integral de la Secundaria*. México, 2006. [En línea:
<http://www.ries.dgdc.sep.gob.mx/>]

Subsecretaría de Educación Básica y Normal. *Reforma Integral de la Educación Secundaria, Documento base*. México D.F., Noviembre, 2002. [En línea:
<http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/>]

Subsecretaría de Educación Básica y Normal. *Reforma Integral de la Educación Secundaria, Plan de estudio de la asignatura en Artes*. México D.F., Noviembre, 2002 [En línea:
<http://www.reformasecundaria.sep.gob.mx/>]

VERGÉS Roger, C. *La percepción visual. Qué vemos y cómo vemos*. En: *Microcirugía ocular*, núm. 4 Diciembre 2002. En línea:
[\[http://www.oftalmo.com/secoir/secoir2002/rev02-4/02d-02.htm\]](http://www.oftalmo.com/secoir/secoir2002/rev02-4/02d-02.htm)